



ประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและ

สภาพแวดล้อมมหำบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหำบัณฑิต แผน ข

ภาควิชาการออกแบบและวางผังชุมชนเมือง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและ
สภาพแวดล้อมมหำบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหำบัณฑิต แผน ข

ภาควิชาการออกแบบและวางผังชุมชนเมือง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

EVALUATION OF PUBLIC POLICY FOR PROMOTING THE DEVELOPMENT OF
CHAROEN KRUNG'S CREATIVE DISTRICT



By
MISS Phanpaporn JINAWAT

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Urban and Environmental Planning Master of Urban and Environmental

Planning Program

Department of URBAN DESIGN AND PLANNING

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2022

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	ประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญ กรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์
โดย	นางสาวพรรณปพร จินาวัฒน์
สาขาวิชา	หลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหาบัณฑิต แผน ข
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐวุฒิ ปรียวนิตย์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหาบัณฑิต

	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย (ผู้รักษาการแทน)
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นีรัตย์)	
พิจารณาเห็นชอบโดย	
	ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุพักตรา สุทรสุภา)	
	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐวุฒิ ปรียวนิตย์)	
	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(รองศาสตราจารย์ ดร. กรุณา รักษวิณ)	

620220060 : หลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมมหัพัตติ แผน ข

คำสำคัญ : เศรษฐกิจสร้างสรรค์, ย่านสร้างสรรค์, นโยบายภาครัฐ, ย่านเจริญกรุง

นางสาว พรธมลพร จินาวัฒน์: ประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ ดร. ญัฐวุฒิ ปรียวนิตย์

เจริญกรุงคือพื้นที่ที่ถูกผลักดันให้เป็นย่านสร้างสรรค์อย่างสมบูรณ์แบบแห่งแรกของประเทศไทย วัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อประเมินผลนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์และเสนอแนะแนวทางทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐ โดยสรุปผลการศึกษาดูด้วยการประเมินผลโครงการในรูปแบบซีบีโมเดล (CIPP Model) จากความเหมาะสม 4 ด้าน ได้แก่ 1. การประเมินสถานะแวดล้อมโครงการ นโยบายภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาย่านสร้างสรรค์โดยตรงคือ แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ที่มอบหมายให้หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ รับผิดชอบในแต่ละโครงการ โดยมีสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นตัวกลางในการประสานงาน และทางสำนักงานส่งเสริมเองยังมีแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563 - 2565 ที่รับผิดชอบและดำเนินโครงการด้วยตนเอง โดยมีการบังคับใช้ในพื้นที่และเห็นผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม ในส่วนของปัจจัยด้านเศรษฐกิจยังต้องมีการปรับตัวของภาคธุรกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด (Covid-19) ที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นไปด้วยความยากลำบาก เพราะการแพร่ระบาดส่งผลต่อสถานะเศรษฐกิจโดยรวม ในส่วนของปัจจัยด้านสังคมภายในพื้นที่เจริญกรุงจะเห็นได้ว่าพื้นที่ที่มีความพร้อมในการต่อยอดเป็นย่านสร้างสรรค์และมีการพัฒนาย่านสร้างสรรค์เจริญกรุงมาก่อนที่จะดำเนินนโยบายของภาครัฐจึงทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินนโยบายต่าง ๆ 2. การประเมินปัจจัยนำเข้าของโครงการและ 3. การประเมินการดำเนินงานของโครงการ เนื่องจากนโยบายภาครัฐกับการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ในปัจจุบันยังถือเป็นแผนส่งเสริมระยะสั้นและยังถือเป็นการเริ่มต้นการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเป็นทางการ ทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ และการบริหารจัดการจึงยังไม่เพียงพอ และ 4. การประเมินผลผลิตของโครงการพบว่า แผนหลักอย่างแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ไม่มีการรายงานความคืบหน้าและผลสำเร็จต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2563 - 2565 ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์หน่วยงานเจ้าภาพที่มีการจัดทำผลการดำเนินงานเป็นรายปี ในส่วนนี้ทางหน่วยงานที่รับผิดชอบจึงควรรายงานความคืบหน้าเพื่อการดำเนินนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อประเมินผลการ

ดำเนินงานว่ามีผลสำเร็จอย่างไรและควรปรับปรุงอย่างไรในอนาคต โดยในปัจจุบันพื้นที่เจริญกรุงสามารถดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ภายในพื้นที่ให้ดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเอง เพราะก่อนที่จะมีการบังคับใช้แผนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันพื้นที่เจริญกรุงได้มีการพัฒนาจากหลายภาคส่วน และได้รับเลือกให้เป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบแล้ว ในส่วนของทิศทางในอนาคตนั้นจะเป็นการให้การสนับสนุนในการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ



620220060 : Major Master of Urban and Environmental Planning Program

Keyword : Creative Economy, Creative district, Public policy, Charoenkrung

MISS PHANPAPORN JINAWAT : EVALUATION OF PUBLIC POLICY FOR PROMOTING THE DEVELOPMENT OF CHAROEN KRUNG'S CREATIVE DISTRICT THESIS ADVISOR : NATTAWUT PREYAWANIT

Charoenkrung is currently being transformed to be Thailand's first completely creative district. The purpose of this research was to evaluate the government policy in the Charoenkrung area that promotes and facilitates the development of the area, and creative district and suggest guidelines for the development of government policies. The results of the study were summarized by project evaluation from 4 aspects of sustainability including 1. Evaluation of the project environment, Government policies related to the direct development of the creative district is Thailand Creative Economy Plan Phrase 2020 - 2022 which assigns various agencies to be responsible for each project. The Creative Economy Agency is the intermediary in coordinating other government agencies and also CEA Strategic Plan 2020 - 2022 that covers and implements the project by itself, which has been enforced in the area and has seen tangible results, In terms of economic factors, there must be an adjustment of the creative business sector affected by the spread of the COVID-19 virus, which has enabled activities related to the creative economy difficult to proceed. In terms of social factors within the Charoenkrung area, it indicated that the area is ready to be developed into a creative district and has developed into Charoenkrung Creative District before implementing government policies thus resulting in community participation in policy implementation 2. Assessment of project inputs and 3. Assessment of project implementation caused the government's policy to promote the development of Charoenkrung area to be a creative district at present is still considered a short-term promotion plan and is also the beginning of concrete promotion from the government. Both in terms of Staff, Budget and Management are insufficient, and 4. Evaluation of the project's productivity found The Master Plan, such as Thailand Creative Economy Plan Phrase 2020 - 2022 does not concretely show any progress and achievements. In addition to CEA Strategic Plan 2020 - 2022 of the Creative Economy Agency, the host agency has

annual results. In this regard, responsible agencies should report progress for more effective policy implementation and assess the performance of how successful it is and how it should be improved in the future. At present, Charoenkrung area can operate creative businesses within the area to survive on their own. The reason is that before the implementation of the plan to promote the creative economy, Charoenkrung area has been developed from many various sectors and has been selected as the model creative economy district. For the future direction, it will be to support the organization of various creative activities.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ โดยได้รับความอนุเคราะห์จากท่านอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภูมิ ปรียวนิตย์ ที่ได้เสียสละเวลาในการให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา สุทธสุภา ประธานกรรมการการสอบ การค้นคว้าอิสระ ซึ่งช่วยให้คำแนะนำเพิ่มเติมเพื่อให้ได้กรอบการศึกษาที่ชัดเจนมากขึ้น พร้อมนี้ ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสาทวิชาความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ ทำให้ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าในหัวข้อดังกล่าวนี้จนสำเร็จ

ขอขอบคุณ คุณชญณ กังวานกิตติ นักจัดการความรู้อาวุโส งานพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ในการสละเวลาให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ ทำให้ได้มุมมองต่าง ๆ มากขึ้น และขอขอบคุณ คุณมณฑิณี ยงวิกุล ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และคุณเพ็ญกมล โลหิตหาญ ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ในการประสานงานเพื่อการให้สัมภาษณ์ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัวที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจเสมอมา รวมถึง นายธนาคม ทิพย์สภาพกุล ที่คอยชี้แนะแนวทาง และให้กำลังใจตลอดการทำวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยหวังว่าการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาในประเด็นดังกล่าว หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยและยินดีอย่างยิ่งหากจะได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการนำไปศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

นางสาว พรรณปพร จินาวัดน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	12
ชื่อหัวข้อการค้นคว้าอิสระ.....	12
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	12
ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	14
สมมติฐานของการศึกษา.....	14
ขอบเขตการศึกษา.....	14
ขั้นตอนการศึกษา.....	16
วิธีการศึกษา.....	17
เวลาที่ใช้ในการวิจัย.....	17
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์	18
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์	18
2.1.2.1 นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	22
2.1.2.2 องค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	23
2.1.2.3 การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศต่าง ๆ.....	25
2.2 นโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	26
2.2.1 เป้าหมายการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	28

2.2.2	แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)	30
2.2.3	กลไกในการขับเคลื่อน	37
2.3	แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลโครงการ	42
2.3.1	ความสำคัญของการประเมินโครงการ	42
2.3.2	รูปแบบการประเมินของสตาร์ทอัพ	43
2.4	ข้อมูลพื้นฐานหน่วยงาน	46
2.4.2	ชุมชนตลาดน้อย	47
2.4.3	ชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัธยมวิบูลย์	47
2.5	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	48
บทที่ 3	วิธีการศึกษา	51
3.1	กรอบกระบวนการวิจัย	51
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53
3.3	วิธีการและขั้นตอนดำเนินการวิจัย	53
3.4	ระเบียบวิธีวิจัย	54
3.5	ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล	56
3.5.1	ข้อมูลปฐมภูมิ	56
3.5.2	ข้อมูลทุติยภูมิ	57
3.6	การวิเคราะห์ข้อมูล	57
บทที่ 4	ผลการศึกษา	59
4.1	องค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์	59
4.2	นโยบายภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุง	62
4.3	โครงการที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่	77
4.3.1	ยุทธศาสตร์ที่ 1 Strategic planning	77
4.3.2	ยุทธศาสตร์ที่ 2 Place making	77

4.3.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 Strengthen creative business	79
4.3.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 District Branding.....	80
4.3.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 Co Creating a creative community	81
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	87
5.1 สรุปผลการศึกษา	87
5.1.1 เพื่อประเมินนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์.....	87
5.1.1.1 การประเมินสภาวะแวดล้อมหรือบริบทของโครงการ (Context Evaluation)....	87
5.1.1.2 การประเมินปัจจัยนำเข้าของโครงการ (Input Evaluation).....	90
5.1.1.3 การประเมินกระบวนการดำเนินงานของโครงการ (Process Evaluation) ...	91
5.1.1.4 การประเมินผลผลิตของโครงการ (Product Evaluation).....	92
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	92
5.2.1. ประเมินนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและ เอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์.....	92
5.2.2. แนวทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	94
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	96
รายการอ้างอิง.....	96
ประวัติผู้เขียน	99

บทที่ 1

บทนำ

ชื่อหัวข้อการค้นคว้าอิสระ

"ประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์"

"Evaluation of Public Policy for promoting the development of Charoen Krung's creative district"

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาย่านสร้างสรรค์ถือเป็นวิธีปฏิบัติทางหนึ่งที่ส่งเสริมการนำพื้นที่ของชุมชนมาใช้ประโยชน์ โดยเพิ่มคุณภาพชีวิต และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง และพัฒนาไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจระดับประเทศ โดยให้ความหลากหลายของชุมชนคน และวัฒนธรรมจากอดีตยังคงมีบทบาทต่อเนื่องในปัจจุบัน โดยมีคนเป็นหัวใจสำคัญในการเชื่อมโยงเรื่องราว โดยมีระบบนิเวศสร้างสรรค์เป็นกลไกของความเคลื่อนไหวทางธุรกิจ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่อยกระดับคุณภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ต่อไป ความสำเร็จของการดำเนินการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ทั่วโลกโดยส่วนใหญ่ นั้น มาจากการเริ่มต้นจากพื้นที่เล็ก ๆ ของเมืองในรูปแบบพื้นที่สาธารณะ เนื่องจากเป้าหมายที่แท้จริงของการส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์นั้น คือการทำให้ความเป็นอยู่ของผู้คนในเมืองมีคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน ผ่านต้นทุนทางสังคมในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนทางมนุษย์ หรือต้นทุนทางวัฒนธรรม

ในปี 2004 องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม จึงได้เสนอแนวคิดเรื่อง “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (The Creative Cities Network)” ขึ้น โดยมีเป้าหมายในการสร้างความร่วมมือระหว่างท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการพัฒนาไปสู่ระดับนานาชาติ สร้างสันติวัฒนธรรมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วนตั้งแต่ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม ทำให้เห็นพลังของวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อการพัฒนานโยบายในระดับท้องถิ่นผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในลักษณะของการเชื่อมโยงเมืองต่าง ๆ ทั่วโลกเข้าด้วยกัน ยูเนสโกเห็นว่าเรื่องวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์เป็นเรื่อง

ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตและเป็นสิ่งที่ทำกันเป็นประจำจนเป็นกิจวัตรในชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งที่มี ความสำคัญและควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ชุมชนเมืองหมายรวมถึงพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนา ทั้งทางด้านวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจในท้องถิ่น อย่างสร้างสรรค์ โดยมีความเชื่อวามเมืองต่าง ๆ สามารถช่วยกันสนับสนุนทำให้ดีขึ้น สามารถเรียนรู้ ซึ่งกันและกันรวมถึงการทำงานร่วมกันเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเมือง โดยในปัจจุบันประเทศไทย ได้ถูกประกาศให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในระดับโลกแล้ว 4 เมือง คือ ภูเก็ตเมืองสร้างสรรค์ ด้านอาหาร กรุงเทพมหานครเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ เชียงใหม่และสุโขทัยเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรม และศิลปะพื้นบ้าน รวมขณะนี้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แล้ว 246 เมืองทั่วโลก

ในปัจจุบัน สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ได้จัดทำ **แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)** ซึ่งถือเป็นแผนส่งเสริม ระยะสั้น ที่มุ่งเน้นการสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ภายในสังคม รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม องค์ความรู้และภูมิปัญญาให้พร้อม ใช้เป็นเครื่องมือในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดจนการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากร ที่มีความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งสร้างระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ในการอำนวยความสะดวกต่อการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ในอนาคตต่อไป โดยมีหลายหน่วยงานที่รับผิดชอบและต้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ สำหรับกรุงเทพมหานคร ย่านที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ คือ “ย่านเจริญกรุง” ซึ่งถือเป็นย่านมีประวัติยาวนานตั้งแต่ช่วงต้นสมัยรัตนโกสินทร์ ย่านริมแม่น้ำเจ้าพระยา แถบเจริญกรุงนี้เคยเป็นท่าเรือสินค้ามีเรือสำเภามาจอดเพื่อลงสินค้าเขากรุงเทพฯ เป็นจุดค้าขาย แลกเปลี่ยนกับต่างประเทศ มีผู้คนมากมายจากนานาประเทศเขากออกพื้นที่ย่านนี้มาโดยตลอด ทั้งยังเป็นถนนลาดยางเส้นแรกของประเทศไทยที่ใช้เทคนิคการสรางแบบตะวันตกเพื่อใช้เป็นเส้นทางสัญจร ให้กับชาวต่างชาติและกงสุลที่เขามาอยู่ในประเทศ นอกจากนี้ย่านเจริญกรุงยังมีการกระจุกตัว ของอาคารสำคัญทางประวัติศาสตร์มากมาย โดยสถานที่ต่าง ๆ ล้วนตอกย้ำความสำคัญในด้านศูนย์รวม ความเจริญในอดีตของย่านเจริญกรุง สิ่งเหล่านี้ถือเป็นมรดกทางดานภูมิศาสตร์และสังคมวัฒนธรรม ของย่านเจริญกรุงที่หลอมรวมจนเกิดเป็นอัตลักษณ์ที่มีเสน่ห์เฉพาะตัว และก่อให้เกิดทุนทางวัฒนธรรม ในพื้นที่ ด้วยเหตุผลดังกล่าวย่านเจริญกรุงจึงถูกผลักดันให้เป็นย่านสร้างสรรค์อย่างสมบูรณ์แบบแห่งแรก ของประเทศไทย แต่ถึงกระนั้น จากการศึกษาพบว่า ย่านเจริญกรุงยังไม่ได้เป็นศูนย์กลางของพื้นที่ ผลิตและออกแบบสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามการทำงานที่อยู่ได้ด้วยธุรกิจในพื้นที่เอง

แต่มีบทบาทเป็นพื้นที่ขายสินค้าสร้างสรรค์มากกว่า ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดย่านสร้างสรรค์ที่ต้องมีการรวมกลุ่มกันทำงานและใช้ชีวิตร่วมกัน (Bangkok Design Week 2020, 2563) จากปัญหาดังกล่าวจึงเกิดเป็นคำถามการวิจัยว่า นโยบายของภาครัฐมีส่วนส่งเสริมหรือใช้ได้จริงหรือไม่ ในการผลักดันพื้นที่เจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ วัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้จึงเกิดขึ้นเพื่อประเมินผลนโยบายของภาครัฐในหน่วยงานต่าง ๆ ที่รับผิดชอบในแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีส่วนส่งเสริมการเป็นย่านสร้างสรรค์เจริญกรุงเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่

ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อประเมินนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

สมมติฐานของการศึกษา

นโยบายภาครัฐของไทยมีส่วนช่วยส่งเสริมให้เจริญกรุงเป็นย่านสร้างสรรค์แต่อาจยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอที่จะทำให้เจริญกรุงกลายเป็นย่านสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

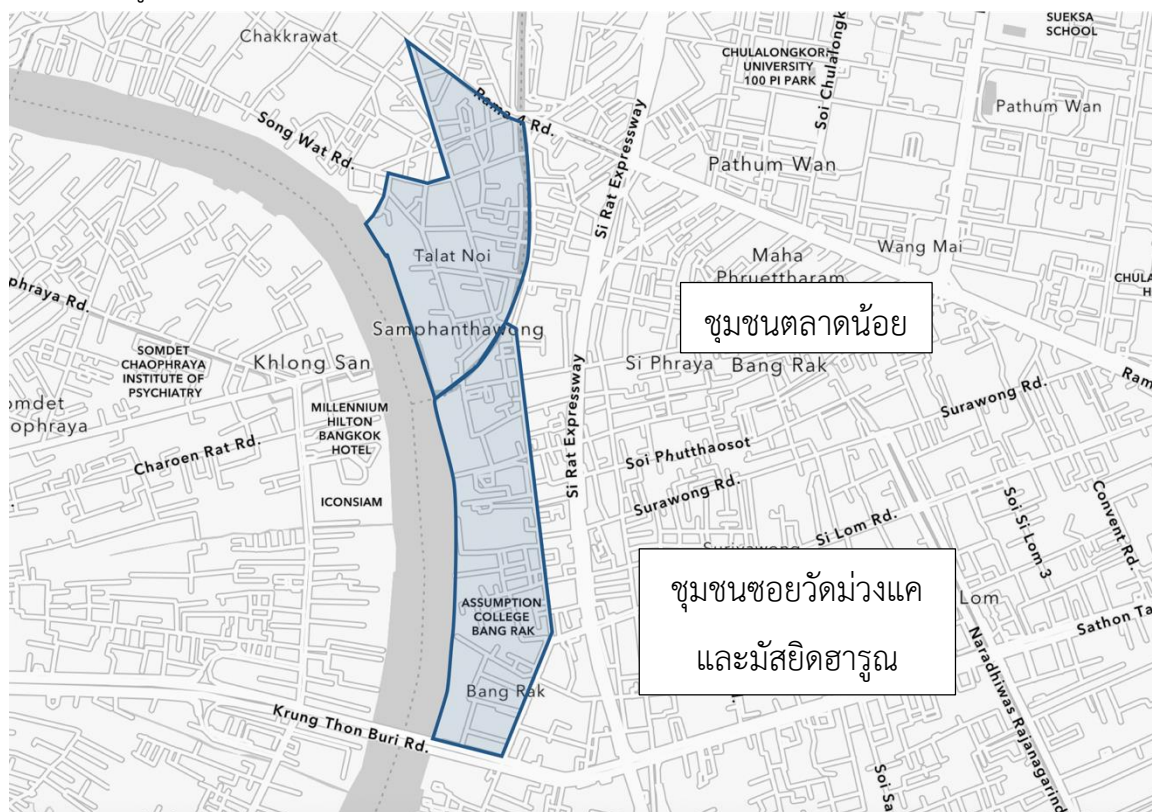
ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ซึ่งอยู่ภายใต้กรอบของแผนระดับชาติ ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2562-2564)
2. ศึกษา นโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่มีส่วนส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์และศึกษาโครงการที่รัฐเข้ามามีส่วนร่วมทั้งโครงการที่เกิดขึ้นในอดีต โครงการในปัจจุบัน และโครงการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาพื้นที่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง เนื่องจากเป็นพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ซึ่งในย่านเจริญกรุงได้ดำเนินการพัฒนาใน 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนตลาดน้อยและชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัสยิดฮารูน¹ รวมเนื้อที่ประมาณ 722,400 ตร.ม. หรือ 0.72 ตร.กม.



