



การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่เมืองสร้างสรรค์
THE ARTS AND CULTURAL SPACE CREATION AT KHLONG SAN
DISTRICT TOWARD CREATIVE CITY



สรารุช ภาณิตรัตน์

การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่เมืองสร้างสรรค์



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรม
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE ARTS AND CULTURAL SPACE CREATION AT KHLONG SAN
DISTRICT TOWARD CREATIVE CITY



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of DOCTOR OF ARTS
(D.A. (Arts and Culture))

Faculty of Fine Arts, Srinakharinwirot University

2022

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่เมืองสร้างสรรค์

ของ

สราวุธ ภาณีไตรตัน

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรม

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก

..... ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.สาธิต ทิมวัฒนบรรเทิง)

(ศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์ยะบุญชัย)

..... ที่ปรึกษาร่วม

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติภรณ์ นพอุดมพันธุ์)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระวีวรรณ วรรณวิ
ไชย)

ชื่อเรื่อง	การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่เมือง สร้างสรรค์
ผู้วิจัย	สราวุธ ผาณิตรัตน์
ปริญญา	ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สาทิต ทิมวัฒน์บรรเทิง
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์

เมืองสร้างสรรค์เป็นแนวคิดและเป็นปรากฏการณ์ในการพัฒนาการใช้พื้นที่ที่ได้รับ
การกล่าวถึงในปัจจุบันโดยใช้ทรัพยากรด้านทุนทางศิลปวัฒนธรรมเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อน
การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. สืบค้นการใช้ทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นทุน
ในเขตคลองสานเพื่อพัฒนาสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ 2. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทาง
สังคมและเศรษฐกิจในพื้นที่เขตคลองสาน และ 3. นำผลการศึกษาไปเปรียบเทียบและขยายผล
แนวคิดเมืองสร้างสรรค์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดการและผู้ที่นำแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ไปใช้
ต่อไป การวิจัยเป็นเชิงคุณภาพมีขอบเขตการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำราและ
บทความที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น การสำรวจพื้นที่แบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิง
ลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า 1. การพัฒนาพื้นที่ในเขตคลองสานมี
การนำทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นและจากนอกท้องถิ่นมาใช้เป็นทรัพยากร 2. มีการเปลี่ยนแปลงใน
เชิงโครงสร้างทางสังคมและเศรษฐกิจต่อชุมชนในเขตคลองสาน 3. พบปัจจัยความแตกต่างในการ
สัมฤทธิ์ผลของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ในเขตคลองสานที่แตกต่างจากแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ใน
ปัจจุบันในเรื่องของผู้กำหนดนโยบาย

คำสำคัญ : เมืองสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์
ศิลปวัฒนธรรม

Title	THE ARTS AND CULTURAL SPACE CREATION AT KHLONG SAN DISTRICT TOWARD CREATIVE CITY
Author	SARAWUDH PHANITTARAT
Degree	DOCTOR OF ARTS
Academic Year	2022
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Sathit Thimwatbunthong
Co Advisor	Assistant Professor Dr. Kittikorn Nopudomphan

The concept of a "creative city" has been widely applied in the field of urban development lately throughout every region from America to Europe and across Asia. The objective of this study are as follows: 1.to explore the availability of arts and culture as the resources used to form the rise of creative city in the Klongsan District; 2. to study the effects of social and economic changes of the people in Klongsan District, and 3. to strengthen and compare the availability of the concept of a "creative city", which existed in the academic field and the authorities of urban development in terms of application. This paper was a qualitative research. The document, participation survey, in-depth-interviews, and questionnaire were used to find out the research question. The results of the study were as follows: (1) arts and culture resources from inside and outside were used as capital; (2) there were significant changes of social and economic factors affecting the way of life and the physical aspects of the Klongsan identity; (3) the policy making was different in determining the success of transforming the space toward creative 'city-ness' when compared with other existing results from the different regions.

Keyword : Creative city Creative economy Creation of Space Arts and Culture, c

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากคณาจารย์ที่ให้คำแนะนำหลายท่าน โดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.สาธิต ทิมวัฒน์บรรเทิงซึ่งเป็นทั้งครูและบุคคลสำคัญที่ให้คำแนะนำและชี้แนวทางในการทำปริญญาานิพนธ์ตลอดมา นอกจากนี้คำแนะนำทางวิชาการแล้ว ครูยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นครูต้นแบบและการทำงานซึ่งเป็นแบบอย่างที่ดีในการทุ่มเทในการทำงานในอาชีพครูและการเป็นนักวิชาการที่ดี นอกจากนี้ยังได้รับการอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผศ.ดร.กิตติกรณ นพอุดมพันธ์ ที่ได้ชี้แนะแนวทางเป็นกำลังใจสนับสนุนและให้คำชี้แนะเพิ่มเติม จักต้องขอขอบคุณผู้ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในอดีตที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถแสดงความเป็นตัวตนและอัตตลักษณ์ในการนำเสนอผลงานในระดับปริญญาานิพนธ์เล่มนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในหลักสูตรที่เป็นผู้ดูแลกิจการของนักศึกษา เพื่อนร่วมรุ่นและกัลยาณมิตรทุกท่าน และที่สำคัญที่สุดคือพ่อ แม่และพี่น้องในครอบครัวที่ให้ความรักและกำลังใจเสมอมา

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย บุญยะสิงห์ ที่ให้ความเมตตาในการเป็นประธานในการสอบในครั้งนี้และรวมถึงกรรมการสอบปริญญาานิพนธ์ทุกท่านที่ได้ชี้แนะในการปรับปรุงปริญญาานิพนธ์นี้เป็นอย่างดี

สุดท้ายขอขอบคุณพื้นที่คลองสานที่ใช้เป็นพื้นที่กรณีศึกษาและกลุ่มคนที่ได้ให้ข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้ทำให้งานวิจัยในการนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สรารุณ ผาณิตรัตน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ความสำคัญของการวิจัย	7
ขอบเขตของการวิจัย	8
นิยามศัพท์	12
กรอบการดำเนินการวิจัย	13
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	14
ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	14
ความเป็นมาของเศรษฐกิจสร้างสรรค์	15
การพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์	16
เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับวัฒนธรรมไทย	18
เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับเมืองสร้างสรรค์.....	18
แนวคิดเมืองสร้างสรรค์.....	21
ความหมายของเมืองสร้างสรรค์.....	21

องค์ประกอบของเมืองสร้างสรรค์.....	24
ดัชนีความสร้างสรรค์.....	28
การพัฒนาความสร้างสรรค์ด้วยวัฒนธรรม.....	34
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ทุนวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว.....	46
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	53
ส่วนที่ 1 การศึกษาบริบทของพื้นที่ชุมชนในเขตคลองสาน.....	54
ส่วนที่ 2 กระบวนการในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม.....	55
ส่วนที่ 3 แนวความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรโครงการ The Jam Factory.....	56
การรวบรวมข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล.....	56
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	57
1. การใช้ทุนทางวัฒนธรรม.....	57
2. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในการใช้ทุนทางวัฒนธรรมของโครงการที่เกิดขึ้นในเขตคลอง สานต่อโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรมและ แบบแผนในการดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่ 110	110
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	118
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	118
ขอบเขตการวิจัย.....	118
สรุปผลการศึกษา.....	119
การอภิปรายผล.....	123
อุปสรรคในการวิจัย.....	127
ข้อเสนอแนะ.....	127
บรรณานุกรม.....	131
ประวัติผู้เขียน.....	135



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 การเชื่อมโยงกันและกันของทุนประเภทที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์	3
ภาพประกอบ 2 กรอบการดำเนินการวิจัย	13
ภาพประกอบ 3 ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	54
ภาพประกอบ 4 คุณดวงฤทธิ สถาปนิกและผู้ก่อตั้งบริษัท ดวงฤทธิ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มโครงการ เดอะ แจม แฟคตอรี.....	58
ภาพประกอบ 5 โถงใต้ถุนและสภาพของอาคารสถาปัตยกรรมก่อนที่จะมีการปรับปรุง	59
ภาพประกอบ 6 พื้นที่สำนักงานที่ได้รับการดัดแปลงจากตัวอาคารของโครงการเดอะแจมแฟคตอรี	60
ภาพประกอบ 7 หนังสือนั่งชื่อ Candid	60
ภาพประกอบ 8 การจัดสรรการใช้พื้นที่ในโครงการเดอะแจมแฟคตอรี	61
ภาพประกอบ 9 ภาพพื้นที่ห้องแสดงสินค้า Anyroom ในโครงการเดอะแจมแฟคตอรี	61
ภาพประกอบ 10 ภาพพื้นที่การจัดแสดงศิลปะในโครงการเดอะแจมแฟคตอรี.....	62
ภาพประกอบ 11 ภาพร้านอาหาร The Never Ending Summe	62
ภาพประกอบ 12 การปรับปรุงลานพื้นที่อเนกประสงค์ของโครงการ	63
ภาพประกอบ 13 คุณรุจิราภรณ์ หวังหลี่ ผู้ก่อตั้งโครงการล้ง 1919	65
ภาพประกอบ 14 พระยาพิศาลศุภผลผู้ให้กำเนิด ฮวย จุ่ง ล้ง	65
ภาพประกอบ 15 โถงใต้ถุนในโครงการล้ง 1919	67
ภาพประกอบ 17 สถาปัตยกรรมแบบ “ซื่อ เหอ หยวน” หรือที่เรียกว่าเรือนสี่ประสาน (เฉพาะกิจ)68	
ภาพประกอบ 18 ศาลเจ้าแม่หม่าโจ้ว.....	69
ภาพประกอบ 19 เจ้าแม่หม่าโจ้วปางเด็กสาว (ซ้าย) ปางผู้ใหญ่ (กลาง) ปางเทพ (ขวา).....	70
ภาพประกอบ 20 นกยูง	73

ภาพประกอบ 21 ภาพนกขมิ้น.....	73
ภาพประกอบ 22 นกเหี่ยวและนกอินทรี.....	74
ภาพประกอบ 23 นกนางแอ่น.....	75
ภาพประกอบ 24 นกกระเรียน.....	75
ภาพประกอบ 25 คำขวัญขอประมุขสัญลักษณ์แห่งการปกป้องรักษา.....	76
ภาพประกอบ 26 ภาพกวาง.....	77
ภาพประกอบ 27 ภาพแมว.....	77
ภาพประกอบ 28 ภาพกระรอก.....	78
ภาพประกอบ 29 ภาพม้า.....	79
ภาพประกอบ 30 ภาพปลา.....	79
ภาพประกอบ 31 ภาพแมลงปอ.....	80
ภาพประกอบ 32 ภาพผีเสื้อ.....	81
ภาพประกอบ 33 ภาพแมงมุม.....	81
ภาพประกอบ 34 ภาพต้นสน.....	82
ภาพประกอบ 35 ภาพต้นไม้กับนกสาติกาปากดำ.....	83
ภาพประกอบ 36 ภาพดอกโบตั๋น.....	83
ภาพประกอบ 37 ภาพดอกเบญจมาศ.....	84
ภาพประกอบ 38 ผลไม้จำนวนเมล็ดมากที่แสดงออกถึงความมีบุตรจำนวนมาก เช่น แตงโม ทับทิม และฟักทอง.....	85
ภาพประกอบ 39 ภาพส้มโอหรือหัตถ์แห่งพุทธะ.....	85
ภาพประกอบ 40 ผลท้อ.....	86
ภาพประกอบ 41 สิ่งมงคลแปดประการ.....	87
ภาพประกอบ 42 แจกัน.....	87

ภาพประกอบ 43 ละครเวทีกลางแจ้งลอยดลายนังกรและสี่แผ่นดิน ณ. ลานกิจกรรมกลางแจ้ง ล้ง 1919.....	91
ภาพประกอบ 44 โรงสี่สิบเก้า ถ่ายเมื่อปี ค.ศ.1952 (พ.ศ.2495)	94
ภาพประกอบ 45 ภาพพื้นที่โครงการไอคอนสยามในอดีตที่เป็นตลาดศิริรินทร์.....	94
ภาพประกอบ 46 แบบจำลองการออกแบบอาคารดิไอคอนสยามที่ได้แรงบันดาลใจจากสายน้ำ เจ้าพระยาและเครื่องใช้ในการประกอบพิธีมงคลของไทยอันได้แก่กระทง การบายศรีและการห่ม สะไบเป็นจีวรอบอาคารด้วยวัสดุที่เป็นกระจก ซึ่งเป็นผลงานการออกแบบของบริษัท Urban Architects.....	95
ภาพประกอบ 47 ภาพการออกแบบอาคารภายนอกด้วยเทคนิคที่เรียกว่า Façade	96
ภาพประกอบ 48 ภาพการทำงานการใช้เทคนิคการผูกและมัดว่าวจุฬาและปักเกบ้ำของไทยเป็น ตัวนำการออกแบบพื้นที่ Pavillion ที่ใช้ในการจัดแสดง.....	98
ภาพประกอบ 49 ลวดลายไทยบนเสาทั้ง 4 ต้น โดยศาสตราจารย์พิเศษวิชา เกาทอง	99
ภาพประกอบ 50 การอนุรักษ์การขึ้นรูปด้วยมือเครื่องปั้นดินเผาและว่าวมลายูจาก 3 จังหวัด ชายแดนใต้	100
ภาพประกอบ 51 การรวมกลุ่มของเหล่าศิลปินในประเทศ และเปิดพื้นที่ในทุกตารางเมตรไม่ว่าใน หรือนอกอาคารให้เป็นพื้นที่จริงสำหรับการจัดแสดงงานศิลปะ ทั้งจากคนไทยและต่างชาติ อาทิ เด็กพิเศษ งานจากบริษัท LASVIT และ HARBERDASHERY.....	101
ภาพประกอบ 52 นิทรรศการภาพถ่ายจากศิลปินระดับหัตถะที่ ที่เป็นการรวบรวมภาพถ่ายของ ความเป็นไทยในอดีตมาจัดแสดงในไอคอนสยาม	102
ภาพประกอบ 53 งานประติมากรรมจากศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพที่จัดแสดงในพื้นที่ไอคอน สยาม	103
ภาพประกอบ 54 ศาลาสุขสยาม ฝีมือการออกแบบคุณณัฐฤต สุนทรวิรัตน์ โดยการตีความงาน สถาปัตยกรรมไทยมาออกแบบร่วมสมัย.....	104
ภาพประกอบ 55 River Space สถานที่จัดแสดงเพื่อสาธารณะประโยชน์แก่บุคคลทั่วไป	105
ภาพประกอบ 56 ระบายสายน้ำ สัญลักษณ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ..	106
ภาพประกอบ 57 อาจารย์กมล กับทัศนคติมุมมองแง่คิดในการทำงาน	108

ภาพประกอบ 58 หมั้นช่างชำนาญกิจ ต้นตระกูลอาจารย์ชาติ สดประเสริฐและเป็นศิลปินที่อยู่ใน
เขตคลองสาน 110



บทที่ 1

บทนำ

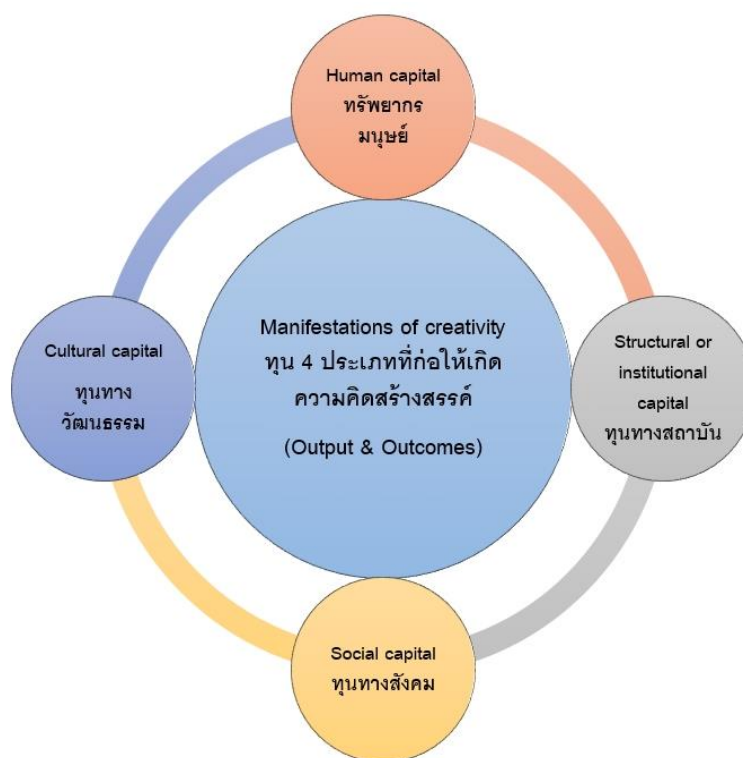
ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันสภาพการเปลี่ยนแปลงและการสร้างสรรค์ของมนุษย์เกิดขึ้นตลอดเวลา โลกเกิดการเปลี่ยนผ่านจาก “สังคมอุตสาหกรรม” ที่มุ่งสู่การทำกำไรสูงสุดภายใต้กลไกการตลาดเพื่อสะสมทุน ความมั่งคั่งและการเจริญเติบโตทางวัตถุ ทำให้การดำเนินชีวิตของผู้คนเริ่มสลับซับซ้อนและถอยห่างจากธรรมชาติ ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบกับวิวัฒนาการอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารทำให้เกิด “สังคมฐานความรู้” ที่มีความเชื่อมโยง และการปฏิสัมพันธ์กันเป็นเครือข่ายเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงศักยภาพของตนเอง มีอิสระทางความคิด และเสรีภาพการแสดงออก ให้ความสำคัญต่อการตอบสนอง การสร้างความรู้ การสังสรรค์และการสร้างสรรค เป็นต้น

เมื่อโลกเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมฐานความรู้ ความเจริญก้าวหน้าและการสื่อสารที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและมีลักษณะแบบก้าวกระโดด การแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจในเรื่องของการเป็นผู้นำเศรษฐกิจของโลกได้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี องค์ความรู้ นวัตกรรม และการแข่งขัน ที่เริ่มต้นจากสหรัฐอเมริกาไปสู่ทวีปยุโรป ทำให้หลายประเทศมีแนวคิดเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ โดยใช้ความหลากหลาย ความสร้างสรรค์ และพลังของทุกคนในชุมชน (Harvey, 2004) ที่เรียกว่า “แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” นั่นคือ “เศรษฐกิจบนฐานความรู้” (Knowledge-based Economy) อันเป็นที่มาของแนวคิดชุมชนสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์ในประเทศต่างๆ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศในแถบยุโรป แนวคิดดังกล่าวได้ขยายไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งในทวีปเอเชีย เช่น ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลีใต้ และประเทศไทยที่หันมาให้ความสำคัญกับชุมชนและคำนึงถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความสร้างสรรค์ของท้องถิ่นหรือภูมิภาค จนก่อให้เกิดเอกลักษณ์ที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ในการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดมนุษย์ (John Howkins, 2001)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เกิดจากวิวัฒนาการทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยอยู่บนพื้นฐานความต้องการของผู้บริโภคหรือการผลิตสินค้าและบริการของอุตสาหกรรม เริ่มจากยุคเกษตรกรรม (The agricultural Era) เป็นวิวัฒนาการเศรษฐกิจที่เน้นผลผลิตทางธรรมชาติ แรงงานจะผลิตและการขนส่งเพื่อการดำรงชีพ ต่อมาเมื่อความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น จึงเริ่มเข้าสู่อุตสาหกรรม (The industrial Era) จากยุคอุตสาหกรรมมาเป็นยุคการใช้เครื่องจักรในกระบวนการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการผลิตสินค้าในจำนวนมาก มีการพัฒนาเทคโนโลยี

สูงขึ้นไป จึงเริ่มเข้าสู่ยุคสารสนเทศหรือยุคข้อมูลข่าวสาร (The information Era) เป็นยุคที่มีเทคโนโลยีเป็นปัจจัยขับเคลื่อนส่งผลให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีและกลายเป็นนวัตกรรม จึงเริ่มเข้าสู่ยุคความรู้ (The Knowledge Era) เป็นยุคที่รวมความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ผู้บริโภคเริ่มต้องการสินค้าที่มีความแปลกใหม่ต่างจากการใช้งานทั่วไป ผู้ประกอบการจึงเปลี่ยนรูปแบบกระบวนการผลิต ที่เน้นกระบวนการคิดเป็นหลัก ทำให้การแข่งขันของธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้วิวัฒนาการเศรษฐกิจเน้นการผลิตที่อาศัยความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐานอันนำไปสู่ยุคแห่งเศรษฐกิจบนความคิดสร้างสรรค์ (The creative Era) อย่างเต็มที่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันบนเมืองที่มีบรรยากาศแห่งความเป็นเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งประเภทของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Classification of creative industries) นั้น UNCTAD ได้กล่าวถึงที่มาของความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ว่าเป็นกิจกรรมที่เกิดจากการสร้างสรรค์ด้วยทุน 4 ประเภท คือ ทรัพยากรมนุษย์ ทุนทางสถาบัน ทุนทางสังคม และทุนทางวัฒนธรรม ดังภาพประกอบ 1 การเชื่อมโยงกันและกันของทุน 4 ประเภท ที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 การเชื่อมโยงกันและกันของทุนประเภทที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

ที่มา: ดัดแปลงจาก United Nations (2008)

สืบเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่การสร้างมูลค่าจากพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาอุตสาหกรรมและการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) อย่างต่อเนื่อง ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง คือการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยให้อยู่บนแนวคิดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ การส่งเสริมและพัฒนาสาขาธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พัฒนาบุคลากรให้สามารถตอบสนองความต้องการของการภาคการผลิตและบริการทั้งในระดับวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์และผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม เพื่อตอบสนองกับเศรษฐกิจโลกที่กำลังพัฒนาไปในลักษณะที่มีหลายศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ เช่น ประเทศกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ และกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เกิดการอพยพย้ายถิ่นฐานทางวัฒนธรรม และเน้นการผลิตสินค้าจากความรู้

ทักษะ และเทคโนโลยี การพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรมมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน (พีรตร แก้วฉาย และคณะ, 2556)

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังกำลังดำเนินนโยบายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (2560-2564) ในส่วนของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย 4.0 จะเน้นการพัฒนาและใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นก้าวหน้าที่เข้มข้นมากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล การพัฒนา และยกระดับคุณภาพของกำลังคน และความคิดสร้างสรรค์ ในการขยายฐานเศรษฐกิจและฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภาพของฐานการผลิตและบริการเดิม รวมทั้งการต่อยอดการผลิตและบริการเดิม โดยใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอัจฉริยะ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12. : 82) และในส่วนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ จะมุ่งเน้นด้านการพัฒนาและเร่งดำเนินการพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานการผลิตและบริการใหม่ที่สร้างรายได้สำหรับประชาชนในภาค การพัฒนาเมืองให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ พื้นฟูพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเล ตะวันออกให้รองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมแห่งอนาคต และการบริหารจัดการพื้นที่เศรษฐกิจชายแดนให้เจริญเติบโตและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคและเมืองให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม โดยยุทธศาสตร์ดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเมืองศูนย์กลางของจังหวัดให้เป็นเมืองนำอยู่ กระจายความเจริญและโอกาสทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาคอย่างทั่วถึงมากขึ้น การพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่ฐานเศรษฐกิจหลักให้ขยายตัวอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ตลอดจนพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ให้สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาในพื้นที่อย่างยั่งยืน ซึ่งการตอบสนองต่อเป้าหมายดังกล่าว ประเทศไทยต้องใช้ประโยชน์จากศักยภาพและภูมิสังคมเฉพาะของพื้นที่ และการดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกเพื่อเสริมจุดเด่นในระดับภาคและจังหวัดในการเป็นฐานการผลิตและบริการที่สำคัญ รวมถึงการพัฒนาเมืองพัฒนาให้เป็นเมืองนำอยู่สำหรับคนทุกกลุ่มในสังคม โดยเน้นให้มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ ความหลากหลาย และศักยภาพของเมืองบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม

จึงเห็นได้ว่า จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10-11 ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มสู่การสร้างมูลค่าจากพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาอุตสาหกรรมและการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ และเร่งดำเนินการพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ทั้งจากนโยบายการขับเคลื่อน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย 4.0 และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งครอบคลุมถึงการพัฒนารัฐกิจสร้างสรรค์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ในการเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจผ่านมิติการพัฒนาพื้นที่ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เปรียบเสมือนการเชื่อมโยงกลุ่มคนหลายๆ กลุ่มเข้าหากัน เมื่อพิจารณาการเชื่อมต่อกันในเครือข่ายของเมืองที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรือการพัฒนา จึงเป็นที่มาของแนวคิด “เมืองสร้างสรรค์ (Creative City)” ซึ่งเมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมมีศักยภาพในการดึงดูดให้นักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์เข้ามาอยู่อาศัยและประกอบธุรกิจ ทำให้เกิดการจ้างงานและเกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยจะต้องมีองค์ประกอบพื้นฐานทางสินทรัพย์และวัฒนธรรมโดยมีบุคลากรทางด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Talents) เป็นแกนหลักในการดึงดูดคนอื่นๆ รวมถึงการสร้างรายได้อื่นๆ อีกด้วย

การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมอันนำมาซึ่งการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้ฐานการผลิตที่มีทุนทางวัฒนธรรมในการขับเคลื่อนเพื่อเป็นไปในแนวทางการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติจึงเป็นประเด็นหัวข้องานวิจัยที่น่าสนใจศึกษาเพื่อใช้เป็นกรณีตัวอย่างเพื่อนำไปสู่การวางแผนและพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในประเด็นดังกล่าวได้มีผู้ทำการศึกษาวิจัยไปบ้างแล้ว เช่น ธนวรรธน นิธิภานันท์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อ การท่องเที่ยว: ศึกษากรณี เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นกรณีศึกษาถึงมโนทัศน์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาต่อการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม สุขสันต์ ชื่นอารมย์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ : กรณีศึกษา โครงการ อาร์.ซี.เอ. เป็นการศึกษาในเรื่องของการสร้างกลยุทธ์ จารุวรรณ ขำเพชร (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านสุขุมวิท ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ได้ทำการศึกษาถึง ศักยภาพสู่การก้าวเป็นกรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์: การศึกษาพื้นที่อุตสาหกรรมแฟชั่นในกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงลึกด้วยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในย่านอุตสาหกรรมแฟชั่น กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจและความคิดสร้างสรรค์ และ Department of Culture, Olympic, Media, and Sports (DCMS) (2004) ได้ทำการศึกษาเพื่อสำรวจเป็นฐานข้อมูลในการกำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนา เป็นการศึกษาในเชิงนโยบาย ซึ่งงานวิจัยที่กล่าวมาทั้งหมดยังการมีมิติทางด้านการจัดการและการบริหารทางด้านวัฒนธรรม

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีความมั่งคั่งในเรื่องของศิลปะและวัฒนธรรม ดังจะเห็นได้จากการมีชุมชนเล็กๆ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแทรกตัวกระจายไปตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วมหานคร เช่น ชุมชนบ้านหม้อ ชุมชนกุฎีจีนหรือกุฎีจีน เป็นต้น ซึ่งเป็นชุมชนที่มีเรื่องราวความเป็นมาตามคำบอกเล่าในประวัติศาสตร์อันมีคุณค่าในเนื้อหาทางวัฒนธรรมและแบบแผนการดำรงชีวิต นอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังเป็นแหล่งรวมความหลากหลายทางชาติพันธุ์ เช่น คนจีนในเขตสำเพ็ง คนอินเดียบริเวณสี่แยกบ้านแขก คนเวียดนามในเขตชุมชนสามเสนและบางโพธิ์ คนมุสลิมที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ทางฝั่งตะวันตกของกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ เขตหนองจอกและเขตประเวศ แม่น้ำเจ้าพระยาถือเป็นอีกเขตหนึ่งที่มีการตั้งถิ่นฐานของคนจากหลายเชื้อชาติและหลายวัฒนธรรม ประกอบกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนไทยมีความผูกพันกับสายน้ำมาตั้งแต่ครั้งสมัยกรุงศรีอยุธยา จึงเห็นได้ว่าชุมชนเก่าแกริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยามีอยู่มากมาย ชุมชนในเขตคลองสานนับเป็นย่านหนึ่งที่มีความสำคัญในครั้งประวัติศาสตร์เรื่อยมาจนถึงในปัจจุบันที่วัฒนธรรมแห่งลุ่มน้ำมีความสำคัญและมีการเปลี่ยนแปลงเรื่อยมาจนปัจจุบันนี้ ดังเห็นได้จากการเกิดพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมใหม่มาแทนที่ของเก่า เช่น การเกิดโครงการ The Jam Factory โครงการล้ง 1919 โครงการไอคอนสยาม และหอศิลป์ อ.กมล ทัศนัญชลี ซึ่งน่าจะมีส่วนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของเมืองในทางสังคมต่อชุมชนดั้งเดิมก่อนการผุดขึ้นของโครงการสมัยใหม่ๆ และที่หลีกเลี่ยงไม่ได้คือการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในบริเวณดังกล่าว

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมานำมาทั้งหมดโดยสรุปคือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นซึ่งเป็นการปะทะกันของวัฒนธรรมเก่าและนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดช่วงระยะเวลาตั้งแต่อดีตจนมาถึงในปัจจุบัน ย่อมแสดงให้เห็นถึงขบวนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและในฐานะที่เป็นนักศึกษาที่อยู่ในโครงการการศึกษาทางด้านงานทางศิลปวัฒนธรรม ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา “การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่เมืองสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นปรากฏการณ์เปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม ในการ ศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นการเตรียมพร้อมในการจัดทำข้อมูลเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่คนในชุมชน ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนพัฒนาเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำและวางแผนต่อไปในอนาคตสำหรับโครงการที่อาจจะมีขึ้นในอนาคตตามแนวฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีทุนทางวัฒนธรรมในลักษณะเดียวกันในบริเวณอื่นๆ ต่อไป นอกจากนี้ในการศึกษาการเกิดขึ้นของโครงการใหม่ๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมได้ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นใหม่โดยกลุ่มทุนนั้น มีกระบวนการ วิธีการและองค์ประกอบในการประกอบสร้างพื้นที่ เป็นเช่นไร นับตั้งแต่ความเป็นมา

องค์ประกอบต่างๆ ในการก่อตั้ง รวมถึงแนวความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร และความแตกต่างของแต่ละโครงการ เนื่องจากในการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์นั้น สิ่งสำคัญคือต้องมีบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้ต่างๆ ได้ และรักษาและสร้างกลุ่มคนสร้างสรรค์ด้วยการพัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองที่เอื้อต่อการลง และพัฒนาเชิงธุรกิจสร้างสรรค์ และการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและวางแผนการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้เมืองมีความยังคงความเป็นเอกลักษณ์และบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย (Florida Richard, 2011: 68-69) จึงสามารถพัฒนาต่อมายังระบบเศรษฐกิจต่อไปได้

ทั้งนี้การศึกษาดังกล่าวนอกจากจะทำให้ทราบถึงรูปแบบและกระบวนการของการเกิดขึ้นแล้ว งานชิ้นนี้ยังขยายกรอบแนวคิดเรื่อง การสร้างพื้นที่ให้กว้างออกไป โดยในงานชิ้นนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาไปถึงความแตกต่าง และวิธีการประกอบสร้างพื้นที่ของโครงการในพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ริมแม่น้ำเจ้าพระยาว่ามีปัจจัยและองค์ประกอบใดบ้าง อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับเรื่องการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมให้มากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าจะทำให้ประเด็นดังกล่าวเป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในเขตคลองสานเฉพาะแนวเลียบบึงแม่น้ำเจ้าพระยากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น
2. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนในเขตคลองสานบริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาอันนำไปสู่เมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

ความสำคัญของการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยเรื่อง “การพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่เมืองสร้างสรรค์” ผู้วิจัยคาดหวังจะเป็นประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ได้ทราบถึงทุนทางวัฒนธรรมบนพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในย่านคลองสาน
2. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนในเขตคลองสานบริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาอันนำไปสู่เมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0
3. นำองค์ความรู้ขบวนการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสาน วิเคราะห์และเปรียบเทียบเพื่อขยายผลแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

คลองสานเป็นพื้นที่อยู่ในเขตธนบุรี ความสำคัญของเขตธนบุรีคือครั้งหนึ่งเคยเป็นราชอาณาจักรหนึ่งแห่งประวัติการสร้างชาติของไทยหลังจากการเสียกรุงในปี พ.ศ.2310 ธนบุรีจึงได้เป็นราชธานีแห่งใหม่ตั้งแต่ พ.ศ.2310 ถึง 2325 แม้ว่าระยะเวลาภายใต้รัชสมัยธนบุรีจะเป็นเพียงช่วงเวลาสั้นๆ เพียง 15 ปี แต่การที่เคยเป็นราชธานีเก่า โดยคติความเชื่อของการสร้างบ้านแปลงเมืองนั้น การที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงตัดสินพระทัยในการเลือกพื้นที่ในเขตธนบุรีจึงนำมาซึ่งคติความเชื่อในการรับรองสถานะภาพของกษัตริย์ในฐานะที่เป็นสมมติเทพตามหลักความเชื่อแห่งลัทธิพราหมณ์ฮินดู การสร้างพระราชวังใหม่ที่เลียนแบบคติความเชื่อจากราชธานีเดิมเมื่อครั้งกรุงศรีอยุธยา มีการทำนุบำรุงงานทางศิลปะและวัฒนธรรมอันเป็นการแสดงออกถึงความรุ่งเรือง ในกรณีนี้เป็นการนำความเจริญรุ่งเรืองมาสู่พื้นที่ในเขตธนบุรีเป็นอย่างมากโดยเฉพาะบริเวณที่ตั้งพระบรมมหาราชวังซึ่งอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาทางฝั่งตะวันตก

ในด้านศิลปวัฒนธรรมพระเจ้าตากสินมหาราชได้ทรงเป็นผู้อุปถัมภ์ให้แก่งานด้านศิลปะ โดยทรงให้มีการบูรณปฏิสังขรณ์ศาสนสถานต่างๆ ดังมีปรากฏในพระราชพงศาวดารกรุงธนบุรี ฉบับพันจันทนุมาศ (เจิม) โดยได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานช่างประเพณีและการปฏิสังขรณ์ศาสนสถานอันเป็นการแสดงออกถึงการทำนุบำรุงงานทางด้านศิลปวัฒนธรรมในสมัยธนบุรีอันเป็นการนำความรุ่งเรืองให้การรัชสมัยและพื้นที่ในเขตธนบุรีไว้ดังนี้

“เชิญอุลิสสมเด็จพระพันปีหลวงลงเรือแห่แต่
ฉนวนน้ำเข้าไปในพระเมรุวัดบางยี่เรือในนิมนต์
พระสงฆ์สวดสังฆาสนหนึ่ง ถวายพระมหาทานเป็นอันมาก
สมเด็จพระพุทธเจ้าอยู่หัวทรงศีลบำเพ็ญพระธรรม
แรมอยู่ตำหนักวัดบางยี่เรือนอก ๕ เวณ แล้วให้ทำกุฎถึง ๑๒๐ กุฎ
แล้วให้บูรณปฏิสังขรณ์พระพุทธรูปและเจดีย์ วิหารคูริมพระอุโบสถ
นั้นให้ซุดลงแล้วปลูกบัวหลวงชำระแฉ้วถางให้กว้างออกไปกว่าแต่ก่อน
แล้วอาราธนาพระสงฆ์ฝ่ายคณะวิปัสสนามาอยู่ ณกุฎซึ่งทำถวาย”

ประภัสสร ชูเกียรติ (2562)

อย่างไรก็ตามงานทางด้านศิลปวัฒนธรรมในสมัยธนบุรีเป็นงานทางด้านบูรณปฏิสังขรณ์เสียเป็นส่วนใหญ่ด้วยเหตุที่ว่าการสร้างราชธานีในสมัยธนบุรีเกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วนหลังจากที่กรุงศรีอยุธยาได้เสียเอกราชให้แก่พม่าซึ่งเป็นช่วงเวลาแห่งการซุลมุนวุ่นวายจากสภาพศึก

สงคราม จึงเป็นเหตุให้การสร้างราชอาณาจักรภายใต้การนำของพระเจ้าตากสินมหาราชในการกอบกู้บ้านเมืองและรวบรวมไพร่พลจึงเป็นไปแบบเร่งรัด พระเจ้าตากสินมหาราชจึงได้เลือกทำเลในเขตธนบุรีเป็นราชธานีเพราะพื้นที่ดังกล่าวเคยเป็นเมืองหน้าด่านทางตอนใต้ เป็นด่านเก็บภาษีจากเรือสินค้าที่ใกล้บริเวณปากอ่าวและเป็นชุมชนเก่าแก่ที่เป็นแหล่งทรัพยากรผลิตสินค้าจากเรือกสวนไฉนาเมื่อครั้งกรุงศรีอยุธยายังเจริญรุ่งเรือง

จะเห็นได้ว่าชุมชนในเขตธนบุรีมีวิถีชุมชนเดิมมาอยู่แต่เก่าก่อนครั้งตอนปลายสมัยอยุธยา การที่พระเจ้าตากสินมหาราชได้ตัดสินใจพระราชกฤษฎีกาสร้างราชธานีใหม่ที่นี้จึงเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้กับพื้นที่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาตั้งแต่บริเวณวังเดิมซึ่งในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงสภาพเป็นที่ทำการราชธานีแห่งกองทัพเรือ เราจึงได้เห็นชุมชนต่างๆ มากมายในบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาและในการถมนี่หลักฐานจากงานวิจัยหลายชิ้นได้แสดงให้เห็นเป็นประจักษ์ถึงความสัมพันธ์ของความสำคัญอันยาวนานกับราชธานีเก่า เช่น งานวิจัยเรื่อง “มรดกช่างสมัยอยุธยา : กรณีศึกษาชุมชนบ้านบุ” โดย ปิยะนาถ อังควาณิชกุล (2561) พบการทำหัตถกรรมการทำชั้นลงหินเป็นฝีมือช่าง ของคนในชุมชนที่บรรพบุรุษอพยพมาตั้งถิ่นฐานบริเวณบ้านบุในเขตบางกอกน้อย เกิดเป็นวิถีชุมชนขึ้นและได้นำภูมิปัญญาและวิถีหัตถกรรมเทคนิควิธีมาตั้งเป็นชุมชนมากกว่า 6-7 ช่วงอายุ

ความเจริญเติบโตของกรุงธนบุรีได้แผ่ขยายเรื่อยมาทางตอนใต้เลียบชายฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาอันเป็นแม่น้ำสายหลักและสายสำคัญในการก่อเกิดกิจกรรมต่างๆ เป็นที่ตั้งของอำเภอหนึ่งที่ชื่อว่า “คลองสาน”

อำเภอคลองสาน มีประวัติอันยาวนาน แต่เดิมมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามการแบ่งเขตการปกครองในแต่ละยุคสมัย เช่น อำเภอบางลำพูล่าง อำเภอบุปผาราม จวบจนล่วงเข้าในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้โปรดเกล้าฯ พระราชทานนามว่า “อำเภอคลองสาน” แต่การเลือนฐานะเป็นอำเภอคลองสานที่แท้จริงเริ่มมีหลังการควมรวมกรุงเทพ-ธนบุรีเป็นกรุงเทพมหานครและแบ่งเขตปกครองให้อำเภอคลองสานเป็นเขตหนึ่งใน 24 เขตของจังหวัดกรุงเทพมหานคร

จากบทความ “สวนเมืองบางกอก” โดย วลัยลักษณ์ ทรงศิริ (2560) ทำให้พอประมาณถึงสภาพทางภูมิศาสตร์ของเขตธนบุรีว่าพื้นที่เกือบทั้งหมดเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตร เพราะเป็นเรือกสวนมากกว่าพื้นที่ทำนา ลักษณะพื้นที่บริเวณนี้เป็นการตั้งสมมุติปัญญาทางการเกษตรแบบที่เรียกว่า “ระบบน้ำแบบลัดจ์ลัดจ์เค็ม” ซึ่งหมายถึงการอาศัยระบบนิเวศของการไหลเวียนของตะกอนน้ำแบบน้ำกร่อยและน้ำจืดในปริมาณที่พอเหมาะเพื่อให้เกิดสารอาหารที่

พอเหมาะกับพืชผลทางการเกษตร นอกจากนี้ พืชผลทางการเกษตรจากการบันทึกของราชทูตชาวตะวันตก เดอ ลาลูแบร์ ยังได้บรรยายผลไม้ในเมืองร้อนว่า ต้นหมาก กัล้วย ขนุน มะพร้าว มะม่วง สับปะรด เงาะ เป็นผลไม้ของชาวสยาม ส่วนตุรแปงได้บันทึกไว้ว่าทุเรียน เป็นของสวนที่เป็นที่นิยมมากของชาวสยาม

ในอดีตคลองสานเคยเป็นที่ปลูกผลไม้ชนิดหนึ่งชื่อ “กลางสาต” ในพระนิพนธ์ให้เรือได้บรรยายลักษณะของรังสาตไว้ดังนี้

“กลางสาตแสวงเนื้อหอม ผลอมๆ รสหวานสนิท
กลิ่นพลางทางเพ่งพิศ คิद्याมสาทณฺ์ยาตรามา”

ท่านผู้หญิงเปลี่ยน ภาสกรวงศ์ (2553) ได้ขยายความไว้ในหนังสือ “ตำราแม่ครัวหัวป่าก์” ว่า ผลกลางสาตที่มาจากตำบลวัดทอง (เป็นที่ตั้งวัดสำคัญคือวัดทองนพคุณและวัดทองธรรมชาติ) เขตคลองสาน เป็นผลไม้ที่ยอมรับนับถือกันว่าหวาน หอมและเปรี้ยว ผิดจากกลางสาตตะวันตก เมืองหลังสวนซึ่งเอาเข้ามาในกรุงเทพฯ ก็มีรสเปรี้ยวและจี๊ดไม่ค่อยหอมหวานมากนัก นอกจากนี้ยังปรากฏหลักฐานว่ามีการขุดคลองบ้านสมเด็จเพื่อผันน้ำจากแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อมาทำสวนกาแพ ซึ่งในสมัยนั้นเรียกกาแพว่า “ข้าวแพ” หรือ “ข้าวแผ่” โดยมีเจ้าพระยาบรมมหาประยูรวงศ์ เป็นเจ้าของสวนกาแพ ในกาลนี้ได้มีการจดบันทึกไว้เป็นหลักฐานโดยราชทูตอังกฤษ เซอร์ยอห์น โบวริง ที่เข้ามาทำสัญญาเมื่อ พ.ศ.2398 โดยได้กล่าวว่าท่านราชทูตท่านนี้ได้เดินทางไปเยี่ยมชมสวนกาแพของเจ้าพระยาบรมมหาประยูรวงศ์และได้นำกาแพถึง 3 กระสอบจากสวนท่านเจ้าพระยาไปชิม ทำให้เราพอคาดคะเนและยืนยันได้ว่าพื้นที่ในเขตคลองสานเป็นพื้นที่สำหรับการทำไร่และเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก ในการทำการเกษตรน้ำเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการหล่อเลี้ยงพืชผลทางการเกษตร การที่บ้านเจ้านายชั้นผู้ใหญ่มีถิ่นพำนักในบริเวณคลองสานจึงเป็นการนำความเจริญมาสู่เขตคลองสานกล่าวคือ มีการขุดคลองเพื่อใช้ในการเกษตรและใช้ในการคมนาคม เช่น การขุดคลองบ้านสมเด็จ คลองวัดพระยาญาติ เป็นต้น

นอกจากความสำคัญในการเป็นพื้นที่ทางการเกษตรที่เป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรแล้ว บริเวณคลองสานยังเป็นที่ตั้งถิ่นพำนักของข้าราชการชั้นเจ้าพระยาหลายพระองค์ ในช่วงต้นแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ อาทิ เจ้าพระยาภาณุวงศ์มหาโกศาธิบดี (ทั้วม บุนนาค) มีตำแหน่งเป็นนายปลัดกรมพระตำรวจและปลัดเมืองเพชรบุรี ผู้เป็นเจ้าของที่โรงพยาบาลบ้านสมเด็จเจ้าพระยา สมเด็จเจ้าพระยาบรมมหาพิไชยญาติ (ทัต บุนนาค) หรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่า สมเด็จเจ้าพระยาน้อยเพราะทรงเป็นน้องชายสมเด็จเจ้าพระยาบรมมหาประยูรวงศ์ (ดิศ บุนนาค) ดำรงตำแหน่งเป็นถึงจางวางพระคลังสินค้าในรัชกาลที่ 4 สมเด็จเจ้าพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์

(ช่วง บุนนาค) ผู้สำเร็จราชการในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและเป็นผู้พลเชิญให้ขึ้นครองสิริราชสมบัติ ท่านเป็นเจ้าของคู่อเรือในบริเวณวัดพิชัยญาติการาม เป็นต้น

ราชวงศ์ สำเพ็งและเยาวราชเป็นย่านการค้าเก่าแก่ในเขตพระนคร ในขณะที่คลองสานซึ่งตั้งอยู่คนละฝั่งแม่น้ำเป็นย่านการค้าเก่าแก่สำหรับคนในพื้นที่ฝั่งธนบุรีโดยที่บริเวณนี้เป็นเส้นทางสัญจรทางน้ำของเรือสินค้าต่างๆ ดังจะเห็นว่าเคยเป็นที่ตั้งโกดังสินค้าและร้านค้าต่างๆ ตามฝั่งแม่น้ำ มีคู่อเรือและเป็นที่พักจอดเรือสินค้า โรงน้ำปลาทั้งวงฮะ ที่ตั้งอยู่ในตึกที่ก่อสร้างแบบอาคารจีนทางตอนใต้และโรงเกลืออีกหลายโรง แต่ที่มีชื่อเสียงและยังหลงเหลือซากทางสถาปัตยกรรมและภูมิปัญญาการล้างเกลือไม่ให้ละลายไปกับการล้างเกลือด้วยการใช้น้ำล้างเกลือล้างเกลือ คือโรงเกลือแหลมทองอันเป็นแหล่งขายเกลือที่บรรทุกมาจากปากอ่าวที่จังหวัดสมุทรสงครามและสมุทรสาครแหล่งสุดท้ายในเขตคลองสาน มีท่าเทียบเรือและโกดังสินค้าของชาวจีนเป็นชาติแรกที่เข้ามาในบริเวณก่อนที่จะมีชาวอินเดียและชาวตะวันตกจะเข้ามาใช้พื้นที่ในเวลาต่อมา จึงทำให้พื้นที่ในบริเวณคลองสานเป็นแหล่งรวมวัฒนธรรมของ 3 ศาสนา 4 ชนชาติ ได้แก่ พุทธ คริสต์และมุสลิม เป็นที่อยู่ของชนชาติไทย จีน ตะวันตกและมุสลิม

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา “การสร้างสรรคทางวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์” จึงได้มีการกำหนดขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาไว้ใน 2 ลักษณะ คือ ในด้านพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

กำหนดพื้นที่อยู่ในบริเวณช่วงถนนเชียงใหม่ไล่มาตามฝั่งตะวันตกของถนนสมเด็จพระยาจนชนสำนักงานเขตคลองสาน เข้าสู่บริเวณรอยต่อเข้าสู่ถนนเจริญนครไปจดถนนเจริญนคร 5 ซึ่งเป็นบริเวณที่มีชุมชนต่างๆ ในอดีตและผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้าไปลงทุนในพื้นที่ที่โดยจะได้ศึกษาชุมชนและโครงการต่างๆ ดังมีรายละเอียดดังนี้

- ชุมชนโดยรอบ เริ่มจากถนนเชียงใหม่ไล่มาตามฝั่งตะวันตกของถนนสมเด็จพระยาเข้าสู่ถนนเจริญนครไปจดถนนเจริญนคร 5

- โครงการล้ง 1919
- โครงการThe Jam Factory
- โครงการไอคอนสยาม
- หอศิลป์อาจารย์กมล ทัศนาศิลป์

2. ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- ชุมชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการท้องถิ่น
- เจ้าของโครงการ และผู้บริหารโครงการที่เข้าไปลงทุนใหม่

นิยามศัพท์

ผู้วิจัยกำหนดคำนิยามสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

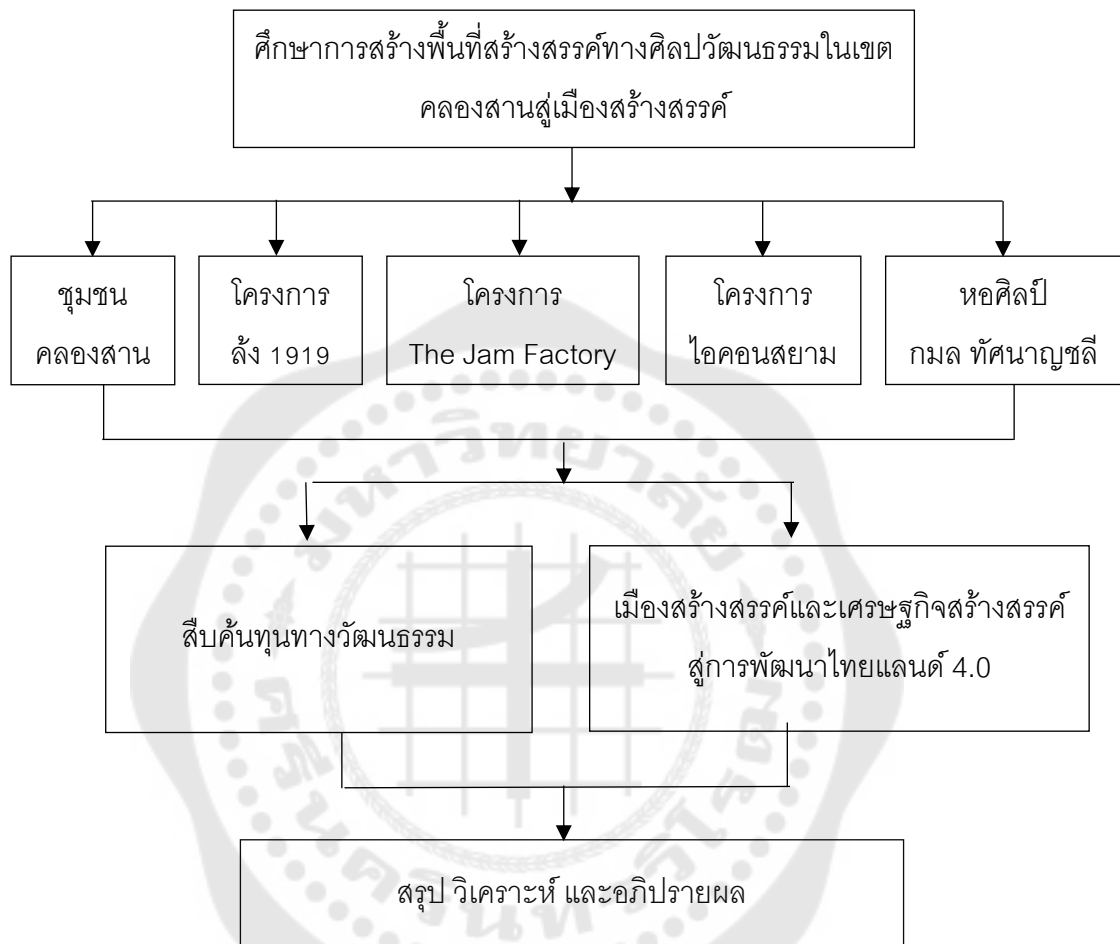
เมืองสร้างสรรค์ หมายถึง การพัฒนาพื้นที่ให้เกิดการดึงดูดการเข้าใช้พื้นที่ที่มากขึ้น จากกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อใช้เป็นแหล่งที่พักอาศัย ดึงดูดการลงทุนและการพัฒนา ลักษณะทางกายภาพของเมืองเช่นการปรับปรุงภูมิทัศน์ การลงทุนในการสาธารณูปโภค สาธารณณะและแหล่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการดำเนินชีวิต ตลอดจนการลงทุนจากนัก ลงทุนภายนอก โดยเมืองสร้างสรรค์เกิดจากแนวคิดความคิดสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับ ต้องไม่ได้ซึ่งเป็นต้นทุนนำมาใช้ประโยชน์เพื่อเป็นทุนในการสร้างมูลค่าเพิ่มในทางเศรษฐกิจเพื่อหวังผลกำไรและก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจโดยผ่านกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้งานไขการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กระบวนการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ การปรับเปลี่ยนสภาพทางกายภาพ (physical) ของพื้นที่โดยอาศัยทุนทางวัฒนธรรมในด้านสถาปัตยกรรมโดยใช้หลักความคิดสร้างสรรค์และการ ออกแบบเพื่อ ปรับเปลี่ยน (transform) สภาพที่ทรุดโทรมให้สามารถกลับมาใช้งานและเกิด มูลค่าเพิ่ม (value added)

ศิลปวัฒนธรรม หมายถึง งานที่เกิดสร้างการสร้างสรรค์ของมนุษย์และสั่งสมมาใน ช่วงเวลาหนึ่งจนมีคุณค่าในด้านความงาม มีคุณค่าต่อจิตใจ แสดงออกในรูปของวัฒนธรรมที่จับ ต้องได้ เช่น อาคารสถานที่ ภาพวาด และวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่นแนวคิด ปรัชญาในการ ดำเนินชีวิต

กรอบการดำเนินการวิจัย



ภาพประกอบ 2 กรอบการดำเนินการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา” นี้ เป็นการศึกษาเพื่อศึกษากระบวนการในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และแนวความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรโครงของพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed-method) โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. แนวคิดเมืองสร้างสรรค์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ทุนวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามความหมายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation) (อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ, 2553)

คำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นคำภาษาไทยที่ใช้แทนคำในภาษาอังกฤษหลายๆ คำ ดังนี้ Creative Economy, Creative Industries, Cultural Industries โดยแต่ละคำในภาษาอังกฤษถูกบัญญัติขึ้นโดยหน่วยงานหลายๆ หน่วยงาน และมีความแพร่หลายในหลายๆ มิติ (Srisangnam, 2009)

และในร่างกรอบทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งจะนำมาใช้ในปี พ.ศ.2555 - 2559 ได้มีการระบุยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาประเทศ 7 ยุทธศาสตร์ และยุทธศาสตร์แรก “ยุทธศาสตร์การสร้างฐานการผลิตที่ส่งเสริมการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างเข้มแข็งและสมดุล” ที่ได้มีการกล่าวถึงร่างแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ก็เกี่ยวข้องกับ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง โดยสามารถสรุปใจความได้ดังนี้ ประเทศไทยจะเน้นเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยให้อยู่บนแนวคิดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีการกล่าวถึงการพัฒนาภาคการผลิตสินค้าและบริการบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยส่งเสริมการใช้ความสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ การส่งเสริมและพัฒนาสาขาธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พัฒนาบุคลากรให้สามารถตอบสนองความต้องการของการภาคการผลิตและบริการทั้งในระดับวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์และผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553)

ความเป็นมาของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เนื่องจากมีหลายหน่วยงาน โดยเฉพาะในต่างประเทศได้ให้คำจำกัดความของคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ในมิติต่างๆ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ผู้เขียนขอยกตัวอย่างคำจำกัดความของหน่วยงาน และองค์กรระหว่างประเทศที่เป็นที่ยอมรับมานำเสนอ ณ ที่นี้

คำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถูกกล่าวถึงและเป็นที่ยอมรับอย่างเป็นทางการในระดับรัฐบาลครั้งแรกในประเทศสหราชอาณาจักร โดยในปี พ.ศ.2544 (ค.ศ. 2001) Department of Culture, Media and Sport (Department of Culture Media and Sport, 2001) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า "อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries)" ไว้ว่า "Those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property." (Department of Culture, Media and Sport. 2001: 04)

และคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้แปลความหมายของคำจำกัดความนี้ว่า "เศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงานให้เกิดขึ้นได้ โดยที่สามารถส่งเสริมและส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา" (อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ, 2553)

เมื่อคำคำนี้และแนวคิดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เริ่มเป็นที่นิยม และเนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ดังนั้นในปี พ.ศ.2546 (ค.ศ.2003) องค์กรทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization, WIPO) จึงได้มีการให้คำนิยามของคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า "Industries that include the cultural

industries plus all cultural or artistic production, whether live or produced as an individual unit. The creative industries are those in which the product or service contains a substantial element of artistic or creative endeavor." (World Intellectual Property Organization 2003) และคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้แปลความหมายของคำจำกัดความนี้ว่า "อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปสินค้าและบริการที่ต้องใช้ความพยายามในการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมา โดยทันทีในขณะนั้น หรือผ่านกระบวนการผลิต และเน้นการปกป้องผลงานผ่าน Copyright" (อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ, 2553)

องค์กรระหว่างประเทศที่ทำหน้าที่ดูแลควบคุมและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2 องค์กรหลัก ได้แก่ UNESCO และ UNCTAD ต่างก็ได้ให้คำจำกัดความของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ คำจำกัดความของ UNESCO เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือ "อุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา" (อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ, 2553)

การพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นอย่างไรก็ดี เพื่อให้การขับเคลื่อนการพัฒนาเป็นไปอย่างมีบูรณาการและบังเกิดผลทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม การดำเนินการในระยะต่อไปจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อประเด็นการพัฒนาที่สำคัญ ผู้วิจัยขอยกแนวทางการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ได้ค้นคว้าไว้มากกล่าวถึง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และศูนย์สร้างสรรค์แห่งชาติ, 2552) ดังนี้

1. การสร้างความตระหนักและสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการต้องได้รับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้มีจุดเด่น และสามารถต่อยอดด้วยความคิดและนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ทั้งนี้ผู้ประกอบการไทยต้องมีศักยภาพและความสามารถเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่โดยการสร้างความได้เปรียบจากความหลากหลายและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมและความเป็นไทยเพื่อสร้างเศรษฐกิจและสังคมสร้างสรรค์ให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีระดับโลก

2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมภายในประเทศ

เพื่อให้เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและคมนาคม การส่งเสริมการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา การจัดหาแหล่งเงินทุน การพัฒนาการศึกษาอย่างเป็นระบบและครบวงจรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดรวมทั้งสร้างบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาการตลาดสมัยใหม่ และการบังคับใช้กฎหมายโดยเฉพาะกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องมีการศึกษาและทบทวนปัญหาและอุปสรรคที่มีที่มาจากกฎหมาย และกฎระเบียบเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขต่อไป

3. การบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงาน

เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีกรอบการดำเนินงานที่ค่อนข้างกว้างและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจำนวนมาก การดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับปฏิบัติจำเป็นต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก และมีกรอบนโยบายและกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน ดังนั้น ควรมีแนวทางการดำเนินงานโดยการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนา (Roadmap) สำหรับการดำเนินงานขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีบูรณาการในระยะต่อไป

4. การศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม

ในการศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม โดยทำการศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่จำเป็นในการขับเคลื่อนการพัฒนาทั้ง 5 สาขา ได้แก่ (1) มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ (2) เอกลักษณะ ศิลปะและวัฒนธรรม (3) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม (4) อุตสาหกรรมสื่อ บันเทิง และซอฟต์แวร์ (5) การออกแบบและพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ ให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและนำผลิตภัณฑ์และบริการสู่ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ในการศึกษาวิจัยในเชิงลึกนี้จำเป็นต้องมีการจัดทำฐานข้อมูลและมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการกำหนดมาตรฐานขอบเขตของอุตสาหกรรม และบริการเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจน และวิธีการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมิน ติดตามผล และกำหนดนโยบายการพัฒนาต่อไปด้วย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับวัฒนธรรมไทย

วัฒนธรรมเป็นรากฐานสำคัญที่สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ของสังคมนั้นๆ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิต พ.ศ. 2554 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่นำความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ พระพรหมคุณาภรณ์ (ประยูร ปยุตโต) ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมเป็นผลรวมของการสั่งสมสร้างสรรค์ภูมิธรรม ภูมิปัญญา ที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาของสังคมนั้นๆ หรือกล่าวสั้นๆ ได้ว่า วัฒนธรรม คือ ประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถที่สังคมนั้นมีอยู่ หรือเนื้อตัวทั้งหมดของสังคมนั่นเอง และศาสตราจารย์ประเวศ วะสี ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมเป็นพลังของสังคมทางภูมิปัญญา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ จิตใจ การเมือง สังคม สิ่งแวดล้อมพร้อมกันไป จากความหมายดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งดีงามที่สืบทอดส่งผ่านจากรุ่นสู่รุ่น และมีการใช้คำว่า “มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม” ซึ่งหมายถึง การปฏิบัติ การแสดงออก ความรู้ ทักษะ ตลอดจนเครื่องมือ วัตถุ สิ่งประดิษฐ์ และพื้นที่ (อมรรัตน์ เทพกำปนาท, 2548)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับเมืองสร้างสรรค์

เนื่องจากการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นช่วงเวลาของการแข่งขันด้านการบริหารจัดการความรู้ (knowledge base economy) โดยการหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของมนุษย์ เรียกระบบเศรษฐกิจแบบใหม่นี้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการผลิตเพื่อสร้างผลงานและนวัตกรรมใหม่ จากการต่อยอดจากฐานความรู้และภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นจากมนุษย์ ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มเศรษฐกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ผลงานได้จากการจัดหมวดหมู่ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ริชาร์ด ฟอริดา คือ กลุ่มวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี กลุ่มอุตสาหกรรม กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มเทคโนโลยีชีวภาพ กลุ่มศิลปะ ดนตรีวัฒนธรรม การออกแบบ กลุ่มออกแบบสถาปัตยกรรม ออกแบบเมือง ออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมและอาชีพที่ใช้ความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น ด้านกฎหมาย ด้านการรักษาพยาบาล และธุรกิจการเงิน

กลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวสามารถสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจได้ประมาณร้อยละ 30 ถึงร้อยละ 35 ของระบบเศรษฐกิจในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา กลุ่มสหภาพยุโรป และประเทศในแถบสแกนดิเนเวีย โดยเฉพาะในกลุ่มเมืองใหญ่ของยุโรปและอเมริกาสามารถสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 40 ถึงร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของเมืองนั้นๆ เช่น กรุงอัมสเตอร์ดัม ลอนดอน ปารีส นิวยอร์ก และซานฟรานซิสโก (Florida Richard, 2011)

จากการแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ริชาร์ด ฟลอริด้า ยกตัวอย่างเกี่ยวกับการย้ายฐานการผลิตของบริษัทพัฒนาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีรายหนึ่งที่ย้ายจากเมืองพิทเบอร์ไปตั้งบริษัทที่เมืองบอสตัน โดยสร้างความขัดแย้งขึ้นกับทฤษฎีเดิมๆ ที่เมืองนั้นจะต้องทำการให้ความช่วยเหลือและให้สิทธิพิเศษทางการเงินและภาษีกับบริษัทใหญ่ เพื่อมาตั้งฐานการผลิตในเมือง เพราะทำให้เมืองของตนเองได้มีการจ้างงานและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจขึ้น แต่บริษัทรายดังกล่าวกลับไม่ได้ย้ายเพราะเหตุผลด้านการเงินแต่กลับเป็นการย้ายเมืองเพื่อตามกลุ่มบุคลากรเป้าหมายของตนเองที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งตามทฤษฎีเรียกกลุ่มคนเหล่านี้ว่า กลุ่มคนสร้างสรรค์ และแทนที่กลุ่มคนนี้จะย้ายจากเมืองบอสตันไปสู่พิทเบอร์ก็เพื่องานที่ดีเท่ากับเป็นบริษัทที่ย้ายเมืองมาเพื่อพนักงานที่มีความสามารถ ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของกลุ่มคนสร้างสรรค์กับพื้นที่และการเปลี่ยนแปลงแนวทางการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจซึ่งในยุคทศวรรษก่อนหน้านี้นักเศรษฐศาสตร์วิเคราะห์ว่าเศรษฐกิจเติบโตจากการพัฒนาของบริษัทและองค์กรต่างๆ แต่ในปัจจุบันทรัพยากรมนุษย์กลับมาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ

เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเมืองแต่ก็ยังไม่ใช้ทั้งหมดจากทฤษฎี 3 Ts ของฟลอริด้า (Florida Richard, 2011) กล่าวว่า เทคโนโลยีส่งผลต่อกิจกรรมของมนุษย์อย่างกว้างขวางแต่เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดการผสมผสานและพัฒนาในหลากหลายมิติจนกระทั่งเกิดผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมขึ้น แต่สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าคือการมีบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์มีผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์ที่สามารถพัฒนาสิ่งประดิษฐ์จนสามารถผลิตขายเชิงพาณิชย์ได้และมีสุนทรีย์ความงาม การออกแบบ วัฒนธรรม ศิลปิน นักดนตรี ตลอดจนเมือง การเมืองและนักการเมืองทั้งหมดนี้ต้องมีความสร้างสรรค์ และเมื่อทุกองค์ประกอบทำงานร่วมกันจะเกิดเป็นศูนย์รวมทางเศรษฐกิจของโลก จากอดีตจนถึงปัจจุบัน เอเธนส์ โรม ฟลอเรนซ์ เบอร์ลิน ปารีส ลอนดอน ฮัมเบอร์ดัม นิวยอร์กและซานฟรานซิสโก เมืองเหล่านี้เต็มไปด้วยทรัพยากรสร้างสรรค์

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมนำพาสังคมโลกสู่การพัฒนาสู่ยุคของ “creativity age” ซึ่งเป็นยุคที่มีความซับซ้อนมากกว่าการพัฒนาระบบเกษตรกรรมสู่ระบบอุตสาหกรรม จากการนำทรัพยากรพื้นฐาน เช่น แร่ธาตุและวัตถุดิบมาผลิตเป็นสินค้า แต่ปัจจุบันความรู้ ความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งกระบวนการดังกล่าวได้เปลี่ยนวิถีชีวิตของมนุษย์ เปลี่ยนวิถีการทำงาน เปลี่ยนวิถีการพักผ่อนและเปลี่ยนการเสพความบันเทิงตลอดจนเป็นโครงสร้างของการใช้ชีวิตของชุมชนเมือง กับการทำงานและสถานที่ทำงานไป

อย่างสิ้นเชิง จึงสามารถกล่าวได้ว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างมากมายและกระทบเป็นวงกว้างในทุกภาคส่วนทั้งภาคการผลิต ภาคบริการ และภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เองเพราะทั้งหมดจำเป็นต้องอาศัยความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐานทั้งสิ้น

เมื่อเทคโนโลยีพัฒนาอย่างก้าวกระโดดมนุษยสามารถทำงานจากที่ใดๆ ก็ได้ เช่นสามารถทำงานใกล้ขีดธรรมชาติ ซึ่งนั่นเป็นการลดความสำคัญของความเป็นเมืองลงและประชากรภายในเมืองย่อมบางเบาลงแต่ในทางกลับกัน พลอริต้าไม่เชื่อว่าสังคมจะเป็นเช่นนั้นเพราะพลอริต้ากล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ไม่ได้เกิดจากการเรียนในชั้นเรียนหรือห้องทดลองแต่กลับเกิดขึ้นตามท้องถนนในเมืองที่มีความเอื้ออำนวยต่อการเกิดของแรงบันดาลใจและสถานะทางสังคมของคนกลุ่มนั้นได้รับการยอมรับว่าเป็นบุคคลสร้างสรรค์ ภูเขาสำคัญของการพัฒนาเมืองไม่ใช่เพียงการสร้างเมืองเพื่อดึงดูดกลุ่มคนสร้างสรรค์ที่มีเงินจากที่อื่นเข้ามาในเมืองแต่เป็นการลงทุนทางความคิดสร้างสรรค์ให้กับชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนแรงงานในท้องถิ่นนั้นๆ ตัวอย่างเช่น เมื่อ พอล อัลเลน (ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัทไมโครซอฟท์) ตัดสินใจจะสร้างชุมชนสร้างสรรค์ในย่านชาท์เลค เมืองซีแอตเทิล เขาไม่ได้สร้างโรงละครโอเปร่า ที่แสดงดนตรีของวงซิมโฟนี หรือการสร้างอนุสาวรีย์ให้บุคคลสำคัญ แต่เขาสร้างอนุสรณ์อุทิศแด่ จิมมี เฮนดริก (Jimi Hendrix) นักดนตรีผิวดำที่มีแนวทางในการพัฒนา แนวดนตรีใหม่ขึ้นมาจาก แนวทางเดิมๆ ได้ การพัฒนาดังกล่าวเป็นแรงผลักดันให้ พอล อัลเลน สามารถพัฒนาซอร์แวร์ในแนวทางใหม่ๆ ขึ้นจนประสบความสำเร็จ ตามแนวทางของจิมมี ซึ่งเป็นการยกย่องคุณค่าของบุคคลากรในท้องถิ่น ดังนั้น การพัฒนาพื้นที่จึงเป็นปัจจัยที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจที่อิงกับความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ สถานที่ ลักษณะภูมิศาสตร์เพื่อนบ้านและชุมชนรวมตัวเข้าด้วยกันกลายเป็นหน่วยผลิตแทนที่ระบบอุตสาหกรรมในอดีตจาก การสัมภาษณ์ในต่างประเทศพบว่า กลุ่มคนสร้างสรรค์ชอบที่อยู่อาศัยในเมืองที่มีความตื่นตัว มีกิจกรรมที่แสดงถึงความรู้สึกของท้องถิ่น เป็นเมืองที่แสดงออกถึงความมีส่วนร่วมของพวกเขาเมืองที่มีกิจกรรมที่แสดงถึงชีวิตชีวา เช่น คนใช้จักรยาน คนวิ่งออกกำลังกายและมีคนที่มีลักษณะเฉพาะ มีการแต่งตัวที่ตลกๆ มาเล่นกีฬากลางแจ้งเป็นต้นซึ่งทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า เมืองที่สร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ได้นั้นจะต้องประกอบไปด้วย สภาพทางสังคมที่มีความหลากหลาย เปิดกว้างยอมรับคนจากต่างถิ่นต่างวัฒนธรรมและเต็มไปด้วยวัฒนธรรมของเมืองนั้นๆ (Florida Richard, 2011)

แนวคิดเมืองสร้างสรรค์

แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) เป็นนโยบายพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลในหลายประเทศ โดยเฉพาะในประเทศพัฒนาแล้ว เช่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา เป็นการดำเนินนโยบายเป็นการดำเนินนโยบายเพื่อดึงดูดผู้ประกอบการและผู้มีความคิดสร้างสรรค์จากที่ต่างๆ ให้เข้ามาอยู่ในเมือง โดยมีแนวคิดว่าการสร้างบรรยากาศของเมืองให้มีเสน่ห์ และเปี่ยมล้นด้วยความบันเทิงใจจะเป็นการดึงดูดให้คนที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้ามาอยู่ในเมือง ปัจจุบันร้อยละ 64 ของประชากรวัยทำงานมีแนวคิดในการเลือกเมืองก่อนเลือกงาน ในขณะที่เมื่อ 15 ปีก่อนร้อยละ 80 ของคนทำงานเลือกบริษัทหรืองานก่อนเลือกเมือง (สุนิต กิตติอำพน, 2553) ดังนั้น ในการพัฒนาจึงต้องมีการสร้างสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบของเมืองให้เอื้อต่อการทำงานในเชิงสร้างสรรค์ ส่งเสริมกระบวนการสร้างนักคิดและบ่มเพาะให้กลายเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ อันหมายถึงผู้ประกอบการที่สามารถรวบรวมองค์ความรู้ ทักษะ เทคโนโลยีและสุนทรียภาพจากวัฒนธรรมและงานศิลปะ นำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและความแตกต่าง ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้ ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์และมีพื้นที่แสดงออกของกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์และผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ตลอดจนส่งเสริมสภาพแวดล้อมและกิจกรรมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการเรียนรู้ ควบคู่ไปกับการเรียนรู้ในระบบการศึกษาปกติเพื่อบรรลุเป้าหมายสู่การเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความหมายของเมืองสร้างสรรค์

“ความสร้างสรรค์” หมายถึง ศักยภาพของมนุษย์ในการสร้างสิ่งแปลกใหม่ที่มีประโยชน์และใช้งานได้จริง เป็นคำกล่าวของจอห์น ฮาวส์กิน (John Howkins, 2001) ผู้คิดค้นที่อยู่ในแวดวงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับโลก และริชาร์ด ฟลอริดา (Florida Richard, 2011) ผู้เสนอแนวคิดทุนสร้างสรรค์ให้ความหมายว่า ความสร้างสรรค์ คือการหลอมรวมเนื้อหาสาระ การรับรู้ และทรัพยากร ให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีประโยชน์

นอกจากนี้ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2545) กล่าวถึงองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย การได้สิ่งใหม่ ใช้งานได้ และเหมาะสม จากความหมายต่างๆ ดังกล่าว จะเห็นได้ว่าความคิดสร้างสรรค์มีคุณลักษณะสำคัญสามประการ คือ เป็นของใหม่ ใช้งานได้และมีประโยชน์ ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นรากฐานสำคัญที่ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ที่มีคุณค่า ทั้งที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ ทฤษฎี หรือวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ รวมไปถึงการสร้างงานศิลปะ

ความคิดสร้างสรรค์เกิดจากการคิดอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งมาร์กาเร็ตโบเดน (Margaret Boden อ้างใน (Richard Florida, 2004) ได้เสนอวิธีการคิดอย่างสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับ

คุณลักษณะทั้งสามประการดังกล่าว โดยประการแรก ในการสร้างสรรค์เพื่อให้ได้สิ่งใหม่ ต้องอาศัยจินตนาการ และการคิดนอกกรอบ ไม่เอากฎ กติกาในปัจจุบันเป็นตัวตั้ง ประการที่สอง เมื่อต้องการให้สิ่งนั้นใช้การได้ จินตนาการดังกล่าวต้องเป็นไปได้จริง ไม่เป็นการเพ้อฝัน และประการที่สามเมื่อต้องการให้สิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเป็นประโยชน์ จำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายหรือสิ่งที่อยากเห็นร่วมกัน นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ยังต้องการความมั่นใจในตนเอง และความกล้าเสี่ยงของผู้สร้างสรรค์ บุคคลที่สร้างสรรค์จึงต้องมีแรงปรารถนาและการเคารพตนเองในการสร้างสรรค์ และพร้อมที่จะรับผลจากความผิดพลาด หรือการวิพากษ์วิจารณ์ของผู้อื่น บุคคลที่มีลักษณะดังกล่าวเรียกว่า เป็นผู้ที่มีจิตสร้างสรรค์ (Creative Mind)

ที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและพัฒนา (United Nations Conference On Trade and Development) หรือเรียกย่อว่า อังก์ตัด (UNCTAD, 2011) ให้ความหมายของ “เมืองสร้างสรรค์” ไว้ในรายงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประจำปี 2008 ว่าหมายถึง เมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมของเมือง และประกอบด้วยรากฐานที่มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนทำงานสร้างสรรค์ และมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการลงทุนเพราะความยั่งยืนของสถานที่ในเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ ชาร์ลส์ แลนด์รีย์ (Landry, 2008) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมเพื่อการฟื้นฟูเมืองและผู้เขียนหนังสือชื่อเมืองสร้างสรรค์ (The Creative City) กล่าวว่า คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีส่วนสำคัญที่ทำให้เมืองเป็นพื้นที่ของความคิดสร้างสรรค์ และทำให้เกิดพลวัตขึ้นในสังคมเมือง ดังนั้นความเป็นท้องถิ่นที่สืบสานออกมาทางศิลปะในรูปแบบต่างๆ และกิจกรรมทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นทรัพยากรสร้างสรรค์จึงเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ของแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป

นอกจากนี้ริชาร์ด ฟลอริดา (Florida Richard, 2011) ผู้ให้นิยามคำว่า กลุ่มชนชั้นสร้างสรรค์ (Creative Class) กล่าวว่า กลุ่มชนชั้นสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ต้องการคนมีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้ด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในตัว เพื่อแก้ปัญหาที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป ดังนั้น เมืองต่างๆ จึงต้องแข่งขันกันเพื่อดึงดูดรักษาและสร้างกลุ่มชนชั้นสร้างสรรค์ ด้วยการพัฒนาสภาพแวดล้อมเมือง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกลไกทางธุรกิจที่เอื้อต่อการลงทุนและพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ โดยส่วนสำคัญที่สุดคือการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและวางแผนแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อให้เมืองมีความพร้อมในเชิงเอกลักษณ์และบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่มีความหมายหลากหลาย ควบคู่ไปกับการพัฒนา

เมืองด้านกายภาพ เมืองมีแรงดึงดูดนั้นต้องเป็นเมืองที่เปิดรับคนต่างถิ่นให้เข้ามาอาศัยได้อย่างกลมกลืน มีผู้คนหลากหลายวัฒนธรรมแต่เปิดรับซึ่งกันและกัน มีความตื่นไหวทางวัฒนธรรม ไม่เป็นเมืองอนุรักษ์นิยม มีความมั่นคงทางสังคมมากพอที่จะก่อให้เกิดความต่อเนื่อง และมีความหลากหลายมากพอที่จะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ งานวิจัยของริชาร์ด ฟลอริดา ยังพบว่ากลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์ ต้องการให้เมืองมีลักษณะผสมผสานระหว่างประวัติศาสตร์และความทันสมัย มีระบบขนส่งสาธารณะที่ดี มีร้านอาหาร ดนตรี และแหล่งบันเทิง มีพื้นที่สำหรับประกอบกิจกรรมต่างๆ มีรูปแบบอาคารที่กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ หรืออาจกล่าวได้ว่าการพุ่มพักเมืองเพื่อดึงดูดให้คนที่มีความคิดสร้างสรรค์มาลงทุนทำธุรกิจนั้น ถ้าฟังเพียงวัฒนธรรมชุมชนอย่างเดียวไม่เพียงพอ ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหลือต่อการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งเรียนรู้และเทคโนโลยีเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจด้วย

จากความหมายของเมืองสร้างสรรค์ตามที่องค์การยูเนสโกได้นิยามไว้ ซึ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมและคนทำงานสร้างสรรค์ และแนวคิดของชาร์ลส์ แลนด์รีย์ และริชาร์ด ฟลอริดา เน้นให้เห็นความสำคัญของคนและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ทำให้ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ของแต่ละเมืองมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างกัน ซึ่งแนวคิดในเรื่องเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันของเมืองสร้างสรรค์นี้ สอดคล้องกับที่องค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมหรือยูเนสโก (UNESCO) ได้ดำเนินการจัดตั้งเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ แล้วเปิดตัวเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2547 (ฐนิต กิตติอำพน, 2553) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของเมืองต่างๆ ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา โดยให้ความหมายของเมืองสร้างสรรค์ว่าเป็น “เมืองที่มีการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนำวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจนจารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองแห่งความคิดวิไลซ์ที่ไม่ลืมหากฐานวัฒนธรรมของตนเอง” และคัดเลือกเมืองสร้างสรรค์ในสาขาต่างๆ จากทั่วโลก ตัวอย่างเช่น เมืองแห่งการออกแบบ (City of Design) ได้แก่ เมืองเบอร์ลิน บัวโนสไอเรส มอนทรีอัล โกเบ นาโกยา เซินเจิ้น เซี่ยงไฮ้ และกรุงโซล เมืองแห่งสื่อศิลปะ (City of Media Arts) ได้แก่ เมืองลียง ในประเทศฝรั่งเศส เมืองแห่งวรรณกรรม (City of Literature) ได้แก่ เอดินเบิร์ก ในสกอตแลนด์ ไอโอวาซิตี ในสหรัฐอเมริกา เมลเบิร์น ในออสเตรเลีย และดับลิน ในไอร์แลนด์ เมืองแห่งภาพยนตร์ (City of Film) ได้แก่ แบริดฟอร์ด ในอังกฤษ และซิดนีย์ ในออสเตรเลีย เมืองแห่งอาหาร (City of Gastronomy) ได้แก่ ไปโยอัน ในโคลัมเบีย ฉิงตู ในสาธารณรัฐประชาชนจีน และออสเตอร์ซุนด์ ในสวีเดน เมืองแห่งดนตรี (City

of Music) ได้แก่ โบโลญญา ในอิตาลี เกนท์ ในเบลเยียม เซบิยา ในสเปน และกลาสโกว์ ในสกอตแลนด์ เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts and Folk Arts) ได้แก่ อัลวาน ในอียิปต์ คานาซาว่า ในญี่ปุ่น ซานตาเฟ ในสหรัฐอเมริกา และอินซอน ในเกาหลีใต้ เป็นต้น

องค์ประกอบของเมืองสร้างสรรค์

ยูเนสโกกำหนดองค์ประกอบเมืองสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับนิยามและแนวคิดตามที่กล่าวมาดังนี้ 1) ผู้ประกอบการสร้างสรรค์หรือนักคิด ที่เปรียบเสมือนสินทรัพย์สำคัญของเมืองที่สามารถเคลื่อนย้ายไปได้ทั่วโลก เพื่อแสวงหาสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการอาศัยอยู่และประกอบธุรกิจ 2) สถานที่สร้างสรรค์ได้แก่ สถานที่เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อให้เกิดกระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประกอบธุรกิจทั้งสถานที่ในเมืองและผ่านเครือข่ายเชื่อมโยงทั่วโลก 3) บรรยากาศสร้างสรรค์ หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์และนักคิดจากแหล่งต่างๆ มาแสวงหาแรงบันดาลใจในการคิดและพัฒนาผลงาน รวมทั้งอยู่อาศัยและประกอบธุรกิจ 4) ความคิดสร้างสรรค์ การประกอบธุรกิจและการอยู่อาศัย และ 5) การส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นฐานของการสร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์

จากองค์ประกอบดังกล่าวยูเนสโกได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกเมืองที่เสนอตัวเข้าร่วมในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ดังนี้

1. สิ่งแวดล้อมของเมืองและภูมิทัศน์ด้านวัฒนธรรม (Cultural Landscape) กระตุ้นให้เกิดความสร้างสรรค์
2. มีโครงสร้างพื้นฐานรองรับอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้วยผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยและความสามารถในการกระจายสินค้า
3. เป็นชุมชนของกลุ่มผู้ปฏิบัติและผู้ที่มีอาชีพด้านความสร้างสรรค์
4. อำนวยรักษาความรู้ถึงคุณค่าของสาธารณะ พื้นที่และช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่หลากหลายในวงกว้าง
5. มีประสบการณ์ในการเป็นเจ้าของภาพ หรือการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับความสร้างสรรค์
6. มีการจัดการศึกษาเพื่อส่งเสริมความสร้างสรรค์ทั้งในและนอกระบบโรงเรียน
7. เอาใจใส่ต่อทรัพยากรท้องถิ่นและสภาพแวดล้อมของเมือง

สุนิต กิตติอำพน (สุนิต กิตติอำพน, 2553) ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ดังนี้

1. สร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง
2. ส่งเสริมความหลากหลายและการเป็นสังคมที่เปิดกว้าง
3. เป็นที่รวมของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ และนักคิด
4. สร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และพื้นที่ที่มีคุณภาพอย่างเพียงพอ
5. มีวิสัยทัศน์และพันธกิจร่วมกันในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ผ่านนโยบาย กลไกต่างๆ และธรรมาภิบาลที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์

สำหรับประเทศไทย มีการระบุแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ไว้ใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) (สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) โดยการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมด้านต่างๆ ของพื้นที่ หรือเมืองทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ทรัพยากรมนุษย์ กฎระเบียบ และการบริหารจัดการ เอื้อต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจสร้างสรรค์ที่ถูกสร้างสรรค์สินค้าและบริการ ใหม่ๆ ที่มีเอกลักษณ์และสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือเมือง สามารถดึงดูดการลงทุนของธุรกิจที่ เกี่ยวข้องเข้ามาในพื้นที่หรือเมือง รวมทั้งส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อสร้าง บรรยากาศและสภาพที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้และการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เช่น การ พัฒนาแหล่งเรียนรู้ และพื้นที่สาธารณะรูปแบบต่างๆ การจัดกิจกรรมและงานแสดงสินค้าและ บริการสร้างสรรค์ เพื่อเป็นช่องทางหรือเวทีในการพัฒนา และแสดงออกของนักคิดและนัก สร้างสรรค์สาขาต่างๆ (ราชกิจจานุเบกษา, 2554)

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังขานรับแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก โดยมอบหมาย ให้กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ดำเนินโครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative City) โดยให้ความหมายของเมืองสร้างสรรค์ หมายถึงเมืองที่มีความชัดเจนในทิศทาง ในการนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาศักยภาพ ทางเศรษฐกิจอันมีลักษณะเฉพาะเป็นของ ตนเอง มีการกำหนดแนวทางดำเนินการในองค์ประกอบที่เหมาะสมสอดคล้องกัน สามารถสร้าง มูลค่าเพิ่มในสินค้าหรือบริการได้อย่างยั่งยืน โดยมีสภาพสังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตที่ดี กรมทรัพย์สินทางปัญญา (2553) วัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อให้เกิดเมืองต้นแบบที่ประชาชนใน ภูมิภาคและท้องถิ่นต่างๆ สามารถใช้เป็นตัวอย่างและแนวทางในการสร้างศักยภาพของสินค้า หรือ บริการให้มีมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ภายในพื้นที่ โดยการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมา เชื่อมโยงเป็นเรื่องราวกับสินค้าและบริการของเมือง เกิดเป็นเอกลักษณ์ของเมืองที่จะสร้างงาน สร้างรายได้แก่คนในท้องถิ่นและประเทศชาติได้ รวมทั้งสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นให้ทุกภาค ส่วนเข้ามามีส่วนร่วมและให้ความสำคัญกับการนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์สร้างรายได้ให้ชุมชนมาก

ขึ้น และสร้างโอกาสทางสังคมและเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนและจังหวัดได้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อเป็นเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2553)

กรอบการพิจารณาคัดเลือกเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีองค์ประกอบดังนี้

1. ศักยภาพด้านทุนทางปัญญา หมายถึง ความรู้จริง ความชำนาญหรือภูมิปัญญาเฉพาะทาง การประยุกต์ประสพการณ์ เทคโนโลยีขององค์กร ซึ่งทำให้สามารถพัฒนาศักยภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า หรือบริการ แบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1.1 ทุนทางกายภาพ เช่น แหล่งธรรมชาติ ภูมิศาสตร์ หรือประวัติศาสตร์ของเมือง

1.2 ทุนทางวัฒนธรรม เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น มรดกสืบทอดทางวัฒนธรรม ความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ รวมไปถึงขนบธรรมเนียม ประเพณีในเทศกาลต่างๆ

1.3 องค์ความรู้ หมายถึง เมืองเป็นแหล่งที่มีองค์ความรู้ด้านใดเป็นพิเศษ ตัวอย่างของต่างประเทศ เช่น เมืองมิลานและมหานครปารีสเป็นแหล่งที่มีองค์ความรู้ด้านแฟชั่น เป็นต้น

2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) ได้แก่ ผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ผลิตโรงงาน เจ้าของธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการผลักดันและขับเคลื่อนกลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของแต่ละท้องถิ่น ภาคประชาชน หน่วยงานหรือองค์กรอิสระ และกลุ่มคนในพื้นที่นั้นๆ ที่สามารถผลักดันและพัฒนาศักยภาพสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่มได้ เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มสหกรณ์ต่างๆ เป็นต้น และภาคกลางศึกษา ได้แก่ สถาบันการศึกษาในระดับต่างๆ นักเรียน นักศึกษา อาจารย์ มหาวิทยาลัย หรือคนรุ่นใหม่ที่เป็นกลไกสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

3. กลุ่มสินค้าและบริการ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ได้แก่ งานฝีมือหัตถกรรม อาหารไทย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) กลุ่มศิลปะ ได้แก่ ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ 3) กลุ่มสื่อ ได้แก่ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การแพร่ภาพกระจายเสียง และดนตรี 4) กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามหน้าที่ ได้แก่ การออกแบบแฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และซอฟต์แวร์ และ 5) กลุ่มสินค้าและบริการอื่นๆ ที่เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4. ระบบการบริหารจัดการและวางแผน เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควรมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน มีจุดมุ่งหมายในการเป็นเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีการจัดระบบบริหาร มี

เครือข่ายและแผนปฏิบัติงาน เพื่อให้มีการนำศักยภาพด้านทุนทางปัญญามาใช้อย่างเหมาะสมมีความร่วมมือที่ดีระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีกลุ่มสินค้าหรือบริการที่น่าสนใจ มีโอกาสในการพัฒนาต่อยอด มีเครือข่ายหรือองค์กรที่จะขับเคลื่อนงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างมีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ

ผลการคัดเลือกเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย (เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์: 2554: ออนไลน์) จำนวน 10 แห่ง มีทั้งท้องถิ่นในระดับตำบล ระดับอำเภอ และระดับจังหวัดแต่ละแห่งมีศักยภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตนที่เห็นได้ชัดเจน ดังรายชื่อต่อไปนี้

1. เชียงใหม่ เมืองหัตถกรรมสร้างสรรค์ อันมีเอกลักษณ์ของชิ้นงานและฝีมือได้แก่ เครื่องเงิน ไม้แกะสลัก ผ้าจก ผ้าไหม เครื่องปั้นเซรามิค ศิลาดล กระดาษสา ฯลฯ ซึ่งสามารถยกระดับสู่ตลาดโลกได้

2. น่าน เมืองเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นเมืองเก่าที่มีเอกลักษณ์การเคลื่อนไหวทางสังคมในการดำเนินชีวิตของประชาชนอย่างเหนียวแน่น มีตราสัญลักษณ์ของเมือง (Brand Logo) คือคาบเขี้ยววัดภูมินทร์

3. เชียงราย โครงการพัฒนาद्यตุงที่มีความโดดเด่นในเอกลักษณ์วัฒนธรรมล้านนา และสอดคล้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

4. ลำปาง เมืองเซรามิค มีวัดฤดูบ คือดินขาวในพื้นที่ ใช้ภูมิปัญญาที่ได้รับมาจากชาวจีนโพ้นทะเลและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากรุ่นสู่รุ่น ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาสู่สากลมีเครือข่ายที่เข้มแข็ง ได้แก่ สมาคมเครื่องปั้นดินเผาลำปาง และศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก

5. อ่างทอง ชุมชนเอกราช หมู่บ้านทำกลอง แหล่งเรียนรู้วิธีการทำกลอง อันเป็นผลิตภัณฑ์ที่ชั่วสุดในท้องถิ่น ใช้ภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดมารุ่นสู่รุ่น และเป็นแหล่งผลิตกลองที่ดีที่สุดในประเทศไทยและส่งไปขายต่างประเทศ

6. เพชรบุรี เมืองตาลโตนด มีต้นตาลกว่า 4,000 สายพันธุ์อยู่คู่จังหวัดเพชรบุรีมานาน ผลิตผลจากต้นตาลที่ขึ้นชื่อได้แก่ น้ำตาลโตนด และขนมหวานเมืองเพชร

7. ชัยนาท แหล่งผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวที่ขึ้นชื่อของประเทศไทย ที่ตำบลนางสีและตำบลท่าชัย มีกลุ่มผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวที่มีโรงงานปรับปรุงสภาพเมล็ดพันธุ์ข้าวแห่งเดียวในประเทศไทย

8. มหาสารคาม เมืองแห่งการเรียนรู้ ศูนย์พัฒนาชุมชน มุ่งสู่การเป็นดักคิลานคร มีทำเลตั้งอยู่กึ่งกลางพื้นที่ภาคอีสานของประเทศไทย เป็นเมืองที่มีความสงบ มีสถาบันการศึกษาาระดับสูงหลายแห่ง

9. ลพบุรี เมืองแห่งนวัตกรรมแห่งพลังงานทดแทน มุ่งสู่ความสำเร็จจากโครงการ ลพบุรีโซลาร์ โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก กำลังผลิต 73 เมกะวัตต์ และโครงการสร้างศูนย์นวัตกรรมพลังงานทดแทนให้เป็นแหล่งเรียนรู้และท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้นจากการท่องเที่ยว

10. ยะลา เมืองนก เป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจด้านนกเขาชวา เป็นเจ้าภาพ จัดมหกรรมแข่งขันนกเขาชวาแห่งอาเซียน และมุ่งสู่การพัฒนาเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ครบวงจร ได้แก่ การเพาะเลี้ยงนก การผลิตวัสดุเพาะเลี้ยง การผลิตอาหารนก กรงนก สินค้าพื้นเมือง เกี่ยวกับนก ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันนกเขาชวา อันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ

ดัชนีความสร้างสรรค์

ในปี 2002 ริชาร์ด ฟลอริดา (Richard Florida) ศาสตราจารย์ด้านนโยบายสาธารณะ แห่งมหาวิทยาลัยจอร์จ เมสัน ประเทศสหรัฐอเมริกา เสนอทฤษฎีทุนสร้างสรรค์ (Creative capital theory) โดยกล่าวว่า การเติบโตของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่ เกิดจากองค์ประกอบ สำคัญ 3 ด้าน (3Ts Model) ได้แก่ เทคโนโลยี (Technology) และการอดทนรับความแตกต่าง (Tolerance) และเน้นความสำคัญของกลุ่มชนชั้นสร้างสรรค์ (Creative Class) ว่ามีผลให้เศรษฐกิจ ของชุมชนเติบโตได้ จากนั้นได้พัฒนาดัชนีความสร้างสรรค์เพื่อประเมินความสร้างสรรค์ของ ประเทศสหรัฐอเมริกา แนะนำกรอบความคิดนี้ไปพัฒนาดัชนีความสร้างสรรค์ของกลุ่มประเทศใน ทวีปยุโรป ซึ่งยังคงมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ด้านเช่นเดียวกัน หลังจากนั้นแต่ละประเทศและเมือง ต่างๆ ได้นำกรอบแนวคิดของริชาร์ด ฟลอริดาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและต่อยอดระบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของตนแตกต่างกันไป ดังตัวอย่างเช่น ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเขต ปกครองพิเศษฮ่องกง และเมืองซิลิคอน วัลเลย์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรม เป็นอย่างสูง ตัวอย่างความสร้างสรรค์ของเมืองและประเทศต่างๆ มีดังนี้

1. ดัชนีความสร้างสรรค์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ริชาร์ด ฟลอริดา พัฒนาดัชนี ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Index) ของประเทศสหรัฐอเมริกามีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) คนที่มีความชาญฉลาด 2) เทคโนโลยี และ 3) การอดทนรับความแตกต่างหลากหลาย โดยมี รายละเอียดของตัวบ่งชี้ดังต่อไปนี้ (Home Affairs Bureau, Honk Kong. 2005: 29-30)

1) คนที่มีความชาญฉลาด (Talent) เป็นดัชนีด้านทุนมนุษย์ วัดจากจำนวน ร้อยละของผู้ที่จบการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และจำนวนชนชั้นสร้างสรรค์ (Creative Class) ซึ่ง หมายถึงผู้ประกอบการอาชีพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และถือว่าการทำงานด้วยพลังสร้างสรรค์ของ คนเหล่านี้ ส่งผลที่ดีต่อเศรษฐกิจ และสังคม และมีบทบาทต่อเศรษฐกิจวัฒนธรรม

2) เทคโนโลยี (Technology) มีแต่ดัชนี 2 ตัว ได้แก่

2.1 ดัชนีด้านนวัตกรรม (Innovation Index) วัดจากจำนวนการจดสิทธิบัตรต่อจำนวนประชากร ซึ่งแสดงถึงศักยภาพด้านการพัฒนานวัตกรรมของประชาชน

2.2 ดัชนีบ่งชี้ด้านเทคโนโลยีขั้นสูง (Hi-Tech Index) วัดจากขนาดและจำนวนกลุ่มอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยี เช่น ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ และบริการด้านวิศวกรรม

3) การอดทนต่อความคิดและวัฒนธรรมที่แตกต่าง (Tolerance) วัดจากองค์ประกอบของความหลากหลาย (Composite Diversity Index) มีดัชนี 3 ตัว ได้แก่

3.1 ดัชนีเกย์ (Gay Index) หรือคนรักเพศเดียวกัน ดูจากจำนวนการใช้ชีวิตคู่ของคนเพศเดียวกัน ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ทางอ้อมต่อการเปิดรับ (Openness) และการอดทนรับความแตกต่างหลากหลาย (Tolerance) ของสังคม

3.2 ดัชนีโบฮีเมียน (Bohemian Index) หรือการไม่ยึดติดขนบธรรมเนียม ดูจากจำนวนคนทำงานด้านศิลปะที่ไม่ยึดติดขนบธรรมเนียมซึ่งจัดว่าเป็นคนที่มีความสร้างสรรค์ (Creative People) มีรูปแบบชีวิตที่หลากหลายและมีกิจกรรมในชีวิตอย่างสร้างสรรค์ เป็นตัวบ่งชี้ทางอ้อมถึงการมีเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชน

3.3 ดัชนีการเป็นเบ้าหลอม (Melting Pot Index) วัดจากจำนวนร้อยละของประชากรที่มีถิ่นกำเนิดในต่างประเทศ แสดงให้เห็นว่าสังคมเปิดกว้างให้คนต่างถิ่นเข้ามาอยู่อาศัย ซึ่งอาจกลายเป็นผู้ที่ช่วยขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเติบโตได้ โดยสังคมเป็นเสมือนเบ้าหลอมวัฒนธรรมของผู้คนที่มาจากหลากหลายให้กลายเป็นวัฒนธรรมที่อยู่ร่วมกันได้

จากองค์ประกอบดัชนีความสร้างสรรค์ทั้ง 3 ด้าน จะเห็นได้ว่าสิ่งที่พอริตาให้ความสำคัญคือ คน เทคโนโลยี และสังคมที่มีการอดทนรับต่อความหลากหลายทางความคิดการแสดงออกและวัฒนธรรมของต่างถิ่น ซึ่งในมุมมองของพอริตา สิ่งเหล่านี้จะเป็นแรงดึงดูดให้คนที่มีความชาญฉลาดในด้านต่างๆ จากนอกพื้นที่เข้ามาในพื้นที่มากยิ่งขึ้น และบรรยากาศเช่นนี้เองที่ก่อให้เกิดวัฒนธรรมและความคิดใหม่ๆ อย่างไม่หยุดยั้ง

2. ดัชนีความคิดสร้างสรรค์ของสหภาพยุโรป ในปี ค.ศ.2004 พอริตาและ ทินากาลิ (Home Affairs Bureau, 2005) พัฒนาดัชนีความคิดสร้างสรรค์ของยุโรป (Europe-Creative Index: ECI) โดยนำกรอบการพัฒนาดัชนีความคิดสร้างสรรค์ของประเทศสหรัฐอเมริกา (3Ts Model) มาพัฒนาดัชนีย่อยให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศในแถบยุโรป และใช้ประเมินความคิดสร้างสรรค์ของประเทศในกลุ่มยุโรป สแกนดิเนเวีย และนอร์ดิก ซึ่งผลการศึกษายังคงชี้ว่าความสามารถใน

การแข่งขันของประเทศขึ้นอยู่กับความสามารถในการดึงดูด การรักษาไว้ และการพัฒนาคนที่มี
 ความสร้างสรรค์ (Creative People)

ดัชนีความสร้างสรรค์ของยุโรป ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 3 ด้าน (3Ts) เช่นเดียวกับ
 ของอเมริกา ได้แก่ 1) ดัชนีด้านความชาญฉลาดของคน (Euro-Talent Index) 2) ดัชนีด้าน
 เทคโนโลยีของยุโรป (Euro-Technology Index) และ 3) ดัชนีด้านการอดทนรับความแตกต่าง
 หลากหลายของยุโรป (Euro-Tolerance Index) โดยมีรายละเอียดตัวบ่งชี้ดังนี้

1) ดัชนีด้านความชาญฉลาดของคน (Euro-Talent Index) มีตัวบ่งชี้ 3 ตัว
 ได้แก่

1.1 กลุ่มชนชั้นสร้างสรรค์ (Creative Class) วัดจากจำนวนผู้ที่มีอาชีพ
 ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยใช้ข้อมูลจากองค์การแรงงานระหว่างชาติของประเทศในยุโรป

1.2 ดัชนีด้านทุนมนุษย์ (Human Capital Index) วัดจากร้อยละของ
 ประชากรอายุระหว่าง 24-26 ปี ที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป

1.3 ดัชนีด้านความสามารถทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Talent Index)
 วัดจากจำนวนนักวิทยาศาสตร์และวิศวกรต่อจำนวนแรงงาน 1,000 คน

2) ดัชนีด้านเทคโนโลยีของยุโรป (Euro-Technology Index) มีตัวบ่งชี้ 3 ตัว
 ได้แก่

2.1 ดัชนีด้านนวัตกรรม (Innovation Index) วัดจากจำนวนการจด
 สิทธิบัตรต่อสัดส่วนประชากร

2.2 ดัชนีด้านนวัตกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (Hi-Tech innovation
 Index) ดูจากขนาดและจำนวนกลุ่มอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เทคโนโลยี เช่น ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์
 อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ และบริการด้านวิศวกรรม หรือจำนวนสิทธิบัตรที่เป็น
 เทคโนโลยีขั้นสูงต่อสัดส่วนประชากร

2.3 ดัชนีด้านการวิจัยและพัฒนา (R and D Index) วัดจากงบประมาณที่
 ใช้ในการวิจัยและพัฒนา คิดเป็นร้อยละของผลผลิตมวลรวมของประเทศ (GDP) หรืองบประมาณ
 ที่ใช้ในการศึกษา

3) ดัชนีด้านการอดทนรับความแตกต่างหลากหลายของยุโรป (Euro-
 Tolerance Index) ประกอบด้วยตัวชี้วัด 3 ตัว ได้แก่

3.1 ดัชนีด้านทัศนคติ (Attitude Index) วัดจากทัศนคติต่อชนกลุ่มน้อย
 โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจความเห็นของประชาชน (The Euro barometer Survey)

3.2 ดัชนีค่านิยม (Value Index) วัดจากค่านิยมและทัศนคติที่แตกต่างกันของประชาชนในประเด็นต่างๆ เช่น ศาสนา ชาตินิยม อำนาจ ครอบครัว สิทธิสตรี การหย่าร้าง และการทำแท้ง เป็นต้น

3.3 ดัชนีด้านการแสดงตัวตน (Self-Expression Index) วัดจากทัศนคติต่อการแสดงความเป็นตัวตน คุณภาพชีวิต ความเป็นประชาธิปไตย ความเชื่อใจ งานอดิเรก ความบันเทิง และวัฒนธรรม

3. ดัชนีความสร้างสรรค์ของเขตปกครองพิเศษฮ่องกง ฮ่องกงเป็นอีกหนึ่งเขตที่ประกาศนโยบายพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา และในปี 2004 รัฐบาลฮ่องกงได้มอบหมายให้ศูนย์วิจัยนโยบายด้านวัฒนธรรม (The Centre for Cultural Policy Research) ของมหาวิทยาลัยฮ่องกง (The University of Hong Kong) จัดทำดัชนีความสร้างสรรค์ (Creative Index: CI) ขึ้นเพื่อเป็นระบบข้อมูลทางสถิติแบบใหม่ในการวัดสถานะและการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ ลักษณะของกิจกรรมทางความคิดสร้างสรรค์ โดยพัฒนากรอบแนวคิดจากดัชนีความสร้างสรรค์ของอเมริกาและยุโรป และทำการประเมินความสร้างสรรค์ของเขตฮ่องกง โดยจากการสำรวจพบว่าในช่วงปี 1999-2004 แต่ดัชนีค่าความคิดสร้างสรรค์ของฮ่องกงมีตัวเลขเพิ่มขึ้นจาก 75.96 ในปี 1999 เป็น 100 ในปี 2004 (Home Affairs Bureau, 2005)

ดัชนีความสร้างสรรค์ของเขตปกครองพิเศษฮ่องกง (Creative Index: CI) พิจารณาความสร้างสรรค์เป็น 5 ด้าน (5Cs) โดยด้านแรกเป็นผลผลิตรวมของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วยดัชนีทุนอีก 4 ด้าน ได้แก่ 1) ดัชนีทุนทางโครงสร้างและสถาบัน 2) ดัชนีด้านทุนมนุษย์ 3) ดัชนีด้านทุนทางสังคม และ 4) ดัชนีด้านทุนทางวัฒนธรรม โดยมีรายละเอียดตัวบ่งชี้ดังนี้ (Home Affairs Bureau, 2005)

ด้านแรก ผลผลิตของความคิดสร้างสรรค์ (Outcome of Creativity) เป็นการมองความสร้างสรรค์ในภาพรวม โดยพิจารณาทั้งผลผลิตทางเศรษฐกิจ ผลลัพธ์ด้านความมีชีวิตชีวาและการเคลื่อนไหวของความคิดสร้างสรรค์ในชุมชน มีตัวชี้วัด 3 ตัว ได้แก่

1. การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
2. กิจกรรมที่เป็นนวัตกรรมด้านเศรษฐกิจ เช่น การส่งเสริมการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) นวัตกรรมด้านธุรกิจ การจดสิทธิบัตร
3. กิจกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ เช่น ศิลปะและวัฒนธรรม หนังสือ เพลง ดนตรี ภาพยนตร์ รวมถึงพื้นที่สร้างสรรค์ เช่น อาคารสวยๆ สวน ลานแสดง เป็นต้น

ดัชนีทุนอีก 4 ด้าน ได้แก่

1) ดัชนีทุนทางโครงสร้างและสถาบัน (Structural/Institutional Capital Index: SICI) เป็นองค์ประกอบแรกของผลผลิตความคิดสร้างสรรค์ หมายถึงสภาพหรือบริบทของชุมชนที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ มีตัวชี้วัด 8 ตัว ได้แก่

1.1 การมีกฎหมาย ระเบียบ (Legal System) เพื่อการคัดค้านและการฟ้องสิทธิ์ต่างๆ

1.2 การไม่ยอมรับต่อการคอร์รัปชัน (Corruption) ในรูปแบบต่างๆ

1.3 การมีเสรีภาพในการแสดงออก (Freedom of expression) ทั้งในด้านการเขียนและการพูด

1.4 โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร (ICT Infrastructure) เช่น จำนวนคอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

1.5 ความเข้มแข็งของโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Infrastructure) เช่น องค์การเอกชน ห้างสมุดประชาชน พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ และการแสดงทางวัฒนธรรมต่างๆ เป็นต้น

1.6 การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน (Community Facilities) เช่น ศูนย์ชุมชน ศาลาประชาคม เป็นต้น

1.7 โครงสร้างพื้นฐานทางการเงิน (Financial Infrastructure) เช่น จำนวนสถาบันการเงิน ปริมาณทุน ช่องทางเข้าถึงทุน เป็นต้น

1.8 ความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เช่น จำนวนผู้ประกอบการรายย่อย จำนวนแรงงาน เป็นต้น

2) ดัชนีด้านทุนมนุษย์ (Human Capital Index) เป็นองค์ประกอบที่สองของผลผลิตความคิดสร้างสรรค์ เป็นการมองการเคลื่อนย้ายของผู้คนว่าทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเกิดการถ่ายทอดทักษะและความรู้ รวมถึงเกิดแนวคิดใหม่ๆ ในสังคมมีตัวชี้วัด 3 ตัว ได้แก่

2.1 งบประมาณที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนา (R and D) ทั้งของภาคธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษา และภาครัฐ รวมทั้งจำนวนงบประมาณของรัฐบาลในการศึกษา ซึ่งแสดงถึงบริบทในการพัฒนาองค์ความรู้

2.2 จำนวนประชากรวัยแรงงานที่ได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ทางที่ไม่ได้รับวุฒิการศึกษา ได้รับวุฒิการศึกษา และประชากรวัยแรงงานที่มีวุฒิปริญญาตรี หรือมีความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนา

2.3 การเคลื่อนย้ายถิ่นฐานของทุนมนุษย์ ได้แก่ จำนวนผู้เดินทางเข้า-ออกประเทศ จำนวนผู้ขอวีซ่าเพื่อการทำงาน หรือผู้เคลื่อนย้ายถิ่นฐานออกนอกประเทศ

3) ดัชนีด้านทุนทางสังคม (Social Capital Index) เป็นองค์ประกอบที่สามของผลผลิตของความสร้างสรรค์ ทุนทางสังคม ได้แก่ ความไว้วางใจ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน การแสดงความคิดเห็นต่อสังคม และเครือข่ายทางสังคมที่กว้างขวาง ซึ่งจะมีส่วนช่วยเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต และทำให้ความสร้างสรรค์ของคนไทยแบ่งบาน มีตัวชี้วัด ดังนี้

3.1 ความไว้วางใจในเรื่องทั่วไป

3.2 ความไว้วางใจในสถาบันของสังคม

3.3 การแลกเปลี่ยนตอบแทนซึ่งกันและกัน

3.4 ความรู้สึกเชื่อมั่น (Sense of Efficacy)

3.5 ความร่วมมือกัน

3.6 การยอมรับความหลากหลายและการรวมเข้าด้วยกัน

3.7 ทักษะติดต่อสิทธิมนุษยชน

3.8 ทักษะติดต่อผู้อพยพชาวต่างชาติ

3.9 การยอมรับค่านิยมใหม่ๆ

3.10 การแสดงตัวตน

3.11 การมีส่วนร่วมทางการเมือง

3.12 การมีส่วนร่วมทางสังคม เช่น งานอาสาสมัคร การเป็นสมาชิกชมรมและองค์กรทางสังคม ความสนใจในกิจกรรมสาธารณะ และการเข้าร่วมกับชุมชน

3.13 การพัฒนาทุนทางสังคม ซึ่งอาจดูจากจำนวนเงินบริจาคเพื่อการกุศลได้รับการลดหย่อนภาษีรายได้จากเงินเดือนหรือผลกำไร งบประมาณในกิจการเพื่อความผาสุกของสังคม

4) ดัชนีด้านทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital Index) เป็นองค์ประกอบที่สี่ของผลผลิตความสร้างสรรค์ ทุนทางวัฒนธรรมในที่นี้หมายถึงกิจกรรมอันหลากหลายที่จัดขึ้นอย่างพิถีพิถัน เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ศิลปะ ความสร้างสรรค์ และวิถีชีวิตโดยเชื่อว่า

สภาพแวดล้อมของสังคมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม จะก่อเกิดความคิดและแสดงออกใหม่ ๆ อันเป็นการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ มีตัวชี้วัด 3 ตัว ได้แก่

4.1 การระดมทรัพยากรทางภาครัฐและเอกชนเพื่อการพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรม

4.2 ทักษะคติและค่านิยมทางวัฒนธรรมที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ ศิลปะและการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา โดยดูจากทัศนคติและค่านิยมต่อศิลปะ วัฒนธรรม และกิจกรรมสร้างสรรค์ การเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมในโรงเรียนหรือชุมชน

4.3 ขอบเขตและระดับของการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งดูจากจำนวนการใช้ห้องสมุดและอินเทอร์เน็ตของประชาชน จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ หรือการแสดงด้านวัฒนธรรมอื่นๆ ผู้เข้าร่วมเทศกาลแสดงภาพยนตร์หรือวีดีทัศน์ หรือจำนวนเงินค่าลิขสิทธิ์ การที่ผู้นำให้ความสำคัญและสนับสนุนการพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรม สร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมและกิจกรรมสร้างสรรค์ การมีสินค้าวัฒนธรรม รวมถึงการส่งเสริมบริโภควัฒนธรรม และค่านิยมในการไม่ซื้อสินค้าลอกเลียนแบบ

จะเห็นได้ว่าดัชนีความคิดสร้างสรรค์ของประเทศสหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศในแถบยุโรป และเขตปกครองพิเศษฮ่องกง ต่างมีแนวคิดที่คล้ายกัน แต่มีรายละเอียดแตกต่างกันไปตามบริบทของประเทศตน ดังเช่น ของประเทศสหรัฐอเมริกาและกลุ่มยุโรป และที่เพิ่มความสำคัญในเรื่องอื่นๆ เช่น ดัชนีความคิดสร้างสรรค์ของประเทศฮ่องกงเพิ่มความสำคัญของโครงสร้างและสถาบันในสังคม และวัฒนธรรม และมองถึงสิ่งที่มีอยู่ในสังคมในรูปของทุน คือ ทุนทางโครงสร้างและสถาบัน ทุนมนุษย์ ทุนสังคมและทุนวัฒนธรรม ซึ่งทุนทุกประเภทต่างก็มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน มุมมองเรื่องทุนในชุมชนได้รับการตอบรับจากประเทศต่างๆ ในเวลาต่อมา รวมถึงประเทศไทยด้วย ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีการกล่าวถึงทุนในความหมายที่ไม่ใช่เฉพาะด้านเศรษฐกิจศาสตร์มากขึ้น โดยเฉพาะในการพัฒนาชุมชน ได้กล่าวกันถึงการส่งเสริมให้ใช้ทุนในชุมชนด้านต่างๆ เพื่อการพัฒนา

การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้วยวัฒนธรรม

ปัญหาทางสังคมที่ซับซ้อนและรุนแรงของผู้คนในต้นศตวรรษที่ 21 ความไม่เท่าเทียมกันในสังคม การที่โลกถูกแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มประเทศร่ำรวยที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดด และกลุ่มประเทศยากจนที่ไม่สามารถพัฒนาตามกระแสโลกได้ทัน หรือแม้แต่ในประเทศที่เจริญแล้ว ช่องว่างระหว่างสังคมเมืองที่ร่ำรวยและสังคมชนบทที่ยากจนก็มีให้เห็นอย่างเด่นชัด ทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาประเทศในศตวรรษที่ 21 จึงหันมาให้ความสำคัญกับการสร้างสังคมที่มีความสมดุล

ระหว่างอารยธรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการเพิ่มพลังทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะ “วัฒนธรรมท้องถิ่น” อันเป็นรากฐานสำคัญของแต่ละท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง สัมมาแบบหยั่งรากลึก ปัจจุบันหลายประเทศใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นแนวทางหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นหรือเมือง และ ประสบความสำเร็จดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. ซิลิคอนวัลเลย์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซิลิคอนวัลเลย์ (Silicon Valley) เป็นตัวอย่างของชุมชนที่กล่าวได้ว่ามีความทันสมัยด้านเทคโนโลยี และมีแนวคิดในการพัฒนาสร้างสรรค์ของตนเองโดยเน้นด้านวัฒนธรรม จัดเป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงระดับโลกในการเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและสร้างสรรค์นวัตกรรม ทั้งในระดับบุคคลและระดับสถาบัน ชุมชนนี้ตั้งอยู่ในเมืองซานฟรานซิสโก อันเป็นเมืองที่ริชาร์ด ฟอริดา จัดอันดับความเป็นเมืองสร้างสรรค์ไว้ในลำดับต้นๆ บุคคลที่มีชื่อเสียงในชุมชน เช่น วิลเลียม ฮิวเลตต์ (William Hewlett) และ เดวิด แพ็คการ์ด (David Packard) เจ้าของผลิตภัณฑ์ Hewlett Packard ส่วนสถาบันที่มีชื่อเสียงในชุมชน เช่น ศูนย์วิจัยเอเมส ขององค์การนาซา (NASA Ames Research Center) และมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีชื่อเสียงติดอันดับโลก ซิลิคอนวัลเลย์เป็นชุมชนที่ให้ความสำคัญต่อศิลปะและวัฒนธรรม ภายใต้แนวคิดที่ว่าวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และเนื่องจากซิลิคอนวัลเลย์เป็นชุมชนที่มีความหลากหลายของประชากร เชื้อชาติและวัฒนธรรม ในการส่งเสริมให้ชุมชนสร้างเอกลักษณ์และความเข้มแข็งของชุมชน จึงใช้วิธีการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรมที่หลากหลายซึ่งกันและกันและร่วมกันสร้างวัฒนธรรมของชุมชนซิลิคอนวัลเลย์ขึ้น ในการประเมินความสร้างสรรค์ของชุมชนได้มีการพัฒนาดัชนีชุมชนสร้างสรรค์ (Creative Community Index) ของซิลิคอนวัลเลย์ ซึ่งมีองค์ประกอบทางวัฒนธรรม 3 ด้าน ที่ชุมชนต้องมีดังนี้ (John Kreidler and Philip J. Trunstone, 2005)

1.1 การเรียนรู้วัฒนธรรม (Cultural Literacy) หมายถึง คนในชุมชนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิม ธรรมเนียมปฏิบัติ กิจการมารยาท วัฒนธรรมการแต่งกาย การกินอยู่ ภาษา และศิลปะรวมถึงความสามารถในการคิดวิเคราะห์และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ของคนในชุมชน ซึ่งต้องอาศัยการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมทั้งในโรงเรียน ชุมชน สถาบันทางศาสนา แหล่งเรียนรู้ตามอัยยาศัยหรือแม้แต่ในครอบครัว

1.2 ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม (Participatory Cultural Practice) คือการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมของคนในชุมชนทั้งระดับบุคคลหรือกลุ่ม อันเป็นกิจกรรมที่แตกต่างไปจากอาชีพการงานของตน เช่น การวาดภาพ การเขียนบทกวี การแต่งหน้า

การร้องเพลงประสานเสียงในชุมชน การเต้นรำในงานสังคม การแสดงดนตรีกลางแจ้ง อาจเรียกได้ว่าเป็นศิลปป็นสมัครเล่นในด้านต่างๆ

1.3 สินค้าและบริการวัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงความชำนาญ (Professional Cultural Goods and Services) ทั้งในระดับองค์กรผู้ผลิตและระดับบุคคล อาจเป็นองค์กรธุรกิจหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น ผู้ผลิตละครเวที ผู้ผลิตวิดีโอเกมส์ ผู้สร้างคอมพิวเตอร์กราฟิก ตัวแทนจำหน่าย ผู้ผลิตงานศิลปะตามสถานที่สาธารณะซึ่งแสดงและจำหน่ายไปด้วย ศิลปินในชุมชน เป็นต้น

จากการรู้วัฒนธรรม ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม และการเกิดสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญตามลำดับขั้นดังกล่าว มีข้อสังเกต ดังนี้ (John Kreidler and Philip J. Trounstine, 2005)

1. ผู้ที่มีทักษะความชำนาญทั้งหลาย ต่างก็เริ่มจากการทำแบบสมัครเล่น
2. ผู้ที่เข้าร่วมปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่ ต่างก็เคยเป็นลูกค้าหรือรับบริการสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมที่ใช้ความเชี่ยวชาญ
3. นวัตกรรมใหม่ๆ ของสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรม มักมีที่มาจากศิลปป็นสมัครเล่นเหล่านี้ ตัวอย่างเช่น แนวเพลงและแฟชั่นใหม่ๆ

จากตัวอย่างการพัฒนาของซิลิคอนวัลเลย์ จะเห็นได้ว่าความสร้างสรรค์ไม่เพียงก่อให้เกิดชุมชนที่มีความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงด้านศิลปะวัฒนธรรม และการเข้าร่วมกิจกรรมของคนในชุมชน การส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ของซิลิคอนวัลเลย์ ประกอบด้วยส่งเสริมการพัฒนา 3 ขั้นตอน คือ การส่งเสริมให้รู้วัฒนธรรม ส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือการบริโภควัฒนธรรม และการเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมที่มีฝีมือเป็นเลิศ

2. ไตรอนโต ประเทศแคนาดา ไตรอนโตเป็นมหานครที่มีผู้คนอาศัยอยู่มากแห่งหนึ่งในทวีปอเมริกาเหนือ ใกล้เคียงกับกรุงนิวยอร์กของประเทศสหรัฐอเมริกา ในรายงาน “แผนการพัฒนาเมืองไตรอนโต” วิเคราะห์ทิศทางการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของโลก กล่าวว่าเมื่อ 150 ปีที่ผ่านมา โลกมีลักษณะการบริหารรัฐแบบจักรวรรดินิยม ระบบเศรษฐกิจเป็นแบบเกษตรกรรม ประชากรโลกอาศัยอยู่ในชนบทเทียบกันในเมืองเป็นสัดส่วน 80 ต่อ 20 เมื่อเวลาผ่านไป 100 ปี พบว่าลักษณะการบริหารรัฐเปลี่ยนเป็นแบบรัฐชาติ ระบบเศรษฐกิจเปลี่ยนเป็นแบบอุตสาหกรรม และการกระจายตัวของประชากรในชนบทเทียบกับในเมืองเป็นสัดส่วน 40 ต่อ 60 จนถึงปัจจุบันลักษณะการบริหารรัฐเป็นแบบเมืองและภูมิภาค เศรษฐกิจเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ที่พึ่งพาวัฒนธรรมและเทคโนโลยีและสัดส่วนของประชากรในชนบทและในเมือง กลายเป็น 20 ต่อ 80 จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในลักษณะดังกล่าว ผู้บริหารและชาวเมืองโตรอนโตจึงให้ความสนใจต่อประเด็น “การพัฒนาเมืองใหญ่อย่างสร้างสรรค์” โดยมีเป้าหมายสูงสุดร่วมกันคือความเป็นอยู่ที่ดีของชาวเมืองในระยะยาวและได้จัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการขึ้น ภายใต้กรอบแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ ความมั่งคั่ง (Prosperity) ความน่าอยู่ (Livability) และ โอกาส (Opportunity) โดยผู้บริหารเมืองได้กำหนดให้ใช้ “ความคิดสร้างสรรค์” (Creativity) เป็น หัวใจในการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ทั้งหมดและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามกรอบแนวคิดหลัก จึงมีการดำเนินการต่างๆ สรุปได้ดังนี้

2.1 ยกฐานะเมืองโตรอนโตเป็น “เมืองของโลก” (Internationalization Global Toronto) เพื่อดึงดูดการ ค้าการลงทุนและการท่องเที่ยว รวมทั้งเสริมสร้างชื่อเสียงของเมือง ในด้านเอกลักษณ์เฉพาะและความหลากหลายในเชิงเศรษฐกิจ ทำให้เป็นเมืองแห่งวัฒนธรรมของโลก (World Cultural Capital) โดยการสนับสนุนเทศกาลและกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ ตลอดจนระบบโครงสร้างภายในเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการสร้างพิพิธภัณฑ์ และศูนย์ ศิลปวัฒนธรรมเพื่อแสดงความหลากหลายของเมือง โดยมุ่งให้โตรอนโตเป็นเมืองหลวงทาง วัฒนธรรมของโลก

2.2 ส่งเสริมบรรยากาศการประกอบธุรกิจของเมือง (Business Climate Proactive Toronto) โดยขยายกลุ่มอุตสาหกรรม ตั้งศูนย์ปฏิบัติงานทั่วเมือง สนับสนุนให้เกิดการ สร้างงาน ปรับคุณภาพสิ่งแวดล้อมรวมทั้งสร้างผลผลิตจากการออกแบบ โดยส่งเสริมการออกแบบ ด้านวัฒนธรรมสถานที่และเมือง (Culture, Place, and Urban Design) ตั้งคณะกรรมการการ ถาวรดูแลด้านการออกแบบ (Design Review Panel) เพื่อสนับสนุนและพัฒนาเครื่องมือและ วิธีการในการวางแผนด้านวัฒนธรรมของเมือง เช่น การทำแผนที่แหล่งวัฒนธรรม การบริหารงาน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม การจัดเขตพื้นที่บูรณาการเชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง กับวัฒนธรรมให้แข็งแรง การขยายพื้นที่วัฒนธรรมไปรอบๆเมือง เพื่อเผยแพร่ผลงานทางศิลปะและ ความสร้างสรรค์

2.3 จัดทำแผนเชิงนโยบายและแผนปฏิบัติการเพื่อดึงดูดการลงทุนและ การ สร้างงาน โดยสนับสนุนให้มีการสร้างศูนย์ความร่วมมือด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์หลายแห่ง และ กำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ที่ทำให้อุตสาหกรรมการออกแบบและอุตสาหกรรมการสร้างสรรค์ของเมือง เข้มแข็งขึ้น ส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมการสร้างสรรค์และระบบโครงสร้างภายในเชิง

วัฒนธรรมเพื่อสร้างงานและความมั่นคง พัฒนาเครื่องมือต่างๆ ที่จะช่วยดึงดูดและรักษาทรัพยากร
ทางวัฒนธรรมรวมทั้งการพัฒนาศักยภาพเชิงพาณิชย์ของเมือง

2.4 พัฒนาศักยภาพของบุคคล โดยให้คำแนะนำและให้โอกาสการฝึกงาน
แก่เยาวชน โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมผ่านศูนย์กลางทางวัฒนธรรมของชุมชน
กระตุ้นให้เยาวชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น ลดราคาหรือไม่คิดเงินในการเข้าชม
ละครภาพยนตร์ พิพิธภัณฑ์และกิจกรรมทางวัฒนธรรมอื่นๆ

นอกเหนือจากการขับเคลื่อนของภาครัฐ ประชาชนและภาคเอกชนของมหานคร
โตรอนโต เช่น วิทยาลัยศิลปะและการออกแบบ โรงเรียนสอนศิลปะการแสดง สถาบันสอนดนตรี
หอศิลป์ และพิพิธภัณฑ์ต่างๆ มีการดำเนินงานคู่ขนาดับภาครัฐเพื่อสนับสนุนนโยบายการพัฒนา
เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) โดยการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ เช่น การจัดเทศกาล
ภาพยนตร์นานาชาติโตรอนโตที่มีชื่อเสียงระดับโลก เป็นต้น

จากการดำเนินงานดังกล่าว เห็นได้ว่าการพัฒนาเมืองโตรอนโตเพื่อความมั่ง
คั่งและความอยู่ดีมีสุขของชาวเมืองนั้น ประเด็นเรื่องวัฒนธรรมเป็นเรื่องสำคัญที่ทุกฝ่ายให้ความ
สนใจ นำมาต่อยอดและส่งเสริมอย่างจริงจังด้วยกระบวนการต่างๆ ทำให้ปัจจุบันประเทศแคนาดา
เป็นหนึ่งในประเทศผู้นำของโลกในการพัฒนาประเทศด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้
วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานของการพัฒนา

3. ประเทศญี่ปุ่น ญี่ปุ่นเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ใช้วัฒนธรรมเป็นพลังสำคัญในการ
พัฒนาประเทศ เนื่องจากหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประเทศฟื้นตัวจากสภาวะสงครามอย่าง
รวดเร็วแต่สภาพบ้านเมืองเกิดความเหลื่อมล้ำอย่างรุนแรง จากการขยายตัวของเมืองใหญ่ๆ ทำให้
คนวัยหนุ่มสาวและทั้งถิ่นฐานบ้านเกิดในชนบท อพยพเข้าไปทำงานและใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ เหลือ
แต่คนชราและเด็กอยู่ในหมู่บ้าน แรงงานในภาคเกษตรลดลงเรื่อยๆ ผลผลิตและราคาตกต่ำทำให้
ชนบททรุดโทรมลง อีกทั้งวัฒนธรรมตะวันตกที่แทรกตัวเข้าไปในหมู่บ้านทำให้หลายชุมชนเริ่ม
สูญเสียอัตลักษณ์ของตนเอง รัฐบาลจึงเปลี่ยนนโยบายการพัฒนาประเทศโดยหันมาใช้ชนบทเป็น
ฐานในการพัฒนา ส่งเสริมให้ท้องถิ่นแข่งขันกันค้นหาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น รื้อฟื้นภูมิ
ปัญญาและสิ่งที่มีคุณค่าในอดีต นำมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มี
เอกลักษณ์โดดเด่นเพื่อใช้เป็นจุดขายของชุมชน ทำให้ชุมชนหลายแห่งได้พัฒนาสู่การเป็นหมู่บ้าน
ท่องเที่ยวเกิดการพึ่งพาซึ่งกันและกัน คนหนุ่มสาวมีงานที่ท้าทายให้ทำและมีอนาคตที่สดใสขึ้น

สำหรับการพัฒนาเมืองใหญ่โดยใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ได้แก่
เมืองเกียวโตซึ่งเป็นเมืองหลวงเก่า เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกรุงโตเกียวเมืองหลวงในปัจจุบัน

ตามดัชนีนี้ความสร้างสรรค์ของริชาร์ด ฟลอริดา ซึ่งมี 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้ความสามารถของคนในเมือง เทคโนโลยีของเมือง และการมีความอดทนรับของสังคม จะเห็นได้ว่าทั้งสองเมืองมีลักษณะแตกต่างกัน กรุงโตเกียวเป็นเมืองที่ดึงดูดทุกคนทุกระดับชั้นจากที่ต่างๆ ทั่วโลกเข้ามาทำงานและอยู่อาศัยจำนวนมาก เป็นดัชนีด้านการมีความอดทนรับของสังคม และเป็นเมืองที่มีการประดิษฐ์คิดค้นและพัฒนาเทคโนโลยี รวมถึงการใช้เทคโนโลยีอยู่ในระดับก้าวล้ำนำหน้าประเทศต่างๆ ในโลก เป็นดัชนีด้านความรู้ความสามารถและเทคโนโลยี อย่างไรก็ตามโตเกียวก็มีบรรยากาศของความสับสนวุ่นวายในขณะที่เมืองเกียวโตเป็นเมืองที่มีประชากรส่วนหนึ่งเป็นตระกูลเก่าแก่มีมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงและมีนักศึกษาต่างชาติเป็นจำนวนมากนักศึกษามีส่วนร่วมในการประชุมทางวิชาการในประเด็นทางสังคมต่างๆ มีผู้ประกอบการที่ใช้เทคโนโลยีในการสร้างเอกลักษณ์ของตนเองหลายแห่ง เช่น บริษัทเคียวเซรา (Kyocera) ที่ผลประกอบการมีกำไรมากกว่าสองเท่าของบริษัทอื่นในประเทศญี่ปุ่น (Ohmae, 2004)

จะเห็นได้ว่า ในกรณีของกรุงโตเกียวผู้คนจากทั่วโลกเลือกที่จะเข้ามาอาศัยและทำงานเพราะเป็นเมืองที่มีสภาพแวดล้อมเหมาะสมกับลักษณะงานและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ตนเองชอบ แต่ในกรณีของเมืองเกียวโตเป็นในทางประกันชาวเมืองเกียวโตได้ใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นสร้างสรรค์รูปแบบการทำงานและการใช้ชีวิตของตนเองขึ้นให้สอดคล้องกับบริบทของเมือง และสิ่งนี้เองที่ดึงดูดให้ผู้คนเก่งๆ เข้ามาใช้ชีวิตในเมืองเกียวโต ตัวอย่างเช่น ลาร์รี เอลลิสัน (Larry Ellison) ซึ่งเคยเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมสารสนเทศ ได้เข้ามาใช้ชีวิตในเมืองเกียวโต จนมีความพยายามที่จะหาซื้อบ้านในท่าเลใกล้ๆ วัดนันเซนจิ ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่ที่มีชื่อเสียงของเมืองเกียวโต การมีคนเก่งหรือคนที่มีชื่อเสียงเข้ามาอยู่จะยิ่งสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้อยู่กับวัฒนธรรมของเมืองเกียวโตยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจเล็กๆ แห่งหนึ่ง ชื่อเอซีที (ACT) ซึ่งเชี่ยวชาญการเคลือบซิลิกอนคาร์ไบด์บนผิวเซรามิกคอนดักเตอร์ ที่ใช้เป็นฉนวนกันความร้อนในยานยนต์พลังงานไฟฟ้า แต่ขาดความเชี่ยวชาญด้านสารเคมี นายจ้างมหาวิทยาลัยเกียวโตที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านสารเคมีและการทำงานผ่านกล้องจุลทรรศน์ในระดับอะตอมเป็นผู้ทำให้วัตถุดิบในการเคลือบมีความบริสุทธิ์โดยการตรวจสอบในระดับอะตอมของโมเลกุล นับเป็นความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ จากภาคส่วนต่างๆ ในชุมชนซึ่งปรากฏให้เห็นเสมอในเมืองเกียวโต สำหรับตัวอย่างของนวัตกรรมที่สะท้อนวัฒนธรรมของญี่ปุ่น เช่น โครงการก่อสร้างบ้านรูปแบบญี่ปุ่น ผสมเข้ากับศิลปะการออกแบบการควบคุมภายในบ้านด้วยคอมพิวเตอร์ รายการโทรทัศน์ที่มีลักษณะสร้างสรรค์และสะท้อนถึงวัฒนธรรมทางของญี่ปุ่นเองและของต่างชาติที่สามารถแสดงออกอย่างเสรี ไม่มีการปิดกั้นเป็นต้น

ความเป็นตัวตนและความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นที่ประกอบกันเป็นความสร้างสรรค์สะท้อนให้เห็นได้ในสินค้าต่างๆที่ญี่ปุ่นผลิตขึ้นและจัดจำหน่ายไปทั่วโลก องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น (JETRO) ได้ทำการศึกษาลักษณะของสินค้าญี่ปุ่น ในช่วง 400 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่สมัยเอโดะในศตวรรษที่ 17 จนเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 และนำผลงานการศึกษามาจัดแสดงเป็นนิทรรศการ เรื่อง “ถอดรหัสญี่ปุ่น (DNA of Japan Design)” เคยมาจัดแสดงในประเทศไทย ณ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ในปี พ.ศ.2549 โดยสรุปกระบวนการคิดสร้างสรรค์ผ่านคุณค่าทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่น 15 ประการสำคัญ ที่เป็นตัวร่วมของสินค้าญี่ปุ่นทุกประเภท ดังนี้ (นฤตม์ เทอดสถีรศักดิ์, 2550)

1. ทำให้เล็กลง บางและเบาขึ้น (Making it smaller, thinner and Lighter)
2. ทำหน้าที่ได้หลากหลาย (Combining function)
3. พกพาได้แบบบูรณาการ (Mobility integration)
4. ขยายขอบเขตของพื้นที่ได้ และเวลา (Expanding Space and Time)
5. ตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นทิ้ง (Doing away with frills)
6. สื่อสารแบบทับซ้อน (Interfacing communication)
7. อัตโนมัติ และประหยัดแรงงาน (Automation and labor-saving)
8. ให้สาธารณชนเข้าถึงความเชี่ยวชาญ (Making expertise accessible by the public)
9. สร้างตัวแปรใหม่ๆ (Making new variation)
10. ทำให้ใครก็ใช้ได้ (Enabling anyone to use it)
11. สะท้อนธรรมชาติ (Mirroring nature)
12. จัดให้อยู่ในระบบหนึ่งระบบใด (Organizing into a system)
13. ใช้วัตถุดิบอย่างเต็มที่ (Exploiting materials)
14. บุกเบิกการใช้วัสดุต่างๆ (Pioneering materials)
15. บรรจุหีบห่ออย่างงดงาม (Beautiful wrapping)

จากกระบวนการคิดสร้างสรรค์สินค้าผ่านคุณค่าทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ทั้ง 15 ประการข้างต้น จะเห็นได้ว่าประเทศญี่ปุ่นมีแนวคิดในการรักษาความสมดุลใน 3 ลักษณะ ได้แก่ ความสมดุลระหว่างของเดิมกับของใหม่ (Tradition and Innovation) ระหว่างการสัมผัสถึงคุณค่าสูงและการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (High touch and High tech) และระหว่างเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม

จากตัวอย่างการพัฒนาทั้งในชนบทและในเมือง จะเห็นได้ว่าสังคมหรือชุมชนสร้างสรรค์ของญี่ปุ่นมีความเป็นชุมชนที่ทำให้เกิดงานและวิถีชีวิตที่คนในชุมชนอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นตัวของตัวเอง เห็นได้สามารถใช้ชีวิตอย่างที่ตนเองชอบ ประเทศญี่ปุ่นใช้วัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อนเพื่อสร้างชุมชนสร้างสรรค์ และใช้ยุทธศาสตร์ด้านวัฒนธรรมเป็นตัวผลักดันให้เป็นเมืองที่มีเศรษฐกิจเติบโตด้วยวัฒนธรรม เป็นเมืองที่ผู้คนจากทั่วโลกต้องการมาอาศัยและทำงานเป็นที่รวมของนักคิดชั้นนำ ที่คิดค้นความเป็นตัวตนของญี่ปุ่นนำมาสร้างคุณค่าสู่สากล โดยมีกระบวนการและโครงการ ตลอดจนสินค้าและบริการสร้างสรรค์ต่างๆ สนองตอบแนวคิดดังกล่าวอย่างหลากหลายแตกต่างกันไป เป็นความสำเร็จของประเทศญี่ปุ่นที่ผนึกกำลังประชาชนฝ่าวิกฤตโจรสลัดพลิกฟื้นกลับมาขึ้นในแถวหน้าของโลกได้อย่างภาคภูมิใจ

4. สาธารณรัฐเกาหลีใต้ หลังสงครามโลกครั้งที่สอง สาธารณรัฐเกาหลีใต้มีสภาพสังคมตกต่ำเพราะถูกกดขี่และตักตวงผลประโยชน์โดยมหาอำนาจมายาวนาน ทำให้คนเกาหลีใต้กลายเป็นคนขี้มียาก ขาดความกระตือรือร้น และเห็นแก่ประเทศชาติน้อยลง นักการเมืองและข้าราชการคอร์รัปชันอย่างรุนแรง หนุ่มสาวที่มีการศึกษาและทิ้งชนบทและภาคเกษตรทำให้ผลผลิตภาคเกษตรยิ่งลดต่ำลง รัฐบาลจึงได้รณรงค์ “ขบวนการสร้างชุมชนใหม่ (Saemaeul undong)” เพื่อพัฒนาประเทศให้ทัดเทียมกันทั้งในเมืองและชนบท โดยระดมจัดฝึกอบรมผู้นำในทุกระดับและทุกภาคส่วนของสังคม เพื่อติดอาวุธทางปัญญาและปลูกจิตวิญญาณของคนเกาหลีให้ลุกขึ้นมาช่วยกันต่อสู้เอาชนะความยากจน อีกเหตุผลหนึ่งคือการที่เกาหลีใต้มีรากเหง้าทางวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งและชาตินิยมที่รุนแรง แต่ขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้น วิธีที่จะทำให้สาธารณรัฐเกาหลีใต้เป็นมหาอำนาจได้อย่างยั่งยืน คือ การเปลี่ยนแปลง “วัฒนธรรม” เป็น “อุตสาหกรรม” เพื่อเป็นช่องทางในการหารายได้เข้าประเทศและทำให้อุตสาหกรรมอื่นๆ เติบโตตามมา นอกจากนี้สาธารณรัฐเกาหลีใต้ยังค้นหาวิธีที่จะทำให้ชาติเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยการนำรากเหง้าทางวัฒนธรรมมาใส่สาระและความบันเทิง เพื่อพัฒนาให้เป็นสินค้าและบริการที่หลากหลายส่งออกไปเจาะตลาดโลก ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทั้งหมดทำให้สาธารณรัฐเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จในการพัฒนาประเทศอย่างรวดเร็ว เป็นการพัฒนาโดยใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับชาวโลก ทำให้เกาหลีใต้รู้จักและเป็นที่ยอมรับโดยประเทศต่างๆ อย่างกว้างขวาง

สาธารณรัฐเกาหลีใต้เปลี่ยนจาก “เก้าอี้แห่งสงคราม” เป็น “หัวจักรขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเอเชีย” เปลี่ยนจากดินแดนที่ได้ชื่อว่า “รุ่งอรุณอันเงียบสงบ” (Morning calm) ในอดีตมาสู่พลังแห่งพลวัตตามคำขวัญใหม่ประจำชาติว่า “เกาหลีพลวัต” (Dynamic Korea) ซึ่งเริ่ม

ใช้เป็นสัญลักษณ์ของประเทศเมื่อครั้งสาธารณรัฐเกาหลีได้เป็นเจ้าภาพร่วมในการแข่งขันฟุตบอลโลกเมื่อปีพ.ศ. 2545 อันแสดงถึงความทันสมัยและพลังที่ไม่เคยหยุดนิ่งต่อการพัฒนาไปสู่อนาคตที่ดีกว่า และเมื่อไม่นานมานี้ก็เริ่มมีคำใหม่ที่ออกมาปลุกใจชาวเกาหลีให้ร่วมกันสร้างชาติด้วยพลังแห่งความคิดสร้างสรรค์ คือ “เกาหลีสร้างสรรค์” (Creative Korea) จึงอาจกล่าวได้ว่าเกาหลีในปัจจุบันมีร่องรอยแห่งการต่อสู้ในอดีตและความรุ่งโรจน์ของอนาคตผสมกลมกลืนอยู่ด้วยกัน

สาธารณรัฐเกาหลีได้ใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศด้วยอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ทดแทนอุตสาหกรรมต่อเรือที่โด่งดังในอดีต โดยการค้นหารากเหง้าทางวัฒนธรรม (Culture) แล้วนำมาสร้างเนื้อหา (Content) ในรูปแบบต่างๆ ทั้งยังยื้อนยุคและร่วมสมัย ในปีพ.ศ. 2544 (นฤตม์ เทอดสถีรศักดิ์, 2550) รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีได้ได้จัดตั้งหน่วยงานสำคัญแห่งหนึ่งคือตัวแทนวัฒนธรรมและเนื้อหาของเกาหลี (The Korea Culture and Content Agency: KOCCA) เป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว โดยเกาหลีรวมเรื่องวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวไว้ในกระทรวงเดียวกัน เพราะตั้งใจใช้ “วัฒนธรรม” เป็นตัวนำในการสร้างชื่อเสียงให้ประเทศ และให้ “การท่องเที่ยว” มารับช่วงต่อทันที หน่วยงานดังกล่าวมีภารกิจรับผิดชอบการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรมอย่างครบวงจร และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จ มีเจ้าหน้าที่ทั้งหมดประมาณ 100 คน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาวมีอายุเฉลี่ยเพียง 35-40 ปี ทำหน้าที่หลักในการกำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรมของเกาหลี ซึ่งนับเป็นนโยบายสำคัญของประเทศโดยวางแผนว่าแต่ละปีจะมีจุดเน้นอะไร เพื่อป้อนตลาดใด และสนับสนุนให้ภาคเอกชนผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ออกมาตามจุดที่เน้นไว้

ภารกิจสำคัญที่ KOCCA ต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ

1. ช่วยสร้างพื้นฐานเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ ออกกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยและนโยบายคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนสนับสนุนด้านการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม
2. สนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจด้านวัฒนธรรมของภาคเอกชน โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) และจัดระบบธุรกิจสนับสนุนพร้อมทั้งร่วมลงทุนหรือให้เงินกู้เพื่อสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังมีการมอบรางวัลแก่ภาพยนตร์เกาหลีที่สามารถส่งออกต่างประเทศทุกปี
3. ให้ความรู้และฝึกอบรมเพื่อสร้างบุคลากรระดับมืออาชีพของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

4. ช่วยเชื่อมโยงเครือข่ายกับต่างประเทศ หาผู้ร่วมทุน สนับสนุนการส่งออก และการทำตลาดของธุรกิจในอนาคตของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

5. บริหารจัดการการออกใบอนุญาต และเก็บค่าธรรมเนียมการใช้ประโยชน์ จากวัสดุอุปกรณ์ต้นแบบต่างๆ

KOCCA มีสาขาต่างประเทศ 4 แห่ง คือ ประเทศญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา และ อังกฤษ เพื่อเป็นศูนย์ข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาดของแต่ละประเทศ และเป็นศูนย์ประสานความช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยของเกาหลีในการบุกตลาดต่างประเทศอีกด้วย

รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีได้ยังได้จัดตั้งองค์กรอื่นๆ เพื่อเป็นการสานต่ออุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้แก่

1. จัดทำเว็บไซต์ www.koreacontent.org เพื่อให้เป็นนิทรรศการ อิเล็กทรอนิกส์ (e-exhibition) เป็นเสมือนห้องจัดแสดงผลงานทุกประเภท พร้อมทั้งมีรายชื่อและ ข้อมูลผู้ประกอบการที่ผ่านการรับรองคุณภาพ และความน่าเชื่อถือจาก KOCCA ส่งเสริมให้ เป็นตลาดกลางซื้อขายผลงาน

2. จัดตั้งสถาบันพัฒนาและส่งเสริมเกมส์ (Korean Game Academy) เพื่อ ช่วยผลักดันธุรกิจเกมออนไลน์ เริ่มตั้งแต่การวางแผน พัฒนาคอนและเทคโนโลยี่ จัดค่ายเกม ทำ ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนแก้ปัญหาที่เกิดการเล่นเกม

3. การตั้งโซลแอนิเมชันเซ็นเตอร์ (Seoul Animation Center) เพื่อปลูกฝังเยาวชนเป็นศูนย์การเรียนรู้เรื่องแอนิเมชันสำหรับเด็กๆ ภายในมีห้องสมุด พิพิธภัณฑ์การ์ตูน ห้อง นิทรรศการแสดงผลงานของนักวาดการ์ตูนรุ่นใหม่ โรงภาพยนตร์แอนิเมชัน ทั้งยังเปิดหลักสูตร สั้นๆ สอนวิชาเกี่ยวกับการ์ตูนด้วย

จากเรื่องราวของสาธารณรัฐเกาหลีได้ เห็นได้ว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จของ สาธารณรัฐเกาหลีได้ในการผลักดันอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้แก่ การที่สาธารณรัฐเกาหลีได้เป็น ประเทศที่มีวัฒนธรรมดั้งเดิมที่โดดเด่นและเป็นชาติที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานชาติหนึ่งของโลก ถึง กว่า 5,000 ปี อีกทั้งประชาชนของสาธารณรัฐเกาหลีได้มีคุณภาพ มีการศึกษาสูง และมีความคิด สร้างสรรค์และการที่มหาวิทยาลัยต่างๆ มีการผลิตบุคลากรด้านนี้อย่างจริงจัง โดยเปิดสอน สาขาวิชาด้านวัฒนธรรมภายใต้คณะที่สอนด้านสื่อและเทคโนโลยี นอกจากนี้ รัฐบาลสาธารณรัฐ เกาหลีได้ได้วางระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมดิจิทัลไว้อย่างสมบูรณ์ จะเห็นได้จาก การที่ประชาชนกว่า 45 ล้านคน หรือร้อยละ 95 ของทั้งหมดมีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงใช้ กล่าวได้

ว่า สาธารณรัฐเกาหลีได้ประสบความสำเร็จอย่างน่าภาคภูมิใจในการสื่อสารกับชาวโลกด้วยรากเหง้าทางวัฒนธรรมของตนเอง

5. สาธารณรัฐประชาชนจีน ใช้นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและใช้คำว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” (Cultural Industries) แทนคำว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (Creative Industries) แสดงให้เห็นถึงการเน้นความสำคัญของวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายไม่เพียงแต่ยับยั้งการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมตะวันตกของประชาชนชาวจีนเท่านั้น แต่เพื่อเป็นการส่งออกสินค้าวัฒนธรรมจีนสู่ตราชาวโลกอีกด้วย นอกจากนี้ แนวคิดสังคมนิยมของประเทศทำให้เน้นถึง “ความสร้างสรรค์ของชาติ” มากกว่าของปัจเจกชน และไม่เน้นการส่งเสริมการคิดนอกกรอบและการไม่คำนึงถึงกฎเกณฑ์เท่าใดนัก อย่างไรก็ตามยังมุ่งให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมเป็นหลัก (Chang, 2008) ตัวอย่างของการพัฒนาเมืองตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่โดดเด่น 2 เมืองคือ นครเซี่ยงไฮ้และนครปักกิ่ง ดังนี้

นครเซี่ยงไฮ้ ในช่วงต้นปี พ.ศ.2533 นครเซี่ยงไฮ้ได้เข้าร่วมในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกเป็นเมืองแห่งการออกแบบสร้างสรรค์ ทำให้มูลค่าการผลิตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์วัฒนธรรมของเซี่ยงไฮ้ในปี พ.ศ.2553 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2552 ร้อยละ 14.2 และมีส่วนกระตุ้นให้เศรษฐกิจของนครเซี่ยงไฮ้เติบโตขึ้นร้อยละ 14 (โอกาส เหลืองดาวเรือง. 2555: ออนไลน์) รัฐบาลนครเซี่ยงไฮ้ได้ดำเนินโครงการลอกคลองชูใจไว้วางใจกลางเมืองด้วยงบประมาณ 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ และเพิ่มพื้นที่สีเขียวด้วยโครงการฮาฟกรีน (Half Green) เพื่อเป็นการสร้างทัศนียภาพของเมือง แม้ระบบบริหารของรัฐบาลเป็นแบบรวมอำนาจ ประชาชนขาดการมีส่วนร่วมแต่การที่ผู้นำมีวิสัยทัศน์ทำให้ผลักดันนโยบายได้รวดเร็ว ลักษณะสำคัญของนครเซี่ยงไฮ้ที่ยูเนสโกยอมรับเป็นให้เป็นเมืองแห่งการออกแบบมีด้วยกัน 10 ลักษณะดังนี้ (UNESCO. 2012: ออนไลน์)

1. มีมรดกทางวัฒนธรรม
2. มีการฝึกอบรมและพัฒนาการศึกษาให้เกิดนักคิดสร้างสรรค์
3. มีการส่งเสริมให้เกิดกลุ่มนักออกแบบสร้างสรรค์โดยมีสถานที่ให้ได้พบปะกัน เช่น ศูนย์วิจัย สตูดิโอสมาคม หอนิทรรศการ เป็นต้น
4. มีการส่งเสริมช่องทางเข้าถึงแหล่งทุนที่รัฐบาลสนับสนุน
5. มีกลไกขับเคลื่อนการทำงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยรัฐบาลเป็นแกนนำและภาคส่วนต่างๆ ให้ความร่วมมือ
6. มีเครือข่ายสร้างสรรค์ใหญ่ที่สุดในโลก

7. มีการจัดเทศกาลและงานศิลปะ ระดับนานาชาติ
8. มีสื่อหลายประเภทและหลายระดับ ให้ความร่วมมือ
9. มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เสริมสร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรม เช่น โรงภาพยนตร์ ห้องสมุดพิพิธภัณฑ์ ห้องแสดงนิทรรศการ เป็นต้น

10. มีการคำนึงถึงการออกแบบในทุกสถานที่ ทุกสินค้าและบริการ

กล่าวได้ว่ารัฐบาลเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาก และไม่ได้เน้นพัฒนาเฉพาะเศรษฐกิจในตัวเมืองเท่านั้น แต่ให้ความสำคัญกับเขตชานเมืองด้วย โดยอาศัยวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เห็นได้จากการที่รัฐบาลพยายามส่งเสริมพื้นที่ฐานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมมากกว่า 100 แห่งรอบนครเชียงใหม่ ดังตัวอย่างเช่น การส่งเสริมหมู่บ้านภาพวาดเกษตรกรแห่งชาติจีนในเขตจิ้นชาน ชานเมืองเชียงใหม่ เดิมหมู่บ้านนี้ชื่อจ้งหง เป็นหมู่บ้านชนบทธรรมดาแห่งหนึ่ง แต่ปัจจุบันกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของสาธารณรัฐประชาชนจีน ต้นของการพัฒนามาจากการที่ภาพวาดของเกษตรกรในหมู่บ้านถูกนำมาจัดแสดงในหอศิลปะแห่งชาติจีนเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2523 และได้รับการยกย่องจากศิลปินในแวดวงศิลปะ ทำให้มีโอกาสไปจัดแสดงในต่างประเทศยี่สิบกว่าประเทศ ทางการสาธารณรัฐประชาชนจีนและรัฐบาลนครเชียงใหม่เห็นความสำคัญดังกล่าว จึงพยายามผลักดันให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยตั้งชื่อหมู่บ้านใหม่ในปี พ.ศ.2551 และพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ การที่ภาพวาดดังกล่าวเป็นฝีมือของเกษตรกรซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และรายละเอียดของภาพสะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตพื้นบ้านที่เรียบง่ายของชาวจีนชนบท รวมถึงสอดแทรกประวัติศาสตร์ความเป็นมาและความหมายเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้ภาพเหล่านั้นมีคุณค่าแห่งภูมิปัญญาพื้นบ้านและทำให้ขายได้ราคาสูง นอกจากนี้รัฐบาลยังสนับสนุนให้นำไปวางขายในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ ของเชียงใหม่ที่ชาวต่างชาตินิยม รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ทั่วประเทศจีน และพยายามส่งเสริมหมู่บ้านให้พึ่งพาตนเองได้ โดยปรับปรุงให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อช่วยสร้างอาชีพให้กับคนในหมู่บ้าน ภายในหมู่บ้านนอกจากวาดภาพซึ่งเป็นสินค้าหลักแล้ว ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น การแสดงประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น การสาธิตการวาดภาพในสถานที่จริง การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนวาดภาพจากศิลปินเกษตรกรและลงมือทำสร้างสรรค์ผลงานศิลปะด้วยตนเอง

นอกเหนือจากการพัฒนาเมืองและชนบทไปพร้อมๆ กัน นครเชียงใหม่ยังเป็นเมืองที่มีความกลมกลืนของความเป็นเมืองเก่าแก่เมืองใหม่ มีชุมชนเก่าแก่ดำรงอยู่ท่ามกลางตึกสูงระฟ้ารูปแบบทันสมัย แล้วเจริญเติบโตไปพร้อมกับปัญหาอาชญากรรม ดังนั้นในการพัฒนาเมือง

จีนต้องมีลักษณะเฉพาะของตนเองที่สร้างสรรค์ขึ้นมาและทำให้สังคมเกิดความสมดุล ไม่เกิดความขัดแย้งระหว่างความเป็นชุมชนแบบเก่ากับชุมชนแบบใหม่ มีรากฐานทางวัฒนธรรมผสมผสานอยู่ และตอบสนองต่อสังคมโลกที่เปลี่ยนไป

กรุงปักกิ่ง รัฐบาลกรุงปักกิ่งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่งานด้านศิลปะ โดยให้การสนับสนุนกลุ่มศิลปิน จัดหาพื้นที่ให้ศิลปินมารวมกันเป็นชุมชนศิลปินขนาดใหญ่ อนุญาตให้ศิลปินเข้ามาอยู่อาศัย สร้างบ้าน จัดแสดงผลงาน และขายชิ้นงานในพื้นที่ดังกล่าว และเมื่อศิลปินเสียชีวิต บ้านและผลงานจะตกเป็นของรัฐบาลและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป นอกจากนี้ ยังจัดหาผู้เชี่ยวชาญเข้ามาพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และผลงาน ตลอดจนจัดเทศกาลศิลปะเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลงาน ปัจจุบันมีชุมชนศิลปิน 2 แห่งในกรุงปักกิ่ง คือ เขตศิลปะปักกิ่ง 798 (Beijing 798 Art District) เดิมเป็นโรงงานผลิตอาวุธที่มีอาคารหลายหลัง และอาคารมีรูปแบบสถาปัตยกรรมเยอรมันเป็นหลังคาแหลมรูปพื้น มีเพดานสูง เหมาะกับการจัดแสดงงานชิ้นใหญ่ๆ และอีกแห่งหนึ่ง คือ Songzhuang ในเขต Tongzhou อยู่ห่างจากกรุงปักกิ่งประมาณ 25 กิโลเมตร มีศิลปินอาศัยอยู่กว่า 2500 ราย สร้างรายได้ให้กรุงปักกิ่งปีละกว่า 250 ล้านหยวน จากการท่องเที่ยวและขายผลงาน (ประชาชาติธุรกิจ, 2553: ออนไลน์) ปัจจุบันทั้งสองแห่งถือเป็นเขตอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีชื่อเสียงระดับโลกเป็นแหล่งรวมศิลปะแขนงต่างๆ ทั้งศิลปะดั้งเดิม (Original art creation) การสร้างภาพเคลื่อนไหว (Animation) การออกแบบสร้างสรรค์ (Creative Design) นันทนาการและนิทรรศการ (Recreation and Exhibitions)

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ทุนวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

ทุนวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่มี 3 รูปแบบ กล่าวคือ 1) สิ่งที่มีอยู่ในตัวคนและกลุ่มคนมาอย่างยาวนาน (Embodies state) ได้แก่ ความคิด จินตนาการ ความคิดริเริ่มและความเชื่อ 2) สิ่งที่เป็นรูปธรรม (Objectified state) ในรูปแบบของสินค้าวัฒนธรรม เช่น รูปภาพ หนังสือ สิ่งก่อสร้างสถานที่ที่เป็นมรดกโลก 3) ความเป็นสถาบัน (Institutionalization state) ซึ่งสามารถทำให้เกิดความเป็นรูปธรรม เช่น กติกาการยอมรับที่หลากหลาย คนเห็นร่วมกัน เช่น การยอมรับในสถาบันพระมหากษัตริย์ วัดและโรงเรียน (Pierre Bourdieu, 1986)

ขณะที่ รั้งสรรค์ ธนะพรพันธ์ ได้วิเคราะห์ทุนวัฒนธรรมเป็นทุนสำคัญในสังคมเศรษฐกิจ ซึ่งในยุคทุนอุตสาหกรรมเป็นทุนหลักโดยมีการบริการเข้ามาเป็นทุนกำลังระหว่างทุนภาคอุตสาหกรรมและวัฒนธรรม

ทุนวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับความเติบโตระหว่างอุตสาหกรรมกับภาคบริการโดยมีสินค้าวัฒนธรรม (Cultural products) แสดงความเจริญเติบโตของทุนวัฒนธรรม การศึกษาในเรื่องนี้ให้ศึกษาได้จากสินค้า หรือบริการที่สัมพันธ์กับวัฒนธรรม (Embodied culture) เป็นผลผลิตที่ การวิเคราะห์การเติบโตของทุนวัฒนธรรมมีอาจแตกต่างหากจากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตและพัฒนาการของทุนหลักในระบบทุนนิยมโลก (รังสรรค์ ณะพรพันธุ์, 2546) ทฤษฎีการทางวัฒนธรรม คือ มรดกทางวัฒนธรรม แบ่งเป็น 1)มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม (Tangible cultural heritage) คือสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น เช่น สถานที่ อาทิ ที่อยู่อาศัย ชุมชน อาคาร รวมถึง งานฝีมือ วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เป็นต้น 2)มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible cultural heritage) รวมถึง ประเพณี ขนบธรรมเนียม ภาษา เพลง พิธีกรรม เทศกาล พิเศษ เป็นต้น (ICOMOS INTERNATIONAL CULTURAL TOURISM CHARTER, 1999)

ความสำคัญทางวัฒนธรรม (cultural significance) เป็นแนวคิดในการช่วยประเมินคุณค่าของสิ่งต่างๆ ประกอบด้วย คุณค่าทางสุนทรียภาพ (Aesthetic value) คุณค่าทางประวัติศาสตร์(Historic value) คุณค่าทางวิชาการ (Scientific value) และคุณค่าทางสังคม (Social value) ทำให้เข้าใจความสำคัญของสถานที่ตั้งแต่อดีต ปัจจุบัน และต่อไปในอนาคต (ICOMOS INTERNATIONAL CULTURAL TOURISM CHARTER, 1999)

การเปลี่ยนแปลงทุนวัฒนธรรมสู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจำเป็นต้องมีการปรับปรุงแบบเพื่อให้ง่ายต่อการใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนปรับปรุง (modification) ทำให้เป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ (com-modification) และทำให้มีมาตรฐาน (standardization) (Bob McKercher and Hilary du Cros, 2002)

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (cultural tourism) มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมผู้เกี่ยวข้องให้เกิดการเข้าถึงมรดกทางวัฒนธรรมทั้งแก่นักท่องเที่ยวและชุมชนเอง เกิดการเคารพต่อมรดกวัฒนธรรมของชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างความสนใจด้านการอนุรักษ์และด้านการท่องเที่ยว และเกิดการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอและสื่อความหมายทางวัฒนธรรม ผลประโยชน์ที่ตามมาคือ เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม และเกิดผลกระทบต่อยุทธศาสตร์ (ICOMOS INTERNATIONAL CULTURAL TOURISM CHARTER, 1999)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(ธนวรรณ นิธิปภานันท์, 2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: ศึกษากรณี เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ผล

การศึกษาพบว่า 1. เพลิโนวานมีกระบวนการสร้างพื้นที่ (เชิงกายภาพ) ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่ทั่วไป กล่าวคือ เป็นการสร้างพื้นที่แบบนำอดีตมาตัดปะ มีการคัดเลือกอดีตในช่วงเวลาที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นการสร้างอดีตด้วยข้อมูลที่มาจากการผสมผสาน เป็นการสร้างความหมายใหม่ และเป็นการสร้างพื้นที่ที่ไม่ต้องการอ้างอิงบริบทของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญในกระบวนการสร้างพื้นที่คือ เรื่องของการออกแบบและใช้องค์ความรู้ทางด้านสถาปัตยกรรมที่เป็นการผสมผสานทั้งศาสตร์และศิลป์เข้าด้วยกัน 2. การสร้างความหมายที่เกิดขึ้นนั้นมีความแตกต่างกัน โดยผู้ผลิตสร้างความหมายขึ้นมาชุดหนึ่งด้วยการลงรหัส ในขณะที่ผู้บริโภคมีการถอดรหัสความหมายขึ้นมาอีกชุดหนึ่ง ความแตกต่างดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความหมายที่เกิดขึ้นไม่ได้ถูกสร้างขึ้นจากผู้ผลิตแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่ความหมายดังกล่าวยังถูกสร้างขึ้นจากผู้บริโภคได้เช่นกัน ทั้งนี้จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ทั้ง 5 กลุ่ม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่มีการถอดรหัสพื้นที่โดยการสร้างความหมายหรือให้นิยามของเพลิโนวาน ผ่านการรับรู้ (perceived) จากทางโลกสัญญะหรือโลกเสมือนซึ่งไม่ใช่การสร้างความหมายที่เกิดขึ้นจากความเข้าใจ (conceived) อย่างแท้จริง ในขณะที่กลุ่มอายุ 20-40 ปีนั้นมีการรับรู้ (perceived) และความเข้าใจ (conceived) แบบการผสมผสานเริ่มใช้ตรรกะและความเป็นเหตุเป็นผล เริ่มมีเสียงต่อรองและมีการวิจารณ์มากขึ้น ส่วนกลุ่มที่อายุมากกว่า 40 ปี การรับรู้ (perceived) ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการสร้างความหมายที่เกิดขึ้น การสร้างความหมายที่แท้จริงมาจากความเข้าใจ (conceived) ที่เกิดขึ้นผ่านประสบการณ์ในการเดินทางไปในสถานที่ต่างๆ บนโลกความเป็นจริง จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่ามิติทัศน์ทางความคิดเรื่องพื้นที่ ของ Lefebvre นั้นเป็นมโนทัศน์ที่สามารถสร้างคำอธิบายในเรื่องพื้นที่ต่องานชิ้นนี้ได้เพียงบางส่วนแต่ไม่สามารถอธิบายถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวของเพลิโนวานได้ทั้งหมด โดยเฉพาะในกรณีของการสร้างความหมายที่เกิดขึ้น การเคลื่อนไหวของคำอธิบายดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่า พื้นที่ที่ถูกคำอธิบายชุดหนึ่งกำกับไว้ในขณะที่การให้ความหมายนั้นมีความเป็นอิสระและมีความหลากหลายมากกว่าจึงสามารถถอดรหัสทางความหมายของพื้นที่ได้อย่างไม่รู้จัก ทั้งนี้ความหมายที่เกิดขึ้นจากการถอดรหัสของผู้บริโภคนั้นเป็นความหมายที่มีความหลากหลาย ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้และความเข้าใจของแต่ละคนที่มีอยู่อย่างไม่เท่าเทียมกัน

(สุขสันต์ ชื่นอารมย์, 2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ : กรณีศึกษา โครงการ อาร์.ซี.เอ . ผลการศึกษาพบว่า เมื่อพิจารณาถึงการกำหนดกลยุทธ์หลักในการพัฒนาโครงการนั้นแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1. กลยุทธ์ในการส่งเสริมจุดเด่นและโอกาสในการพัฒนา กล่าวคือการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้งานพื้นที่ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ ส่งเสริมธุรกิจที่ดำเนินห่วงโซ่ทางธุรกิจทั้งหมดในพื้นที่ โดยส่งเสริมการแบ่งสัญญาเช่าพื้นที่เพื่อสร้างความหลากหลายทางธุรกิจที่ดึงดูดกลุ่มลูกค้ากลุ่มค้าใหม่คือกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของโครงการ ตลอดจนเกิดพลังของตราสินค้า

2. กลยุทธ์ในการลดผลกระทบจากจุดด้อยและภัยคุกคามของโครงการอาร์ ซี เอ โดยการสร้างความหลากหลายให้กับพื้นที่ผ่านการส่งเสริมการสร้างแหล่งเรียนรู้และกิจกรรมขององค์กรที่ไม่หวังผลกำไร รวมทั้งการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายของกลุ่มผู้เช่าและพื้นที่ภายในโครงการ ตลอดจนการสร้างแนวร่วมของกลุ่มผู้ประกอบการและการแบ่งโซนนิ่งในการเช่าพื้นที่ นำมาซึ่งนโยบายที่เอื้อต่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์

(Kunihiro, 2015) ได้ทำการศึกษา “YOKOHAMA AND CREATIVITY: URBAN REGENERATION THROUGH CULTURE AND ART” เป็นการศึกษาการเป็นเมืองสร้างสรรค์ของเมืองโยโกฮาม่า โดยใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ที่ใช้ศิลปะและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนความเป็นเมืองสร้างสรรค์โดยมองผ่านนโยบายของผู้บริหารท้องถิ่นในการกำหนดนโยบายที่นำการใช้ศิลปะและวัฒนธรรมเป็นเกณฑ์ในการนำพาความสำเร็จที่ทำให้เมืองโยโกฮาม่าไปสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ได้อย่างไร ผลการศึกษาพบว่าการเป็นเมืองสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จได้เนื่องจากรัฐบาลท้องถิ่นเห็นความสำคัญในการใช้ศิลปะและวัฒนธรรมดั้งเดิมของเมืองมากำหนดเป็นนโยบาย การกำหนดนโยบายจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการนำพาในเมืองโยโกฮาม่าไปสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์

(Romein A, June 2009) ได้ศึกษาเมืองสร้างสรรค์ในเมือง อัมสเตอร์ดัม และ รอตเทอร์ดาม (Amsterdam & Rotterdam) โดยใช้แนวคิดความสร้างสรรค์ที่เป็นปัจจัยในการนำพาความเป็นเมืองสร้างสรรค์ในเมืองอัมสเตอร์ดัมและรอตเทอร์ดาม โดยการศึกษความเป็นเมืองสร้างสรรค์จากองค์ประกอบความเป็นเมืองสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ Richard Florida ผมว่าองค์ประกอบที่ทำให้ความเป็นเมืองสร้างสรรค์จะประสบความสำเร็จนำพาให้การเป็นเมืองสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีองค์ประกอบตามแนวคิดเมืองสร้างสรรค์และแนวคิดนั้นจะต้องถูกนำไปกำหนดเป็นนโยบายโดย(มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาชนและชุมชน ผลการศึกษาพบว่าผลสัมฤทธิ์ในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ของเมืองทั้งสองเมืองต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญแม้ว่าเมืองทั้งสองเมืองจะมีทุนวัฒนธรรมที่เหมือนกัน มีประวัติท้องถิ่นที่เหมือนกันแต่เนื่องจากการนำแนวคิดความเป็นเมืองสร้างสรรค์ไปกำหนดเป็นนโยบายที่เป็นรูปธรรมที่ต่างกัน

กล่าวคือในเมืองอัมสเตอร์ดัม ได้มีการเขียนแผนและกำหนดเป็นนโยบายที่ชัดเจนโดยรัฐบาลท้องถิ่นในขณะที่เมืองรอดเทอร์ดัม แผนการดำเนินงานไม่ถูกกำหนดอย่างชัดเจนจากผู้เกี่ยวข้อง

(Loon, 2008) ได้ศึกษาแนวคิดการตามอุดมคติของการพัฒนาความเป็นเมืองสร้างสรรค์ในเมืองสี่เมืองคือ Eindhoven Almere Tilburg และ Dordrecht ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ตามแนวคิดเมืองสร้างสรรค์โดยใช้แนวคิดของ Richard Florida ที่เน้นการอุบัติขึ้นของกลุ่มคนสร้างสรรค์ (creative class) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ประกอบด้วยคุณสมบัติที่มีความคิดสร้างสรรค์มาจากคนในหลากหลายอาชีพเพื่อมาสร้างบรรยากาศความเป็นเมืองสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative industry) โดยการปรับสภาพทางกายภาพของเมืองร้างที่ถูกปล่อยทิ้งไว้หลังการล่มสลายของระบบทุนนิยมแบบโรงงาน โดยการศึกษาในงานของผู้วิจัยมุ่งเป้าไปที่การกำหนดนโยบายนักพัฒนาผังเมือง ผลการวิจัยพบว่าแนวคิดเรื่องเมืองสร้างสรรค์เป็นแนวทางในการพัฒนาเมือง อย่างไรก็ตามแนวคิดดังกล่าวต้องเป็นการทำงานผสมผสานกับภาคส่วนต่างๆ ทั้งจากผู้กำหนดนโยบายต้องนำแนวคิดไปปฏิบัติและกำหนดเป็นแผนที่จับต้องได้ในเชิงนโยบายและผู้นำแผนไปใช้ก็ต้องปฏิบัติตามแผนที่ผู้กำหนดนโยบายได้จัดทำไว้อย่างเคร่งครัด การปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต้องเป็นการหาสมดุลการดำเนินงานในรูปแบบที่สร้างสรรค์ระหว่างการออกคำสั่งแบบ top-down และ bottom-up

(Chuangchai, 2019) ได้ศึกษาเรื่อง “The problem of democracy in the ASEAN Creative City : the cases of Chiang Mai, Bandung, Cebu, and GeorgeTown” ได้ศึกษาถึงปัญหาของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ในกลุ่มประเทศอาเซียนจากมุมมองทางเงื่อนไขทางสภาพสังคมการเมืองของเมือง 4 เมืองในกลุ่มประเทศอาเซียน เป็นงานวิจัยใช้แนวคิดเรื่องเมืองสร้างสรรค์โดยใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ของ Charle Landry และ ชนชั้นสร้างสรรค์ของ Richard Florida การศึกษาเป็นการสืบค้นข้อมูลจากเอกสารข้อมูลประวัติสภาพทางเศรษฐกิจของเมืองทั้ง 4 เมืองข้างต้นและนำมาวิเคราะห์กับแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า เมืองเชียงใหม่ เป็นเมืองที่อาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนจากประชาชนและรัฐบาลท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายสาธารณะเพื่อความสัมฤทธิ์ผลของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ ตามกรอบแนวคิดของ Banyan ในเรื่องแนวคิดของการมีส่วนร่วม เมือง Bandung เป็นการนำเสนอเมืองในรูปแบบใหม่ (city re-representation) ตามแนวคิดของ Theodore การนำเสนอเมือง Bandung ให้กลายเป็นเมืองสร้างสรรค์ ด้วยขบวนการ 3 ขั้นตอน คือ 1. ใช้ขบวนการทางกฎหมาย โดยรัฐบาลเป็นผู้ประสานงานสร้างความสัมพันธ์ในความร่วมมือกับภาคประชาชน 2. การสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนซึ่งรัฐบาลจะมีส่วนสำคัญในการผลักดันเรื่องดังกล่าวให้เป็นรูปธรรม และ 3. รัฐทำหน้าที่

เป็นตัวประสานระหว่างภาครัฐกับความไม่เท่าเทียมและการรับรู้ของผู้เกี่ยวข้อง ในส่วนของเมือง Cebu เป็นภาพสะท้อนปัญหาทางด้านการเมืองในด้านการขับเคลื่อนนโยบายจากภายในไปสู่ภายนอก กล่าวคือทำอย่างไรในนโยบายที่รัฐเป็นผู้กำหนดได้ออกไปสู่สาธารณะคือความร่วมมือจากภาคประชาชน เมือง George Town เป็นการศึกษาถึงปัญหาในด้านการสร้างพื้นที่สาธารณะในชุมชนเมืองและความหลากหลายในทางวัฒนธรรม

(จากรูวรรณ ขำเพชร, 2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านสุขุมวิท ผลการศึกษาพบว่า สุขุมวิทเติบโตมาหลังจากมีการสร้างถนนสุขุมวิทในปี พ.ศ.2479 และตั้งชื่อตามผู้ก่อสร้างคือ พระพิศาลสุขุมวิท ซึ่งแต่ก่อนย่านนี้จะถูกเรียกว่า “ทุ่งบางกะปิ” ต่อมาพื้นที่ย่านนี้ขยายตัวขึ้นตามการขยายเมืองมาทางทิศตะวันออก และปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจอีกหลายประการที่ทำให้พื้นที่สุขุมวิทย่านพร้อมพงษ์เป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ประกอบไปด้วย สวนเบญจสิริ ย่านดิ เอ็ม ดิสทริค (The Em District) ย่านเจแปนนิสทาวน์ (Japanese Town) ไดโนซอร์ แพลนเน็ต (Dinosaur Planet) อันเกิดจากทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) และทักษะการประยุกต์ (Adaptive Skills) ตามลักษณะของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความเป็นย่านที่มีองค์ประกอบรองรับทั้งการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในย่านกิจกรรม การเข้าถึง การเชื่อมต่อกันรวมทั้งความสะดวกสบายและกายภาพหลักล้วนส่งผลให้ปัจจุบันสุขุมวิทเป็นพื้นที่ศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานครใน

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ได้ทำการศึกษาถึง ศักยภาพสู่การก้าวเป็นกรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์: การศึกษาพื้นที่อุตสาหกรรมแฟชั่นในกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงลึกด้วยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในย่านอุตสาหกรรมแฟชั่น กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในเชิงเศรษฐกิจและความคิดสร้างสรรค์ โดยได้ลงพื้นที่สำรวจย่านอุตสาหกรรมแฟชั่นโดยรอบกรุงเทพฯ รวม 12 ย่าน จำนวน 20,000 ตัวอย่าง ประกอบด้วย ประตูน้ำ บีบี พาหุรัด บางลำพู จตุจักร สยามสแควร์ สวนลุมไนท์บาซาร์ ซอยละลายทรัพย์ ตลาดหลังการบินไทย ตะวันนา คลองสาน และยูเนี่ยนมอลล์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพของกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่นในพื้นที่กรุงเทพฯ โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้เสนอแนวทางในการพัฒนาย่านอุตสาหกรรมแฟชั่นด้วยการวางแผนประชาสัมพันธ์ความเป็นย่านธุรกิจหรือ Fashion District อาทิ การจัดทำแผนที่ย่านธุรกิจแฟชั่นภายในกรุงเทพฯ การตั้งคณะกรรมการพัฒนาย่านโดยความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน รวมถึงการเพิ่มศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมแฟชั่น เพิ่มบุคลากรด้านการพัฒนาวัตถุดิบของอุตสาหกรรม พร้อมทั้งขยายบทบาทของนักออกแบบให้ทำงานได้หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

เรื่องของการตลาด นอกจากนี้ควรมีการสร้างเครือข่ายสถาบันการศึกษาด้านการออกแบบ การเพิ่มแหล่งเรียนรู้

Department of Culture, Olympic, Media, and Sports (DCMS) (2004) ได้ทำการศึกษาเพื่อสำรวจเป็นฐานข้อมูลในการกำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนา ข้อมูลสำรวจระดับมหภาคทำให้นายเคน ลิฟวิงสตัน นายกเทศมนตรีนครลอนดอน มีความสนใจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยได้ตั้งคณะกรรมการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อสำรวจศักยภาพของเมืองลอนดอน การสำรวจดังกล่าวทำให้พบว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมืองลอนดอนมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจที่เป็นรองเพียงธุรกิจของภาคการเงินการธนาคาร ในปี ค.ศ.2004 เมืองลอนดอนประกาศตัวด้วยโครงการครีเอทีฟลอนดอน (Creative London) เพื่อประชาสัมพันธ์เมืองอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมือง และเพื่อใช้เป็นจุดเริ่มในการฟื้นฟูพื้นที่เสื่อมโทรมของเมืองลอนดอนที่สอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่น



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาถึง “การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยแบ่งขั้นตอนการทำวิจัยดังนี้ คือ

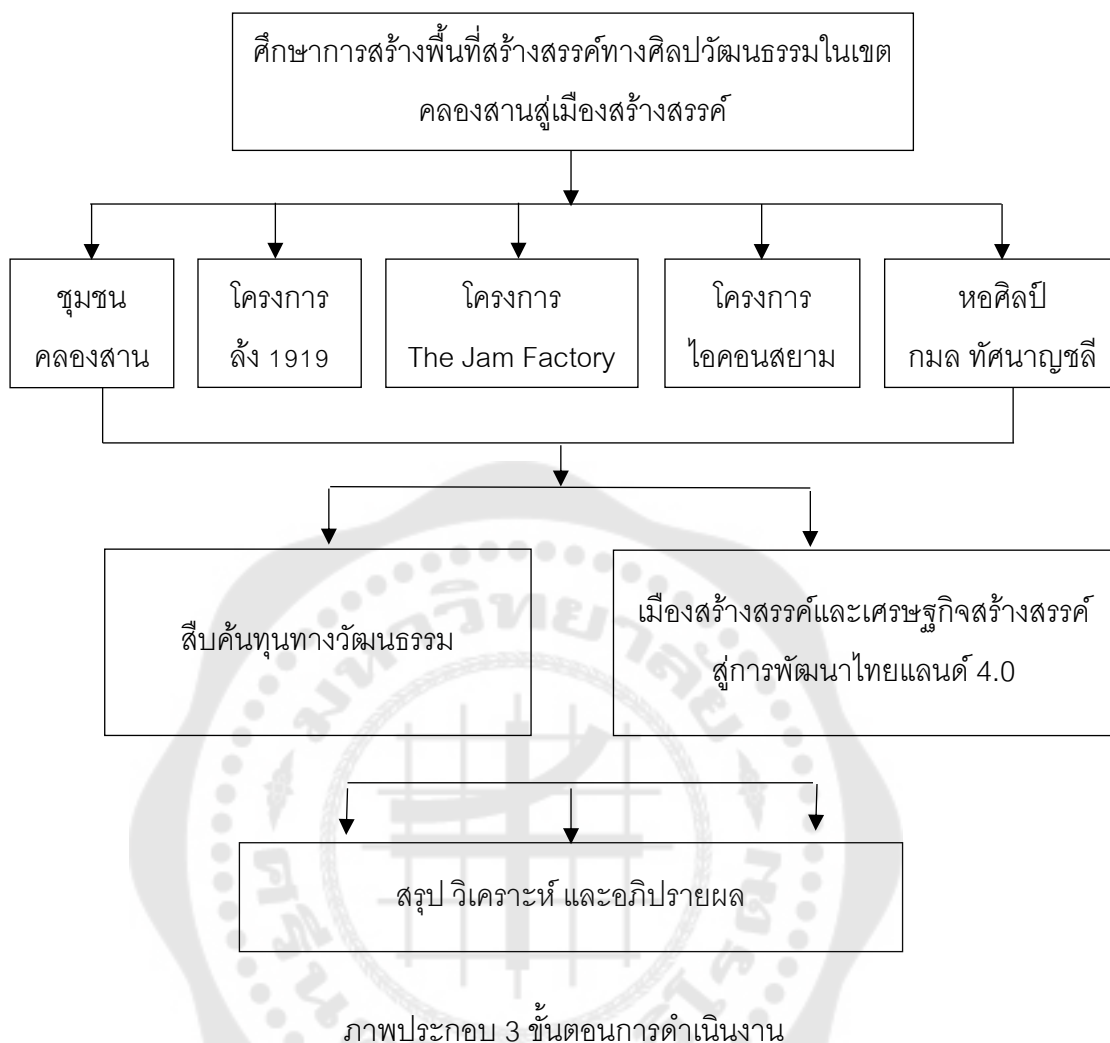
1. การศึกษาจากตำรา เอกสาร วารสารและบทความตีพิมพ์ต่างๆ
2. การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant observation) โดยการลงสำรวจพื้นที่ในบริเวณโครงการเดอะแจมแพคทอรี โครงการล้ง 1919 โครงการไอคอนสยาม และหอศิลป์ อ.กมล ทัศนัญชลี ตั้งแต่บริเวณถนนเชียงใหม่ไล่มาตามฝั่งตะวันตกของถนนสมเด็จพระยาจนชนสำนักงานเขตคลองสาน เข้าสู่บริเวณรอยต่อเข้าสู่ถนนเจริญนครไปจดถนนเจริญนคร 5 และบริเวณชุมชนเจริญนคร 14 แยก 25

3. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่ผ่านการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญและคณะกรรมการจริยกรรมในเชิงมนุษย์

พื้นที่ศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. การศึกษาบริบทของพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ในเขตคลองสาน
2. กระบวนการในการสร้างพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์
3. ศึกษาโครงการต่างๆ ในการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสาน

ผู้วิจัยจะศึกษาไปพร้อมกัน และนำข้อมูลทั้ง 3 ส่วน มารวบรวมรวมข้อมูล และสรุปการวิจัย เพื่อตอบโจทย์วิจัยให้ตรงตามวัตถุประสงค์อย่างลึกซึ้ง และนำเสนอแนะแนวทางต่อไป แสดงดังภาพประกอบ 3 ขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้



ทั้งนี้ในการดำเนินงาน ทั้ง 3 ส่วน รายละเอียดมีดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาบริบทของพื้นที่ชุมชนในเขตคลองสาน

ในเบื้องต้นการศึกษาบริบทของพื้นที่ในชุมชนเขตคลองสานบริเวณถนนเชียงใหม่จดถนนเจริญนคร 5 ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาผ่านเอกสาร (Document Research) โดยเป็นการศึกษาและตรวจสอบจากเอกสารชั้นต้นที่มีการอ้างอิง โดยทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หนังสือ ตำรา บทความเอกสารรายงานประจำปี รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ เพื่อสอบถามและค้นหาข้อมูลต่างๆ ล่าสุด ซึ่งเป็นข้อมูลประเภทสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์ ที่ผู้วิจัยใช้ทำการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และใช้วิธีการเดินสำรวจและสัมภาษณ์คนในชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่ ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของชุมชนในเขตคลองสาน
2. ประวัติความเป็นมาของโครงการล้ง 1919 โครงการ The Jam Factory โครงการไอคอนสยามและบริเวณถนนกรุงธนบุรีย่านหอศิลป์ อ.กมล ทัศนาศุทธิ

ส่วนที่ 2 กระบวนการในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรม

เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ในเชิงศิลปวัฒนธรรมแล้วนั้น ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของพื้นที่โดยรอบ โครงการ The Jam Factory โครงการล้ง 1919 โครงการไอคอนสยาม หอศิลป์ อ.กมล ทัศนาศุทธิ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบเดินสำรวจพื้นที่โดยรอบ โดยมีผู้ขึ้นตอนการดำเนินงานและกลุ่มประชากรที่ศึกษา ดังนี้

1. การลงสำรวจพื้นที่ (Field Research) ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) แบบสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง โดยสนามที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาและเก็บข้อมูล พื้นที่โดยรอบของชุมชนในเขตคลองสาน โครงการ The Jam Factory โครงการล้ง 1919 และโครงการไอคอนสยาม และหอศิลป์ อ.กมล ทัศนาศุทธิ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเทคนิคต่างๆ มาใช้ เช่น การสัมภาษณ์ สังเกต และจดบันทึกเรื่องราวต่างๆ เพื่อนำมาสรุปและวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบที่ผู้วิจัยสงสัยในระดับต่อไป ในการลงพื้นที่เพื่อศึกษาข้อมูลภาคสนามนั้นผู้วิจัยต้องการศึกษาความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในพื้นที่จริงว่าเกิดความเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตมากน้อยเพียงใด อันจะทำให้ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์หาตัวแปรต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เทคนิคการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (formal) โดยการกำหนดหมายกับผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อเป็นการแจ้งขอรับข้อมูลเพื่องานวิจัยอย่างเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ (Informal interview) กับผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนเพื่อทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่รู้สึกเป็นกังวล ไม่อึดอัดและเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับชุมชน

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ บุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่

- 1) เจ้าของโครงการหรือบุคลากรของโครงการ ทั้งผู้บริหารระดับสูง และหรือเจ้าหน้าที่ทั่วไป
- 2) ผู้ให้บริการ

- ผู้ประกอบการในชุมชนและผู้ประกอบการรายใหม่ ประกอบด้วย คนในชุมชนและผู้ประกอบการรายเดิมที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่มาตั้งแต่อดีตก่อนที่จะมีการลงทุนจากผู้ประกอบการภายนอก ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้าไปลงทุนในพื้นที่เขตคลองสานประกอบด้วยโครงการ The Jam Factory โครงการล้ง 1919 โครงการไอคอนสยาม หอศิลป์ อ. กมล ทัศนาศิลป์
- บุคลากรของโครงการ ประกอบด้วย กลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และแนวทางการพัฒนาของโครงการ

ส่วนที่ 3 แนวความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรโครงการ The Jam Factory

จะใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ บุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่

1. บุคลากรของโครงการ ทั้งผู้บริหารระดับสูง และเจ้าหน้าที่ทั่วไป
2. หน่วยงานภาครัฐ บุคลากรของโครงการ ประกอบด้วย ทั้งผู้บริหารระดับสูง และเจ้าหน้าที่ทั่วไปที่เป็นกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม การบริหารจัดการ และแนวทางการพัฒนาของโครงการ

การรวบรวมข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะศึกษาบริบทของพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ในเชิงศิลปวัฒนธรรม ผ่านการศึกษาเอกสาร และสืบค้นข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ตก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในส่วนของการประเมินศักยภาพของบุคลากร และผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการล้ง 1919 โครงการ The Jam Factory โครงการไอคอนสยามและหอศิลป์ อ.กมล ทัศนาศิลป์ หลังจากนั้นในส่วนของการประเมินศักยภาพของบุคลากร และผู้ประกอบการ ไปพร้อมกัน และนำข้อมูลทั้ง 2 ส่วนมาหาข้อสรุปการวิจัยเพื่อตอบตอบโจทย์วิจัยให้ตรงตามวัตถุประสงค์อย่างลึกซึ้ง และเสนอแนะแนวทางต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษารวบรวมในหัวข้อ “การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่เมืองสร้างสรรค์” โดยศึกษาการเกิดขึ้นของโครงการ เดอะแจมแฟคทอรี (The Jam Factory) โครงการล้ง (1919 LHONG 1919) โครงการดิไอคอนสยาม (The Icon Siam) และหอศิลป์กมลทัศนาศิลป์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยในประเด็นสำคัญ ๆ ต่าง ๆ ในเรื่อง

1. ทูทางวัฒนธรรม อันได้แก่ ทูทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่ใช้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ในพื้นที่เขตคลองสาน
2. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในการใช้ทุนทางวัฒนธรรมของโครงการที่เกิดขึ้นในเขตคลองสานต่อโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม และแบบแผนในการดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่ ได้ผลการศึกษาจากการสำรวจลงพื้นที่ เอกสารต่างๆ และการสัมภาษณ์ ดังนี้

1. การใช้ทุนทางวัฒนธรรม

ผลการวิจัยการใช้ทุนทางวัฒนธรรมของโครงการต่างๆ ได้ผลการวิจัยมาดังนี้

1.1 โครงการเดอะแจม แฟคทอรี The Jam Factory

โครงการ The Jam Factory ตั้งอยู่ที่เลขที่ 41/1-2 ถนนเจริญนคร แขวงคลองสาน เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร เป็นโครงการที่เกิดขึ้นในปี 2014 และอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นโครงการแรก ๆ ที่เปลี่ยนแปลงโฉมหน้าพื้นที่ที่ซบเซาให้กลับมามีชีวิตขึ้นอีกครั้ง เจ้าของโครงการและผู้ริเริ่มการแปลงโฉมพื้นที่โครงการนี้คือ คุณดวงฤทธิ บุนนาค (ภาพประกอบ 4) สถาปนิกผู้ก่อตั้งบริษัท ดวงฤทธิ จำกัด ผู้นำแนวคิดทางสถาปัตยกรรมมาใช้เพื่อปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่รกร้างและถูกทอดทิ้งไปเป็นเวลานานให้กลับมามีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ทุนทางด้านวัฒนธรรมที่ผู้ริเริ่มโครงการใช้ในการขับเคลื่อนโครงการเพื่อพัฒนาพื้นที่นี้ได้แก่