รูปภาพที่ 1.1.1 แสดงขอบเขตพื้นที่การศึกษาชุมชนตลาดน้อยและชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัสยิดฮารูน

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในการออกแบบ และพัฒนาเมืองย่านเจริญกรุง

¹ โดยกำหนดพื้นที่ชุมชนตลาดน้อยจากแขวงตลาดน้อย และชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัสยิดฮารูนจากการแบ่งชุมชนในเขตบางรักในปี พ.ศ. 2548 จากกองสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนการศึกษา

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับย่านสร้างสรรค์ และนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่เจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์
2. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมา รวมถึงการพัฒนาเมืองและผลกระทบต่าง ๆ จากการพัฒนาเมือง ลักษณะพื้นที่ในปัจจุบันในด้านกายภาพของเมือง เศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ศึกษา โดยการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลในด้านต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูลเอกสารวิชาการ ภาพถ่าย
3. ศึกษาแนวคิดการประเมินผลโครงการ รวมถึงประโยชน์ และข้อคำนึงถึงในการประเมินโครงการ เพื่อนำมาประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์
4. ศึกษา นโยบายภาครัฐต่าง ๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่เจริญกรุง โดยศึกษาจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ข้อมูลทุติยภูมิที่สามารถสืบค้นได้ รวมถึงการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม
5. ศึกษาบทบาทการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ จากหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพหลักในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์โดยศึกษาจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
6. วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ โดยยึดแนวคิดที่ได้จากการศึกษาโดยทำการประเมินนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงโดยใช้แบบประเมินผลแบบชิปโมเดล (CIPP Model) มาเป็นแนวทางให้อยู่ในรูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา
7. นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ ประมวลผลและสรุปผลการศึกษาการประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ และเสนอแนะแนวทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่ย่านสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

วิธีการศึกษา

1. การศึกษาองค์ความรู้ ทฤษฎี เอกสารและกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง ใช้วิธีการศึกษาเอกสาร ตำราวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเมืองสร้างสรรค์และบทบาทที่ภาครัฐควรมี
2. การศึกษานโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุง โดยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิที่สามารถสืบค้นได้รวมถึงการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม
3. การเก็บข้อมูลตามแบบสัมภาษณ์ตามกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์สรุปผลการศึกษา
4. สรุปผลวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัย สรุปสิ่งที่ได้ค้นพบจากการวิจัย และทำการอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัยว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยหรือไม่ เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะต่อไป

เวลาที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2564 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2564 รวมระยะเวลา 11 เดือน



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ขอเสนอหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2.2 นโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลโครงการ
- 2.4 ข้อมูลพื้นฐานหน่วยงาน/ชุมชนที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์ (กรรวรรณ รุ่งสว่าง 2560)

Aaron Borhardt นักวิชาการด้านเมืองสร้างสรรค์ ได้ให้ความหมายของเมืองสร้างสรรค์คือ ความเชื่อมต่อระหว่างคน สถานที่และอัตลักษณ์เข้าด้วยกันที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและพัฒนา (UNCTAD - Conference on Trade and Development) ให้ความหมายของเมืองสร้างสรรค์ไว้ว่าเมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ๆ และต้องประกอบไปด้วยรากฐานที่มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนที่มีงานสร้างสรรค์และมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการลงทุนเพราะความยั่งยืนของสถานที่ในเชิงวัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อนความเติบโตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเศรษฐกิจในปัจจุบันประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์หลายด้านที่สัมพันธ์กัน ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านวัฒนธรรม ศิลปะและจินตนาการ มีความสามารถทำให้เกิดแนวคิดต่าง ๆ บนโลกซึ่งแสดงออกมาทางข้อความ เสียงและรูปภาพ ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านวิทยาศาสตร์การทดลองสิ่งต่าง ๆ สร้างความเชื่อมโยงของปัญหาและการแก้ไขปัญหาขึ้นมาได้และความคิดสร้างสรรค์ทางด้านเศรษฐกิจ ทั้งการฝึกฝนทางด้านเศรษฐกิจและการตลาดเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อที่จะนำมาซึ่งนวัตกรรมสร้างสรรค์ทางด้านเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละส่วนมีความสอดคล้องกัน ซึ่งนำไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ทั้งนี้ ปัจจัยทางด้านประชากร อุตสาหกรรม เศรษฐกิจ และกิจกรรมทางด้านศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม เป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดเมืองสร้างสรรค์พื้นที่ของเมืองจะถูกขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมทางวัฒนธรรมที่มีความสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นสินทรัพย์ของแต่ละพื้นที่ อีกทั้งยังมีผู้ประกอบการที่

มีความคิดสร้างสรรค์จากบุคคลรุ่นใหม่เพิ่มขึ้น ตลอดจนความสัมพันธ์ของการเติบโตทางเศรษฐกิจกับระดับของความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นตัวแปรหนึ่งที่ทำให้เกิดเมืองสร้างสรรค์ในปัจจุบัน กระแสการอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่นและกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกสามารถเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกันด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มประชาชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ซึ่งมีความเป็นเจ้าของพื้นที่และสะท้อนลักษณะของท้องถิ่นออกมา รวมถึงความเป็นตัวตนของสังคมนั้นได้จนกลายเป็นเมืองที่มีอัตลักษณ์ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งปัจจัยที่สัมพันธ์กับเมืองสร้างสรรค์คือ คน สถานที่และอัตลักษณ์ โดยปัจจัยที่สัมพันธ์กับเมืองสร้างสรรค์นำไปสู่การพัฒนาแนวคิดชุมชนเมืองสร้างสรรค์

การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (พีรตร แก้วลาย และ ทิพย์สุตา จันทร์แจ่มหล้า 2556) เป็นแนวทางการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับต้นทุนของท้องถิ่น เพราะรากฐานทางวัฒนธรรมและทรัพยากรมนุษย์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาเป็นสารตั้งต้นที่สามารถสร้างโอกาสในการเพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์มูลค่าของท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึง ความหลากหลายและคุณภาพของกิจกรรมทางวัฒนธรรมศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ ในชีวิตประจำวันที่เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วในพื้นที่ ตั้งแต่งานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีการสืบทอดกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน ค่านิยมท้องถิ่นและวิถีชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะ มีกระบวนการการมีส่วนร่วมในการสืบสาน วัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นต้น ทุนวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบที่ทำให้แต่ละพื้นที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะและมีอัตลักษณ์ที่เป็นของตัวเอง

ทุนมนุษย์ (Human Capital) หมายถึง ทรัพยากรมนุษย์ คนทุกกลุ่ม ทุกวัยที่มีภูมิสำเนา อาศัยและประกอบสัมมาอาชีพในท้องถิ่น ซึ่งสามารถส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การถ่ายทอดทักษะและความรู้ รวมถึงการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในสังคม ซึ่งเชื่อมโยงกับ กลุ่มทักษะความรู้ของท้องถิ่นศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์และการเคลื่อนย้ายทุนมนุษย์เข้า - ออกในท้องถิ่น การสำรวจและประเมินทุนทางวัฒนธรรมและทุนมนุษย์เป็นกระบวนการในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ชั้นแรกที่จะทำให้ผู้บริหารท้องถิ่นสามารถเห็นต้นทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรมนุษย์อย่างชัดเจนและเข้าใจถึงสถานภาพของท้องถิ่นเพื่อให้การกำหนดนโยบาย การพัฒนาสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) (สัพพัญญู ยอดศรี 2556)

แนวความคิดทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) นั้น ได้รับการนำไปประยุกต์ใช้ในด้านเศรษฐกิจของเมืองที่นำไปสู่การเกิดขึ้นของแนวคิด "เมืองสร้างสรรค์" ซึ่งหมายถึงเมืองที่มีความหลากหลาย และมีความซับซ้อนทางด้านกิจกรรมและวัฒนธรรมต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งของด้านเศรษฐกิจและสังคมของเมือง ซึ่งต้องประกอบด้วยโครงสร้างทางสังคมที่แข็งแกร่งและเกิดความดึงดูดทางการลงทุน เนื่องจากการมีโครงสร้างพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่ดี ซึ่งการให้ความหมายของเมืองสร้างสรรค์นั้น สามารถมองได้เป็น 4 แง่มุม ดังนี้

1. เมืองสร้างสรรค์ศิลปะและโครงสร้างพื้นฐานทางวัฒนธรรม

มุ่งเน้นการเสริมสร้างกลยุทธ์และแผนการพัฒนา ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมทางด้านความเข้มแข็งด้านศิลปะและวัฒนธรรม สนับสนุนงานศิลปะและศิลปินให้สามารถทำงานได้อย่างเหมาะสมกับระบบโครงสร้างพื้นฐานของเมือง

2. เมืองสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจและเมือง เช่น ศิลปะ และมรดกวัฒนธรรม อุตสาหกรรมสื่อและความบันเทิงและบริการทางธุรกิจความคิดสร้างสรรค์

3. เมืองสร้างสรรค์ทางบุคลากรสร้างสรรค์

มุ่งเน้นไปที่บทบาทของบุคลากรสร้างสรรค์ในยุคแห่งความคิดสร้างสรรค์เมืองจะเป็นตัวดึงดูดให้เกิดการขยายตัวทางความคิดสร้างสรรค์ กิจกรรมและธุรกิจ

4. เมืองสร้างสรรค์ซึ่งเป็นสถานที่ส่งเสริมวัฒนธรรมของความคิดสร้างสรรค์

เป็นเมืองที่มีการบูรณาการกันของหลายองค์กรและการรวมตัวกันของวัฒนธรรมในภาครัฐ เอกชนและชุมชน ที่แตกต่างกันในเมือง ซึ่งมีการทำงานร่วมกันเพื่อการพัฒนาให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์มีหลายรูปแบบอยู่ที่บริบทของพื้นที่และทิศทางของนโยบายการพัฒนาว่าจะดำเนินการไปในทิศทางใด โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจในหลายพื้นที่ ดังเช่น ชุมชนตลาดน้อยและชุมชน

ขอยึดม่วงแคและมัยิตฮารุณ ที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น และมีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

"เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)" ถูกพูดถึงเป็นครั้งแรกในหนังสือของ จอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ชื่อ The Creative Economy : How People Make Money from Ideas (พัฒนา มิตรภักดี 2561) เพื่อเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจใหม่ ซึ่งจะเข้ามาแทนที่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการผลิต (Manufacturing) และใช้ทรัพยากรอันประกอบการด้วยแรงงาน และทุนรูปแบบเก่า ดังนั้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเป็นระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และไอเดียใหม่ ๆ ของปัจเจกบุคคล ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและมีความหมายครอบคลุมทุกกิจกรรมในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวอาจมีองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมหรือไม่ก็ได้ ซึ่งจะกว้างกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ที่มุ่งเน้นการผันศิลปะและวัฒนธรรมให้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมและส่งออกผ่านเครื่องมือทางสื่อ ซึ่งหลายประเทศใช้เป็นแนวทางในการส่งออกวัฒนธรรมของประเทศไปสู่สากล

องค์การสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีพื้นฐานมาจากพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถเป็นตัวขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจ ช่วยให้เกิดการรวมกลุ่มความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งรวมถึงเศรษฐกิจทางด้านสังคม วัฒนธรรม มีการปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญาและการท่องเที่ยว ซึ่งหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (กล่าวถึงในแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมกายภาพ เพื่อส่งเสริมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่โครงการทาว์นอินทาว์น) ซึ่งมีความหมายไปในทิศทางเดียวกันของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ จอห์น ฮาวกินส์ ที่ได้ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่า เป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ซึ่งการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้คือ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative industries) รวมทั้งกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ

ประเทศไทยได้จัดกลุ่มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามบัญชีรายได้ประชาชาติโดยสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่

1. งานฝีมือและหัตถกรรม (crafts)
2. งานออกแบบ (design)
3. แฟชั่น (fashion)
4. ภาพยนตร์และวิดีโอ (film & video)
5. การกระจายเสียง (broadcasting)
6. ศิลปะการแสดง (performing arts)
7. ธุรกิจโฆษณา (advertising)
8. ธุรกิจการพิมพ์ (publishing)
9. สถาปัตยกรรม (architecture)

2.1.2.1 นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

John Hawkins ได้ให้ความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดมนุษย์ นอกจากนี้ ยังมีความหมายจากแหล่งอื่น ๆ โดยเมื่อศึกษาจากประเทศต้นแบบที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาและได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางความสร้างสรรค์โลก (World Creative Hub) อย่างสหราชอาณาจักร ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง การขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตโดยอยู่บนพื้นฐานของการใช้ความรู้ การศึกษา การสร้างงาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดจากรากฐานความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ ความชำนาญ และความสามารถพิเศษของบุคคล

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ให้นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creative) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม ตลอดจนการสั่งสมความรู้และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center : TCDC) ได้ให้นิยามไว้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ จากการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries : CI) เป็นกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) ให้ความหมายในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ว่า เป็นแนวคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสร้างสรรค์องค์ประกอบร่วมในการขับเคลื่อน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจหลายประการ อาทิ การใช้ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ นอกจากนี้ การพัฒนาทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศจะสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์ ภายใต้แนวคิดสร้างสรรค์ได้นั้นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจหลักที่สำคัญ

2.1.2.2 องค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) 2563)

ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ถือว่าเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีลักษณะเฉพาะเนื่องจากหัวใจสำคัญหรือองค์ประกอบของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนทั้งในเรื่องของการพัฒนาบุคลากร การสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและเอื้อต่อการพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์ ตลอดจนหัวใจสำคัญที่เป็นส่วนประกอบหลักที่นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และความหลากหลายที่เป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทยที่ตกทอดสืบต่อกันมา ซึ่งเป็นบ่อเกิดของความหลากหลาย

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาองค์ประกอบและปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในต่างประเทศ และในประเทศ สามารถระบุถึงประเด็นการพัฒนาหรือปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทเกี่ยวข้องควรพิจารณาและให้การสนับสนุน เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาธุรกิจ สร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ หรือที่เรียกว่า “นิเวศสร้างสรรค์” (Creative Ecology) โดยการพัฒนา นิเวศสร้างสรรค์มีปัจจัยหลักและปัจจัยสนับสนุนที่ควรพิจารณา ดังนี้

ประเด็นการพัฒนาหลัก

1) การพัฒนาด้านการศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ (Education and Human Resources)

ซึ่งเน้นการส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เพื่อนำมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการสร้างสรรค์ พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาแรงงานที่มีทักษะฝีมือและความเชี่ยวชาญ รวมถึงการสร้างความร่วมมือของสถาบันการศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ บุคลากรตั้งแต่วัยเยาว์เพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานสร้างสรรค์ หรือต่อยอดให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นในอนาคต

2) การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น

โครงสร้างพื้นฐาน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านโลจิสติกส์ การส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) รวมถึงการพัฒนาด้านกฎหมายให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ การส่งเสริมการ จัดทะเบียน การใช้และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

3) การพัฒนาด้านการเงินและการลงทุนสร้างสรรค์ (Finance and Investment) ที่เอื้อ

ประโยชน์ต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ รายย่อย การลงทุนของภาครัฐ รวมถึงสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษทางภาษี เป็นต้น

ประเด็นการพัฒนานับสนุน

4) การพัฒนาสังคมที่เป็นต้นกำเนิดของการสร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ (Creative Society or Creative Environment) ซึ่งเป็นการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อ

การเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ เช่น แหล่งเรียนรู้เฉพาะทางด้านในสาขาต่าง ๆ (ดนตรี ภาพยนตร์ การออกแบบ แฟชั่น กราฟิกและแอนิเมชัน เป็นต้น) พื้นที่สำหรับการทดลองหรือปฏิบัติการจริง ศูนย์อบรมและบ่มเพาะทักษะฝีมือแรงงานสร้างสรรค์ เช่น ห้องทดลองเชิงปฏิบัติการ (Lab), พื้นที่ผลิตผลงาน (Maker Space), พื้นที่ทดลองจำหน่ายเชิงพาณิชย์ (Market test), เวทีสร้างสรรค์ (Showcase) เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศแห่งการเรียนรู้และการแพร่กระจายของความคิดสร้างสรรค์ในสังคม โดยในประเทศที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ส่วนใหญ่จะมีการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่สำหรับสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นความตื่นตัวของประชาชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ

5) การสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ การรวมกลุ่มและความเชื่อมโยงระหว่างภาค ธุรกิจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้การทำงานสามารถพัฒนาและขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ เช่น การเชื่อมโยงภาคการศึกษากับภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาแรงงานฝีมือและ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความพร้อมและความสามารถที่สอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนา เป็นต้น

นอกจากนี้ ประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitiveness) ของผู้ประกอบการ คือ การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีการวางแผนและกระบวนการด้านนวัตกรรม กล่าวคือ การนำแนวคิดและองค์ความรู้ทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีไปใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการบริการต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจทั้งในเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ รวมถึงเป็นสะพานในการเชื่อมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ซึ่งช่วยให้ผู้ผลิตสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคและนำเสนอสินค้าหรือบริการได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

2.1.2.3 การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศต่าง ๆ

จากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ที่แต่ละประเทศเผชิญกับภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง รัฐบาลแต่ละประเทศจึงต้องมีกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเร่งด่วน ตัวอย่างเช่น สหราชอาณาจักร เป็นต้นแบบการดำเนินงานอย่างเป็นระบบตั้งแต่การจัดตั้งทีมงาน เพื่อทำการศึกษาและจำแนกประเภทอุตสาหกรรม การจัดเก็บข้อมูลและสถิติการวางแผนในระดับต่าง ๆ คือ นโยบายระดับชาติ (National Policies) นโยบายรายอุตสาหกรรม (Sectorial Policies) และนโยบายเฉพาะเรื่อง (Emerging Policies) นอกจากนี้ ยังมี การจัดตั้งหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาคน การสนับสนุนทางการด้านการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนที่ให้กับธุรกิจขนาดย่อม และการสนับสนุนทางการวิจัยและพัฒนาผ่านสิทธิทางภาษีและโครงการต่าง ๆ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐแล้ว ภาคเอกชนและภาคการศึกษาก็มีส่วนสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้อนบุคลากรสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนา นวัตกรรมและเทคโนโลยี

ฮ่องกง ภาครัฐมีกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นทางด้านบริการ รวมถึงการจัดการทางการเงิน การตลาด และโลจิสติกส์ โดยเน้นการจัดทำโครงการขนาดใหญ่เพื่อสร้างให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ฮ่องกงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ประเทศออสเตรเลียให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 โดยรัฐควีนส์แลนด์ กำหนดนโยบาย Creative Queensland มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม และศิลปะ นอกจากนี้ ยังใช้มาตรการทางภาษี เช่น นโยบายสิทธิภาษีสำหรับการผลิตภาพยนตร์และ โทรทัศน์ ส่งเสริมให้ภาคเอกชนบริจาคสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมหรือผลงานศิลปะ เช่น นโยบายสิทธิภาษีสำหรับการผลิตภาพยนตร์และโทรทัศน์ ส่งเสริมให้ภาคเอกชนบริจาคสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมหรือผลงานศิลปะ เช่น รูปวาด หนังสือ รูปปั้น และวัตถุทางประวัติศาสตร์หรือทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น ให้แก่องค์กรสาธารณะ และเปิดโอกาสให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมขึ้นทะเบียนผู้บริจาคให้แก่องค์กรเพื่อได้รับสิทธิการลดหย่อนภาษี เป็นต้น

ประเทศญี่ปุ่น มีการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐมีนโยบายในการสนับสนุนเรื่องต่าง ๆ อาทิ การส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการด้านความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Creative Cluster) และเมืองแห่งความคิดสร้างสรรค์ (Creative City) การมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นจุดแข็ง อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ญี่ปุ่นจึงมุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา (Content Industry) จึงรวมถึง แอนิเมชัน ภาพยนตร์ ดนตรี และซอฟต์แวร์เกม

2.2 นโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์มีหลายรูปแบบ อยู่ที่บริบทของพื้นที่และทิศทางของนโยบายการพัฒนาว่าจะดำเนินการไปในทิศทางใด โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจในหลายพื้นที่ ทำให้มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2559 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8-11 ได้มีการพูดถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์เรื่อยมา แต่นโยบายและแนวทางการพัฒนาส่วนใหญ่ยังขาดหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและดำเนินงานจึงทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังไม่ได้ผลที่เป็นรูปธรรม จนในช่วงปี พ.ศ. 2559 ได้มีการจัดตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ทำให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ถูกใช้เป็นแนวทางการพัฒนาทางเศรษฐกิจสำคัญของประเทศโดยอยู่ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เป็น

แนวนโยบายให้โมเดลประเทศไทย 4.0 และประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี รวมถึงนโยบายรัฐบาลของนายกรัฐมนตรีปัจจุบัน (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา) และแผนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ ทำให้มีการจัดทำ แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565) ขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายภาครัฐที่กล่าวมา โดยแผนปฏิบัติการนี้ได้มีการระบุให้หน่วยงานต่าง ๆ รับผิดชอบโครงการในแต่ละยุทธศาสตร์ที่แตกต่างกันไป โดยมีสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นเลขานุการและทำหน้าที่ประสานงาน โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ก็ได้มีแผนปฏิบัติการของสำนัก ๆ เอง เพื่อตอบสนองกับโครงการที่เกิดขึ้นในแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565) โดยตาราง 2.2.1 แสดงภาพรวมนโยบายประเทศไทยและแผนการพัฒนาต่าง ๆ ที่มีประเด็นเกี่ยวข้องกับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)

นโยบายและแผนการพัฒนา	การพัฒนาศักยภาพมนุษย์/ผู้ประกอบการ	การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการวิจัย	เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	การพัฒนาสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ	การใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม	การพัฒนาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติ
ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579	✓	✓	✓	✓	✓	✓
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	✓	✓	✓	✓	✓	✓
นโยบายรัฐบาล (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา)		✓*	✓			
โมเดลประเทศไทย 4.0	✓	✓	✓	✓		
แผนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่	✓	✓	✓	✓	✓	

*เพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ความมั่นคงและการเติบโตของเศรษฐกิจไทย ผ่านกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเป็นฐานเศรษฐกิจใหม่

ตารางที่ 2.2.1 ภาพรวมนโยบายและแผนการพัฒนาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)
จาก https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2563/o4_CEA_Strategic_Plan_2563-65.pdf

ดังนั้น การจัดทำ “แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)” จึงมีความสำคัญในฐานะของการเป็นแผนที่มุ่งเน้นการยกระดับการพัฒนาและการแข่งขันให้กับเศรษฐกิจไทย ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมทั้งในภาคการผลิตและ

บริการ ผ่านกระบวนการความคิดเชิงสร้างสรรค์ ควบคู่กับการพัฒนาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทั้งนี้ กลไกการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจกรรมทางเศรษฐกิจผ่านกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ยังถือเป็นกระบวนการหนึ่งที่มีศักยภาพและความจำเป็นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์สามารถช่วยให้เกิดการพัฒนาหรือวิธีการแก้ไขปัญหาแบบเดิมไปสู่รูปแบบงานหรือวิธีการแก้ไขปัญหาในรูปแบบใหม่ได้ นิยามของกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ คือ “การกระทำในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อนซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งการเปลี่ยนแปลงในเชิงกระบวนการทำงาน กระบวนการคิดหรือการออกแบบ โดยเป็นการสร้างสรรค์ให้เกิดแนวทางใหม่ที่เหมาะสมกับบริบทที่มีความแตกต่างหรือเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เคยปฏิบัติอยู่เดิม” ดังนั้น กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์จึงสามารถเป็นปัจจัยสนับสนุน (Enabler) สำหรับทุกกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รวมทั้งอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทยในอนาคตต่อไป

อย่างไรก็ตาม แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ถือเป็นแผนส่งเสริมระยะสั้น ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ภายในสังคม รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมองค์ความรู้และภูมิปัญญา ให้พร้อมใช้เป็นเครื่องมือ ในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคคลกรที่มีความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งสร้างระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ในการอำนวยความสะดวกต่อการขยายตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในอนาคตต่อไป โดยมีวิสัยทัศน์และเป้าหมายในระยะสั้น สำหรับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) คือ

“ต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ด้วยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย”

2.2.1 เป้าหมายการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นระบบเศรษฐกิจที่ดึงดูดแข็งของประเทศไทยที่สำคัญมาเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ อันได้แก่ ความหลากหลายทางชีวภาพ และทุนทางสังคม วัฒนธรรมและภูมิปัญญา มาต่อยอดด้วย ความคิดเชิงสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจ ทั้งในรูปของสินค้าและบริการจากความคิดสร้างสรรค์ โดยจากที่ได้กล่าวไปในข้างต้น ถึงปัจจัยและองค์ประกอบหลักของการพัฒนาระบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จุดแข็งและจุดอ่อนของประเทศไทยในการพัฒนา จึงก่อให้เกิดเป้าหมายของการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ในแต่ละช่วงเวลาขึ้น เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กำหนดในวิสัยทัศน์ ดังนี้

ในช่วงแรกของการส่งเสริม (3 ปีแรก) จะมุ่งเน้นการสร้างความแข็งแกร่งจากภายใน พร้อมทั้งกระตุ้น กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ในสังคม โดยเน้นการเติบโตของกลุ่มอุตสาหกรรมและ กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Industries) ควบคู่กับการพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนิน ธุรกิจ ตลอดจนปัจจัยขั้นพื้นฐาน ทั้งทางด้านการจัดทำฐานข้อมูล การเข้าถึงแหล่งข้อมูลและองค์ ความรู้ แรงงานสร้างสรรค์ที่พร้อมรองรับต่อการเติบโตของอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาในเชิงพื้นที่ เพื่อเปิดโอกาสและสนับสนุนกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ในเวทีระดับประเทศและสากล พร้อมทั้งสร้าง การตระหนักถึงความสำคัญและมูลค่าของความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างผลกระทบทั้งต่อ เศรษฐกิจและสังคมจากการประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนของภาครัฐ

สำหรับในช่วงต่อไปของการพัฒนาจะมุ่งเน้นการกระตุ้นและดึงศักยภาพของ ความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่ม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เป็น Creative Services มาต่อยอดและ ผสมผสานกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ในภาคการผลิต (Real Sectors) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ อุตสาหกรรมของประเทศไทยในภาพรวมต่อไป