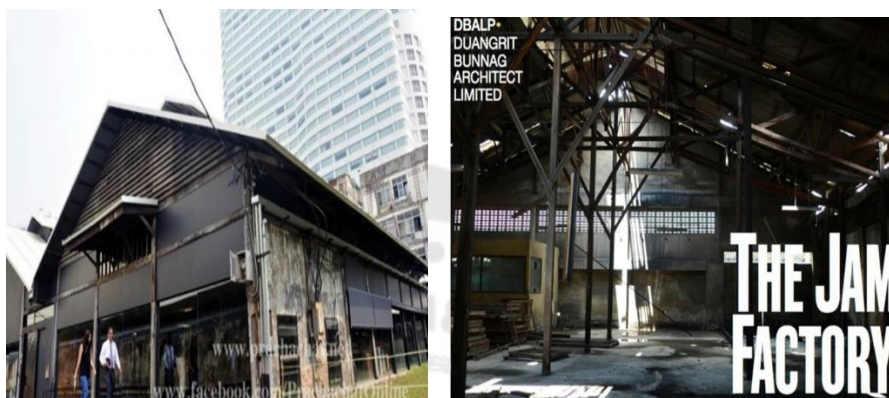


ภาพประกอบ 4 คุณดวงฤทธิ์ สถาปนิกและผู้ก่อตั้งบริษัท ดวงฤทธิ์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้เริ่มโครงการ
เดอะ แจม แฟคตอรี

ที่มา : ผู้วิจัย

1.1.1 ทูทางด้านวัฒนธรรม เป็นทูทางด้านสถาปัตยกรรมดั้งเดิมของตัว
โครงการเดอะแจมแฟคตอรีที่เป็นอาคารโรงงานถ่านไฟฉายตราภบ โรงน้ำแข็งและโกดังสินค้า เป็น
การปรับปรุงอาคารเก่า 3 หลังในอดีตให้กลับมาใช้งานได้อีกครั้ง ในอดีตเมื่อต้นกรุงรัตนโกสินทร์
การสัญจรทางน้ำเป็นเส้นทางหลัก โครงการนี้มีสิ่งปลูกสร้างที่เป็นลักษณะของโกดังสินค้าติดกับ
พื้นที่ริมน้ำเจ้าพระยาเป็นทำเลที่เหมาะสมแก่การค้าขายขนถ่ายสินค้าเป็นอย่างมาก เมื่อเกิดการ
เปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมและเศรษฐกิจ การสัญจรทางน้ำได้ถูกแทนที่ด้วยระบบการ
ขนส่งทางบก พื้นที่นี้จึงได้ถูกปล่อยทิ้งให้เป็นพื้นที่รกร้างมาเป็นเวลานานหลายสิบปีคงเหลือแต่
ซากแห่งความทรงจำและอดีตอันเคยรุ่งเรืองที่สามารถเล่าขานกันสืบต่อมาว่าพื้นที่แห่งนี้ครั้งหนึ่ง
เคยเป็นพื้นที่สำคัญทางเศรษฐกิจแห่งหนึ่งในประวัติศาสตร์ชาติไทยผ่านตัวอาคารที่ยังคง
หลงเหลืออยู่ จากตัวอาคารเก่าสามารถสืบย้อนไปในอดีตว่าที่แห่งนี้เคยเป็นเขตอุตสาหกรรม
ผลิตมาก่อน คุณดวงฤทธิ์ บุญนาค ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ใน “คุยกับดวงฤทธิ์ บุญนาค เจ้าของโครงการ
สุดฮือฮอตรึมเจ้าพระยา The Jam Factory” ผ่านเว็บไซต์ brand buffet (team, 2014)ว่าพื้นที่แห่งนี้
ทรุดโทรมเป็นอย่างมากแต่ตัวอาคารบ่งบอกได้ว่าแห่งนี้ต้องเคยเป็นย่านอุตสาหกรรมมาก่อน
เพราะเมื่อสืบสาวประวัติความเป็นมาจึงได้ทราบว่าเป็นโรงงานผลิตถ่านไฟฉายตราภบที่มีชื่อเสียง
เป็นโรงงานผลิตน้ำแข็งและโรงงานผลิตยา เมื่อได้มาเห็นสภาพโครงสร้างของพื้นที่แห่งนี้แล้วความ
ที่เป็นสถาปนิกได้เกิดความหลงใหลและคิดจะปรับปรุงพื้นที่แห่งนี้เพื่อตอบโจทก์ภาวะการณ์ของ
ตนเองในเรื่องการทำเลใหม่ให้กับที่ตั้งบริษัทของตนเองที่กำลังจะหมดสัญญากับที่เก่าซึ่งได้ทำ

สัญญาไว้กับบริษัทสยามพิวรรธน์ ซึ่งเป็นเจ้าของอาคารสยามดิสคัฟเวอร์ที่ตั้งอยู่ในใจกลางเมือง ย่านสยามสแควร์ย่านธุรกิจสำคัญย่านหนึ่งในกรุงเทพมหานครและมีราคาเช่าที่สูงลิบ ประกอบกับบริษัทกำลังจะเพิ่มขนาดของพนักงานเป็น 60 คน จำเป็นต้องมีพื้นที่ให้คนทำงานมากขึ้น ความคิดในการที่จะใช้พื้นที่นี้จึงเกิดขึ้น (ภาพประกอบ 5)

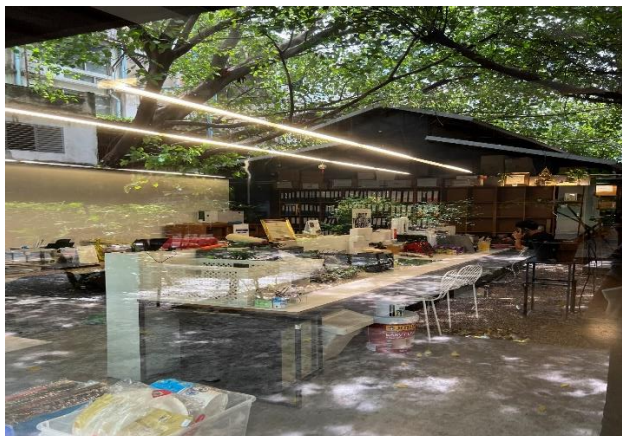


ภาพประกอบ 5 โถงเก่าและสภาพของอาคารสถาปัตยกรรมก่อนที่จะมีการปรับปรุง

ที่มา: (www.painaidii.com/diary-detail/001301/lang/th/)

การปรับปรุงสภาพอาคารที่เป็นลักษณะที่พุดังด้วยหลังคาสังกะสีจึงได้เกิดขึ้นบนพื้นที่ทั้งหมด 4 ไร่ คิดเป็นพื้นที่ใช้สอยทั้งหมด 2,000 ตารางเมตร ในการปรับปรุงอาคารนี้ได้รับเปลี่ยนเพื่อใช้อาคารทั้ง 3 หลังที่เป็นโกดังโดยใช้โครงสร้างเดิมเพื่อ

1) ใช้เป็นอาคารสำนักงานของบริษัทดวงฤทธิ์ จำกัด ซึ่งมีพื้นที่ใช้สอย 800 ตารางเมตร เพื่อรองรับพนักงานของบริษัทที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นเป็น 60 คน (ภาพประกอบ 6)



ภาพประกอบ 6 พื้นที่สำนักงานที่ได้รับการดัดแปลงจากตัวอาคารของโครงการเดอะแจมแพคตอรี

ที่มา: ผู้วิจัย

2) ใช้เป็นร้านหนังสือกึ่งอดีต (Candid) เป็นการนำร้านหนังสือเก่าที่เคยเปิดมาก่อนหน้านี้ในย่านบางลำภู เป็นร้านหนังสือที่ไม่ได้ขายหนังสือที่อยู่ในกระแสแต่เป็นร้านหนังสือที่ผ่านการคัดสรรมาอย่างดีจากคนที่ชอบอ่านหนังสือจึงได้ชักชวนคุณดวงฤทัย เอสะนาชา ตั้ง มาดูแลร้านหนังสือแห่งนี้ เพราะฉะนั้นคนที่อยากได้หนังสือดีๆ ที่หายากและอยากได้คำแนะนำว่าหนังสือเล่มไหนดีไม่มีเนื้อหาอย่างไรจะสามารถหาได้จากที่นี่และได้รับคำแนะนำจากคนที่อ่านหนังสือนั้นจริงๆ (ภาพประกอบ 7)



ภาพประกอบ 7 ร้านหนังสือ Candid

ที่มา: ผู้วิจัย

3) จัดสรรเป็นร้านกาแฟ Library เป็นการผุดความคิดว่าอยากให้เป็นแหล่งที่รวมผู้คนมานั่งคิดงานในบรรยากาศที่ดีและสร้างสรรค์ผลงานโดยไม่จำเป็นต้องนั่งทำงานในสำนักงาน เมื่อนั่งทำงานที่นี้แล้วเกิดแรงบันดาลใจรู้สึกถึงความสงบ (ภาพประกอบ 8)



ภาพประกอบ 8 การจัดสรรการใช้พื้นที่ในโครงการเดอะแจมแพคตอรี

ที่มา: <https://food.trueid.net/detail/riEdqK7vMjx>

4) เป็นห้องจัดแสดงสินค้าของบริษัทภายใต้ชื่อว่า Any Room ซึ่งเป็นร้านขายเฟอร์นิเจอร์ ที่เจ้าของออกแบบและขาย ตลอดจนไปจัดหามาจากแหล่งอื่นๆ เพื่อมาจัดจำหน่าย (ภาพประกอบ 9)



ภาพประกอบ 9 ภาพพื้นที่ห้องแสดงสินค้า Anyroom ในโครงการเดอะแจมแพคตอรี

ที่มา: https://www.forfur.com/media/idea/5032/5032_1434633628890866999

5) ใช้เป็นพื้นที่จัดแสดงงานนิทรรศการทางศิลปะให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ และเปิดให้บุคคลภายนอกมาเช่าใช้พื้นที่เพื่อจัดงานทางด้านศิลปะในโอกาสต่างๆ ตามวาระฤกษ์

บุญนาถ เป็นสถาปนิกมารวม 20 ปี ถือว่าเป็นผู้หนึ่งทำงานที่เกี่ยวข้องกับวงการศิลปะจึงอยากสร้างแกลเลอรีให้กับศิลปินรุ่นเยาว์ได้มีพื้นที่ในการจัดแสดงผลงานของตนเอง (ภาพประกอบ 10)



ภาพประกอบ 10 ภาพพื้นที่การจัดแสดงศิลปะในโครงการเดอะแจมแฟคตอรี

ที่มา: www.painaidii.com/diary-detail/001301/lang/th/

6) ทำเป็นร้านอาหารภายใต้ชื่อ The Never Ending Summer เป็นความคิดที่คุณดวงฤทธิ์ บุญนาถ คิดว่าอยากมีร้านอาหารดีๆ ไว้ให้คนที่สัมผัสประสบการณ์รสชาติของอาหารที่ดีเช่นเดียวกับตนเองที่เคยได้สัมผัสจากการเป็นสมาชิกหนึ่งในสกุลดั้งเดิมที่มีประวัติของบรรพบุรุษเกี่ยวข้องกับทางราชสำนักของไทย จึงได้ชักชวนคุณนรี บุญยเกียรติ ผู้มีฝีมือมาดูแลในส่วนนี้ (ภาพประกอบ 11)



ภาพประกอบ 11 ภาพร้านอาหาร The Never Ending Summer

ที่มา: ผู้วิจัย

1.1.2. ทูทางด้านภูมิสถาปัตยกรรมได้นำความรู้ทางด้านภูมิสถาปัตยกรรมมาจัดการกับพื้นที่ว่างในตัวโครงการเพื่อให้เกิดการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุด ในโครงการเดอะแจมแพคทอรี สิ่งหนึ่งที่เป็นที่สะดุดตาแก่ผู้ไปเยี่ยมชมเยือนคือลานโล่งตรงกลางของตัวโครงการที่จะเห็นว่ามีมีการปรับพื้นที่ในบริเวณนี้ในเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจและทำให้เกิดการใช้พื้นที่ได้อย่างเหมาะสม จากการสัมภาษณ์ คุณพาฝัน รัชตสกุล (Strategic Director) ตัวแทนผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการเดอะแจมแพคทอรีแทนเจ้าของโครงการได้ให้ข้อมูลว่าพื้นที่ที่เป็นลานโล่งตรงนี้ต้องมีการปรับปรุง



ภาพประกอบ 12 การปรับปรุงลานพื้นที่อเนกประสงค์ของโครงการ

ที่มา: ผู้วิจัย

เมื่อโครงการ เดอะแจม แพคทอรี เปิดดำเนินการการปรับเปลี่ยนทุนทางวัฒนธรรมข้างต้นได้นำการเปลี่ยนแปลงมาสู่พื้นที่ในบริเวณนี้จากการเป็นที่รกร้างว่างเปล่าติดตลาดคลองสานที่มีสภาพแบบกิ่งตลาดสด ได้ดึงดูดคนกลุ่มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้สัญจรไปมาต้องการหาที่พักผ่อนในวันหยุด หรือผู้ที่สนใจเดินเที่ยวชมพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ที่มีโกดังเก่าเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม ตลอดจนคนที่มาใช้สถานที่ในการสร้างแรงบันดาลใจในการรังสรรค์ผลงานในแขนงวิชาชีพต่างๆ หรือจะเป็นแหล่งรวมกลุ่มเยาวชนและศิลปินยุคเก่าและใหม่ที่ต้องการมีพื้นที่ในการจัดงานแสดงความคิดของตนเอง คุณพาฝัน รัชตสกุล ตัวแทนผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นกับพื้นที่นี้ว่า “ทั้งหมดที่เราทำนั้นเป็นการสร้างตัวตนของเราเข้าไปสู่ชุมชน เราอยากเห็นชุมชน

เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น มีสภาพแวดล้อมและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เพราะทั้งหมดนี้เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพื้นที่ในบริเวณนี้”

คุณพาฝัน รชตสกุล ยังได้กล่าวเสริม “ The Jam Factory แม้ว่าจะเพิ่งจดทะเบียนอย่างเป็นทางการในปี 2557 แต่ความตั้งใจที่จะแปลงสภาพ (Transformation) พื้นที่ที่ไม่เจริญในย่านฝั่งธนให้กลับมามีชีวิตขึ้นมาใหม่โดยใช้วัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อนจึงเกิดเป็นโครงการ community space หรือ art space ขึ้น เช่น ทางโครงการมีจัดกิจกรรมต่างๆ ตามวาระ เช่น การเสวนาเกี่ยวกับภาพยนตร์ หรือ THE KNACK MARKET ที่ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เข้ามาจัดงานขายไอเดียเล็กๆ น้อยๆ เป็นประจำทุกเสาร์และอาทิตย์ ในช่วงสิ้นเดือน นอกจากนี้ยังมีการจัดนิทรรศการหมุนเวียนทุกๆ 2 เดือนครึ่ง”

1.2 โครงการล้ง 1919

โครงการล้ง 1919 เป็นโครงการศูนย์การค้าแนวใหม่แบบ mix use คือใช้พื้นที่ได้อเนกประสงค์ เช่น เป็นร้านค้า ลานจัดกิจกรรม และอื่นๆ ตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ โครงการล้ง 1919 ได้ประยุกต์วัฒนธรรมเดิมกล่าวคือการนำประวัติศาสตร์ศิลป์ไทย-จีน ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในเขตคลองสานมาเป็นทุนในการพัฒนาตัวโครงการให้มีลักษณะเด่นและดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการสินค้าและบริการของตัวเองโครงการไม่ว่าจะในเชิงพาณิชย์หรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โครงการล้ง 1919 ตั้งอยู่บนปลายสุดของถนนเชียงใหม่ แขวงคลองสาน เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร (ฝั่งธนบุรี) โดยอยู่ฝั่งตรงข้ามกับย่านตลาดน้อยในฝั่งกรุงเทพมหานคร บนเนื้อที่ทั้งหมด 6 ไร่ คิดเป็นพื้นที่ใช้สอยทั้งหมด 6,800 ตารางเมตร ดำเนินงานภายใต้ตระกูล “หวังหลี” ผู้เป็นเจ้าของพื้นที่และทรัพย์สินทางวัตถุโบราณทั้งหมดซึ่งประกอบด้วยสถาปัตยกรรมดั้งเดิมและงานศิลปะในรูปแบบของงานจิตรกรรมภาพเขียนสีโบราณตามผนังและกำแพงต่างๆ ผู้ที่เป็นหัวเรือใหญ่ในการคิดพัฒนาตัวโครงการล้ง 1919 คือสมาชิกของครอบครัวหวังหลี รุ่นที่ 4 คือ คุณรุจิราภรณ์ หวังหลี (ภาพประกอบ 13) ซึ่งเป็นมมณฑนากรแห่งบริษัท PIA Interior บริษัทรับออกแบบตกแต่งภายในชื่อดังในลำดับต้นๆ ของประเทศไทย

ตัวอาคารถูกสร้างมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 โดย พระยาพิศาลศุภผล (ชื่น พิศาลบุตร) (ภาพประกอบ 14) ในนาม “ฮวย จุ่ง ล้ง” ในปี พ.ศ.2393 (1850) ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อเป็นท่าเรือจอดเรือกลไฟสำหรับพ่อค้าชาวจีนที่เข้ามาทำการค้าขายกับประเทศสยามในช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ซึ่งนับว่าเป็นช่วงเวลาอันรุ่งเรืองแห่งสัมพันธไมตรีการค้าระหว่างไทย-จีน มากที่สุดยุคหนึ่ง เทียบเรือกลไฟ



ภาพประกอบ 13 คุณรุจิราภรณ์ หวังหลี ผู้ก่อตั้งโครงการล้าง 1919

ที่มา: www.gqthailand.com/lifestyle/article/lhong1919



ภาพประกอบ 14 พระยาพิศาลศุภผลผู้ให้กำเนิด ฮวย จุ่ง ลั้ง

ที่มา: www.gqthailand.com/lifestyle/article/lhong1919

พระยาพิศาลศุภผล เป็นพ่อค้าชาวจีนที่เข้ามาทำการค้าขายกับราชอาณาจักรไทยในช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์และเป็นต้นตระกูล “พิศาลบุตร”

“ฮวย จุ่ง ลั้ง” เป็นคำในภาษาจีนซึ่งมีความหมายว่า ทำเรือกลไฟ ตั้งอยู่ฝั่งซ้ายของแม่เจ้าพระยาในบริเวณเขตคลองสานฝั่งธนบุรีในปัจจุบันอันเป็นบริเวณที่พ่อค้าชาวจีนที่เข้ามา

ทำการค้ากับประเทศสยามใช้เป็นที่จอดพักเรือและขนถ่ายสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น จีน สิงคโปร์ และ ฮอลันดา ในเวลานั้น ในขณะที่ท่าเรืออื่นๆ ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาในฝั่งพระนคร โดยเฉพาะบริเวณถนนเจริญกรุงจะเป็นท่าเรือของพ่อค้าที่มาจากชาติตะวันตก จากสถานที่ตั้งจึงอาจกล่าวโดยสรุปถึงแหล่งชุมชนที่มีคนจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากได้

ต่อมาเมื่อประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบบสมบูรณาญาสิทธิราชมาเป็นระบอบประชาธิปไตยในปี พ.ศ. 2475 (1882) การท่าเรือแห่งประเทศไทยกำเนิดขึ้นและเข้ามามีบทบาทสำคัญทางการค้าในการกำกับการดูแลการค้าทางน้ำ ท่าเรือ ฮวย จุ่ง ลั้ง ซึ่งเป็นท่าเรือพาณิชย์ในการกำกับการดูแลของเอกชนโดยพระยาพิศาลศุภผลจึงลดบทบาทลง ในกาลนี้เจ้าของท่าเรือเดิมจึงได้ขายท่าเทียบเรือกลไฟนี้ต่อไปให้กับผู้ดูแลรายใหม่ในปี พ.ศ. 2462 (1919) ให้กับนาย ตัน ลิบ บ๊วย ซึ่งเป็นคนในตระกูลหวังหลีรุ่นที่ 1 เป็นชาวจีนในสมัยต่อมาที่มาทำการค้ากับประเทศไทย จึงนับเป็นการปิดตำนานท่าเรือ ฮวย จุ่ง ลั้ง ของผู้บริหารเก่าและส่งต่อไปให้กับเจ้าของใหม่ดำเนินกิจการสืบต่อมานับจาก ปี ค.ศ.1919 และเปลี่ยนชื่อมาเป็น “ลั้ง 1919” สืบจนในปัจจุบัน

หลังจากการเปลี่ยนมือจากเจ้าของเดิมมาสู่เจ้าของใหม่ในตระกูลหวังหลีได้มีการปรับเปลี่ยนการใช้พื้นที่เดิมจากการเป็นท่าเรือกลไฟมาเป็นอาคารสำนักงานและโรงเก็บสินค้าให้เช่าโดยเฉพาะสินค้าทางด้านเกษตรกรรมของตระกูลหวังหลี ซึ่งทำกิจการค้าข้าวในเวลานั้นเพื่อการส่งออก จากการบอกเล่าสถานที่แห่งนี้ได้ทอดโทรมและถูกปล่อยทิ้งไว้เป็นเวลานานจนทรุดโทรมก่อนที่ทางทายาทรุ่นที่คือ คุณรุจิราภรณ์ หวังหลี ได้เห็นถึงศักยภาพของพื้นที่ซึ่งได้เกิดแนวคิดในการพัฒนาท่าเรือประวัติศาสตร์ศิลป์-ไทยจีนนี้ ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้งโดยอาศัยทุนทางวัฒนธรรมเดิมเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาโครงการลั้ง 1919 ทุนในด้านวัฒนธรรมในโครงการลั้ง แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ทุนในด้านสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างที่เป็นตัวอาคารและทุนทางด้านงานจิตรกรรม ดังนี้

1.2.1 ทุนทางด้านวัฒนธรรม เป็นทุนทางด้านสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างดั้งเดิมในตัวโครงการและทุนทางภาพจิตรกรรมฝาผนัง

ประวัติความเป็นมาของโครงการลั้ง 1919 ก่อนที่จะเป็นโครงการที่เห็นอยู่ในปัจจุบันได้นำเสนอไปบ้างโดยสังเขปถึงชื่อเดิม และประวัติการก่อกำเนิดความเป็นชุมชนจีนที่ฝั่งรากวัฒนธรรมไปบ้างข้างต้น ต่อจากนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลของตัวโครงการที่เป็นปัจจุบันโดยข้อมูลที่ได้นั้นเป็นการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ระดับสูงในระดับผู้บริหารที่ทางเจ้าของโครงการ

ได้มอบหมายเพื่อมาให้ข้อมูลแก่ผู้ทำวิจัย คุณเอื้ออารี ตรีโสภา ซึ่งมีตำแหน่งเป็นคณะกรรมการบริหารโครงการ (Executive Vice President) ได้ให้ข้อมูลดังต่อไปนี้

“โครงการล้ง 1919 แต่เดิมเรียกว่า ฮวย จุ่ง ล้ง เมื่อทางเจ้าของโครงการต้องการพัฒนาพื้นที่ที่ทรุดโทรมนี้จึงเกิดแนวคิดว่าจะต้องมีการตั้งชื่อขึ้นมาใหม่เพื่อให้มีความทันสมัยและในขณะเดียวกันชื่อนั้นก็ควรจะต้องสื่อถึงเรื่องราวในอดีตที่ทำให้รู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของสถานที่นี้ จึงได้เก็บคำว่า “ล้ง” ซึ่งคุณพิมพ์ประไพ พิศาลบุตร ทายาทคนในตระกูลพิศาลบุตร ซึ่งเป็นเจ้าของเดิมได้บอกว่าเป็นคำพ้องเสียงที่เพี้ยนมาจากคำไทยว่า “โรง” แต่คนจีนในยุคแรกๆ ที่มาจากโพ้นทะเลไม่สามารถออกเสียงได้ชัดเจนตามวิธีทางสัทศาสตร์จึงเพี้ยนเสียงไปเป็นคำว่า “ล้ง” ครั้นจะตั้งชื่อโครงการว่าล้งเฉยๆ ก็จะไม่คุ้นชินไปจึงได้เพิ่มเติม 1919 ซึ่งเป็นปีที่โครงการเปิดและอายุของ ฮวย จุ่ง ล้ง มีอายุครบ 100 ปี จึงเป็นที่มาของชื่อโครงการว่า “ล้ง 1919” (ภาพประกอบ 15)



ภาพประกอบ 15 โกดังเก่าในโครงการล้ง 1919

ที่มา: www.th.hellomagazine.com/celebrity-news/lhong-1919-by-wanglee-family

พื้นที่อยู่ในกลุ่มของสถาปัตยกรรมในโครงการล้ง 1919 สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้ คือ

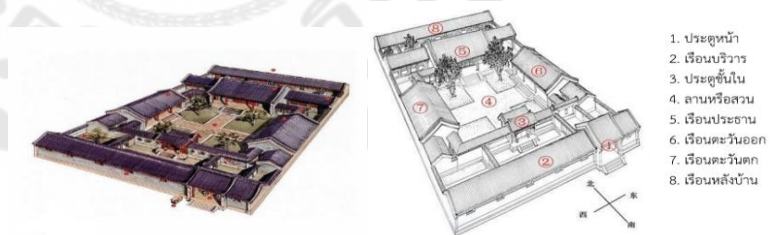
1) สถาปัตยกรรมที่เป็นอาคารไม้ ตัวอาคารในโครงการล้ง 1919 เป็นหมู่อาคารหรือกลุ่มอาคารที่เรียงตัวเป็นรูปตัว U โดยเริ่มต้นจากทางด้านซ้ายวนไปทางด้านขวาล้อมรอบพื้นที่โล่งตรงบริเวณกลางบ้านที่ใช้เป็นลานเอนกประสงค์ (courtyard) กลุ่มอาคารเช่นนี้มีชื่อเรียกว่า “ชาน เหว หยวน” (ภาพประกอบ 16) หรืออาคารทรงเกือกม้า โดยมีอาคารทางด้านหน้าหันลงสู่แม่น้ำและเชื่อกันว่าเป็นคติความเชื่อที่ดีตามหลัก “ฮวงจุ้ย” ของจีน ตัวอาคารสร้างจากปูนก่ออิฐ มีพื้นเป็นไม้และมุงหลังคาจากกระเบื้องซึ่งหลักฐานว่าเป็นเครื่องกระเบื้องที่นำเข้ามาจากเมืองจีน



ภาพประกอบ 16 สถาปัตยกรรมแบบ “ซาน เหอ หยวน” อาคารทรงเกือกม้าซึ่งเป็นต้นแบบอาคารแบบ “ซีอ เหอ หยวน”

ที่มา: ผู้วิจัย

อาคารแบบ “ซาน เหอ หยวน” นี้เป็นต้นแบบของอาคารบ้านเรือนที่พบเห็นอยู่ทั่วไปในเมืองจีน โดยการปรับเปลี่ยนให้ตัวอาคารปิดล้อมพื้นที่โล่งตรงกลางบ้านเป็นสี่ทิศ สถาปัตยกรรมเช่นนี้เรียกว่า “ซีอ เหอ หยวน” หรือในภาษาไทยเป็นที่รู้จักกันว่า “อาคารสี่ประสาน” ลักษณะงานสถาปัตยกรรมแบบนี้ที่ยังหลงเหลือและเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายได้แก่ “สวนอวี่ยวน” (Yuyuan Garden) ในนครเซี่ยงไฮ้ และ คฤหาสน์ตระกูลฉี (Shi Residence) ในเทียนจิน (ภาพประกอบ 17)



ภาพประกอบ 16 สถาปัตยกรรมแบบ “ซีอ เหอ หยวน” หรือที่เรียกว่าเรือนสี่ประสาน (เฉพาะกิจ)

ที่มา: <https://www.bareo-isyss.com/service/architecture/siheyuan/>

2) ศาลเจ้าแม่หม่าโจ้ว (ภาพประกอบ 18) นับเป็นสถาปัตยกรรมที่ทำหน้าที่ในการรวมศูนย์คติความเชื่อของชาวจีนในพื้นที่แห่งนี้จากอดีตจนมาถึงปัจจุบันและยังทำหน้าที่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาบูชาสักการะขอพรเนื่องในโอกาสต่างๆ



ภาพประกอบ 17 ศาลเจ้าแม่หมาใจ

ที่มา: <https://travel.trueid.net/detail/01GEWnXdja2Y>

ประวัติของศาลเจ้าหมาใจถูกสร้างมาพร้อมกับการสร้าง ฮวยจุงตั้ง เป็นศาลเจ้าของนักเดินทะเล ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าสถานที่แห่งนี้เป็นที่พักจอดเรือกลไฟของชาวจีนโพ้นทะเลที่เดินทางมาทางน้ำ พ่อค่านักเดินเรือมีความเชื่อว่า “เทียนโหวเซี่ยบ้อ” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “หมาใจ” ซึ่งเป็นองค์พระประธานของศาลเจ้าแห่งนี้ที่ได้รับการอัญเชิญมาประดิษฐานเพื่อความเป็นสิริมงคลแก่นักเดินเรือ ในความเชื่อของนักเดินทะเลเจ้าแม่หมาใจเป็นเทพผู้อุปถัมภ์ของชาวทะเล

ศาลเจ้าแม่หมาใจนี้เป็นการบอกเล่าถึงงานด้านวัฒนธรรมในเรื่องคติความเชื่อของชาวจีนโพ้นทะเลที่มีอาชีพเป็นนักเดินเรือได้เป็นอย่างดี ในตัวศาลเจ้าหมาใจ มีองค์เทพประดิษฐานอยู่ 3 องค์ คือ

- ปางเด็กสาว เป็นปางที่บอกเล่าถึงองค์หมาใจเมื่อครั้งเยาว์วัยแรกเป็นสาวรุ่น เมื่อครั้งยังเป็นสาวเทพหมาใจก็ชอบการปฏิบัติ ท่านจะมีภาระกิจในการเดินเก็บน้ำค้างยามรุ่งอรุณเพื่อใช้ในการรักษาผู้คน ปางหมาใจนี้มีลักษณะเด่นคิไบหน้าจะอ่อนเยาว์ที่สุดในเทพทั้ง 3 องค์ นี้หากได้มีโอกาสไปสักการะบูชาและหันหน้าเข้าสู่ตัวศาลเจ้า เทพปางเด็กสาวนี้จะอยู่ทางซ้ายมือ ผู้คนเชื่อว่าเทพหมาใจปางนี้ให้พรในเรื่องการเดินทางที่ราบรื่นปลอดภัยและความรักที่สุขสมหวัง (ภาพประกอบ 19)

- ปางผู้ใหญ่ เป็นปางที่แม่หมาใจปฏิบัติธรรมจนบรรลุได้เป็นเซียน จะเป็นองค์ที่มีขนาดใหญ่ ให้พรในเรื่องของการประกอบการค้าและเงินทอง เมื่อหันหน้าเข้าสู่ตัวศาลเจ้าจะเป็นองค์ที่อยู่ทางด้านขวามือสุด (ภาพประกอบ 19)

- ปางเทพ เป็นองค์สุดท้ายเป็นปางที่ได้รับการยกย่องว่าเป็น “องค์เทพเทียนโหวเซี่ยบ้อ” ซึ่งหมายถึงการได้รับการยกย่องให้เป็นเจ้าแม่โดยที่ท่านมีชื่อเรียก

ต่างๆกันไปตามแต่ละภาษาถิ่นของจีน เช่น เทียนซังเซิงหมู่ หรือ มาโจว/มาจู แต่สำหรับคนไทยแล้ว จะรู้จักกันในนามว่า “เจ้าแม่ทับทิม” เป็นองค์ที่ประทับอยู่ตรงกลาง มีลักษณะที่สังเกตเห็นได้ชัดคือ สวมชุดแบบผู้ชายบนศีรษะสวมหมวกแบบฮ่องเต้มีม่านมุกปิดบังครึ่งหน้า การที่เทพองค์นี้ประทับอยู่ตรงกลางเพื่อเป็นการสื่อความหมายถึงการประทับอยู่บนสรวงสวรรค์ ปางนี้เป็นปางที่ให้พรในเรื่องของสุขภาพ การรักษาทรัพย์สินและครอบครัวอบอุ่น มั่นคงและร่มเย็น (ภาพประกอบ 19)