ในการที่จะบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลอดจนยกระดับขีด ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย แผนฯ ฉบับนี้ จึงได้วางเป้าหมายระยะ 20 ปี โดยจะแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ช่วงแรก มีระยะ 3 ปี และช่วงที่ 2 - 4 มีระยะช่วงละ 5 ปี เพื่อให้เห็นถึง ผลลัพธ์ความสำเร็จของการดำเนินงาน โดยเป้าหมายในระยะ 3 ปี แรกมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.2.2 เป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระยะ 3 ปีแรก

เป้าหมาย	ระยะ 3 ปี
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์: อัตราการขยายตัวของสินค้าและ บริการสร้างสรรค์	เพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 5
ประเทศไทย มีเมืองที่ได้รับการคัดเลือกและประกาศให้เป็น เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) จาก UNESCO	1 เมือง

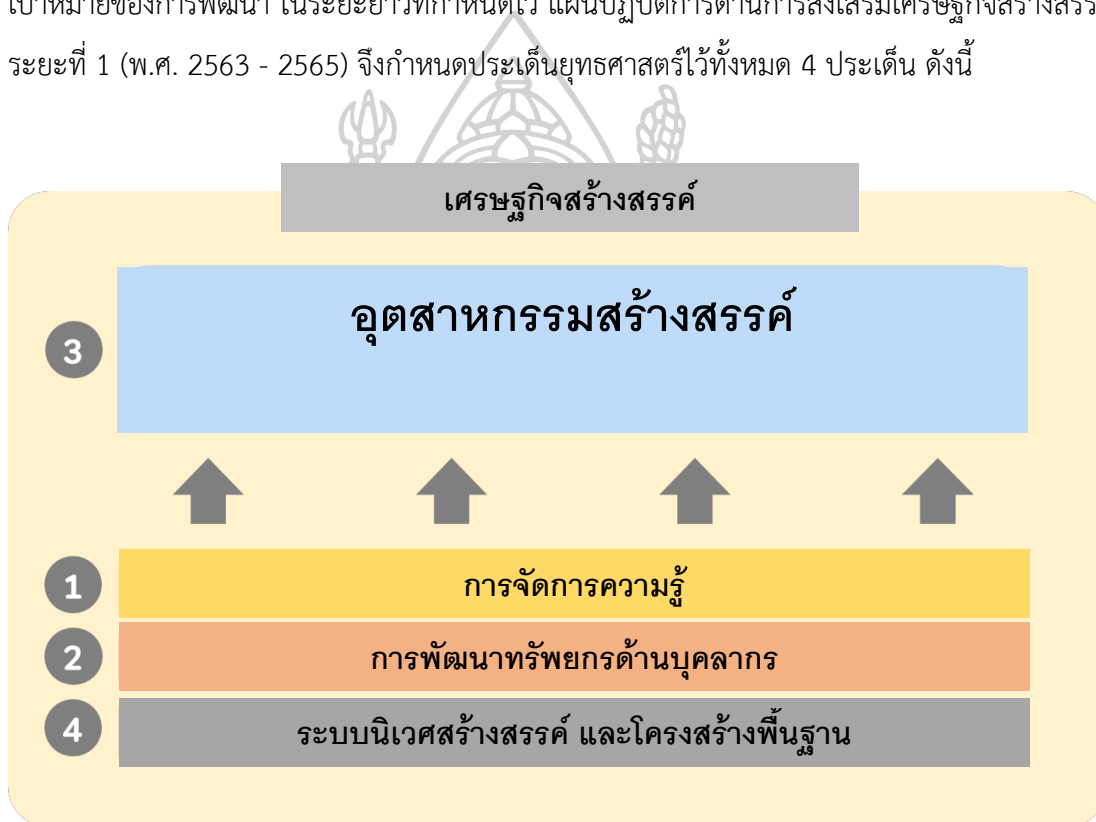
ทั้งนี้ การดำเนินงานที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ตามเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ทั้ง 2 เป้าหมาย ในระยะ 3 ปี ซึ่งเป็นเป้าหมายของการพัฒนาในภาพรวมของประเทศ จะเกิดจากการบูรณาการดำเนินงานร่วมกัน ระหว่างหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการมีส่วนร่วม

ในการกำหนดมาตรการและแผนการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตเชิงเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการขยายตัวของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ ตลอดจนความร่วมมือผ่านกลไกต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม

2.2.2 แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ.

2563 - 2565)

เพื่อให้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยเป็นไปตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายของการพัฒนา ในระยะยาวที่กำหนดไว้ แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) จึงกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ทั้งหมด 4 ประเด็น ดังนี้



รูปภาพที่ 2.2.2 กรอบแนวคิดการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกย่องทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความรู้ทางด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ที่เป็นข้อมูลที่ได้จากการจัดเก็บและประมวลผลจาก องค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ถือได้ว่าเป็นพื้นฐานของการวางแผนและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีพื้นฐานจากการนำองค์ความรู้ทั้งจากในอดีต และปัจจุบัน มาต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ ซึ่งเป็นได้ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีความทันสมัยและตอบสนองต่อการใช้งานและความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละยุคสมัย รวมถึงเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน

ดังนั้นยุทธศาสตร์ที่ 1 จึงมุ่งเน้นการรวบรวมและการจัดทำฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางในการดำเนินนโยบายและทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตที่เหมาะสม ตลอดจนการพัฒนาที่ตรงต่อสถานการณ์ของผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประเมินสถานการณ์และแนวโน้มในการพัฒนาและต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มต่าง ๆ โดยอาศัยความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลและการบูรณาการระบบฐานข้อมูลเชิงสถิติร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยังให้ความสำคัญกับการรวบรวมและสร้างกระบวนการจัดการองค์ความรู้ในเรื่องของความรู้ทางด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ตลอดจนเทคโนโลยีและนวัตกรรมรูปแบบใหม่ ทั้งจากการบูรณาการและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา รวมถึงการสร้างระบบการจัดเก็บข้อมูล เพื่อรองรับการนำเข้าองค์ความรู้ ทักษะหรือความเชี่ยวชาญจากผู้เชี่ยวชาญและบุคคลภายนอกที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ที่สามารถถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นหลัง เพื่อให้เกิดเป็นศูนย์กลางของข้อมูล ที่พร้อมใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ และทุกคนสามารถเข้าถึงเพื่อนำไปต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างสรรคสิ่งใหม่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ต่อไป

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย

ทรัพยากรมนุษย์ถือว่าเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการขับเคลื่อนที่สำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย โดยเฉพาะระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งถือว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยตั้งต้นที่สำคัญในการดึงเอาศักยภาพและ จุดแข็งด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาต่อยอดไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนสามารถเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของการเติบโตทางเศรษฐกิจใน อนาคต ทั้งนี้ ทิศทางการพัฒนาของประเทศในอนาคตตามแนวคิด Thailand 4.0 ยังถือเป็นการขับเคลื่อนที่เน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ควบคู่ไปกับการพัฒนาทางเทคโนโลยีเป็นสำคัญ

ดังนั้น ในยุทธศาสตร์ที่ 2 จึงมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะกลุ่มบุคลากรและแรงงานสร้างสรรค์ซึ่งเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ผ่านการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันภายในเครือข่ายกลุ่มแรงงานสร้างสรรค์ ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ และมีการจัดทำมาตรฐานวิชาชีพสร้างสรรค์ระดับของการพัฒนาศักยภาพหรือความเชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบรวมไปถึงการเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กและเยาวชน เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคต ผ่านการยกระดับศักยภาพทางความคิดที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้และการต่อยอดจากการลงมือทำจริงให้เกิดเป็นการพัฒนาความสามารถ และทักษะที่สามารถนำไปใช้ประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคงในอนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ถือว่าเป็นแนวทางการพัฒนาที่เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของความรู้ (Knowledge-based) นวัตกรรม (Innovation-driven) และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-led) ตลอดจนวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ผสมผสานกันจนก่อให้เกิดเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่มีความโดดเด่น พิเศษ และมีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาและดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยยังถือว่าอยู่ในช่วงแรกเริ่มซึ่งผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องได้รับการช่วยเหลือและส่งเสริมจากภาครัฐในการพัฒนาและยกระดับการดำเนินธุรกิจจากภาครัฐ

ดังนั้นในยุทธศาสตร์ที่ 3 จึงมุ่งเน้นการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจ สร้างสรรค์ของประเทศไทย ทั้งในเรื่องของกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการนำคุณค่าและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา มาประยุกต์เข้ากับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ในการยกระดับกระบวนการทางธุรกิจ รูปแบบต่าง ๆ จนสามารถต่อยอดไปสู่การสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง

การสร้างมาตรฐานของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับคุณค่าและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการอื่น ๆ ในท้องตลาด รวมถึงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ของไทย ให้เกิดการรับรู้และ ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ พร้อมทั้งสนับสนุนช่องทางทางการตลาดให้แก่สินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบอันมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม หรือความคิดสร้างสรรค์ ที่นำมาเป็นต้นทุนในการสร้างสรรค์ผลงานและนวัตกรรมภายใต้แบรนด์สินค้าไทยที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดโลกและสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

ทั้งนี้ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเสริมความเข้มแข็งในกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ จะเป็นรากฐานสำคัญในการผลักดันและต่อยอดให้แก่ภาคอุตสาหกรรมและการบริการกลุ่มอื่นในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคตให้เติบโตอย่างยั่งยืนอีกด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์

ในด้านของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจนั้น จะมีทั้งในด้าน Soft & Hard Infrastructure กล่าวคือ โครงสร้างพื้นฐานในเชิงกลไกที่สนับสนุนในการพัฒนาและขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจ สร้างสรรค์ที่เหมาะสม เช่น การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา มาตรการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนที่เหมาะสม ต่อการสร้างนิเวศสร้างสรรค์ เป็นต้น และการลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพที่จำเป็นที่เป็นส่วนสนับสนุน การเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น ระบบการคมนาคม เทคโนโลยีการสื่อสาร หรือพื้นที่ทำงานร่วมกัน (Co-working space) ศูนย์บ่มเพาะ (Incubators) ตลอดจนความพร้อมของพื้นที่ส่วนกลางในการจัดแสดงสินค้าและบริการ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารหรือศูนย์การเรียนรู้ต่าง ๆ ที่มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาผู้ประกอบการ ตลอดจนแนวโน้มของ

การพัฒนาเมือง นอกจากนี้ยังรวมถึงการสร้างและพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อและเหมาะสมต่อการพัฒนาที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และเป็นช่องทางหนึ่งในการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ

โดยยุทธศาสตร์ที่ 4 นี้ จึงมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการพัฒนาทางด้านมาตรการ ข้อกำหนดและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนาและเติบโตของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการปรับปรุงและส่งเสริมการบังคับใช้การคุ้มครองและจัดการทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการส่งเสริมให้เมืองและย่านเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยอาศัยทุนความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมของชุมชนเมืองอันเป็นสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนการเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์และสามารถเป็นศูนย์กลาง หรือแหล่งรวมของความคิดสร้างสรรค์ (Creative hubs) ในระดับนานาชาติ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มอัตราการจ้างงาน ความสามารถในการดึงดูดการลงทุนจากทั้งในและต่างประเทศ การยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ ผ่านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมีการกำหนดมาตรการที่เอื้อให้เกิดการลงทุนเพื่อผลิตและผลักดันให้เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ทั้งนี้ เพื่อให้การสร้างสภาพแวดล้อมและนิเวศสร้างสรรค์เป็นไปอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ หน่วยงาน ภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องมีการทำความเข้าใจและให้ความสำคัญกับการผนวกและประยุกต์ใช้ กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์เข้ากับการดำเนินงานของภาครัฐ ตลอดจนการสนับสนุนการใช้งบประมาณของภาครัฐในการกระตุ้นการขยายตัวของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

อย่างไรก็ดี การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative District) และ เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในย่านเจริญกรุงโดยตรง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 นี้ อาศัยการอ้างอิงนิยามจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) และ UNESCO เพื่อใช้เป็นการกำหนดรายละเอียดเบื้องต้นของการพัฒนาโดยมีรายละเอียดดังนี้

“ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์” หมายถึง พื้นที่ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อส่งเสริมธุรกิจและบริการ ในอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ เชื่อมโยงเรื่องราวของย่าน ผู้คน ธุรกิจดั้งเดิมเข้ากับมาตรฐานการส่งเสริม

ธุรกิจสร้างสรรค์ และการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อกระบวนการคิด การผลิต และการตลาดในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พร้อมทั้งเกื้อกูลธุรกิจดั้งเดิมในพื้นที่ให้ได้ประโยชน์จากการพัฒนาเพื่อดึงดูดให้มีการลงทุนใหม่ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ และกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ สร้างความเคลื่อนไหวของกลุ่มธุรกิจและบุคลากรสร้างสรรค์ อันนำไปสู่การเป็นแหล่งศูนย์รวมของบุคลากรสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศที่ทำให้เกิดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ ตลอดจนผลงานและ โอกาสพัฒนาของธุรกิจและบุคลากรของไทย

“เมืองสร้างสรรค์” (Creative City) โดย อพท. และ UNESCO ได้ให้คำจำกัดความว่าเป็น การการร่วมมือ ระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมือง ผ่านองค์ประกอบใน 4 ด้าน คือ

- 1) การพัฒนาสภาพแวดล้อม
- 2) โครงสร้างทางสังคม
- 3) ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ
- 4) การนำประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมนิยม ประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างธุรกิจหรืออุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry)

เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 4

1. เกิดระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาและเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์อย่างครบวงจร ทั้งในเชิง กลไกการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจ และ โครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการพัฒนาอย่างรอบด้าน
2. เกิดความเข้าใจและการตระหนักรู้ในความสำคัญของการพัฒนาเมืองบนสินทรัพย์และ วัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการพัฒนาศักยภาพและจุดแข็งของเมืองที่สอดคล้องกับความต้องการ ของชุมชนในพื้นที่
3. มีมาตรการจูงใจธุรกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็น ระบบโดยให้ความสำคัญกับการคุ้มครอง การแบ่งปันผลประโยชน์และการนำองค์ความรู้ ไปใช้ในเชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัด

1. จำนวนเมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับการคัดเลือกจาก UNESCO 1 เมือง²
2. จำนวนเมือง ชุมชนหรือย่านสร้างสรรค์ 30 ย่าน/แห่ง³
3. นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ที่ภาครัฐนำไปใช้ในการบริการประชาชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ของผลงานทั้งหมด⁴

กลยุทธ์

1. พัฒนาเมืองและย่านสร้างสรรค์ในพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยสร้างความเข้าใจและความสำคัญของการพัฒนา เมืองที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน
2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์และการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ให้เป็น รูปธรรม
 - Creative Lab or Co-working space
 - Creative Design Center
 - พิพิธภัณฑ์หรือศูนย์การเรียนรู้ชุมชน
3. ปรับปรุงกฎระเบียบด้านทรัพย์สินทางปัญญาและส่งเสริมการใช้บังคับอย่างมีประสิทธิภาพ
4. ส่งเสริมการใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ

² ปัจจุบันประเทศไทยมีเมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับการคัดเลือกจาก UNESCO จำนวน 2 เมือง คือ จังหวัดภูเก็ตได้รับเลือกให้เป็นเมืองด้านอาหาร (Gastronomy) ในปี 2558 โดยริเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2555 และจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับเลือกให้เป็นเมืองด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk Art) ในปี 2560 โดยริเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2553

³ สศส. ได้ดำเนินการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ คือ ย่านเจริญกรุง รวมทั้งส่งเสริมพัฒนาย่านศรีจันทร์ในจังหวัดขอนแก่น

⁴ อ้างอิงจากเป้าหมายของแผนบูรณาการวิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2561 พ.ศ. 2562 เป้าหมายที่ 2 การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาหรือสร้างความเข้มแข็งด้านสังคม ชุมชน ความมั่นคง และคุณภาพชีวิตประชาชนตามยุทธศาสตร์ของประเทศ 6.2.1 ตัวชี้วัดที่ 1 นวัตกรรมภาครัฐนำไปใช้บริการ ประชาชนไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 15 ของผลงานทั้งหมด

2.2.3 กลไกในการขับเคลื่อน

สำหรับกลไกในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นไปอย่างมีทิศทางและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงบริบทของสถานการณ์โลก สามารถแข่งขันกับนานาประเทศโดยใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ คณะรัฐมนตรีจึงเห็นชอบให้มีการจัดตั้ง “สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)” ขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบโดยตรงในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตลอดห่วงโซ่มูลค่า และสามารถเชื่อมโยงทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านนโยบาย ด้านการผลิต และด้านการส่งเสริมด้านการตลาด โดยคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2560 ได้มีมติอนุมัติหลักการร่างพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และเห็นชอบให้ยกเลิกมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2558 ที่โอนภารกิจด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปไว้ที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมอบให้เป็นภารกิจของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) โดยสำนักงานฯ จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2561 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 14 สิงหาคม 2561 เป็นต้นมา ทั้งนี้ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2560 เห็นชอบระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2561 และได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2561 โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การดำเนินงานเรื่องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางของรัฐบาลรวมทั้งบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องใช้หน่วยงานภาครัฐเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีหน่วยงานภาครัฐและองค์การมหาชนหลายแห่งที่มีบทบาทด้านการสนับสนุนและได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งในระดับนโยบายและระดับการปฏิบัติ ดังนี้

1) **หน่วยงานด้านนโยบาย** ได้แก่ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งมีหน้าที่สนับสนุนเชิงนโยบายและผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีกระทรวงที่เกี่ยวข้องเป็นเจ้าภาพหลัก รับผิดชอบด้านการส่งเสริมให้มีการประสานงานกันระหว่างองค์กรภาครัฐ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมทั้งสำนักงานคณะกรรมการ

วิจัยแห่งชาติ (วช.) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่จัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์ของชาติ ซึ่งได้มีการบรรจุเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ในนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2555-2559) และฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดเป้าหมายหลักที่สำคัญประการหนึ่งไว้ คือ ประเทศไทยพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคม และเศรษฐกิจในระดับประเทศ และพื้นที่รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ผลงานวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัย โดยส่งเสริมให้เกิดโครงการวิจัยและองค์ความรู้ที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในภาคอุตสาหกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจ

2) หน่วยงานด้านการปฏิบัติการ

(1) การวิจัยและพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี ได้แก่ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม แห่งชาติ (สวทน.) ซึ่งปัจจุบัน สวทน. ได้มีการกำหนดมาตรการเรื่องการปรับการหักลดหย่อนค่าใช้จ่ายวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยี และนวัตกรรมจากเดิม ร้อยละ 200 เป็นร้อยละ 300 โดยกำหนดเพดานการหักลดหย่อนภาษีสูงสุดตามรายได้ และขยายขอบเขตกิจกรรมที่สามารถหักภาษีให้ครอบคลุมกิจกรรมนวัตกรรมเพื่อกระตุ้นให้ SMEs ลงทุนวิจัย พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น

(2) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) สำนักงานบริหาร และพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) และสถาบันระดับอุดมศึกษา

(3) การส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการเงินและการลงทุน การใช้สินค้าความคิดสร้างสรรค์และอัตลักษณ์ไทยในโครงการของภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และธนาคารในกำกับของรัฐ

(4) ส่งเสริมขีดความสามารถของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และสมาคมวิชาชีพ

(5) การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานต่าง ๆ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) สำนักงาน

คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว สังกัดกรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น

(6) การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (องค์การมหาชน) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.) และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่ พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เป็นต้น

(7) การตลาด ได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

(8) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และเคารพในสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น ได้แก่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค การบริหารจัดการการจดทะเบียน และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ รวมทั้งดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครอง ปกป้อง และปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาส่งเสริมให้ใช้สิทธิอย่างเป็นธรรมและสร้างวินัยทางการค้า

(9) การส่งเสริมให้ใช้สินค้าสร้างสรรค์ ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการต่างประเทศ

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) จะทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวม และการดำเนินงานตามแผนฯ ทั้งด้านนโยบายและการปฏิบัติการ ติดตามและประสานการดำเนินงานให้เป็นไปตามทิศทางการพัฒนาทั้งในระดับประเทศและการขับเคลื่อนโดยอาศัยการดำเนินงานและการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรสร้างสรรค์ การพัฒนาองค์ความรู้/แหล่งเรียนรู้สร้างสรรค์ มาตรการในการอำนวยความสะดวกและการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การมุ่งเน้นการพัฒนาและต่อยอดจากสินทรัพย์วัฒนธรรมเดิมและทุนความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อนำไปสู่สิ่งใหม่โดยไม่ซ้ำซ้อนกับหน่วยงานอื่นที่ได้ดำเนินการอยู่แล้ว ตลอดจนการพัฒนาทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้การขับเคลื่อนภารกิจพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวัฒนธรรมของประเทศ เป็นไปอย่างสอดคล้องและมีประสิทธิภาพสูงสุดจากการดำเนินงานในทิศทางการพัฒนาเดียวกัน

โดยรูปภาพที่ 3.5.1 แสดงการดำเนินงานและระบบความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแผนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565)

อ้างอิงตารางที่ 3.5.1

UNDP คือ โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ United Nations Development Programme

UNCTAD คือ การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development หรือ UNCTAD)

DITP ของกระทรวงพาณิชย์ คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

DIP ของกระทรวงพาณิชย์ คือ กรมทรัพย์สินทางปัญญา

NIA ของกระทรวงวิทย์ ฯ คือ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

สวทช. ของกระทรวงวิทย์ ฯ คือ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

สวทน. ของกระทรวงวิทย์ ฯ คือ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ

ETDA ของกระทรวง DE คือ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

DEPA ของกระทรวง DE คือ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

สศอ. ของกระทรวงอุตสาหกรรม คือ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

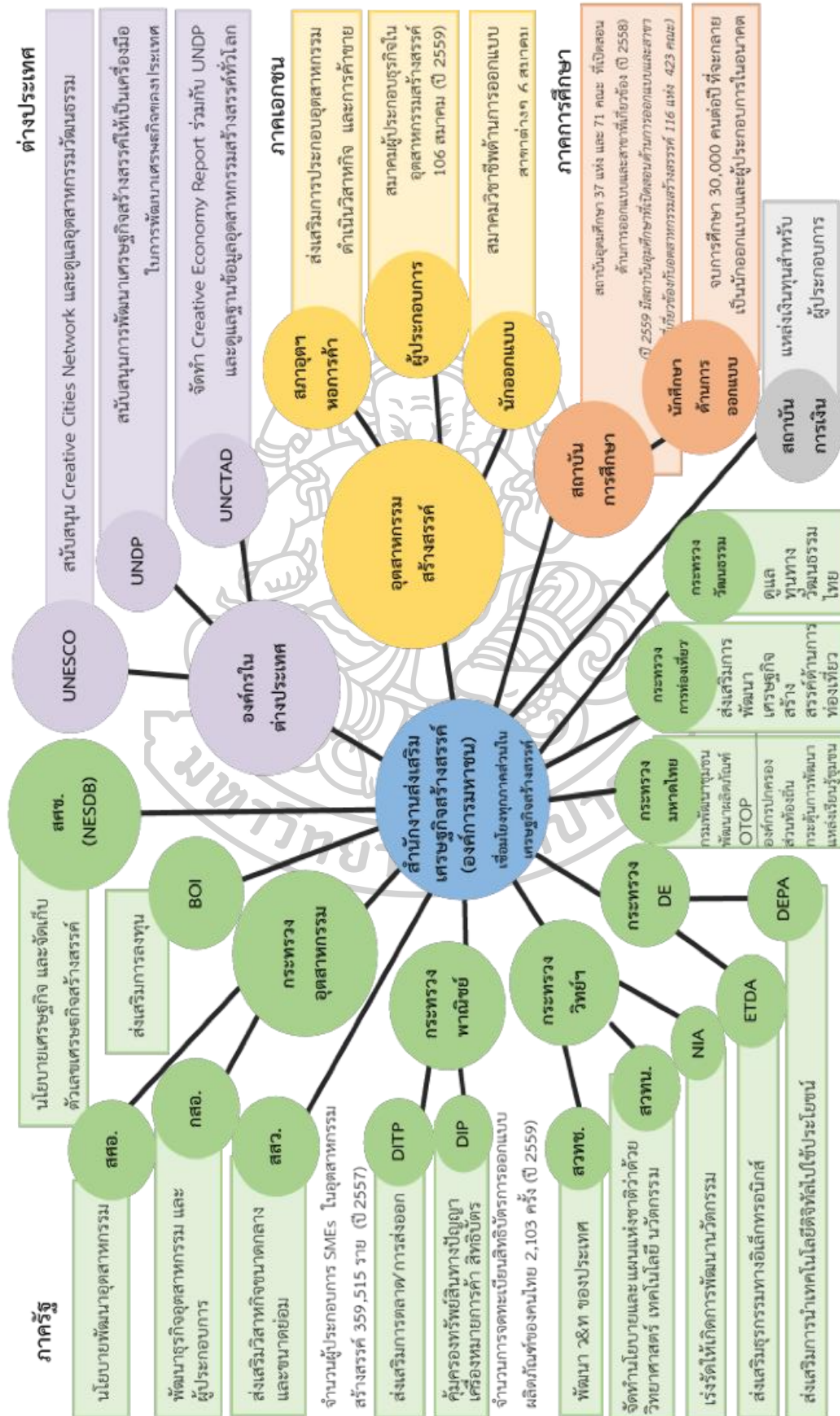
กสอ. ของกระทรวงอุตสาหกรรม คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

สสว. ของกระทรวงอุตสาหกรรม คือ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

BOI คือ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน



รูปภาพที่ 3.5.1 ระบบการดำเนินงานและระบบความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จาก https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2563/o4_CEA_Strategic_Plan_2563-65.pdf



2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลโครงการ

การประเมินหรือการประเมินผลมีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "Evaluation" ซึ่งหมายถึง กระบวนการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อช่วยการตัดสินใจ การวิจัย (Research) การวัดผล (Measurement) การตรวจสอบรายงานผล (Appraisal) การควบคุมดูแล (Monitoring) การประมาณการ (Assessment) และการพิจารณาตัดสิน (Judgment) สรุปคำจำกัดความร่วมกันได้ว่าเป็นการประมาณค่า หรือการประเมินผลที่จะเกิดขึ้นมาจากการดำเนินงานโดยข้อมูลที่ได้รวบรวม โดยวิธีการสอบถาม ทดสอบ สังเกต และวิธีการอื่น ๆ แล้วทำการวิเคราะห์เพื่อตัดสินว่า การดำเนินงานนั้นมีคุณค่า หรือบรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานนั้นมากน้อยเพียงใด (ประชุม รอดประเสริฐ 2543)

การประเมินโครงการเป็นกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนต่าง ๆ แล้วนำข้อมูลนั้นมาทำการวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจว่าโครงการที่ดำเนินอยู่นั้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด ควรจะแก้ไข ปรับปรุงข้อบกพร่องส่วนไหนและโครงการนั้นสมควรจะดำเนินการต่อไปหรือล้มเลิก

2.3.1 ความสำคัญของการประเมินโครงการ

การประเมินโครงการในยุคปัจจุบันได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานที่นับว่ามีความสำคัญ ที่พอจะสรุปได้ดังนี้ (จิราภรณ์ เสียงข้อง 2546)

1. การประเมินโครงการ มีส่วนช่วยในการแก้ปัญหา อันเกิดจากผลกระทบของโครงการและจะทำให้โครงการมีข้อที่ก่อให้เกิดความเสียหายน้อยลง
2. การประเมินโครงการ ช่วยให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างคุ้มค่า หรือเกิดประโยชน์เต็มที่ เพราะการประเมินโครงการจะต้องวิเคราะห์ทุกส่วนของโครงการ ข้อมูลใดหรือปัจจัยใดที่เป็นปัญหา จะได้รับการแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม คุ้มค่า
3. การประเมินโครงการช่วยให้โครงการบรรลุตามวัตถุประสงค์และได้รับการตรวจสอบ และวิเคราะห์ปรับปรุงแก้ไขให้ดำเนินการไปได้ด้วยดี
4. การประเมินโครงการ ช่วยทำให้การกำหนดวัตถุประสงค์และมาตรฐานของการดำเนินงานมีความชัดเจนขึ้น

5. การประเมินโครงการ ช่วยในการตัดสินใจในการบริหารโครงการ เพราะการประเมินโครงการนั้นจะทำให้ผู้บริหารได้ทราบถึง อุปสรรค ปัญหา ข้อดี ข้อเสีย ความเป็นไปได้และแนวทางในการแก้ไขปัญหาปรับปรุงการดำเนินงานของโครงการ ทำให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้ว่า จะดำเนินโครงการนั้นต่อไปอย่างไร

2.3.2 รูปแบบการประเมินของสตัฟเฟิลบีม

รูปแบบของการประเมินโครงการมีหลายรูปแบบ แต่รูปแบบที่มีการเลือกใช้กับงานวิจัย คือ รูปแบบการประเมินของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam) เนื่องจากเป็นรูปแบบที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย และมีระบบแบบแผนที่ชัดเจน รวมถึงเป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมกับการประเมินโครงการที่ยังมีการดำเนินการอยู่

รูปแบบการประเมินของสตัฟเฟิลบีม (Stufflebeam) โดยแดเนียล แอล สตัฟเฟิลบีม และคณะ (Daneil L. Stufflebeam) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับแบบจำลองการประเมิน เรียกว่า ชิปปโมเดล (CIPP Model) (Stufflebeam Daniel 1971) เป็นการประเมินที่มีแนวคิด ในการสร้างสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งมีลักษณะการประเมินที่เป็นกระบวนการต่อเนื่อง โดยมีจุดเน้นที่สำคัญ คือ ใช้ควบคู่กับการบริหารโครงการเพื่อหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลา วัตถุประสงค์การประเมิน คือ การให้สารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ คำว่า CIPP เป็นคำย่อมาจากคำว่า Context, Input, Process และ Product สตัฟเฟิลบีม ได้ให้ความหมายว่า การประเมินเป็นกระบวนการของการบรรยายการเก็บข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ เลือกทางเลือกที่เหมาะสม ซึ่งเป็นการประเมินเพื่อให้ได้สารสนเทศที่สำคัญโดยแบ่งเป็นการประเมินเป็น 4 ประเด็น ตามส่วนประกอบต่าง ๆ ของโครงการที่จะทำการประเมิน คือ

1) การประเมินสภาวะแวดล้อม หรือบริบทของโครงการ (Context Evaluation) ซึ่งหมายถึงการประเมินเกี่ยวกับสิ่งที่จะเป็นส่วนสำคัญในการช่วยกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ เป็นสิ่งที่อยู่ภายนอกโครงการแต่มีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการ ได้แก่ ความต้องการของชุมชนและกลุ่มเป้าหมายที่จะรับบริการจากโครงการ จำนวนประชากร ทัศนคติทางของสังคมและการเมือง สภาพเศรษฐกิจและปัญหาของชุมชน ตลอดจนนโยบายของหน่วยงานระดับบนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

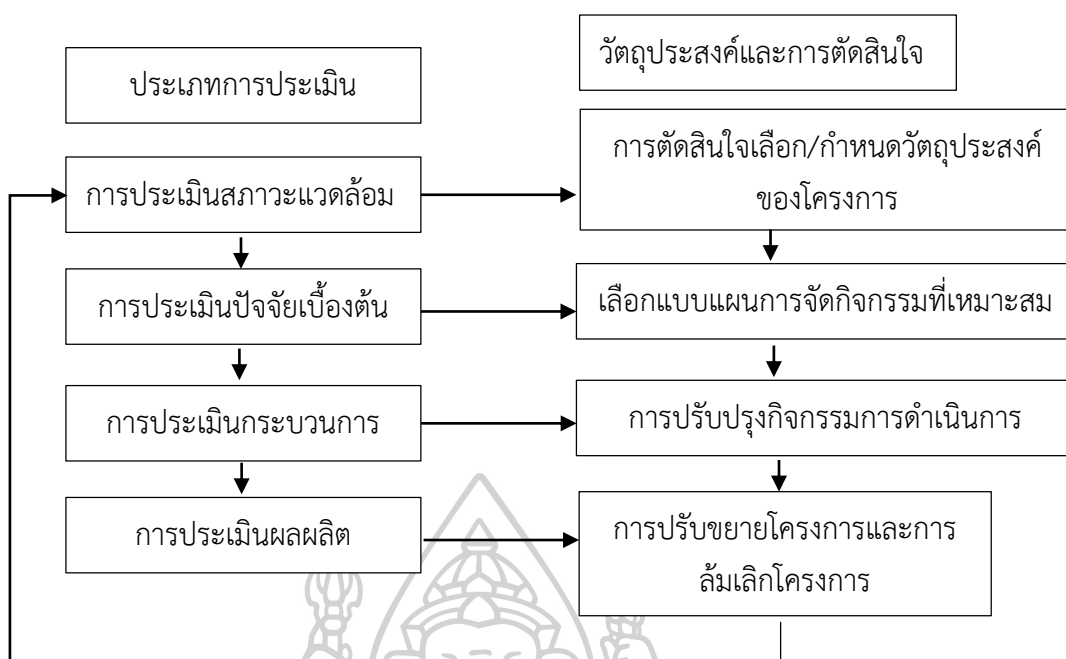
2) การประเมินปัจจัยนำเข้าของโครงการ (Input Evaluation) หมายถึงการประเมินทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการนำมาใช้ในการดำเนินโครงการ กำลังคนหรือจำนวนบุคคล

ที่ต้องใช้งบประมาณและแหล่งเงินทุนสนับสนุน วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ อาคารสถานที่ เครื่องมือและครุภัณฑ์ การประเมินปัจจัยนำเข้าเป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงสร้าง เพื่อกำหนดรูปแบบของโครงการ จะช่วยในการพิจารณาตัดสินใจว่า โครงการนั้น ๆ มีความเหมาะสมและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติที่จะทำให้วัตถุประสงค์ของโครงการบรรลุหรือไม่ และช่วยให้เกิดการวางแผนการจัดกิจกรรมของโครงการได้อย่างเหมาะสม

3) การประเมินกระบวนการดำเนินงานของโครงการ (Process Evaluation) เป็นการตัดสินใจในด้านการประยุกต์ใช้ เพื่อการควบคุมการดำเนินการของโครงการเป็นการประเมินเกี่ยวกับวิธีการจัดกิจกรรมของโครงการการนำปัจจัยนำเข้ามาใช้เหมาะสมมากน้อยเพียงใด เป็นไปตามลำดับขั้นตอนหรือไม่ กิจกรรมที่จัดขึ้นจะก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการหรือมีอุปสรรคใด ๆ เกิดขึ้น เพื่อที่จะได้นำผลการประเมินมาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้รัดกุมมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) การประเมินผลผลิตของโครงการ (Product Evaluation) จะช่วยการตัดสินใจ และดูความสำเร็จของโครงการ เป็นการประเมินเกี่ยวกับผลที่ได้รับทั้งหมดจากการดำเนินโครงการว่าได้ผลมากน้อยเพียงไร เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนดไว้หรือไม่ การประเมินผลผลิตจะมีการนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ที่จะเป็นบ่งชี้ความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการ การประเมินในส่วนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการตัดสินใจปรับปรุงขยายโครงการนำไปใช้ต่อเนื่องต่อไป และเพื่อล้มเลิกโครงการ

โดยสรุปการประเมินในแต่ละส่วนมีความสัมพันธ์กันกับวัตถุประสงค์ของการประเมินและการตัดสินใจดังแผนภาพที่ 2.3.3 (สมหวัง พิริยานุวัฒน์ 2538)



รูปภาพที่ 2.3.3 แสดงการประเมินในแต่ละส่วนในรูปแบบ CIPP ที่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการประเมินและการตัดสินใจ

ข้อคำนึงถึงในการใช้รูปแบบการประเมินแบบจำลองชิป

1. วัตถุประสงค์ของการประเมิน คือ การให้สารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีรายละเอียดที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ
2. ชนิดของการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ต้องการออกแบบการประเมินที่แตกต่างกัน และควรใช้รูปแบบการประเมินที่มีประสิทธิผลและเป็นรูปแบบทั่ว ๆ ไป
3. ในกรณีที่รูปแบบการประเมินมีความแตกต่างกันในด้านเนื้อหา (Content) ควรใช้ขั้นตอนของการคิดตามผลดังนี้ คือ วิเคราะห์ รวบรวม นำเสนอ
4. การตัดสินใจประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ คือ ขั้นตอนการวิเคราะห์ ออกแบบ เลือกและปฏิบัติ จึงจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากการประเมิน ดังนั้น จึงต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างนักประเมินและผู้ตัดสินใจ
5. เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบในการตัดสินใจการออกแบบการประเมินจึงควรคำนึงถึงเกณฑ์ที่มีความตรงภายใน ความตรงภายนอก ความเที่ยง และมีความเป็นปรนัย

6. การประเมินที่เป็นกระบวนการต่อเนื่องเป็นวัฏจักร (Cycle) ต้องใช้กับโครงการที่เป็นระบบ

ประโยชน์ของการประเมินโครงการ

การประเมินโครงการมีประโยชน์สี่เรื่องหลายประการ ดังนี้ (ไพศาล หวังพานิช 2537)

1. ช่วยให้ทราบข้อมูลหรือสารสนเทศ เกี่ยวกับโครงการทั้งด้านปฏิบัติการและผลปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้เกี่ยวข้องโครงการ
2. ช่วยแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงาน ตามโครงการให้ชัดเจนตรงตามเป้าหมาย และลดปัญหาในการปฏิบัติ ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการบริหารโครงการ
3. ช่วยให้ทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ
4. ช่วยให้การวางแผนโครงการมีประสิทธิภาพ ทั้งภายใต้แผนงานเดียวกันหรือแผนงานอื่น

2.4 ข้อมูลพื้นฐานหน่วยงาน

2.4.1 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) 2563) (องค์การมหาชน) หรือ สศส. (Creative Economy Agency) จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว โดยมีอำนาจหน้าที่ คือ

1. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจ
2. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมให้แก่ ชุมชน สาธารณชน และสถาบันการศึกษา
3. ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่เอื้อต่อบรรยากาศสร้างสรรค์และการเริ่มต้นธุรกิจใหม่รวมทั้ง พัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น
4. พัฒนาผู้ประกอบการ และส่งเสริมให้เกิดการนำกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ

5. เป็นศูนย์กลางการรวบรวมและพัฒนาข้อมูลและสถิติเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย และเพื่อสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมส่งเสริมและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานต่างประเทศ หรือระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

วิสัยทัศน์

องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจของประเทศ

2.4.2 ชุมชนตลาดน้อย

ชุมชนตลาดน้อย (นิภาพร รัชตพัฒนากุล 2546) เป็นชุมชนเงินที่เกิดขึ้นมาจากการขยายตัวของสำเพ็งซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานครในช่วงรัตนโกสินทร์ตอนต้น โดยที่บรรดาชาวจีนต่างพากันเรียกตลาดแห่งใหม่ที่ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของสำเพ็ง ซึ่งถือเป็นตลาดใหญ่ในขณะนั้นว่า "ตะลัดเกียะ" ซึ่งแปลเป็นไทยว่า "ตลาดน้อย" และด้วยความที่อยู่ใกล้กับสำเพ็งมากในบางครั้งตลาดน้อยจึงถูกเรียกในฐานะส่วนหนึ่งของสำเพ็งด้วย

สภาพโดยทั่วไปของตลาดน้อยมีลักษณะใกล้เคียงกับย่านเก่าอื่น ๆ ในกรุงเทพฯ เช่น ชุมชนกุฎีจีน ที่เป็นผลมาจากการผสมผสานกันระหว่างผู้คนหลายกลุ่มชาติพันธุ์และศาสนาเริ่มเป็นชุมชนที่หนาแน่นมากขึ้นภายหลังจากกรุงศรีอยุธยาแตก ผู้คนจึงพากันอพยพลงมาทางใต้ และบางส่วนได้ตั้งถิ่นฐานอยู่ในบางกอก รวมทั้งกลุ่มคริสต์ศาสนิกชนชาวโปรตุเกสที่อพยพมารวมกันอยู่ที่วัดซางตาครู้สที่กุฎีจีน ซึ่งเป็นชุมชนใหญ่ในสมัยธนบุรี พัฒนาการของชุมชนย่านตลาดน้อยสัมพันธ์กับการเติบโตทางเศรษฐกิจของกรุงเทพฯ อย่างแนบแน่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการค้าสำเภาเฟื่องฟูขึ้นในสมัยต้นกรุงฯ เนื่องจากรัฐบาลเปิดโอกาสให้บรรดาพ่อค้าศักดินาค้าสำเภาได้อย่างค่อนข้างเสรี พ่อค้า โดยพระอภัยวานิช (จาค) ชาวจีนฮกเกี้ยนตระกูลโปษยะจินดา ตระกูลเก่าแก่ในย่านตลาดน้อยด้วยได้ประกอบกิจการท่าเรือโปเส้งอย่างรุ่งเรือง โดยในยุคนี้ตลาดน้อยกลายเป็นชุมชนที่หนาแน่นขึ้นมาเช่นเดียวกับชุมชนเงินสำเพ็งและราชวงศ์ ที่เติบโตขึ้นมาพร้อม กันปริมาณเรือพาณิชย์ในแม่น้ำเจ้าพระยาและจำนวนแรงงานจีนอพยพบางส่วนที่หลั่งไหลเข้ามารวมกันอยู่ในชุมชนริมแม่น้ำด้านใต้พระนคร ซึ่งกลายเป็นแหล่งงานขนาดใหญ่ที่สุดของเมืองท่ากรุงเทพมหานคร นำมาซึ่งความหลากหลายของจีน

2.4.3 ชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัสยิดฮารูน (สำนักงานเขตบางรัก 2563)

ชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัสยิดฮารูน สร้างขึ้นโดย โต๊ะฮารูน บาฟาเดน ชาวเมืองปนเจอนะ ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย ณ บริเวณหมู่บ้านต้นสำโรง ซึ่งเป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ แห่งหนึ่งในอำเภอบางรักตั้งแต่ต้นรัชกาลที่ 1 ประมาณปี พ.ศ. 2371 ได้สร้าง

มัสยิดขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ประกอบศาสนกิจของชาวมุสลิมในหมู่บ้าน มัสยิดฮารูน คือ หนึ่งในมัสยิดที่มีความสำคัญที่สุดแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ฯ พร้อมด้วยประวัติศาสตร์ที่แสดงถึงการย้ายถิ่นภายในภูมิภาค ในช่วงปี 1800 แรกเริ่มนั้นมัสยิดสร้างด้วยไม้ ออกแบบอย่างสวยงามผสมผสานสไตล์อยุธยา-ชวา เข้าด้วยกัน ในปี ค.ศ. 1934 ลูกชายของฮารูน คือ มุฮัมหมัด ยูซุฟ ตัดสินใจจะปรับปรุงมัสยิดให้เป็นแบบก่ออิฐถือปูนเช่นในปัจจุบัน ต่อมาเมื่อปีพ.ศ. 2490 ได้มีการประกาศใช้ พรบ. มัสยิดอิสลาม พ.ศ. 2490 ให้บรรดามัสยิดต่าง ๆ จัดทะเบียนตามกฎหมาย จึงนำมัสยิดไปจดทะเบียนในนาม มัสยิดม่วงแค และต่อมาได้เปลี่ยนเป็น มัสยิดฮารูน เพื่อเป็นการยกย่องเชิดชู โต๊ะฮารูน บาฟาเดน ผู้ก่อตั้งมัสยิดแห่งนี้

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางสาวรุจิรา รัตนธรรม (2562) ได้ศึกษา ชุมชนกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชุมชนกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง โดยศึกษาถึงระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ และสะท้อนผลที่เกิดขึ้นกับชุมชนโดยพิจารณา 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม (พื้นที่สีเขียว) และด้านสุขภาพ โดยศึกษาในพื้นที่ 2 ชุมชน ในย่านเจริญกรุง ได้แก่ ชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัสยิดฮารูน และชุมชนตลาดน้อย ซึ่งจะเป็นแนวทางการขยายผลสู่การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป ผลการศึกษา พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ตามแนวคิดของสมาคมนานาชาติด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน (International Association for Public Participation หรือ IAP2) อยู่ในระดับการเข้ามาจับพัน (Involve) กล่าวคือ มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลจุดเด่นของพื้นที่ สภาพปัญหา ความต้องการแก้ไขหรือพัฒนาชุมชน มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่จะดำเนินการ หากแต่ในส่วนของการออกแบบรูปแบบกิจกรรม/โครงการ การวางแผนการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เป็นส่วนของหน่วยงานเป็นหลัก ชุมชนไม่ได้มีบทบาทมากนัก และทิศทางการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุงยังไม่ชัดเจน ทำให้คนในพื้นที่ไม่ทราบถึงเป้าหมายสุดท้ายของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง จะมีภาพเป็นเช่นไร โดยผลการพัฒนาที่เกิดขึ้นกับทั้ง 2 ชุมชน ที่เห็นเด่นชัดคือด้านกายภาพ ได้แก่ การปรับปรุงพื้นที่สาธารณะทางเท้า เพื่อสร้างความปลอดภัยและการเชื่อมโยงการเข้าถึงพื้นที่ รวมไปถึงการนำพื้นที่ว่าง/อาคารว่างมาใช้ในการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์จัดแสดงงานศิลปะต่าง ๆ และที่เด่นชัดอีกหนึ่งด้านคือ ด้านเศรษฐกิจ โดยเป็นการนำความคิดสร้างสรรค์มาในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ มีการบอกเล่าประวัติศาสตร์เรื่องราวของสินค้าและประวัติศาสตร์ของชุมชน (Story Telling) ซึ่งทั้ง 2 ชุมชนเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีอายุมากกว่า 100 ปี จึงมีเรื่องราว

ความน่าสนใจและมีเสน่ห์ในตัวเอง นอกจากนี้มีการกระตุ้นบรรยากาศของพื้นที่ให้มีชีวิตและสีสัน ด้วยงานเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพประจำปี (Bangkok Design Week) ซึ่งดำเนินการมาแล้ว 3 ปี ทำให้พื้นที่เป็นที่รู้จัก มีนักท่องเที่ยวมากขึ้นและเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน อย่างไรก็ตามการพัฒนาในด้านสิ่งแวดล้อม (พื้นที่สีเขียว) และด้านสุขภาพ ยังไม่ปรากฏให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม จากผลการศึกษาในครั้งนี้ จะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ที่ควรมีบทบาทในการวางแผนการพัฒนาเมืองมากขึ้น เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งปัจจุบันยังเป็นการพัฒนาที่เน้นการท่องเที่ยวโดยจัดกิจกรรมเป็นหลัก (Event Based) แต่ยังไม่แสดงให้เห็นถึงทิศทางและภาพสุดท้ายของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุงว่ามีหน้าตาเป็นอย่างไร ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการและการออกแบบที่ครอบคลุมทุกมิติมากขึ้น สำหรับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในย่านอื่น ๆ ต่อไป

นายเบญจมินทร์ ปันสน (2562) ได้ศึกษา แนวทางการสนับสนุนให้ย่านเจริญกรุงเป็น ศูนย์กลางคิด - ผลิต - ขาย สำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผ่านโครงการวางและจัดทำผังเมืองรวม กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อทบทวนรายละเอียดข้อกำหนดผังเมืองรวมกรุงเทพ ฯ (ปรับปรุง ครั้งที่ 4) ในการใช้ที่ดิน ประเภทพาณิชยกรรมระหว่าง พ. 6 (Creative District) กับ ที่ดินประเภท พาณิชยกรรม พ. 8 (CBD) ผลการศึกษา พบว่า ข้อกำหนดที่ดินประเภท พ. 8 ที่บังคับใช้ย่านเจริญกรุงเอื้อให้เกิดกิจกรรมการคิด - ผลิต - ขาย มากกว่าที่ดินประเภท พ. 6 ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นจากผู้ประกอบการสร้างสรรค์ว่าย่านเจริญกรุง สามารถทำกิจกรรมบนที่ดินประเภท พ. 8 ได้ทุกประเภท แม้แต่การผลิตอย่างโรงงานหล่ออัญมณีในตึกแถว โดยผู้เชี่ยวชาญทางผังเมืองได้ตอกย้ำว่า รายละเอียดข้อกำหนดผังเมืองไทยมีเงื่อนไขที่ยืดหยุ่นอย่างมาก อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำกิจกรรมได้อย่างหลากหลายอันจะเป็นผลบวกต่อตัวผู้ประกอบการสร้างสรรค์ในย่านเจริญกรุงยิ่งกว่าผู้ประกอบการในที่ดิน พ. 6 เสียด้วยซ้ำ เนื่องจากที่ดินประเภท พ. 8 สามารถก่อสร้างอาคารตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนใหญ่ได้มากกว่าและสามารถทำกิจกรรมการใช้ประโยชน์ที่ดินที่หลากหลายได้สะดวกกว่า

นายสรวิศ รุ่งโรจนารักษ์ (2563) ได้ศึกษาสัญญาณเมืองเพื่อการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ บางรัก กรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสัญญาณเมืองของย่านบางรักว่ามีลักษณะที่ส่งเสริมความเป็นย่านสร้างสรรค์หรือไม่และอย่างไร เพื่อเข้าใจถึงอัตลักษณ์ (Identity) ของพื้นที่ รับรู้ถึงปัจจัยที่ก่อเกิดและแปรเปลี่ยนรูปทรงของย่าน ตลอดจนใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนาที่สอดคล้องกับบริบท และส่งเสริมศักยภาพความเป็นย่านสร้างสรรค์บางรักจากต้นทุนสัญญาณเมือง ผลการศึกษาพบว่า ทุกองค์ประกอบหลักภูมิลักษณ์ของย่านสร้างสรรค์บางรัก มีลักษณะหลาย

ประการที่ส่งเสริมความเป็นย่านสร้างสรรค์ อยู่แล้วแต่ยังไม่สมบูรณ์ ซึ่งลักษณะที่สามารถส่งเสริมให้เป็นการสร้างสรรค์ได้สมบูรณ์ขึ้นคือ 1) โครงข่ายทางเท้าและจักรยานที่ไหลเวียนอย่างเป็นระบบ 2) คุณภาพภูมิทัศน์ที่ตีริมเส้นทางสัญจรที่พาดผ่านสถานที่เชิงสร้างสรรค์ 3) การใช้สอยโครงสร้างพื้นที่ริมน้ำอย่างเหมาะสม 4) รูปแบบการกระจุกตัวที่ดีของการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 5) การใช้สอยอาคารและกิจกรรมบริเวณถนนสร้างสรรค์อย่างเหมาะสม 6) การอนุรักษ์อาคารเก่าที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และ 7) การควบคุมความหนาแน่นอาคาร อย่างเหมาะสม ผลของลักษณะรูปสัณฐานที่ยังมีลักษณะไม่ส่งเสริมความเป็นย่านสร้างสรรค์ได้นำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการพัฒนาหรือปรับปรุงรูปสัณฐานของย่านตลอดจนการอภิปรายผลถึงเงื่อนไขและข้อจำกัด ประโยชน์ของการวิจัยคือการทำความเข้าใจในแบบจำลองสัณฐานเมืองเพื่อการพัฒนาสร้างสรรค์หรือชุมชนเมืองสร้างสรรค์ (Urban Morphology for Development of Creative District / Community Model) ที่สามารถใช้เป็นบทเรียนในการวางแผนออกแบบย่านหรือชุมชนเมืองสร้างสรรค์อื่น ๆ ในบริบทของไทย

โดยตัวผู้วิจัยได้มีการศึกษาจากวิจัยดังกล่าวเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพสังคม สภาพเศรษฐกิจ โครงสร้างพื้นฐาน ลักษณะชุมชน องค์ประกอบของชุมชนและอัตลักษณ์ในพื้นที่ที่ทำให้ชุมชนดังกล่าวมีความเป็นย่านสร้างสรรค์ เพื่อนำมาใช้ในการประเมินสถานะแวดล้อมหรือบริบทของโครงการ (Context Evaluation) และศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่เจริญกรุงเพื่อนำมาใช้ในการประเมินกระบวนการดำเนินงานของโครงการ (Process Evaluation)



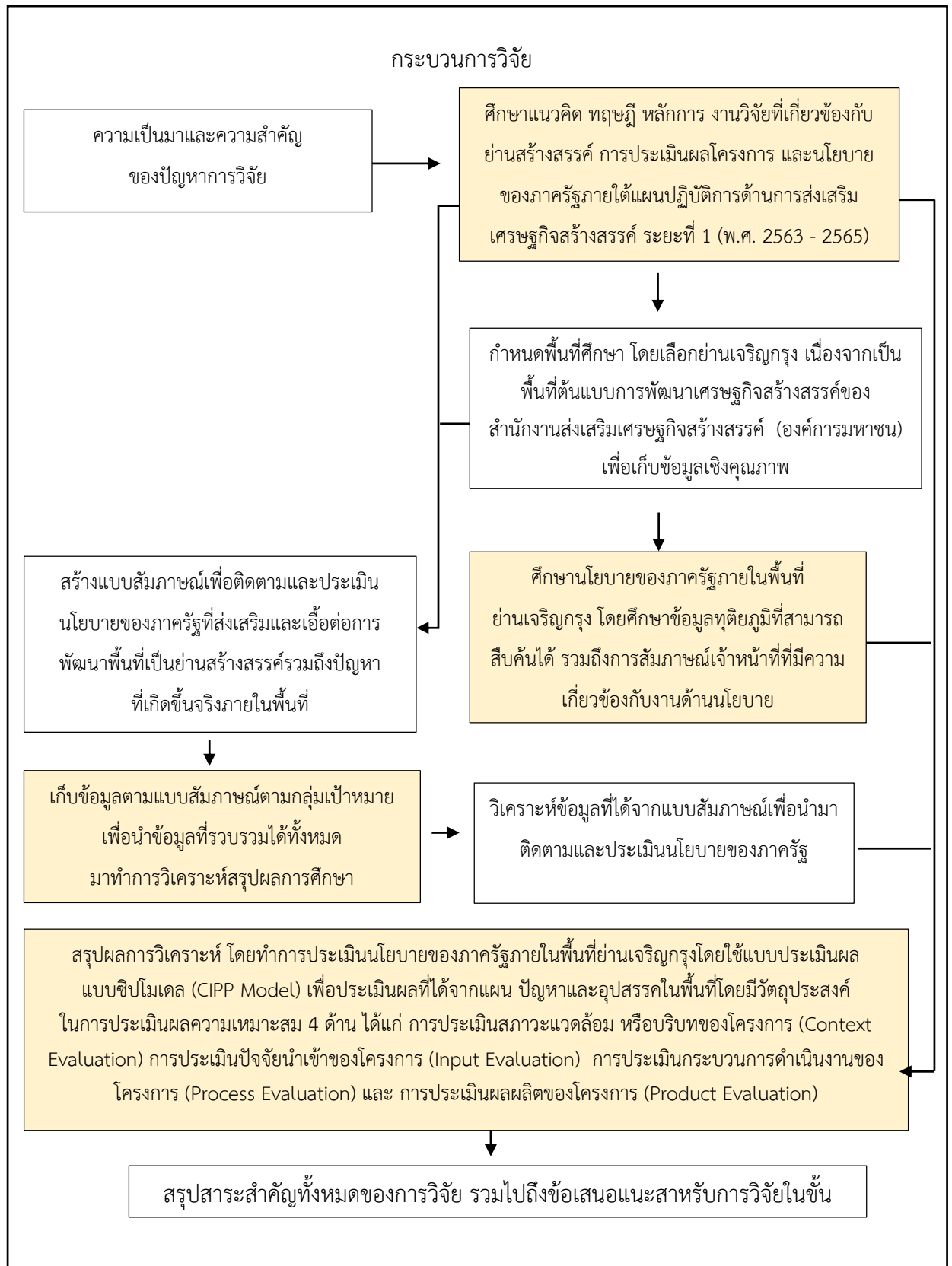
บทที่ 3 วิธีการศึกษา

การศึกษา “การประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์” มีจุดมุ่งหมายเพื่อประเมินนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์ และเสนอแนะแนวทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จากการทบทวนแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงได้เลือกใช้แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลโครงการแบบ CIPP เพื่อตอบโจทย์จุดมุ่งหมายของการวิจัย ซึ่งผู้ทำการวิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีวิธีการในการดำเนินการดังขั้นตอนต่อไปนี้

3.1 กรอบกระบวนการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถกำหนดกรอบการทำวิจัยและขั้นตอนการทำวิจัยโดยหลักการ ทฤษฎี แนวความคิด นโยบายของภาครัฐ รวมถึงความคิดเห็นของคนที่อยู่ในพื้นที่ศึกษา ได้ดังนี้





3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้เครื่องมือในการวิจัย ซึ่งคำนึงถึงความเหมาะสมและระยะเวลาในการวิจัย จึงใช้ลักษณะเครื่องมือที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งประกอบไปด้วย

1. การสำรวจพื้นที่ภาคสนามทั้ง 2 ชุมชนคือชุมชนตลาดน้อยและชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัสยิดฮารูณเพื่อดูข้อมูลทางกายภาพโดยทั่วไปว่าเป็นไปตามข้อมูลทุติยภูมิที่สืบค้นมาหรือไม่
2. การสังเกตการณ์ในกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่เจริญกรุงเพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือปัญหาที่เกิดว่าเป็นไปตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือไม่
3. การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานด้านนโยบายและด้านการพัฒนาเชิงพื้นที่ในพื้นที่เจริญกรุง

3.3 วิธีการและขั้นตอนดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับย่านสร้างสรรค์ และนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่เจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์
2. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ความเป็นมา รวมถึงการพัฒนาเมือง ลักษณะพื้นที่ในปัจจุบันในด้านกายภาพของเมือง เศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ศึกษา โดยการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลในด้านต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูลเอกสารวิชาการ ภาพถ่าย โดยมีการสำรวจพื้นที่ภาคสนามทั้ง 2 ชุมชนคือชุมชนตลาดน้อยและชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัสยิดฮารูณเพื่อดูข้อมูลทางกายภาพโดยทั่วไปว่าเป็นไปตามข้อมูลทุติยภูมิที่สืบค้นมาหรือไม่
3. ศึกษาแนวคิดการประเมินผลโครงการแบบ CIPP เนื่องจากเป็นแนวคิดการประเมินผลที่มีความสัมพันธ์กับการวิจัย โดยใช้องค์ประกอบและปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้ศึกษาเพื่อระบุถึงประเด็นการพัฒนาหรือปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หน่วยงานภาครัฐควรมีบทบาทมาเป็นกรอบเพื่อนำมาประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์
4. ศึกษานโยบายภาครัฐต่าง ๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาพื้นที่เจริญกรุง โดยศึกษาจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ข้อมูลทุติยภูมิที่สามารถสืบค้นได้ รวมถึงการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานด้านนโยบาย
5. ศึกษาบทบาทการส่งเสริมการพัฒนาย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์จากหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพหลักในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์โดยขอข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชิงพื้นที่ในพื้นที่เจริญกรุง

6. วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ โดยยึดแนวคิดที่ได้จากการศึกษามาเป็นกรอบทำการประเมินโดยใช้แบบประเมินผลแบบชิปโมเดล (CIPP Model) มาเป็นแนวทางให้อยู่ในรูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

7. นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ ประมวลผลและสรุปผลการศึกษากการประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ และเสนอแนะแนวทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3.4 ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สำรวจ สัมภาษณ์ สัมภาษณ์ สังเกตการณ์ รวมทั้งการศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ เพื่อให้ได้ข้อมูลให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาการวิจัยที่ตั้งไว้ และตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

ตารางที่ 3.4.1 แสดงขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานวิจัย



ประเด็นศึกษา	แหล่งที่มา	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	วิธีเก็บข้อมูล	แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล	จุดมุ่งหมาย
1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับย่านสร้างสรรค์	- ห้องสมุดปรีดี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ห้องสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร - สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต	- เอกสาร รายงาน วิชาการ - หนังสือ	- ค้นคว้าข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี หลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ย่านสร้างสรรค์	กำหนดกรอบการประเมินผลให้ เป็นไปตามที่ศึกษา
2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลโครงการ	- ห้องสมุดปรีดี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ห้องสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร - สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต	- เอกสาร รายงาน วิชาการ - หนังสือ	- ค้นคว้าข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	ศึกษาการประเมินผลโครงการแบบ CIPP	กำหนดปัจจัย การประเมินผลที่มีความสัมพันธ์กับงานวิจัย
4. ศึกษานโยบายของภาครัฐ ภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุง	- สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต - สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	- เอกสาร รายงาน วิชาการ - การสังเกตการณ์ และการมีส่วนร่วม	- ค้นคว้าข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง - การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	วิเคราะห์องค์ประกอบโดยรวมของนโยบาย และนโยบายที่มีผลต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ในพื้นที่	เพื่อติดตามและประเมินนโยบายที่เกิดขึ้น

3.5 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจำแนกข้อมูลได้เป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของพื้นที่ศึกษา ที่ได้ข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนาม ได้แก่ การสำรวจพื้นที่ภาคสนาม การสังเกตการณ์ในพื้นที่ การสัมภาษณ์ สามารถระบุความหมายและรายละเอียดได้ดังนี้

1. การสังเกตการณ์ (Observation) โดยศึกษาจากกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจริงภายในพื้นที่เจริญกรุงเพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นไปตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือไม่ จะเป็นการสังเกตในลักษณะการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในด้านกิจกรรมของเมือง คือ เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่คืองานเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2565 และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งจะสังเกตกระบวนการต่าง ๆ และเก็บข้อมูล เช่น ทรัพยากรในด้านบุคลากรไม่เพียงพอตามที่ได้มีการสัมภาษณ์จริงหรือไม่ คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมจริงหรือไม่ โดยจะนำข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์เพื่อหาความสำคัญ เพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินผลนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ศึกษาให้เป็นย่านสร้างสรรค์ต่อไป

2. การสัมภาษณ์ (Interview) หลังจากการศึกษาภาพรวมของพื้นที่ในรูปแบบการสังเกตการณ์ภายในพื้นที่แล้ว วิธีการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่จะได้ผลการวิจัยที่มีข้อมูลในเชิงลึกที่มีรายละเอียด เนื่องจากเป็นการถ่ายทอดประสบการณ์ เหตุการณ์ เรื่องราว วิถีชีวิต และเป็นความเห็นที่คนคิดมุมมองต่าง ๆ ของพื้นที่ต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ศึกษาให้เป็นย่านสร้างสรรค์ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์และประเมินผลนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ต่อไป โดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานด้านนโยบายและด้านการพัฒนาเชิงพื้นที่ในพื้นที่เจริญกรุง โดยในที่นี้ได้มีการสัมภาษณ์คุณชฎณ กังวานกิตติ นักจัดการความรู้อาวุโส งานพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

โดยประเด็นหลักในการสัมภาษณ์ที่สนใจมีดังนี้

1. แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ศึกษาอย่างไร

2. การติดตามและประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) นั้น ทำได้อย่างไรบ้าง และในปัจจุบันมีความคืบหน้าอย่างไร

3. หน่วยงานที่มีส่วนในแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างไร และเป็นไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ เกิดการเปลี่ยนแปลงอะไรขึ้นบ้างในพื้นที่ศึกษา

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากหนังสือ บทความ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ ภาพถ่ายและข้อมูลเชิงสถิติ ซึ่งแหล่งข้อมูลได้แก่

1. ห้องสมุดปริทัศน์ มหาวชิราวุฒยาลัยธรรมศาสตร์
2. ห้องสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร
3. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การประเมินผลโครงการซีปโมเดล (CIPP Model)	การวิเคราะห์ข้อมูล
1. การประเมินสถานะแวดล้อมหรือบริบทของโครงการ (Context Evaluation)	<p>แบ่งการประเมินเป็น 3 ปัจจัยคือ</p> <p>ด้านนโยบาย เปรียบเทียบองค์ประกอบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในประเทศ และในประเทศ ที่ได้ทำการศึกษา กับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) และแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)</p> <p>ด้านเศรษฐกิจ วิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันซึ่งส่งผลต่อการดำเนินนโยบายของภาครัฐ</p> <p>ด้านสังคม ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นไปที่การมีส่วนร่วมของทั้ง 2 ชุมชนในพื้นที่ศึกษากับการดำเนินนโยบายของภาครัฐ</p>
2. การประเมินปัจจัยนำเข้าของโครงการ (Input	<p>ข้อมูลทุติยภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลจากงบประมาณในแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 -</p>

Evaluation)	2565) และ แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ข้อมูลปฐมภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่เจริญกรุง เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นว่าเป็นไปตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือไม่
3. การประเมินกระบวนการดำเนินงานของโครงการ (Process Evaluation)	ข้อมูลปฐมภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่เจริญกรุง เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นว่าเป็นไปตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือไม่
4. การประเมินผลผลิตของโครงการ (Product Evaluation)	ข้อมูลทุติยภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลจากการสืบค้นการเผยแพร่การรายงานความคืบหน้าและรายงานการดำเนินงานประจำปี ข้อมูลปฐมภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์



บทที่ 4 ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “ประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประเมินนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยการวิจัยครั้งนี้ เริ่มด้วยการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) แล้วนำกรอบการประเมินผลโครงการชิปโมเดล (CIPP Model) มาสร้างแบบสัมภาษณ์โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เพื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ทำการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพภาคสนามตามกรอบคำถามในแบบสัมภาษณ์ที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้ากับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คุณหญิง กังวานกิตติ นกจัดการความรู้อาวุโส งานพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สร้างสรรค์และการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูล ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญนำมาวิเคราะห์เพื่อประเมินนโยบายภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่ย่านสร้างสรรค์ โดยผลการศึกษาแต่ละประเด็นเพื่อใช้ในการประเมินผลโครงการชิปโมเดล (CIPP Model) ประกอบด้วย 1. องค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2. นโยบายภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุง 3. โครงการที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ 4. ปัญหาที่พบและผลที่ได้จากโครงการที่เกิดขึ้น

4.1. องค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

องค์ประกอบและปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในต่างประเทศ และในประเทศสามารถระบุถึงประเด็นการพัฒนาหรือปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทเกี่ยวข้องควรพิจารณาและให้การสนับสนุน เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบหรือที่เรียกว่า “นิเวศสร้างสรรค์” (Creative Ecology) โดยการพัฒนานิเวศสร้างสรรค์ มีปัจจัยหลัก และปัจจัยสนับสนุนที่ควรพิจารณา ดังนี้

ปัจจัยหลัก

1) ด้านการพัฒนาทางการศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ (Education and Human Resources)

เน้นการส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เพื่อนำมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการสร้างสรรค์ พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาแรงงานที่มีทักษะฝีมือและความเชี่ยวชาญ รวมถึงการสร้างร่วมมือของสถาบันการศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ บุคลากรตั้งแต่วัยเยาว์เพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานสร้างสรรค์ หรือต่อยอดให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นในอนาคต

2) การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

ต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านโลจิสติกส์ การส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) รวมถึงการพัฒนาด้านกฎหมายให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ การส่งเสริมการ จัดทะเบียน การใช้และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

3) การพัฒนาด้านการเงินและการลงทุนสร้างสรรค์ (Finance and Investment)

จะต้องเอื้อประโยชน์ต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการรายย่อย การลงทุนของภาครัฐ รวมถึงสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษทางภาษี เป็นต้น

ปัจจัยสนับสนุน

4) การพัฒนาสังคมที่เป็นต้นกำเนิดของการสร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ (Creative Society or Creative Environment)

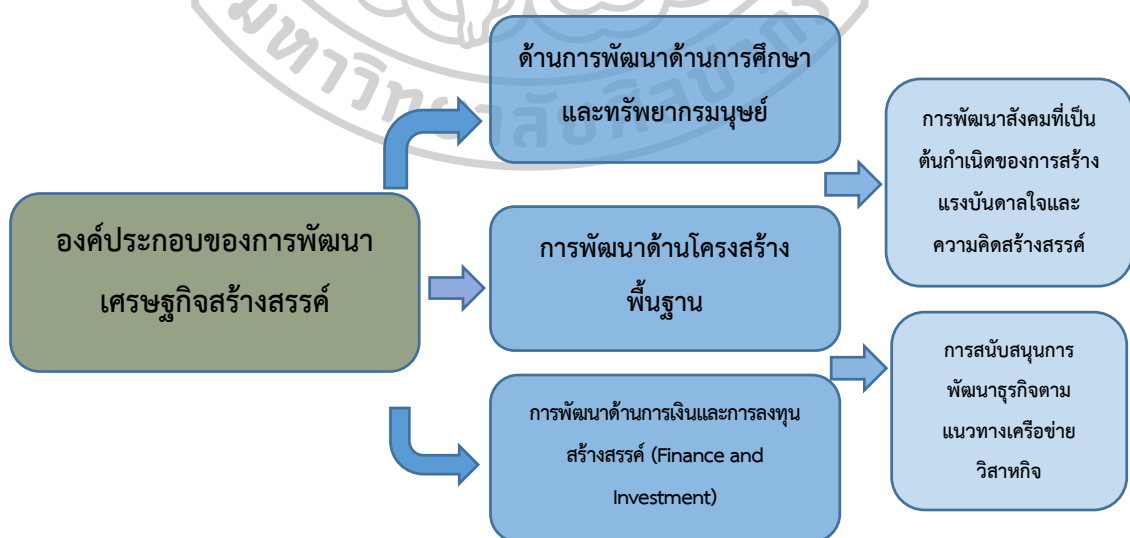
ต้องมีการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ เช่น แหล่งเรียนรู้เฉพาะทางด้านในสาขาต่าง ๆ (ดนตรี ภาพยนตร์ การออกแบบ แฟชั่น กราฟิกและแอนิเมชัน เป็นต้น) พื้นที่สำหรับการทดลองหรือปฏิบัติการจริง ศูนย์อบรมและบ่มเพาะทักษะฝีมือแรงงานสร้างสรรค์ เช่น ห้องทดลองเชิงปฏิบัติการ (Lab), พื้นที่ผลิตผลงาน (Maker Space), พื้นที่ทดลองจำหน่ายเชิงพาณิชย์ (Market test), เวทีสร้างสรรค์ (Showcase) เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศแห่งการเรียนรู้และการแพร่กระจายของความคิดสร้างสรรค์ในสังคม โดยในประเทศที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ส่วนใหญ่จะมีการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่สำหรับสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นความตื่นตัวของประชาชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ

5) การสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ

ต้องมีการรวมกลุ่มและความเชื่อมโยงระหว่างภาค ธุรกิจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้การทำงานสามารถพัฒนาและขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ เช่น การเชื่อมโยงภาคการศึกษาภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาแรงงานฝีมือและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความพร้อมและความสามารถที่สอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนา เป็นต้น

นอกจากนี้ ประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitiveness) ของผู้ประกอบการ คือ การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีการวางแผนและกระบวนการด้านนวัตกรรม กล่าวคือ การนำแนวคิดและองค์ความรู้ทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีไปใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการบริการต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจทั้งในเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ รวมถึงเป็นสะพานในการเชื่อมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ซึ่งช่วยให้ผู้ผลิตสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคและนำเสนอสินค้าหรือบริการได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



รูปภาพที่ 4.1 แสดงองค์ประกอบของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4.2 นโยบายภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุง

จากการศึกษาพบว่าสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นของตนเองเพื่อดำเนินการในพื้นที่เจริญกรุง โดยมีความเกี่ยวข้องกับแผนอื่น ดังนี้



ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ 2 ยุทธศาสตร์ชาติด้านความสามารถในการแข่งขัน	
ข้อ 3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว (3.1) ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (3.3) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย	ข้อ 5 พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ (5.1) สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ (5.4) สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล
แผนแม่บทด้านความสามารถในการแข่งขัน	
<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินโครงสร้างพื้นฐาน: เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) & พื้นที่และเมืองเศรษฐกิจ ด้านพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ 	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งเมืองและเมืองเศรษฐกิจ แนวทางที่ 2 การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตและบริการ
<ul style="list-style-type: none"> โครงการพัฒนาต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนและเมืองประวัติศาสตร์ โครงการส่งเสริมการจัดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม การจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ และการจัดประชุมการท่องเที่ยวระดับโลก 	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งเมืองและเมืองเศรษฐกิจ แนวทางที่ 2 การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตและบริการ
<ul style="list-style-type: none"> โครงการพัฒนาต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนและเมืองประวัติศาสตร์ โครงการส่งเสริมการจัดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม การจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ และการจัดประชุมการท่องเที่ยวระดับโลก 	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งเมืองและเมืองเศรษฐกิจ แนวทางที่ 2 การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตและบริการ
แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)	
ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์และส่งเสริมให้ภาครัฐใช้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์
แผนปฏิบัติการของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2563 - 2565)	
ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ยุทธศาสตร์การพัฒนาบ้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2563-2565)	
<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาเครื่องมือและกลไก ในการยกระดับพื้นที่ให้เป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Strategic planning) 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาโครงการพื้นฐานและสถานที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ การเพิ่มความสามารถของธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจสนับสนุนศักยภาพของบ้าน (Strengthen Creative business ecosystem)
เป้าหมายการพัฒนาบ้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. 2563-2565)	
พัฒนาเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 30 พื้นที่	เครือข่ายสร้างสรรค์ขององค์กรยูเนสโก 2 เมือง
<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น สู่การสร้างสตอรี่ท้องถิ่น (Storytelling To Branding) 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาบ้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ สู่นานาชาติ
<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มพื้นที่เมืองสร้างสรรค์ 	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ งานพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในชุมชน เทศกาลส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.1.1 นโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จาก สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2563

แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2563 ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ดังนี้

1. พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์
2. พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ เป็นยุทธศาสตร์ที่ถูกนำมาใช้กับพื้นที่เจริญกรุงโดยตรง
3. ส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย
4. พัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย
5. พัฒนาศักยภาพสู่องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

โดยมีเป้าหมายการดำเนินงานและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะ 3 ปีของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 – 2565) คือ

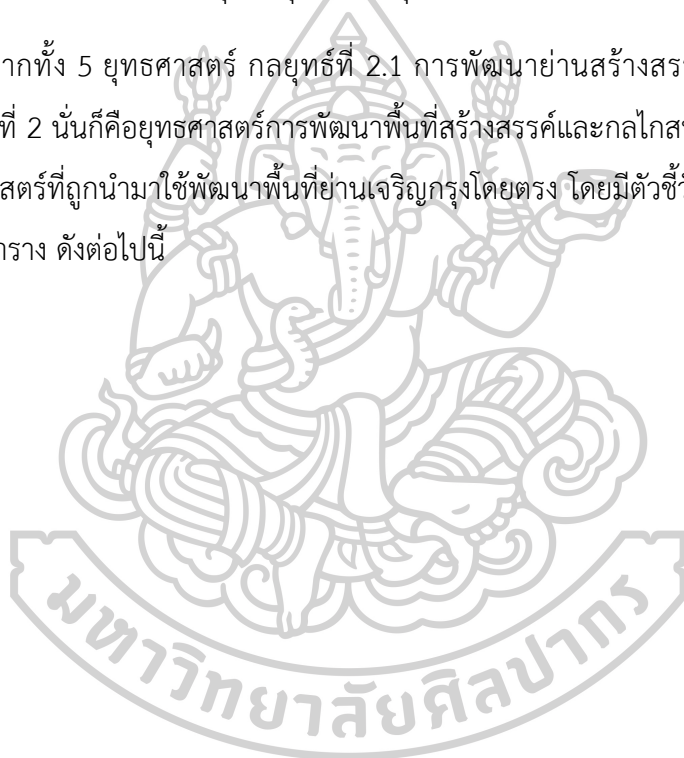
1. พัฒน่าย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ 5 แห่ง
2. พัฒนาเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย 30 แห่ง
3. พัฒนาเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก 2 เมือง

โดยพื้นที่เจริญกรุงมีความเกี่ยวข้องกับทุกข้อที่กล่าวมา เพราะเจริญกรุงซึ่งอยู่ในกรุงเทพฯ ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกแล้วในปี 2562 ซึ่งเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ โดยมีการนำองค์ความรู้ที่สั่งสมมาของพื้นที่ไปปรับใช้กับ 30 พื้นที่ที่เหลือในประเทศไทย

พื้นที่เจริญกรุง ปัจจุบันถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มพื้นที่ต้นแบบย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 5 แห่ง คือ พื้นที่เจริญกรุง กรุงเทพฯ พื้นที่ช่างม่อย เชียงใหม่ พื้นที่ศรีจันทร์ ขอนแก่น พื้นที่เมืองเก่า สงขลา และพื้นที่เจริญเมือง แพร่ ในที่นี้แผนยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ด้านของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) จะถูกนำมาปรับใช้กับทุกพื้นที่ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ แต่ในส่วนของการพัฒนาเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย 30 แห่ง จะเลือกทำเฉพาะสิ่งที่เด่นชัดที่สุดในพื้นที่ จากการพูดคุยกับหน่วยงานในพื้นที่ และการเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงเสนอแนะให้หน่วยงานในพื้นที่ดำเนินการต่อไป

ปัจจุบันพื้นที่เจริญกรุงมีการร่วมงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน โดยภาครัฐ การดำเนินการหลักๆ จะดำเนินงานกับทางกรุงเทพมหานครฯ และสำนักงานเขตเป็นหลัก ในส่วนของ ภาคประชาชนจะมีการร่วมมือกับประธานชุมชนและหัวหน้าชุมชนเป็นหลัก ตัวอย่างเช่น ชุมชนมัสยิด ฮารูนได้ร่วมมือกับสำนักงานเขตจัดเป็นตลาดฮาลาลทุก ๆ เดือน และได้มีการทำงานร่วมกับหน่วยงาน เอกชนโดยการดิงนักสร้างสรรค์เข้ามาในพื้นที่ชุมชนมัสยิดฮารูน จาก 4 พื้นที่ โดยเข้ามาวิเคราะห์ ปัญหาและอาศัยความเชี่ยวชาญของนักออกแบบบนพื้นฐานของตัวชุมชน เช่น การทำกราฟฟิกที่เป็น สื่ออัตลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อต่อยอดออกมาเป็นสินค้าอื่น ๆ และทำให้พื้นที่มีความน่าสนใจขึ้น แต่ปัญหาคือเมื่อมีการต่อยอดจากชุมชนชุมชนไม่มีทุนในการสานต่อ

โดยจากทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ที่ 2.1 การพัฒนาย่านสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์ ในยุทธศาสตร์ที่ 2 นั่นก็คือยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ จะเป็นยุทธศาสตร์ที่ถูกนำมาใช้พัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงโดยตรง โดยมีตัวชี้วัดและโครงการกิจกรรม ที่สำคัญตามตาราง ดังต่อไปนี้



ตัวชี้วัด และโครงการกิจกรรมสำคัญ

ตัวชี้วัด	ผลลัพธ์
1. พื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 4 แห่ง	5 แห่ง ได้แก่ เจริญกรุง อารีย์ คูเมืองและข้างน้อยเชียงใหม่ ศรีนครีมนแก่นแพร์
2. จำนวนศูนย์สร้างสรรค์สร้างสรรค์ 3 แห่ง	4 แห่ง ได้แก่ เจริญกรุง อารีย์ คูเมืองและข้างน้อยเชียงใหม่ ศรีนครีมนแก่น
3. กิจกรรมพัฒนาและยกระดับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยงานเทศกาล (Creative Festival) 1 ครั้ง	1 ครั้ง ได้แก่ เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพ 2564 ระหว่าง 8 พฤษภาคม - 31 กรกฎาคม 2564
4. ย่านสร้างสรรค์ได้รับการขยายผล ภายใต้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก 1 เมือง	1 เมือง ได้แก่ เชียงราย
5. สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า (จากเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ) 200 ลบ.	219 ลบ. ประเมินจาก TCEB

ยุทธศาสตร์	งบประมาณ	ใช้จริง		กรุงเทพฯ	เชียงใหม่		ขอนแก่น	แพร่
		ร้อยละ	ร้อยละ					
ยุทธศาสตร์ที่ 1 Strategic planning	5			<ul style="list-style-type: none"> ฐานข้อมูลย่านเจริญกรุง และย่านอารีย์-US-ดิพท์ 	<ul style="list-style-type: none"> แผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดเชียงใหม่ ฐานข้อมูลย่านเมืองเก่า-ข้างน้อย 	<ul style="list-style-type: none"> แผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดขอนแก่น ฐานข้อมูลย่านศรีจันทร์ 		
ยุทธศาสตร์ที่ 2 Place making	16					<ul style="list-style-type: none"> ศรีจันทร์ Makeover 		
ยุทธศาสตร์ที่ 3 Strengthen Creative Business	15			<ul style="list-style-type: none"> Made in Charoenkrung Crowd Check 		<ul style="list-style-type: none"> Made in ข้างน้อย 		<ul style="list-style-type: none"> Designer in Residency
ยุทธศาสตร์ที่ 4 District Branding	4			<ul style="list-style-type: none"> เว็บไซต์ Creative cities dev บทความออนไลน์ 				
ยุทธศาสตร์ที่ 5 Co Creating a creative community	60			<ul style="list-style-type: none"> Bangkok Design Week ย่านเจริญกรุง-ตลาดน้อย ย่านอารีย์ ย่านทองหล่อ-เอกมัย ย่านสาทรย่าน BANGKOK CITY OF DESIGN 		<ul style="list-style-type: none"> Chiang Mai Design Week Isan Creative Festival 		

ตารางที่ 4.1.2. กลยุทธ์ที่ 2.1 การพัฒนาย่านสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์ จากแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

จาก รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2564 ของแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

4.3 โครงการที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่

การพัฒนาย่านสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์ ในยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นยุทธศาสตร์ที่ถูกนำมาใช้พัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงโดยตรง ซึ่งในส่วนนี้แสดงให้เห็นถึงการดำเนินโครงการรวมถึงปัญหาและผลผลิตที่เกิดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์และมีโครงการกิจกรรมที่สำคัญตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.3.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 Strategic planning จะเป็นเรื่องของข้อมูล มีการทำแผนทำฐานข้อมูลของเจริญกรุงต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2563-2565 โดยมีการวัดผลจากจำนวนธุรกิจที่เพิ่มขึ้นในพื้นที่เจริญกรุง โดยในพื้นที่มีจำนวนของธุรกิจสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี โดยจะเอาจำนวนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ปีก่อนมาเป็นตัวตั้งต้นและกำหนดเป้าหมายจำนวนที่จะเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นเป้าหมายให้ปีต่อ ๆ ไป



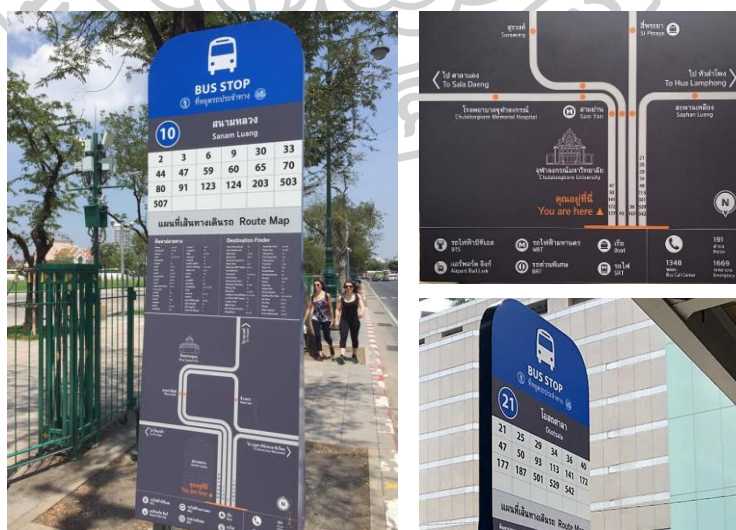
รูปภาพ 4.3.1 ตัวอย่างการทำฐานข้อมูลที่มีการเผยแพร่บนเว็บไซต์ CEA

จาก <https://creativity.cear.or.th/th/maps/#16/13.72738/100.512713>

4.3.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 Place making ในส่วนปี 2563-2565 นี้ สำหรับพื้นที่เจริญกรุงไม่ได้มีการดำเนินงานในส่วนยุทธศาสตร์ที่ 2 มากนัก เพราะตั้งแต่ปี 2561 ได้มีการดำเนินงานเกี่ยวกับ Place making หลายครั้ง เช่น ป้ายสัญลักษณ์ การพัฒนาพื้นที่สาธารณะ การทำ shading ในพื้นที่ต่าง ๆ ในปัจจุบันที่ยังคงเหลือคือพื้นที่ไม่ไผ่ทางเข้าท่าเรือสี่พระยา และส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง place making จะเกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานเป็นส่วนใหญ่ เวลาดำเนินการประสานงาน

กับทาง กทม. จึงมักได้ทำเป็นโครงการเชิงทดลอง ไม่ได้เป็นโครงการระยะยาว ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่โดยตรงคือโครงการ Streetscape ปี 2019 ซึ่งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เปิดทำการมาแล้ว 2 ปี ได้มีการตั้งคำถามกับการรับรู้ของคนในการเข้ามายังพื้นที่เจริญกรุง โดยได้มีการออกแบบพัฒนาพื้นที่สาธารณะ ทางเท้า และป้ายต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและแก้ปัญหาการเดินทางเข้าถึงในย่านเจริญกรุง โดยในโครงการดังกล่าวครอบคลุมเรื่องความปลอดภัยของการข้ามถนน การจัดการทางเท้า การสร้างประสบการณ์ในการเดินทางเข้ามาในพื้นที่ แสงสว่างในพื้นที่ โดยการดำเนินการดังกล่าวค่อนข้างจะยากลำบากเนื่องจาก กรุงเทพมหานคร ฯ เป็นหน่วยงานที่ใหญ่ ในแต่ละส่วนของพื้นที่มีผู้ดูแลรับผิดชอบที่ต่างกันไป เช่น ทางเท้าบางแห่งติดต่อกับสำนักโยธาธิการ ฯ บางแห่งต้องติดต่อกับสำนักระบายน้ำ เป็นต้น ซึ่งทำให้การดำเนินการเป็นไปด้วยความยากลำบาก

ในที่นี้การดำเนินโครงการในพื้นที่เจริญกรุงเชื่อว่าจะไม่ประสบผลสำเร็จในระยะยาว เพราะหากหน่วยงานเจ้าภาพคือ กรุงเทพมหานคร ฯ เข้ามาเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการ ตัวอย่างเช่น โครงการป้ายรถเมล์ที่เริ่มดำเนินการพัฒนาตั้งแต่ปี 2018 จาก Design week ที่ทำการ Workshop ในหัวข้อ “ขึ้นรถอย่างไรไม่ให้หลง” ได้มีการพัฒนาทำป้าย mock up ไปครอบตรงป้ายรถเมล์เดิม จากนั้นสำนักการจราจรและขนส่ง กรุงเทพมหานคร ฯ ร่วมกับกลุ่มเมเดย์ (Mayday) ได้พัฒนาต่อยอดและนำความคิดนี้ไปปรับใช้กับป้ายรถเมล์ทั่วกรุงเทพฯ ให้เป็นป้ายถาวรตามปัจจุบัน ที่เห็นได้ตามท้องถนน จะเห็นได้ว่าหากหน่วยงานหลักที่อยู่ในพื้นที่สามารถรับไปและดูแลต่อจะทำให้โครงการประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว



รูปภาพ 4.3.2 ตัวอย่างการต่อยอดโครงการ Workshop “ขึ้นรถอย่างไรไม่ให้หลง” กับป้ายรถเมล์ทั่วกรุงเทพฯ

จาก <https://nonstopasia.com/public-transport-bangkok-bus/>

4.3.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 Strengthen creative business ทางสำนักงานส่งเสริม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีโครงการ Made in Charoenkrung ซึ่งต้องทำการพัฒนาร่วมกันกับผู้ประกอบการ โดยจะเน้นไปที่ผู้ประกอบการดั้งเดิมและนักสร้างสรรค์ โดยหาวิธีร่วมกันว่าจะทำให้ธุรกิจดั้งเดิมในพื้นที่กลายเป็นธุรกิจสร้างสรรค์ได้อย่างไร ปัจจุบันเป็นปีที่ 3 ได้มีการพัฒนาผู้ประกอบการขึ้นมาได้ในระดับหนึ่งแล้ว โดยวัตถุประสงค์เพื่อให้ธุรกิจดั้งเดิมในพื้นที่สามารถปรับตัวไปกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ได้เคยมีการนำเอาผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมแต่ผลที่ได้ไม่เป็นที่น่าพอใจ ทางสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงได้มีการให้คำแนะนำด้วยตัวเอง ยกตัวอย่าง ร้านหมอนเฮงเสงในพื้นที่ เป็นร้านที่เปิดมาอย่างยาวนานเกือบ 100 ปี ปัจจุบันเป็นรุ่นที่ 3 โดยปัจจุบันดำเนินกิจการโดยคุณเจี๊ยบ ทางสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เชิญนักออกแบบ เข้ามามีส่วนร่วมและทำหมอนในรูปแบบใหม่ ทำให้ร้านมียอดขายที่ดีขึ้น และมีช่องทางการขายมากขึ้น นอกจากนี้สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังช่วยพัฒนาผู้ประกอบการนอกพื้นที่ให้มีพื้นที่ในการนำเสนอสินค้าสร้างสรรค์ของตนเองในพื้นที่เจริญกรุง



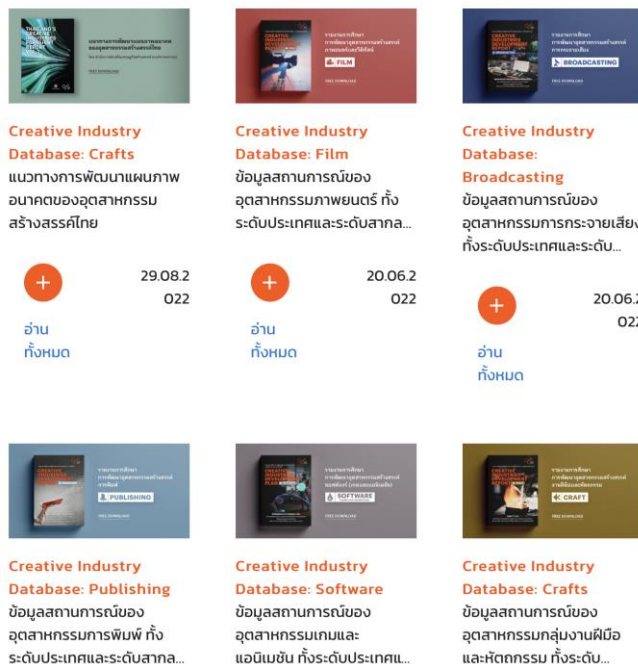
รูปภาพ 4.3.3 ตัวอย่างโครงการ Made in Charoenkrung กับการนำความคิดสร้างสรรค์มาปรับใช้
กับร้านหมอนเฮงเสง

จาก <https://web.facebook.com/HengsengTaladnoi/>

ในฐานะย่านที่เต็มไปด้วยธุรกิจเก่าแก่และช่างฝีมือดั้งเดิม บางเจ้าอายุกว่า 100 ปี บางเจ้าเหลือเพียงหนึ่งเดียวในกรุงเทพฯ หากปรับตัวไม่ทันธุรกิจเหล่านี้คงหายไปอย่างน่าเสียดาย โปรเจกต์นี้เกิดขึ้นมาเพื่อต่อยอดสินทรัพย์อันมีคุณค่าของย่านเจริญกรุง พัฒนาศักยภาพธุรกิจดั้งเดิม ในย่าน โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบเป็นเครื่องมือสำคัญ ผ่านการร่วมมือกันระหว่างรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ ทั้งนักออกแบบ ร้านค้า ธุรกิจ ช่างฝีมือ สร้างความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ที่จะกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะใน “เจริญกรุง” เพื่อให้ธุรกิจดั้งเดิมเหล่านี้สามารถปรับตัว อยู่รอด และเติบโตด้วยตัวเองได้อย่างยั่งยืน

4.3.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 District Branding จะเป็นการทำเว็บไซต์สำนักงาน ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำบทความเผยแพร่ในเรื่องของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยส่วนใหญ่จะเป็น ข้อมูลเกี่ยวกับเจริญกรุงมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ

ธุรกิจสร้างสรรค์ สัตว์รายอุตสาหกรรมของไทย บทวิจัยและรายงาน เกี่ยวกับ สำหรับนักพัฒนา



รูปภาพที่ 4.3.4 ตัวอย่างบทวิจัยและรายงานที่มีการเผยแพร่บนเว็บไซต์ www.cea.or.th

จาก <https://www.cea.or.th/th/research>

4.3.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 Co Creating a creative community เป็นในส่วนของ การทำเทศกาลต่าง ๆ ในพื้นที่ ทั้งในส่วนของ Bangkok Design week และ Bangkok City of Design ได้มีการริเริ่มขึ้นในย่านเจริญกรุง และขยายไปย่านทองหล่อ อารีย์ สามย่าน ซึ่งในการพัฒนาส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับยุทธศาสตร์ที่ 4 ในแผนใหญ่คือแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (2563-2565) ของโครงการพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และโครงการย่านสร้างสรรค์ต้นแบบ ซึ่งระบุงบประมาณคือ 120 และ 90 ล้านบาท ต่อปี แต่งบประมาณที่ได้รับไม่เป็นไปตามแผนที่ระบุไว้ เพราะตามงบประมาณแผนที่ปรากฏเป็นเพียงข้อเสนอที่ต้องการเท่านั้น ในปี 2565 จากการศึกษาพบว่าทางสำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้งบประมาณเพื่อพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพียง 30 ล้านบาท ซึ่งใช้กับการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ 5 แห่ง รวมถึงงาน Design week ที่ใช้งบประมาณเฉลี่ย 20 ล้านบาท

เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2565 (Bangkok Design Week 2022)

เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ หรือ Bangkok Design Week (BKDW) มุ่งนำเสนอ งานออกแบบและงานสร้างสรรค์ ที่สะท้อนความคิดและความเป็นไปได้ใหม่ๆ ของกรุงเทพฯ ต่อสถานการณ์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ผ่านงานสร้างสรรค์ตั้งแต่ระดับของงานทดลองไปจนถึงผลงานที่ส่งผลด้านธุรกิจและเพื่อสังคม ที่จัดแสดงผ่านการใช้งานพื้นที่ในเมืองในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Districts) ต่าง ๆ ที่กลมกลืนไปกับบริบทอันเป็นเสน่ห์ของกรุงเทพฯ พร้อมด้วยการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสีสันและประสบการณ์ที่สนุกสนานและน่าจดจำให้กับชาวเมือง อีกทั้งยังดึงดูดให้ผู้คนจากทั่วโลกเดินทางมาสัมผัสกับความเคลื่อนไหวล่าสุดของกรุงเทพฯ โดยมีแนวคิดหลักครอบคลุมทั้งสามมิติ ได้แก่ อยู่ดี (City & Living) กินดี (Well-Being & Gastronomy) และธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Business)

เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ เป็นเทศกาลสำคัญที่ได้รับการบรรจุไว้ในปฏิทินกิจกรรมของกรุงเทพมหานคร และเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการผลักดันให้กรุงเทพมหานครได้รับคัดเลือกเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก (UNESCO Creative City Network) ในสาขาด้านการออกแบบ (Bangkok City of Design) เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ ดำเนินการโดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA ร่วมกับผู้ร่วมจัดงานทั้งภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา และองค์กรระหว่างประเทศกว่า 60 หน่วยงาน รวมถึงนักออกแบบและธุรกิจสร้างสรรค์กว่า 2,000 ราย โดยมียอดผู้เข้าชมงานทั้งไทยและ

ต่างประเทศรวมแล้วมากกว่า 400,000 คน ในแต่ละปี ด้วยจำนวนผู้เข้าชมเทศกาล ฯ กว่า 1,300,000 คน และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นระหว่างเทศกาลฯ รวมเป็นจำนวนสูงถึง 969,000,000 บาท ในการจัดเทศกาลฯ 4 ครั้ง เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ นำเสนอความเป็นไปได้ใหม่ ๆ และศักยภาพสำคัญของนักสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ หน่วยงานจากภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ไปจนถึงหน่วยงานความร่วมมือต่าง ๆ ทั้งจากในและต่างประเทศ

ผลสรุปภาพรวม

SUMMARY

มูลค่าทางเศรษฐกิจ (บาท)	มูลค่าสื่อ (บาท)	ผู้เข้าชมงาน (คน)	ผู้ร่วมจัดงาน (คน)
969M	257M	1.3M	4.2K



รูปภาพที่ 4.3.6 สรุปภาพรวมการจัดงานเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ ตั้งแต่ปี 2018 – 2021

จาก <https://www.cea.or.th/th/single-statistic/cea-soft-power>

การจัดงานเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ ฯ ไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย ทั้งในแง่ของการเป็นเวทีแสดงผลงานของนักออกแบบและธุรกิจสร้างสรรค์ กระตุ้นให้เกิดการแข่งขัน ตลอดจนการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ แต่ยังส่งผลกระทบต่อเชิงบวกที่ขยายผลสู่ธุรกิจแวดล้อมต่าง ๆ เช่น การตลาด การพิมพ์ สื่อออนไลน์ แกลเลอรี ร้านอาหาร ร้านค้า ธุรกิจของฝาก-ของที่ระลึก ลอจิสติกส์ การท่องเที่ยว ที่พักโรงแรม และบริการขนส่งมวลชน ฯลฯ อีกด้วย

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าทั้ง 5 ยุทธศาสตร์โดยส่วนใหญ่มีการประเมินผลสำเร็จทุกโครงการแต่ความเข้มข้นไม่เท่ากัน ตัวอย่างโครงการใหญ่ ๆ เช่น เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ ฯ จะมีบริษัทภายนอกเข้ามาประเมินผล แต่หากเป็นโครงการที่ไม่ใหญ่มาก เช่น Made in Charoenkrung

จะมีเพียงการประมาณการรายได้ที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการต่อวันและหาค่าเฉลี่ย ซึ่งไม่เป็นรูปธรรม และไม่ได้มีการเผยแพร่ให้ภายนอกรับรู้ จากข้อมูลพบว่าทุกโครงการมักประสบผลสำเร็จ แต่มีบางโครงการที่ไม่ประสบผลสำเร็จเพราะไม่มีการสานต่อในระยะยาว เช่น โครงการ Place making ที่ไม่สามารถสานต่อโครงการไปได้ในระยะยาว รวมถึงโครงการ Made in Charoenkrung โครงการพัฒนาผู้ประกอบการบางส่วนไม่ประสบผลสำเร็จเพราะผู้ประกอบการบางรายไม่มีทุนที่จะนำไปพัฒนาต่อในระยะยาว ทางสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงได้มีการแก้ปัญหาในปีต่อ ๆ มาคือมีการนำต้นทุนการผลิตมาคิดตั้งแต่ตอนริเริ่มโครงการ เพื่อจำกัดต้นทุนให้ผู้ประกอบการสามารถตีเป็นกรอบที่สามารถทำต่อไปได้ในระยะยาว

4.3.7 ปัญหาที่พบและผลที่ได้จากโครงการ

ปัจจุบันเจริญกรุงถือว่าเป็นเมืองสร้างสรรค์ที่ขึ้นทะเบียนขององค์การยูเนสโกแล้ว เพราะอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครซึ่งได้รับเลือกเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ จึงสามารถนำมาเป็นพื้นที่ต้นแบบให้กับพื้นที่อื่น โดยมีการปรับใช้กับพื้นที่อื่น ทั้งในกรุงเทพ และจังหวัดอื่น ตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัยศิลปากรเขตพระนครมีการพัฒนาพื้นที่ปากคลองตลาดร่วมกันกับพื้นที่เจริญกรุง โดยนอกจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังมี UDDC ที่ได้มีการนำมาพัฒนาต่อและกรุงเทพมหานครฯ รับผิดชอบไปก่อสร้างให้เกิดขึ้นจริง ตัวอย่างเช่น สวนลอยฟ้าแห่งแรกของไทย "พระปกเกล้าฯ สกายปาร์ค" ที่มีการนำโครงสร้างรถไฟฟ้าอาลิโนที่หยุดการก่อสร้างกลางคันเพราะบริษัทปิดกิจการ และทิ้งซากสะพานกลางสะพานพระปกเกล้ามาทำสวนสาธารณะ



รูปภาพที่ 4.3.13 รูปภาพแสดงพื้นที่สวนสาธารณะลอยฟ้าพระปกเกล้าฯ สกายปาร์ค

<https://thematter.co/social/environment/skypark/114459>

นอกจากนี้ พระปกเกล้าสกายปาร์ค ยังเชื่อมต่อการสัญจรระหว่างฝั่งธนบุรีและฝั่งพระนคร พร้อมทั้งเชื่อมต่อพื้นที่และส่งเสริมภูมิทัศน์ย่านกะดีจีน-คลองสาน และสวนป่ากรุงเทพมหานครเฉลิมพระเกียรติ เชิงสะพานพระปกเกล้า เขตคลองสาน เข้ากับสวนสมเด็จพระปกเกล้าฯ เขตพระนคร ต่อเนื่องไปจนถึงบริเวณคลองรอบกรุงรัตนโกสินทร์ และย่านอื่น ๆ เช่น พาหุรัด ปากคลองตลาด คลองโอ่งอ่าง คลองถม สะพานหัน เป็นต้น

แต่ถึงกระนั้นการดำเนินการโครงการต่าง ๆ ภายในพื้นที่เจริญกรุงค่อนข้างจะยากลำบากเนื่องจาก กรุงเทพมหานคร ฯ เป็นหน่วยงานใหญ่ ในแต่ละส่วนของพื้นที่มีผู้ดูแลรับผิดชอบที่ต่างกันไป ทำให้การดำเนินการเป็นไปด้วยความยากลำบาก เพราะมีหลากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ส่งผลโครงการที่ดำเนินอยู่ในพื้นที่อยู่ได้แค่ระยะเวลานานๆ ถือเป็นปัญหาอย่างหนึ่งของการดำเนินการในพื้นที่เจริญกรุง เนื่องจากการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ในส่วนของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหน่วยงานที่พยายามส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์การทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นในที่นี้คือกรุงเทพมหานคร ฯ อาจทำให้หน่วยงานอื่นไม่สามารถเห็นภาพผลลัพธ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้น ทำแล้วจะเกิดผลเช่นไร บริหารจัดการต่ออย่างไร จะจัดการงบประมาณต่อได้อย่างไร เพราะถึงแม้สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะริเริ่มโครงการที่ดี แต่อาจไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ในระยะยาว เพราะหากจะดำเนินการในระยะยาวจะต้องมีหน่วยงานเจ้าภาพในพื้นที่มารับไปดำเนินการต่อ แต่ทางฝั่งเจ้าภาพในพื้นที่ยังไม่สามารถบริหารจัดการและรับไปจัดการต่อได้

จากแผนตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์ที่ 2 มีการรายงานความคืบหน้าล่าสุดเมื่อปี 2564 โดยมีรายละเอียดตัวชี้วัด ดังนี้

1. พื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำนวน 4 แห่ง
2. ฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3 แห่ง
3. กิจกรรมพัฒนาและกระตุ้นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยงานเทศกาล (Creative Festival) 1 ครั้ง
4. ย่านสร้างสรรค์ได้รับการขยายผล ภายใต้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก 1 เมือง
5. สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า (จากเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพ ฯ) 200 ลบ.

โดยผลลัพธ์ที่ได้จากปี 2564 พบว่า เป็นไปตามแผนแล้วทั้งหมด เพราะในปัจจุบัน มีย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วจำนวน 5 แห่ง มีฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วจำนวน 4 แห่ง โดยมีการจัดกิจกรรมพัฒนาและกระตุ้นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยงานเทศกาลแล้ว 1 ครั้ง คือ เทศกาลงานการออกแบบกรุงเทพ 2564 ระหว่างวันที่ 8 พฤษภาคม – 31 กรกฎาคม 2564 นอกจากนี้ยังมีย่านสร้างสรรค์ที่ได้รับการขยายผล ภายใต้อำเภอเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก 1 เมือง คือ เชียงราย และการจัดเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจไปแล้ว 219 ล้านบาท โดยการประเมินจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCCEB)

ถึงแม้การดำเนินโครงการในพื้นที่เจริญกรุงตามแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นอันลุล่วงตามเป้าหมายแล้วในปัจจุบัน แต่จากการศึกษาพบว่ายังมีปัญหาในด้านงบประมาณที่ไม่เพียงพอต่อโครงการที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้าไปมีส่วนร่วม ตัวอย่างเช่น การจัดงานเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพ ฯ ในแต่ละปีสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ลงทุนเองประมาณ 20 ล้านบาท และผู้สนับสนุนที่ให้การสนับสนุนโครงการ รวมแล้วประมาณ 30 ล้านบาท แต่มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นประมาณ 200 ล้าน ซึ่งถือเป็นโครงการที่คุ้มค่าแต่ในเรื่องของงบประมาณที่ได้รับมายังไม่เพียงพอต่อการจัดโครงการย่อยอื่น ๆ เช่นใน เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพ ฯ ทางสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีเงินสนับสนุนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมประมาณ 100,000 ต่อกิจการ แต่ทางผู้ประกอบการหาเครือข่ายผู้สนับสนุนจากแหล่งอื่นมาเอง สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเปรียบเสมือนศูนย์กลางและเวทีในการแสดงผลงาน นอกจากนี้การลงพื้นที่ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์งบประมาณที่ได้ในแต่ละครั้งคือ 100,000 – 500,000 บาท ซึ่งยังถือว่ายังไม่เพียงพอต่อโครงการที่ต้องการให้เกิดขึ้นในพื้นที่ และเพื่อให้โครงการสามารถเกิดขึ้นจึงต้องมีการร่วมมือและบูรณาการร่วมกันของคนในพื้นที่เอง ทั้งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชนในพื้นที่ เพราะสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เองมีหน้าที่เพียงเข้าไปตั้งต้นความคิดหรือโครงการแต่คนที่จะต้องสานต่อให้เกิดขึ้นต่อไปคือคนในพื้นที่ โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเข้าไปพัฒนาศักยภาพด้านธุรกิจเพื่อให้คนในพื้นที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แต่คนในพื้นที่จะต้องเป็นคนมารับและนำไปสานต่อ ตัวอย่างเช่น การลงพื้นที่ในนครศรีธรรมราช ทางสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีงบประมาณตั้งต้นเพียง 500,000 บาท แต่ได้มีการขอความร่วมมือจากวัฒนธรรมจังหวัดจึงได้งบประมาณเพิ่มอีก 500,000 บาท รวมเป็น 1,000,000 บาท และโครงการจากการประเมินต้องใช้งบประมาณจริงถึง 3,000,000 บาท แต่

โครงการก็เกิดขึ้นได้ เนื่องจากการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ที่เข้ามาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ทั้งค่าสถานที่ กลุ่มนักสร้างสรรค์ที่เข้ามามีส่วนร่วมทำให้โครงการในจังหวัดนครศรีธรรมราชเกิดขึ้นจริง ทางสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงพยายามทำงานกับเครือข่ายต่าง ๆ ในพื้นที่เพื่อให้ทุกกิจกรรมที่มีงบจำกัดสำเร็จลุล่วงไปได้

ในส่วนของทรัพยากรบุคลากรในโครงการเชิงพื้นที่ยังไม่เพียงพอ ตัวอย่างคือใน 1 ปี ต้องลงพื้นที่เพื่อทำโครงการประมาณ 8-10 จังหวัดต่อปี แต่ในสำนักพื้นที่มีบุคลากรเพียง 11 คน ทำให้การลงพื้นที่ต้องแบ่งทีมเพียง 2-3 คน ครอบคลุมจังหวัดถึง 2-4 จังหวัด ซึ่งค่อนข้างหนักต่อการทำงาน และไม่เพียงพอต่อการทำงาน โดยในปัจจุบันต้องมีการจัดการไม่ให้แต่ละจังหวัดมีงานที่จัดขึ้นพร้อมกัน จึงจะเพียงพอต่อการทำงาน และแบ่งหน้าที่แต่ละคนให้ทำในแต่ละส่วน เช่น ส่วนของกลยุทธ์ทำในเรื่องของวิจัย เรื่องฐานข้อมูล เรื่องดัชนีเมืองสร้างสรรค์ เรื่องเครือข่ายและหน่วยงานของพื้นที่นั้น ๆ ที่มักขอความร่วมมือจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการจัดกิจกรรมหรือโครงการเพิ่มเติมตามที่หน่วยงานในพื้นที่ร้องขอจึงทำให้ในปัจจุบันบุคลากรยังไม่เพียงพอต่องานที่มี

จากการศึกษาผลที่ได้จากการโครงการต่าง ๆ พบว่าเจริญกรุงในปัจจุบันสามารถเติบโตและดำเนินไปได้ด้วยตัวเองแล้ว เพราะตั้งแต่ริเริ่มโครงการมาทำให้มีโครงการขนาดใหญ่ของภาคเอกชนเข้ามาในพื้นที่ 2 โครงการ คือ โครงการ Central Original และ โครงการ Cat Tower ที่พัฒนาโครงการเป็นท่าเรือใหม่ ซึ่งตามมาด้วยพื้นที่จัดนิทรรศการ ร้านอาหาร คาเฟ่ ต่าง ๆ พื้นที่ในเจริญกรุงมีการปรับตัวมีการนำอาคารหรือตึกเก่ามาใช้ใหม่ ในส่วนของทิศทางในอนาคตจะเป็นในเรื่องของประเด็นย่อย ๆ เช่น ในพื้นที่ชุมชนมัสยิดฮารูนต้องการทำตลาดฮาลาล ทางสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องการที่จะเข้าไปส่งเสริมในด้านความสะอาด การจัดการขยะ หรือในส่วนของชุมชนตลาดน้อยก็พยายามส่งเสริมการต่อยอดวัตถุดิบในพื้นที่ จากที่ทางสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์บางอย่างให้แล้ว นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงบางอย่างในพื้นที่เจริญกรุงก็ไม่ได้มาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียว เพราะมีการริเริ่มให้เห็นทำให้พื้นที่มีการตื่นตัว จึงเกิดโครงการต่าง ๆ ขึ้น ตัวอย่างเช่น ทำน้ำสวนปวย บริเวณตลาดน้อยที่เคยเป็นโรงกลึงเก่า ซึ่งเป็นโครงการที่คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับอาสาสมัคร โดยปรับพื้นที่ที่รกร้าง ไม่ได้ถูกใช้งานให้ถูกใช้งานอย่างมีคุณภาพ ปัจจุบันเป็นสวนสาธารณะ และพิพิธภัณฑ์ชุมชนตลาดน้อย นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือกันกับวัดปทุมคงคา และกรมเจ้าท่า ทำพื้นที่เชื่อมชุมชนริมน้ำ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ประเมินนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์” มีวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์ และเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน สรุปผลการศึกษาพบว่า

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 เพื่อประเมินนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์

จากการศึกษาเพื่อประเมินนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้แบบประเมินผลแบบชิปโมเดล (CIPP Model) โดยมีวัตถุประสงค์ในการประเมินผลความเหมาะสม 4 ด้าน ได้แก่

5.1.1.1 การประเมินสถานะแวดล้อมหรือบริบทของโครงการ (Context Evaluation)

สภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา การปรับตัวของเจริญกรุงให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง จึงต้องมีการติดตามและทำความเข้าใจ เพื่อที่จะได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมดังกล่าว โดยสภาพแวดล้อมของเจริญกรุงแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ นโยบาย เศรษฐกิจ สังคม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. นโยบาย

มีการพัฒนาเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์เรื่อยมาก่อนมีการประกาศใช้แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565) โดยประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เรื่อยมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2559 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 - 11 ได้มีการพูดถึงการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่นโยบายและแนวทางการพัฒนาส่วนใหญ่ยังขาดหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและดำเนินงานจึงทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังไม่ได้ผลที่เป็นรูปธรรม จนในช่วงปี พ.ศ. 2559 ได้มีการจัดตั้ง

คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ ทำให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ถูกใช้เป็นแนวทางการพัฒนาทางเศรษฐกิจสำคัญของประเทศในยุทธศาสตร์ที่ 3 ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 นอกจากนี้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังได้เป็นแนวนโยบายให้โมเดลประเทศไทย 4.0 และประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี รวมถึงนโยบายรัฐบาลของนายกรัฐมนตรีปัจจุบัน (พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา) และแผนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแสใหม่ ส่งผลให้มีการจัดทำ แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565) เพื่อตอบสนองนโยบายภาครัฐที่กล่าวมา โดยแผนปฏิบัติการนี้ได้มีการระบุให้หน่วยงานต่าง ๆ รับผิดชอบโครงการในแต่ละยุทธศาสตร์ที่แตกต่างกันไป โดยมีสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นเลขานุการและทำหน้าที่ประสานงาน โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) มีแผนปฏิบัติการของสำนัก ๆ เอง ซึ่งเป็นแผนหลักที่มีการนำมาปฏิบัติใช้กับพื้นที่เจริญกรุงคือ **แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)** จัดทำขึ้นเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย เป็นไปตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายของการพัฒนาในระยะยาวที่กำหนดไว้ ตามแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์หลัก คือ การพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ การส่งเสริมการยกระดับความคิดและทักษะสร้างสรรค์ให้กับคนไทย การพัฒนาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย และการพัฒนาศักยภาพสู่องค์กรหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากการศึกษาพบว่า ประเด็นหลักของนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอยู่ 4 ประเด็น คือ

1. **พัฒนาข้อมูล** คือการสร้างและจัดการองค์ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อปูทางให้สังคมและประชาชนเข้าถึงข้อมูลเพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย
2. **พัฒนาคน** โดยพัฒนาและยกระดับทักษะความสามารถของคนในธุรกิจสร้างสรรค์ รวมถึงกระตุ้นการคิดเชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย
3. **พัฒนาธุรกิจ** โดยยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
4. **พัฒนาเมืองและระบบนิเวศ** โดยพัฒนาพื้นที่ที่พร้อมรับกลุ่มคนสร้างสรรค์ กลไกที่สนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ และมีบรรยากาศที่พร้อมให้เกิดธุรกิจสร้างสรรค์ขึ้น รวมไปถึงส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิดเชิงสร้างสรรค์

โดยจากการศึกษาการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศต่าง ๆ องค์ประกอบและปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ประเด็นการพัฒนาหรือปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หน่วยงานภาครัฐมีบทบาท

เกี่ยวข้องควรพิจารณาและให้การสนับสนุน เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบหรือที่เรียกว่า “นิเวศสร้างสรรค์” (Creative Ecology) พบว่า นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเป็นไปตามที่ได้มีการศึกษาเกือบทั้งหมด แต่ยังขาดประเด็นในการส่งเสริม การพัฒนาด้านการเงินและการลงทุนสร้างสรรค์ (Finance and Investment) ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการรายย่อย การลงทุนของภาครัฐ รวมถึงสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษทางภาษีซึ่งแทบทุกประเทศที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาคใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. เศรษฐกิจ

จากการประเมินสถานการณ์ธุรกิจสร้างสรรค์ประเภทนิติบุคคลในปี 2564 พบว่า ผลประกอบการมีแนวโน้มลดลง สืบเนื่องจาก ปัญหาโควิด-19 ที่ยืดเยื้อมาตั้งแต่ปลายปี 2562 จนทำให้ทั่วโลกต้องมีมาตรการในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์โควิด เช่น มาตรการในการ lock down มาตรการในการจำกัดการเดินทางออกในประเทศและนอกประเทศ รวมถึงมาตรการในการสั่งปิดห้างร้านต่าง ๆ ซึ่งมาตรการเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อสถานะเศรษฐกิจโดยตรง ดังนั้น ภาคธุรกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่เจริญกรุงจึงได้รับผลกระทบจากมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้ภาคธุรกิจมีศักยภาพการทำกำไรลดลง สำหรับสถานการณ์ธุรกิจสร้างสรรค์ในปี 2563 ธุรกิจที่มีอยู่เดิมยังสามารถประคองตัวได้ แต่กิจการที่จัดตั้งใหม่มีแนวโน้มลดลง ธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีความสามารถในการทำกำไรมีจำนวนลดลงเฉลี่ยร้อยละ 17.1 ยกเว้นธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ยังเติบโตได้ ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากมาตรการควบคุมโรคและการ work from home ของประชาชน ได้แก่ ซอฟต์แวร์ อาหารไทย งานฝีมือและหัตถกรรม (สินค้าในกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ ของแต่งบ้าน เครื่องประดับ และอุปกรณ์เครื่องเขียน)

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายแขนงต้องหยุดตัวลงชั่วคราว พิชิตภัณฑ์ แกลเลอรี ตลอดจนอุตสาหกรรมบันเทิง เช่น งานแสดงดนตรี กิจกรรมการแสดงต้องระงับทั้งหมด ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจของธนาคารไทยพาณิชย์ หรือ SCB EIC ได้ประเมินเศรษฐกิจไทยถดถอยและหดตัวลงเป็น -4.0% YOY ต่ำสุดในรอบ 90 ปี พร้อมทั้งปรับประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2563 หดตัวมากถึง -7.3% ซึ่งกระทบภาคการท่องเที่ยวและภาคการส่งออกอย่างรุนแรง

ดังนั้น สภาพเศรษฐกิจจึงมีผลโดยตรงต่อการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ เนื่องจากในประเทศไทยใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นกรอบทิศทางการดำเนินนโยบายการพัฒนา หากเศรษฐกิจดี การพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ก็จะเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว หากเศรษฐกิจซบเซาหรือมีการชะลอตัวเช่นในช่วงปีที่มีการระบาดของไวรัสโควิด - 19 จะส่งผลต่อ

การพัฒนาย่านสร้างสรรค์ โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง แต่ในด้านนโยบายการพัฒนา ยังไม่มีการแก้ไขปรับปรุงให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน

3. สังคม

ชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัสยิดฮารูน และชุมชนตลาดน้อย คือ 2 ชุมชนในพื้นที่เจริญกรุง ซึ่งทั้ง 2 ชุมชนมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน ทำให้พื้นที่มีทุนทางด้านวัฒนธรรมให้ต่อยอดเป็นย่านสร้างสรรค์ได้ โดยทั้ง 2 ชุมชนมีลักษณะเด่น คือมีความเป็นพหุวัฒนธรรม เพราะมีการอยู่ร่วมกันของคน 3 ศาสนา ทั้งศาสนาพุทธ อิสลาม และคริสต์ อีกทั้งมีการสร้างจุดเด่นของชุมชนด้วยการใช้ศิลปะก่อนที่เจริญกรุงจะถูกเลือกเป็นพื้นที่สร้างสรรค์ ตัวอย่าง เช่น ภาพวาดสตรีทอาร์ตซึ่งวาดที่ผนังอาคารในชุมชนดำเนินการโดยกลุ่มศิลปินในนามบูกรุก ซึ่งเป็นหนึ่งในเส้นทางจัดแสดงงาน Bangkok Fashion week

จากการศึกษาข้อมูลจากชมรมเยาวชนมุสลิมฮารูน พบว่า ในปี 2561 ได้เริ่มกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ โดยคณะทำงานจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกับนักออกแบบและสถาปนิกในชุมชนซอยวัดม่วงแคและมัสยิดฮารูน และชุมชนตลาดน้อย เพื่อศึกษาสอบถามข้อมูล โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ และจากการศึกษางานวิจัยชุมชนกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง ของ นางสาว รุจจิรา รัตนธรรม พบว่า ชุมชนมีบทบาทในการให้ข้อมูล และร่วมตัดสินใจ แต่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการออกแบบโครงการที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ไม่ได้มีส่วนร่วมในการวางแผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายในพื้นที่ รวมไปถึงการดำเนินการและการประเมินหลังจากเสร็จสิ้นโครงการ ดังนั้นลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนจะมีในลักษณะการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการพัฒนาที่เกิดจากภาครัฐเป็นหลักทำให้ชุมชนไม่สามารถพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ด้วยตนเอง หากภาครัฐไม่มีการขับเคลื่อนทางชุมชนก็ไม่มีการดำเนินการต่อ โดยชุมชนยังไม่มีพลังในการลุกขึ้นมาดำเนินการด้วยตนเอง

5.1.1.2 การประเมินปัจจัยนำเข้าของโครงการ (Input Evaluation)

เนื่องจากนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ในปัจจุบันยังถือเป็นแผนส่งเสริมระยะสั้นและยังถือเป็นการเริ่มต้นการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเป็นทางการทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ และการบริหารจัดการ โดยในด้านบุคลากรจากการศึกษาโครงการที่เกิดขึ้นในพื้นที่เจริญกรุงพบว่ายังขาดแคลนบุคลากรในการดำเนินโครงการ และการเข้าไปสังเกตการณ์ในกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่พบว่าการดำเนินงานอาศัยเจ้าหน้าที่ภายนอกหรือหน่วยงานอื่นเป็นหลัก โดยในด้านงบประมาณจากการศึกษาแผนส่งเสริม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565) พบว่า งบประมาณที่ได้ในแผนกับงบประมาณในการจัดโครงการที่เกิดขึ้นจริงไม่ตรงกัน รวมถึงงบประมาณที่ได้ยังไม่เพียงพอกับปริมาณโครงการที่เกิดขึ้น โดยในปัจจุบันได้มีการขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณ รวมถึงงบประมาณที่ใช้ในการริเริ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่เจริญกรุงตามนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คนในพื้นที่ที่จะรับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปปรับใช้กับธุรกิจของตนยังขาดต้นทุนในการผลิต และในด้านการบริหารจัดการยังคงค่อนข้างยากลำบากในการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพราะหน่วยงานอื่นไม่มีผู้รับผิดชอบด้านนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเฉพาะ ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการค่อนข้างมาก

5.1.1.3 การประเมินกระบวนการดำเนินงานของโครงการ (Process Evaluation)

จากการศึกษาพบว่ากระบวนการดำเนินการในพื้นที่มีปัญหา 3 ประเด็น คือ

1. จากโครงการที่เกิดขึ้นในพื้นที่เจริญกรุงพบว่า การดำเนินโครงการยังไม่สามารถดำเนินการได้เพียงลำพัง ต้องขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วง อันเนื่องมาจากปัจจัยนำเข้าที่ยังไม่เพียงพอในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากร งบประมาณ และการบริหารจัดการ ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานโดยตรง

2. แผนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแผนแต่ละแผนมีการระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง แต่การมีส่วนร่วมในการทำงานของแต่ละหน่วยงานมักเป็นไปด้วยความล่าช้า เพราะจะต้องอาศัยหน่วยงานกลางอย่างสำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการประสานงานต่าง ๆ และยังมีขั้นตอนการดำเนินงานที่มีสายการบังคับบัญชาค่อนข้างมาก ประกอบกับความไม่เพียงพอทั้งด้านบุคลากร และงบประมาณยิ่งทำให้การดำเนินการล่าช้าและขาดความคล่องตัว ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ จึงเป็นสาเหตุที่สำคัญ ที่ทำให้การดำเนินการโครงการในพื้นที่ ประสบปัญหา มีอุปสรรค ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินโครงการในพื้นที่

3. คนในพื้นที่ยังไม่ค่อยมีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานมากนัก ลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนจะมีในลักษณะการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการพัฒนาที่เกิดจากภาครัฐเป็นหลักทำให้ชุมชนไม่สามารถพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ด้วยตนเอง หากภาครัฐไม่มีการขับเคลื่อนทางชุมชนก็ไม่มีการดำเนินการต่อ โดยชุมชนยังไม่มีพลังในการลุกขึ้นมาดำเนินการด้วยตนเอง

5.1.1.4 การประเมินผลผลิตของโครงการ (Product Evaluation)

จากตัวชี้วัดที่ได้จากกลยุทธ์ที่ 2.1 การพัฒนาย่านสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์ในยุทธศาสตร์ที่ 2 คือยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และกลไกสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ ซึ่งถูกนำมาใช้พัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงโดยตรง ในแผนปฏิบัติการสำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พบว่าในปี พ.ศ. 2564 พื้นที่เจริญกรุงมีส่วนทำให้เกิดผลสำเร็จตามตัวชี้วัด 3 ประการคือ

1. กิจกรรมพัฒนาและกระตุ้นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยงานเทศกาล (Creative Festival) 1 ครั้ง โดยในที่นี่คือเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพ ฯ ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่เจริญกรุง

2. ย่านสร้างสรรค์ได้รับการขยายผล ภายใต้อาคารย่านเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก 1 เมือง โดยในที่นี่เป็นผลพวงจากการต่อยอดพื้นที่ต้นแบบเจริญกรุงไปสู่พื้นที่อื่นคือพื้นที่จังหวัดเชียงรายซึ่งถูกประกาศให้เป็นเครือข่ายสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโกแล้ว

3. สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า 200 ล้านบาท โดยในที่นี่เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพ ฯ ได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจถึง 219 ล้านบาท ประเมินโดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

โดยแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) มีการจัดทำผลการดำเนินงานเป็นรายปี แต่ในแผนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565) หรือแผนใหญ่ซึ่งมีการระบุหน่วยงานผู้รับผิดชอบโดยตรง จากการศึกษาพบว่าความคืบหน้าและผลสำเร็จต่าง ๆ จากแผนยังไม่มีรายงานอย่างเป็นรูปธรรม

ปัจจุบันพื้นที่เจริญกรุงสามารถดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ภายในพื้นที่ให้ดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเองแล้ว เพราะก่อนที่จะมีการบังคับใช้แผนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันพื้นที่เจริญกรุงได้มีการพัฒนาจากหลายภาคส่วน และได้รับเลือกให้เป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบบทบาทของนโยบายภาครัฐในปัจจุบันจึงเน้นไปที่การให้การสนับสนุนการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1. ประเมินนโยบายของภาครัฐภายในพื้นที่ย่านเจริญกรุงที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์

จากการประเมินผลด้วยแบบจำลองการประเมินซิปโมเดล ในส่วนของการประเมินสถานะแวดล้อมโครงการ นโยบายภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาย่านสร้างสรรค์โดยตรงคือแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ที่มอบหมายให้

หน่วยงานต่าง ๆ รับผิดชอบในแต่ละโครงการ โดยมีสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นตัวกลางในการประสานงาน และทางสำนักงานส่งเสริมเองยังมีแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563 – 2565 ที่รับผิดชอบและดำเนินโครงการด้วยตนเอง โดยแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563 – 2565 มีการบังคับใช้ในพื้นที่และเห็นผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภาครัฐเป็นไปตามปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้มีการศึกษาเกือบทั้งหมด แต่ยังคงขาดประเด็นในการส่งเสริม การพัฒนาด้านการเงินและการลงทุนสร้างสรรค์ (Finance and Investment) ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการรายย่อย การลงทุนของภาครัฐ รวมถึงสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษทางภาษีซึ่งแทบทุกประเทศที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาคใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในส่วนของปัจจัยด้านเศรษฐกิจยังต้องมีการปรับตัวของภาครัฐที่สร้างสรรค์ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด (Covid-19) โดยกิจกรรมในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง แต่ในด้านนโยบายการพัฒนายังไม่มีการแก้ไขปรับปรุงให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นไปด้วยความยากลำบาก เพราะการดำเนินนโยบายไม่ได้มีการให้การสนับสนุนในด้านนี้ และในส่วนปัจจัยด้านสังคม พบการมีส่วนร่วมของชุมชน แต่มีในบทบาทการให้ข้อมูล และร่วมตัดสินใจ แต่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการออกแบบโครงการที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ไม่ได้มีส่วนร่วมในการวางแผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายในพื้นที่ รวมไปถึงการดำเนินการและการประเมินหลังจากเสร็จสิ้นโครงการ ดังนั้นลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนจะมีในลักษณะการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการพัฒนาที่เกิดจากภาครัฐเป็นหลัก ทำให้ชุมชนไม่สามารถพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ด้วยตนเอง หากภาครัฐไม่มีการขับเคลื่อนทางชุมชนก็ไม่มีการดำเนินการต่อ โดยชุมชนยังไม่มีพลังในการลุกขึ้นมาดำเนินการด้วยตนเอง

ในส่วนของการประเมินปัจจัยนำเข้าของโครงการเนื่องจากนโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ในปัจจุบันยังถือเป็นแผนส่งเสริมระยะสั้น และยังถือเป็นการเริ่มต้นการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมทั้งในด้านบุคลากร งบประมาณ และการบริหารจัดการ โดยในด้านบุคลากรจากการศึกษาโครงการที่เกิดขึ้นในพื้นที่เจริญกรุงพบว่ายังขาดแคลนบุคลากรในการดำเนินโครงการ และการเข้าไปสังเกตการณ์ในกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่พบว่าการดำเนินงานอาศัยเจ้าหน้าที่ภายนอกหรือหน่วยงานอื่นเป็นหลัก โดยในด้านงบประมาณจากการศึกษาแผนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565) พบว่า งบประมาณที่ได้ในแผนกับงบประมาณในการจัดโครงการที่เกิดขึ้นจริงไม่ตรงกัน รวมถึงงบประมาณที่ได้ยังไม่เพียงพอกับปริมาณโครงการที่เกิดขึ้น และยังขาดงบประมาณในการสนับสนุนต้นทุนการผลิตของคนในพื้นที่ที่จะรับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปปรับใช้กับธุรกิจของตนเอง การบริหารจัดการยังคงค่อนข้างยากลำบากในการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพราะ

หน่วยงานอื่นไม่มีผู้รับผิดชอบด้านนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเฉพาะ ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการค่อนข้างมาก

ในส่วนของการประเมินกระบวนการดำเนินงานของโครงการพบปัญหาที่เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากปัจจัยนำเข้าของโครงการที่ยังไม่เพียงพอทำให้การดำเนินโครงการยังไม่สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง ต้องขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วง นอกจากนี้แผนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแผนแต่ละแผนมีการระบุหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง แต่การมีส่วนร่วมในการทำงานของแต่ละหน่วยงานมักเป็นไปด้วยความล่าช้า เพราะจะต้องอาศัยหน่วยงานกลางอย่างสำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการประสานงานต่าง ๆ และยังมีขั้นตอนการดำเนินงานที่มีสายการบังคับบัญชาค่อนข้างมาก ประกอบกับความไม่เพียงพอในด้านปัจจัยนำเข้ายังทำให้การดำเนินการล่าช้าและขาดความคล่องตัว ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือคนในพื้นที่ยังไม่ค่อยมีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานมากนัก ลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนจะมีในลักษณะการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและแนวทางการพัฒนาที่เกิดจากภาครัฐเป็นหลักทำให้ชุมชนไม่สามารถพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ด้วยตนเอง หากภาครัฐไม่มีการขับเคลื่อนทางชุมชนก็ไม่มีการดำเนินการต่อ โดยชุมชนยังไม่มีพลังในการลุกขึ้นมาดำเนินการด้วยตนเอง

ในส่วนของการประเมินผลผลิตของโครงการพบว่าเจริญกรุงมีส่วนสำคัญทำให้เกิดผลสำเร็จตามตัวชี้วัด 3 ประการที่ใช้ในพื้นที่ตั้งแต่ปี 2564 โดยแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) มีการจัดทำผลการดำเนินงานเป็นรายปี แต่ในแผนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565) หรือแผนใหญ่ซึ่งมีการระบุหน่วยงานผู้รับผิดชอบโดยตรง จากการศึกษาพบว่าความคืบหน้าและผลสำเร็จต่าง ๆ จากแผนยังไม่มีรายงานอย่างเป็นทางการ โดยในปัจจุบันพื้นที่เจริญกรุงสามารถดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ภายในพื้นที่ให้ดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเองแล้ว เพราะก่อนที่จะมีการบังคับใช้แผนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันพื้นที่เจริญกรุงได้มีการพัฒนาจากหลายภาคส่วน และได้รับเลือกให้เป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบบทบาทของนโยบายภาครัฐในปัจจุบันจึงเน้นไปที่การให้การสนับสนุนการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่

5.2.2. แนวทางการพัฒนานโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

จากการศึกษาการประเมินนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมและเอื้อต่อการพัฒนาพื้นที่เป็นย่านสร้างสรรค์ ทำให้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา ดังนี้

ในส่วนของสภาวะแวดล้อม หรือบริบทของโครงการ จากการศึกษาแผนปฏิบัติการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563-2565) และแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นยุทธศาสตร์หลักในแผนส่งเสริมทั้ง 2 แผน มีการจัดอบรมผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ หากแต่ยัง

ไม่มีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาบุคลากรที่ชัดเจน ในส่วนนี้ควรกำหนดเป้าหมายเพื่อให้ได้ผล
 อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน รวมถึงควรเพิ่มมิติในการส่งเสริมการพัฒนาด้านการเงินและการลงทุน
 สร้างสรรค์ (Finance and Investment) เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการรายย่อย
 การลงทุนของภาครัฐ รวมถึงสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษทางภาษี ซึ่งในส่วนนี้จะเอื้อประโยชน์ต่อ
 การเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายในประเทศ และเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้ามามีส่วน
 ร่วมกับการลงทุนสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการยกระดับ
 ความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitiveness) ของผู้ประกอบการ คือ การ
 สนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีการวางแผนทางและกระบวนการด้านนวัตกรรม กล่าวคือ การนำแนวคิด
 และองค์ความรู้ทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีไปใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการบริการต่าง ๆ
 ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาและ
 เพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจทั้งในเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งยังเป็น
 เครื่องมือในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ รวมถึงเป็นสะพานในการเชื่อมระหว่าง
 ผู้ผลิตและผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ซึ่งช่วยให้ผู้ผลิตสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคและนำเสนอ
 สินค้าหรือบริการได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้น

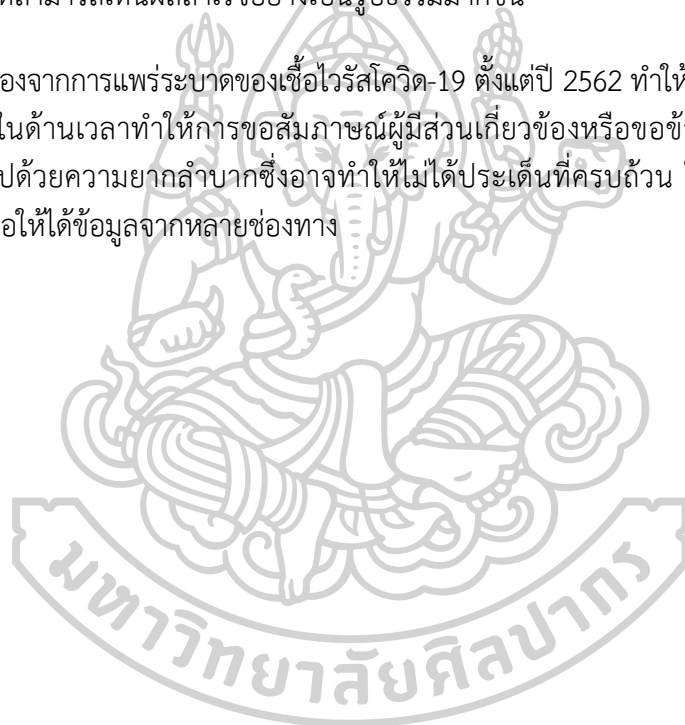
การจัดทำแผนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำเป็นที่จะต้องคำนึงสภาวะแวดล้อมทั้งใน
 ด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยการดำเนินนโยบายจะต้องมีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนแผนตามลักษณะ
 เศรษฐกิจและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยอาจจะมีการปรับปรุงทุก ๆ 1 ปี เพื่อให้แผนพัฒนาตรงกับ
 สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน รวมถึงใช้เครื่องมือกลไกที่มีประสิทธิภาพในการติดตามการประเมินผล และ
 ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินโครงการทุก ๆ ไตรมาสหรือทุก ๆ 1 ปี ซึ่งจะต้องมีตัวชี้วัดที่
 สามารถวัดผลได้จริง และเมื่อพิจารณาในด้านปัจจัยนำเข้าจะเห็นได้ว่า การดำเนินนโยบายของ
 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ยังไม่เพียงพอทั้งในด้านบุคลากร
 งบประมาณ และการบริหารจัดการ ภาครัฐควรที่จะให้การสนับสนุนในส่วนนี้เพิ่มขึ้นเพราะนอกจาก
 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเป็นตัวกลางในการประสานงานกับหน่วยงานอื่นแล้ว
 ทางสำนักฯ ยังต้องดำเนินนโยบายตามแผนส่งเสริมของตนอีกด้วย นอกจากนี้การมีส่วนร่วมในการ
 ทำงานของแต่ละหน่วยงานมักเป็นไปด้วยความล่าช้าเพราะจะต้องมีตัวกลางอย่างสำนักส่งเสริม
 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการประสานงาน หน่วยงานต่าง ๆ จึงควรมีผู้ที่รับผิดชอบโครงการตามแผน
 ส่งเสริมที่เกิดขึ้นโดยตรงเพื่อให้ง่ายต่อการประสานงาน สำหรับแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของ
 ชุมชน ควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบโครงการตั้งแต่กระบวนการแรก เช่น การกำหนด
 นโยบาย หรือวางแผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายในพื้นที่ โดยอาจมีตัวแทนของชุมชน
 เข้าไปมีบทบาทเป็นคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ในการบริหารโครงการ รวมไปถึงการติดตามประเมินผล
 หลังจากเสร็จสิ้นโครงการ เพื่อให้เกิดโครงการที่มีประสิทธิภาพเข้ากับบริบทแวดล้อม และชุมชนรู้สึก
 เป็นส่วนหนึ่ง และพร้อมที่จะขับเคลื่อนพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ด้วยตนเองโดยไม่ต้องอาศัย
 การช่วยเหลือจากรัฐบาลเพียงอย่างเดียว

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การเก็บข้อมูลการประเมินผลแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ในปัจจุบันคือปี 2565 การดำเนินโครงการตามแผนยังไม่ถึงเป็นอันสิ้นสุด อีกทั้งยังไม่มีรายงานความคืบหน้าตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาทำให้อาจไม่ได้ผลลัพธ์เท่าที่ต้องการ และไม่สามารถวิเคราะห์ว่าแท้จริงแล้วมีการได้รับประโยชน์จากแผนพัฒนามากน้อยเท่าใด ในอนาคตจึงควรนำการประเมินผลที่ได้มาวิเคราะห์เพิ่มเติม

2. แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อผู้อยู่อาศัยในพื้นที่และผู้ประกอบการ แต่ไม่มีการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่จากกลุ่มคนเหล่านี้ ดังนั้น จึงควรมีการเก็บข้อมูลในส่วนนี้เพิ่มเติม เพื่อให้สามารถเห็นผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

3. เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2562 ทำให้มีข้อจำกัดในการลงพื้นที่และข้อจำกัดในด้านเวลาทำให้การขอสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือขอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเป็นไปด้วยความยากลำบากซึ่งอาจทำให้ไม่ได้ประเด็นที่ครบถ้วน ในอนาคตจึงควรเตรียมความพร้อมเพื่อให้ได้ข้อมูลจากหลายช่องทาง



รายการอ้างอิง

- Stufflebeam Daniel (1971). Educational Evaluation and Decision Making. Illinnis, F. E. Peacock.
- กรวรรณ รุ่งสว่าง (2560). Aaron Borchardt, 2013, อ้างถึงใน แนวคิดและองค์ประกอบของชุมชนเมืองสร้างสรรค์ ตามลักษณะท้องถิ่นในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิราภรณ์ เสียงซ่อง (2546). การประเมินโครงการโรงเรียนสีขาวด้านยาเสพติด กลุ่มโรงเรียนประถมศึกษา อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- นิภาพร รัชตพัฒนากุล. (2546). "ตลาดน้อย ชุมชน "จีน" กับความเฟื่องฟูที่ถูกกลบเกลื่อนจากย่านสำเพ็ง." ศิลปวัฒนธรรม Retrieved 28 มกราคม, 2565, from https://www.silpa-mag.com/history/article_12832.
- ประชุม รอดประเสริฐ (2543). การบริหารโครงการ. กรุงเทพฯ ฯ, เนติกุลการพิมพ์.
- พัฒนา มิตรภักดี (2561). "How People Make Money from Ideas." Creative Economy in Action 9(12).
- พีรตร แก้วลาย และ ทิพย์สุดา จันทร์แจ่มหล้า (2556). เมืองสร้างสรรค์ : แนวทางการพัฒนาเมืองจากสินทรัพย์ สร้างสรรค์ท้องถิ่นไทย. กรุงเทพฯ ฯ, สถาบันพระปกเกล้า.
- ไพศาล หวังพานิช (2537). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประเมินโครงการ เทคนิคการประเมินโครงการ. กรุงเทพฯ ฯ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สมหวัง พิริยานูวัฒน์ (2538). การประเมินโครงการประชุม : หลักการและการประยุกต์. กรุงเทพฯ ฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัพพัญญู ยอดศรี (2556). แนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมกายภาพเพื่อส่งเสริมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่โครงการทาว์นอินทาว์น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานเขตบางรัก. (2563). Retrieved 30 มกราคม, 2565, from www.bangkok.go.th/bangrak/page/sub/2940/มัสยิดฮารูน-Haroon-Mosqu.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2563). "แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)." Retrieved 15 มีนาคม, 2565, from https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2563/o4_CEA_Strategic_Plan_2563-65.pdf.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2563). "รู้จักสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์." Retrieved 30 มกราคม, 2565, from <https://www.cea.or.th/th/about>.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	พรรณปพร จินาวัฒน์
วัน เดือน ปี เกิด	08012539
สถานที่เกิด	ยะลา
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี คณะสถาปัตยกรรม สาขาสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน	410/611 ถนนประชาราษฎร์สาย 2 แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กทม. 10800