ภาพประกอบ 18 เจ้าแม่หม่าโจ้วปางเด็กสาว (ซ้าย) ปางผู้ใหญ่ (กลาง) ปางเทพ (ขวา)

ที่มา: ผู้วิจัย

ตำนานของเจ้าแม่หม่าโจ้วนั้นเกิดขึ้นตั้งแต่ครั้งที่ยังเป็นมนุษย์อยู่ในเพศหญิงมีนามว่า “ลิ้มมิก” เป็นหญิงสาวแห่งเกาะหมีจิ๋ว อำเภอผู้เทียน มณฑลฮกเกี้ยน ในช่วงราชวงศ์ซ่ง เธอเป็นเด็กสาวที่มีความเฉลียวฉลาดและมีพลังจิตอันสูงอันเนื่องมาจากการถือศีลกินเจและปฏิบัติธรรม แต่น่าเสียดายเธอมีอายุไม่ยืนยาวนักจากในตำนานแล้วว่าเธอมีอายุเพียงแค่ 20 ปี ในตำนานแล้วว่าเธอมีพี่ชายเป็นชาวเรือ วันหนึ่งขณะที่พี่ชายเธอนั้นออกสำเภาก็ไปในท้องทะเล ด้วยญาณทิพย์นางจึงเห็นว่าเรือที่พี่ชายตนโดยสารอยู่นั้นกำลังจะอัปปางลงเพราะคลื่นมาสุ่มร้ายกลางมหาสมุทร นางจึงได้ใช้ผ้าที่พันข้อเท้าออกมาผูกที่หางเรือลำดังกล่าวแล้วจูงเรือให้พ้นจากภัยอันตรายนั้น ตำนานในเรื่องนี้เป็นที่กล่าวขานกันมากในบรรดานักเดินเรือเมื่อครั้งที่ทางได้เสียชีวิตลงด้วยอุบัติเหตุดังกล่าวจึงทำให้บรรดานักเดินเรือยังคงนับถือและเคารพในคุณงามความดีของนาง

นายตัน ฉื่อ ฮ้วง ผู้เป็นต้นตระกูลรุ่นที่ แห่งสกุลหวังหลี เป็นผู้มีความผูกพันกับศาลแห่งนี้เป็นอย่างมาก จากการศึกษาโดยคุณหญิงจางนงศรี รัตนิน ในหนังสือ “ดูจนาวากลางมหาสมุทร” ได้กล่าวว่า นายตันฉื่อฮ้วง จะประกอบพิธีกรรมเส้นไหว้ด้วยของบูชาต่างๆ มากมายทุกครั้งที่ยื่นและออกเดินเรือเพื่อขอความคุ้มครองและความสำเร็จในการเดินทาง และทางตระกูลหวังหลีก็ได้เก็บดูแลศาลเจ้านี้เป็นอย่างดี

1.2.2 ทูหนทางด้านงานจิตรกรรม

นอกเหนือจากทูหนทางวัฒนธรรมทางด้านสถาปัตยกรรมแล้ว ในโครงการ
 ลัง 1919 ยังมีงานด้านจิตรกรรมภาพวาดฝาผนังสำคัญๆ อื่นๆ อีกมากมายตามคติความเชื่อของ
 ชาวจีน การค้นพบภาพวาดต่างๆ ในตัวสถาปัตยกรรมลัง 1919 เกิดขึ้นเมื่อทายาทรุ่นที่ 4 โดยคุณ
 รุจิราภรณ์ หวังหลี อยากจะปรับปรุงพื้นที่ที่ทรุดโทรมนี้ให้กลับมาอยู่ในสภาพที่มั่นคงแข็งแรง เมื่อ
 ทำการสำรวจพื้นที่จึงได้พบว่ามีงานศิลปกรรมอันทรงคุณค่ามากมายที่ควรค่าแก่การเก็บรักษาเพื่อ
 เป็นความรู้แก่ชนรุ่นต่อไปทั้งด้านคติความเชื่อและเทคนิควิธีการวาดภาพต่างๆ ตามหลักความเชื่อ
 สัญลักษณ์มงคลของจีนตามแบบประเพณีนิยม หูเจินเจียง

สัญลักษณ์มงคลตามแบบประเพณีนิยม หูเจินเจียง นี้เกิดปรากฏครั้งแรก
 ในสมัย ชุนชิวจั้นกั๋ว ต่อมาในสมัยราชวงศ์ฮั่น ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ยุทธศาสนาได้แพร่
 ขยายสู่ดินแดนจีนกอรปกับในเวลานั้นลัทธิดั้งเดิมอันได้แก่ ลัทธิเต๋า ยังเป็นแนวคิดที่ชาวจีนทั่วไป
 ยังคงนิยมนับถือกันอย่างกว้างขวาง และลัทธิขงจื้อหรือลัทธิกำลังเจริญเติบโตและพัฒนาอย่าง
 ต่อเนื่องในสังคมชาวจีน ด้วยสถานะการณดังกล่าวทำให้เกิดการรวมความคติความเชื่อเรื่อง
 สัญลักษณ์มงคลของอิทธิพลทางคติความเชื่อของทั้ง 3 คติความเชื่อเข้าด้วยกันและสะท้อน
 ออกมาในงานภาพวาดของจีน โดยมีการนำคำมงคลต่างๆ อาทิ 福 (ฝู), 禄 (ลุ), 寿 (โจ้ว), 禧 (ซี)
 (สี่) มาไว้ในภาพวาดของจีน และประเพณีดังกล่าวก็ได้สืบทอดมาจนถึงราชวงศ์ชิง ที่เป็นยุคภาพ
 มงคลของจีนเป็นยุคที่เฟื่องฟูที่สุดยุคหนึ่ง

ความหมายและการใช้สัญลักษณ์แทนสิ่งที่เป็นมงคลตามประเพณีการ
 วาดภาพแบบดังกล่าวนี้สามารถแบ่งออกได้เป็นวิธีต่างๆ ได้ดังนี้

1) ใช้เสียงของอักษรจีน โดยการใช้การพ้องเสียงของตัวอักษรกับ
 ภาพสัญลักษณ์ที่ถือว่าเป็นสิ่งมงคล เช่น สัญลักษณ์ค้างคาว (เปียน 蝠) แทนคำว่า โชค
 วาสนา (ฝู 福) หรือปลา (ยฺหวี่ 鱼) แทนคำว่า เหลือใช้ (ยฺหวี่ 余)

2) ใช้ลักษณะพิเศษของพืชและสัตว์ โดยที่ลักษณะเด่นของสิ่ง
 เหล่านั้นสื่อความหมายในทางที่เป็นมงคลได้อย่างไร เช่น ผลทับทิม หมายถึงการมีบุตรมาก
 เพราะเมล็ดทับทิมมีเมล็ดมากและมีสีแดงอันเป็นมงคลจึงเปรียบถึงการมีบุตรเป็นจำนวนมาก นก
 เหยี่ยวนาง เป็นสัญลักษณ์ของความรักระหว่างสามีและภรรยาที่มีความมั่นคงต่อกันเพราะโดย
 ธรรมชาติของนกชนิดนี้ในเรื่องราวตามวัฒนธรรมจีนเป็นนกที่จะอยู่กันเป็นคู่จึงนำมาใช้ในการ
 เปรียบถึงการครองรักของตัวเอง

3) การกำหนดให้สัญลักษณ์ใดสัญลักษณ์แทนความเป็นมงคลเลย เช่น มังกร อันเป็นการแสดงออกถึงความมีอำนาจ และความยิ่งใหญ่ดังนั้นมังกรจึงมักใช้แทนลักษณะของความเป็นจักรพรรดิ

4) การใช้ตัวอักษรที่เป็นมงคล ในภาษาจีนมีอักษรอันแสดงออกถึงความ เป็นมงคลหลายตัว การใช้ตัวอักษรแสดงสัญลักษณ์ความเป็นมงคลนั้นนำมาใช้แสดงแบบ ตรงตัวหรืออาจจะมีการนำตัวอักษรมากับหัวเพื่อสื่อความหมายถึงความเป็นมงคล เช่น 福(ฝู), 禄(ลู่), 寿(โจ้ว)

5) การใช้ภาพจากบทกวีนิพนธ์โบราณที่เชื่อว่าเป็นลักษณะมงคล เช่น ภาพกล้วยไม้ ในเรื่องนี้ซึ่งจื่อปราชญ์จีนได้อธิบายไว้ว่า “ยามสัมผัสกับผู้ประเสริฐ เปรียบดัง เข้าไปในห้องที่อวลด้วยกลิ่นหอมของกล้วยไม้ อยู่นานไปย่อมมิได้กลิ่นและเคยชินกับกลิ่นนั้น”

จากการศึกษาภาพมงคลลวดลายจิตรกรรมฝาผนังในตุวาคารลิ่ง 1919 พบว่าภาพมงคลนั้นแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ ภาพสัตว์ ภาพพืช และภาพสิ่งของเครื่องใช้

1) ภาพมงคลที่แสดงออกในรูปของภาพสัตว์ ในโครงการลิ่ง 1919 มี ภาพสัญลักษณ์มงคลที่เป็นรูปสัตว์แบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ คือ ภาพสัตว์ปีก สัตว์บก สัตว์น้ำ และแมลง

1.1 ภาพสัตว์ปีก ได้แก่

ภาพนกยูง เป็นราชาแห่งนก เป็นนกที่เป็นสิริมงคลให้โชคลาภและเกียรติยศ สามารถขับไล่สิ่งชั่วร้าย ในสมัยราชวงศ์ชิงขุนนางจะประดับหางนกยูงไว้ที่ทรวง เพื่อเป็นการแสดงออกและบ่งบอกถึงลำดับชั้น ภาพวาดในโครงการจะพบภาพหางนกยูงกับกิ่งปะการังแดงอยู่ในแจกันอันเป็นการสื่อความหมายในเรื่องการในพรในด้านหน้าที่การงานที่เจริญก้าวหน้า (ภาพประกอบที่ 22)

ภาพนกสาธิตปากดำ มีชื่อเรียกว่านกสี่เข่ว ในภาษาจีน เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นมงคลในงานพิธีต่างๆ เช่นงานมงคลสมรส สาเหตุที่นกสาธิตปากดำมักใช้เป็นสัญลักษณ์ในงานมงคลเกิดจากในตำนานความรักของหญิงสาวทอผ้าที่เป็นนางฟ้าได้มาแต่งงานกับหนุ่มเลี้ยงวัวจนมีลูกด้วยกัน 2 คน แต่ความรักของคนทั้งสองเกิดอุปสรรคเมื่อเจ้าแม่ซีหวางหมู่ได้ทราบเรื่องจึงโกรธและได้นำตัวนางกลับไปยังดินแดนสวรรค์โดยที่สามีของนางได้ไล่ตามไปจนเกือบจะทันนั้นเจ้าแม่ซีหวางหมู่ได้ขีดเส้นกั้นจนกลายเป็นแม่น้ำแห่งสวรรค์หรือทางช้างเผือกทำให้ทั้งคู่ต้องผลัดพรากจากกัน เหล่านางฟ้าผู้เห็นเหตุการณ์เกิดความสงสารจึงได้ไปขอร้องเจ้าแม่และนางก็ใจอ่อนทรงอนุญาติให้คนทั้ง 2 ได้พบกันปีละครั้งจึงเกิดเป็นเทศกาลเรียกว่า

“เทศกาลชี่ชี่เจี๋ย” โดยที่การพบกันของคู่รักนั้นมักจะมีเหตุการณ์ที่นกสาธิตาลันดำหรือสีเขวบินขึ้นมาหลายร้อยตัวบนสะพานที่เชื่อมดินแดนแห่งสวรรค์และมนุษย์ดังกล่าว (ภาพประกอบ 20)



ภาพประกอบ 19 นกยูง

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพนกขมิ้น เป็นนกสีเหลืองที่มีเสียงอันไพเราะเป็นนกที่ได้รับการยอมรับถึงเสียงแห่งความสุขเป็นนกแห่งเสียงเพลง ในตำราคัมภีร์กวีศาสตร์ได้กล่าวถึงนกขมิ้นว่า “นกน้อยร้องจับ เฝ้าคอยเสียงร้องเพื่อน” ดังนั้นนกขมิ้นจึงเป็นสัญลักษณ์แห่งมิตรภาพระหว่างเพื่อน ในการวาดภาพนกขมิ้นจะมีการวาดคู่กับ นกนางแอ่นซึ่งจะหมายถึงการสอดประสาน และหากนกขมิ้นอยู่คู่กับผีเสื้อจะหมายถึงคู่รักและสัญลักษณ์แห่งความรัก (ภาพประกอบ 21)



ภาพประกอบ 20 ภาพนกขมิ้น

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพนกเหยี่ยวและนกอินทรี ในคัมภีร์ซุนชิว (离经) ได้จัดให้ทั้งนกทั้งสองชนิดนี้เป็นนกที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ธรรมชาติของนกในกลุ่มนี้จะเป็นนกกินล่า มีความว่องไวและเฉลียวฉลาดตลอดจนมีสายตาค้นแหลมคมสำหรับการจับเป้าหมายหรือการล่าเหยื่อได้อย่างแม่นยำ จึงมีนินยมนำภาพสัญลักษณ์นี้มาเป็นตัวแทนของการทำศึกสงครามนั้นหมายถึงการมีกองทัพที่ดี เพราะนั้นการวาดรูปนกชนิดนี้จึงเป็นการแสดงออกถึงความเข้มแข็งและหากวาดนกชนิดนี้อยู่คู่กับต้นสนจะหมายถึงการอวยพรให้มีอายุยืนยาวสุขภาพแข็งแรงและหากวาดเหยี่ยวหรืออินทรียืนบนก้อนหินจะหมายถึงการต่อสู้อย่างวีระบุรุษท่ามกลางความโดดเดี่ยว (ภาพประกอบ 22)



ภาพประกอบ 21 นกเหยี่ยวและนกอินทรี

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพนกนางแอ่น ในวัฒนธรรมของชาวจีนและชาวตะวันตกที่มีการแบ่งฤดูออกเป็นฤดูต่างๆ ถึง 4 ฤดู ซึ่งต่างกับฤดูของประเทศในเขตร้อนที่มีเพียง 3 ฤดู เพราะฉะนั้นนกนางแอ่นจึงเป็นสัญลักษณ์แห่งความสดชื่นแห่งฤดูใบไม้ผลิอันเป็นฤดูที่มีอากาศดี จึงเป็นฤดูแห่งความสุขในวัฒนธรรมที่มีอากาศเย็นเช่นในวัฒนธรรมจีนและชาวตะวันตก มีความเชื่อว่าหากนกนางแอ่นไปสร้างรังในบ้านใครจะเป็นการนำโชคและความสุขมาสู่ลูกหลานในบ้าน หลังจากนั้น และในคติความเชื่อตามลัทธิขงจื้อนิยมได้กล่าวถึงคู่แห่งความสัมพันธ์ 5 ประการ หรือที่เรียกว่า **อู่ หลุน** อันหมายถึงคู่ความสัมพันธ์ระหว่างบิดากับบุตร ผู้ปกครองกับขุนนาง สามีกับภรรยา พี่ชายกับน้องชายและคู่สุดท้ายย่อกับเพื่อน นกนางแอ่นยังเป็นสัญลักษณ์ความเป็นมงคลหนึ่งในคู่ความสัมพันธ์ 5 ประการนั้นคือ ความสัมพันธ์ระหว่างพี่น้อง (ภาพประกอบที่ 23)



ภาพประกอบ 22 นกนางแอ่น

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพนกกระเรียน นกกระเรียนเป็นสัญลักษณ์ของความมีอายุยืนยาว นกกระเรียนเปรียบเหมือนพญาครุฑที่ใช้เป็นพาหนะของพระนารายณ์ในตำนานของไทย ในตำนานจีนนกรัเรียนจะเป็นพาหนะของเหล่าทวยเทพทั้งหลาย การวาดภาพนกกระเรียนมักจะวาดอยู่คู่กับต้นสน ลูกท้อ เต่าและภาพเทพโฉว (ภาพประกอบที่ 24)



ภาพประกอบ 23 นกกระเรียน

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพค้ำคาว ค้ำคาวสัญลักษณ์แห่งความเป็นสิริมงคลในวัฒนธรรมจีนซึ่งต่างจากวัฒนธรรมตะวันตกที่ถือว่าค้ำคาวเป็นสัญลักษณ์แห่งความชั่วร้าย คำว่าค้ำคาวออกเสียงในภาษาจีนว่า “เปียนฝู” อันเป็นคำพ้องเสียงกับคำว่า “ฝู” ที่แปลว่าโชควาสนา การวาดภาพค้ำคาวนิยมวาดภาพค้ำคาว 4 หรือ 5 ตัว ล้อมตัวอักษร “福” อันหมายถึงโชควาสนา 5 ประการ อันได้แก่ อายุยืน ร่ำรวย สุขภาพแข็งแรง มีคุณธรรม และการตายอย่างสงบ ภาพจิตรกรรมค้ำคาวในโครงการล้าง 1919 มักจะวาดไว้ตามขอบประตูหน้าต่างอันเป็นสัญลักษณ์ของการคอยปกป้องรักษา (ภาพประกอบที่ 25)



ภาพประกอบ 24 ค้ำคาวบนขอบประตูสัญลักษณ์แห่งการปกป้องรักษา

ที่มา: ผู้วิจัย

1.2 ภาพสัตว์บก ได้แก่

ภาพกวาง กวางในภาษาจีนอ่านว่า “ลู” ตัวอักษรจีนคือ 鹿 เป็นคำที่ไปพ้องเสียงคำว่า “ลู 禄” ซึ่งแปลว่า บุญวาสนา เกียรติยศ การวาดรูปกวางไปผสมกับสิ่งมงคลอื่นๆ เช่น น้ำเต้า นกกระเรียน ความหมายอันเป็นมงคลก็จะเพิ่มขึ้นตามลำดับ แต่ที่เป็นที่น่าสนใจคือการวาดภาพ กวางสองตัวอยู่ด้วยกันความหมายคือการประสบความสำเร็จในทุกที่และทุกเรื่อง (ภาพประกอบ 26)



ภาพประกอบ 25 ภาพกว้าง

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพแมว ในภาษาจีนแมวออกเสียงว่า “เม่า” ซึ่งไปพ้องเสียงกับคำว่า “เม่า เตี้ย” ซึ่งแปลว่า คนชราที่มีอายุอยู่ระหว่าง 80-90 ปี เป็นตัวแทนของอายุยืน นอกจากนี้ยังนิยมวาดภาพแมวคู่กับสิ่งมงคลอื่นด้วยเช่น ฝี่เสื่อ ต้นเหมย ดอกโบตั๋นและดอกเบญจมาศ (ภาพประกอบ 27)



ภาพประกอบ 26 ภาพแมว

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพกระรอก ในภาษาจีนคำว่ากระรอกออกเสียงว่า “ซงสู” ซึ่งหมายความว่าต้นสน ธรรมชาติของต้นสนมีอายุยืนยาวกระรอกจึงเป็นอีกสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงความมีอายุอันยืนยาว (ภาพประกอบ 28)



ภาพประกอบ 27 ภาพกระรอก

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพม้า เป็นสัตว์ที่มีความสำคัญกับวัฒนธรรมจีนมาตั้งแต่ครั้งโบราณกาลในคัมภีร์อี้จิงเคยจัดลำดับให้ม้าเป็นสัญลักษณ์ในปีนักษัตรลำดับที่ 7 ซึ่งมีความหมายแทนความเป็นหยินหรือความเย็น ความเป็นเพศหญิง ก่อนที่วัวจะใช้แทนความเป็นหยินหรือเพศหญิงในเวลาต่อมาตามคัมภีร์โจวอี้ ม้า หมายถึง ความเข้มแข็ง ความก้าวหน้า ความเจริญรุ่งเรืองสมบูรณ์ ความสูงส่ง ความสง่า ความอบอุ่นและแสงสว่าง ภาพม้าที่เป็นที่โด่งดังและเป็นตำนานแทนความหมายของม้าคือภาพ แปดอาชา ซึ่งหมายถึงความสามารถในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน (ภาพประกอบ 29)



ภาพประกอบ 28 ภาพม้า

ที่มา: ผู้วิจัย

1.3 ภาพสัตว์น้ำ ได้แก่

ภาพปลา ปลาสื่อความหมายถึงการมีเหลือกินเหลือใช้ ในภาษาจีนคำว่าปลาออกเสียงว่า ยูหวี เป็นคำพ้องเสียงกับอักษรจีน ซึ่งแปลว่าเหลือใช้ ปลาที่อยู่ในงานจิตรกรรมในโครงการล้าง 1919 จะวาดเป็นปลาคู่และเดี่ยว สัญลักษณ์ที่วาดเป็นรูปปลาทองจะมีความหมายยิ่งดีขึ้นไปกว่าเหลือใช้แต่รวมถึงการมีทองเหลือใช้ด้วย การวาดรูปปลาคู่กับสัญลักษณ์อื่นๆ เช่น หยก จะหมายถึงสิ่งของอันมีค่า หากคู่กับดอกบัว หมายถึงการมีเหลือใช้ในทุกๆ ปี และหากเป็นรูปปลาทองเต็มสระน้ำจะหมายถึงเงินทองเต็มบ้าน (ภาพประกอบ 30)



ภาพประกอบ 29 ภาพปลา

ที่มา: ผู้วิจัย

1.4 ภาพแมลง ได้แก่

ภาพแมลงปอ เป็นสัตว์ที่มีความหมายเป็นมงคลอย่างยิ่งตามหลักฮวงจุ้ยตามตำราจีน ใช้สื่อความหมายสำหรับเพศหญิงหากนำแมลงปอไปประดับไว้บนศีรษะอันเป็นการแสดงการรอคอยคนรักหรือสามี ในขณะที่บุรุษใช้สัญลักษณ์ของแมลงปอแสดงออกถึงความสะอาดบริสุทธิ์ คำว่าแมลงปอในภาษาจีน ออกเสียงว่า ชิงถึง ทำให้เกิดการพ้องเสียงกับคำสองคำ คือ ฉิง ที่แปลว่าอารมณ์ และ ชิง ที่แปลว่าบริสุทธิ์ แมลงปอเป็นสัตว์ที่เกิดจากน้ำแล้วโดยบินขึ้นท้องฟ้าทำให้การตีความอีกอย่างของแมลงปอคือ ความมุ่งมั่นและยึดหยัดสู่ความสำเร็จ เพราะแมลงปอจะบินสูฟ้าหลังจากที่ฝนตก (ภาพประกอบ 31)



ภาพประกอบ 30 ภาพแมลงปอ

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพผีเสื้อ ผีเสื้อเป็นสัญลักษณ์ของความรักที่ลึกซึ้ง ดังที่มีการกล่าวถึงว่า “ผีเสื้อโบยบินท่ามกลางบุปผา ขมิ้นเหลืองร้องเพลงบนต้นหลิว วรรณกรรมจีนหลายเรื่องได้พูดถึงเรื่องผีเสื้อแต่เล่มที่โด่งดังและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเห็นจะเป็นในเรื่องมานะประเพณีที่กล่าวถึงคู่รักที่หลังเสียชีวิตแล้วได้กลายร่างเป็นผีเสื้อบินเคียงคู่กันไป ในภาษาจีน ผีเสื้อออกเสียงว่า หูเตี้ย ทำให้เกิดคำพ้องเสียงกับคำมงคลว่า เตี้ย ที่แปลว่าอายุยืน การวาดรูปผีเสื้อมักวาดคู่กับรูปแมว แมวในภาษาจีนออกเสียงว่า เม่า ไปพ้องเสียงกับคำว่า เม่า ที่แปลว่า อายุยืน เช่นเดียวกับคำว่า เตี้ย (ภาพประกอบ 32)



ภาพประกอบ 31 ภาพผีเสื้อ

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพแมงมุม แมงมุมเป็นสัตว์นำโชคตามความเชื่อของชาวจีน ลักษณะการชักใยของแมงมุมถูกนำมาตีความถึงการชักนำ การนำพา ทำให้แมงมุมมีความหมายถึงการนำโชค ด้วยการที่แมงมุมในบางครั้งออกเสียงว่า สี่จี้ 蟋子 ทำให้เกิดการพล้องเสียงกับคำว่า สี่ 喜 ที่แปลว่ามงคล จึงเกิดการแปลความหมายว่าบุตรชายที่เดินทางไกลเพื่อกลับมาเยี่ยมเยียนเยือนบุพการี (ภาพประกอบ 33)



ภาพประกอบ 32 ภาพแมงมุม

ที่มา: ลัง1919

- 2) ภาพมงคลที่เกี่ยวกับพืชสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ
 - 2.1 ต้นไม้และดอกไม้ ได้แก่

ภาพต้นสน ต้นสนเป็นไม้ที่มีอายุยืนยาวตายยากแม้ในฤดูหนาวที่ไม่นานาชนิดไม่สามารถยืนหยัดได้แต่ต้นสนสามารถออกไปได้อย่างเขียวขจี ทำให้ต้นสนเป็นภาพวาดต้นไม้ชนิดหนึ่งที่เป็นที่นิยมในภาพวาดของจีนอันเป็นการแสดงออกถึงความมีอายุยืน การวาดภาพต้นสนมักวาดคู่กับสิ่งมงคลอื่นในคติจีนเช่น สนกับผลท้อ สนกับดอกเบญจมาศ ซึ่งหมายถึงการมีอายุยืนยาวทั้งสิ้น (ภาพประกอบ 34)



ภาพประกอบ 33 ภาพต้นสน

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพต้นไผ่ ต้นไผ่มีลักษณะลำต้นตรงใบลู่ต่ำลง ด้วยลักษณะตามธรรมชาติของไผ่เช่นนี้จึงถูกนำมาเป็นสัญลักษณ์ของความอ่อนน้อมถ่อมตนแฝงด้วยความสง่างาม ประโยชน์ใช้สอยของต้นไผ่มีความผูกพันกับการใช้ชีวิตประจำวันของจีนเป็นอย่างมาก เพราะมีการนำลำไผ่มาใช้ในการสร้างบ้านและเยื่อไผ่นำมาทำเป็นกระดาษ ดังนั้นไผ่จึงจัดเป็นสิ่งมงคลเช่นเดียวกับต้นสน การวาดภาพต้นไผ่มักวาดคู่สิ่งมงคลอื่นด้วยเช่นดอกเหมยและนกสาธิตาปากดำ (ภาพประกอบ 35)



ภาพประกอบ 34 ภาพต้นไผ่กับนกสาธิตาปากดำ

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพดอกโบตั๋น ดอกโบตั๋นเป็นราชินีแห่งดอกไม้และเป็นดอกไม้ที่พบมากที่สุดในงานจิตรกรรมภาพวาดของจีน ดอกโบตั๋นเป็นสัญลักษณ์ของความสูงส่ง ดอกโบตั๋นมีหลายสี แต่สีที่เ็นที่นิยมได้แก่สีแดง (ภาพประกอบ 36)



ภาพประกอบ 35 ภาพดอกโบตั๋น

ที่มา: ผู้วิจัย

ภาพดอกเบญจมาศ ดอกเบญจมาศเป็นสัญลักษณ์ของฤดูใบไม้ร่วง เป็นสัญลักษณ์แทนความมีอายุยืนและการถือสันโดษ ดอกเบญจมาศมีบทบาทสำคัญใช้ในงานประเพณีชิงหยางซึ่งตรงกับวันที่ 9 เดือน 9 จะมีการเฉลิมฉลองโดยการชงชาดอกเบญจมาศหรือดื่มสุราที่ทำมาจากดอกเบญจมาศ (ภาพประกอบ 37)



ภาพประกอบ 36 ภาพดอกเบญจมาศ

ที่มา: ผู้วิจัย

2.2 ผักและผลไม้ ได้แก่

ผักทอง แดงโมและทับทิม เป็นภาพผักและผลไม้ในการสื่อความหมายถึงการมีบุตรเป็นจำนวนมาก เพราะผักและผลไม้ชนิดนี้ข้างในมีเมล็ดเป็นจำนวนมาก อีกทั้งสีอื่นเป็นมงคลเช่น สีเหลืองเปรียบเหมือนทองในผลผักทอง สีแดงของเมล็ดทับทิม (ภาพประกอบ 38)



ภาพประกอบ 37 ผลไม้จำนวนมากที่แสดงออกถึงความมีบุตรจำนวนมาก เช่น แตงโม ทับทิม และฟักทอง

ที่มา: ผู้วิจัย

ส้มโอ ภาพส้มโอในโครงการล้าง 1919 เป็นการแสดงออกให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมคติความเชื่อแบบจีนและพุทธศาสนาได้เป็นอย่างดี เพราะคำว่า ส้มโอในภาษาจีนเรียกว่า ฝ่อโล่ว ซึ่งแปลว่าหัตถ์ของพระพุทธเจ้า ซึ่งเป็นศาสนาสำคัญของคนไทยที่ชาวจีนได้เข้ามาใช้เป็นถิ่นพำนักอาศัย ส้มโอใช้เป็นสัญลักษณ์ของความมีอายุยืนและการฝึกตนเป็นเซียนหรือความเป็นพุทธะในแบบลัทธิมหายานของจีน ส้มโอเป็นผลไม้ที่มีกลิ่นหอมจึงมักนิยมใช้เป็นผลไม้ที่ให้กลิ่นหอมในห้องโดยทิ้งไว้ให้เกิดกลิ่นแทนการใช้น้ำหอม (ภาพประกอบ 39)



ภาพประกอบ 38 ภาพส้มโอหรือหัตถ์แห่งพุทธะ

ที่มา: ผู้วิจัย

ผลท้อ เป็นภาพผลไม้ของเหล่าเทพดาเชื่อว่าเมื่อได้รับประทานจะมีอายุยืนยาว ผลท้อเป็นผลไม้ในตำนานจีนที่ไม่ได้จะออกผลในทุกปี ในตำนานจะกล่าวว่าทุกพันปีจึงจะออกผลสักครั้งเมื่อออกผลจะมีการจัดชุมนุมของเหล่าเทพเพื่อมาเฉลิมฉลอง (ภาพประกอบ 40)



ภาพประกอบ 39 ผลท้อ

ที่มา: ผู้วิจัย

3) ภาพมงคลที่เกี่ยวกับสิ่งของเครื่องใช้ จะเป็นภาพในกลุ่มอุปกรณ์ภาชนะต่างๆ ที่ใช้ในงานพิธีกรรม เป็นสิ่งของที่เกิดขึ้นจากการประดิษฐ์ขึ้นด้วยฝีมือของมนุษย์ เช่น แก้วแปดประการหรือสิ่งมงคลทั้งแปด แบ่งออกเป็นแก้วแปดประการของพุทธศาสนาซึ่งจะปักไว้บนผ้าที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและของชาวบ้าน อันประกอบไปด้วย หินราว เงินตำลึง ไช่มุก ปะการัง เงินโบราณ คทาหรือ นอแรดและฟางเซ็ง สิ่งมงคลแปดประการของชาวบ้านเป็นไปตามคำสอนในลัทธิขงจื้อ เป็นสิ่งมงคลที่ใช้เป็นเครื่องประดับในห้องอักษรรองเหล่าบัณฑิต (ภาพประกอบ 41)

ภาพแจกัน แจกันเป็นสัญลักษณ์ของความสงบสุข การวาดภาพแจกันมักจะวาดคู่กับดอกไม้มงคลต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น อันมีความหมายถึงความสงบสุขในได้หล้า (ภาพประกอบ 42)



ภาพประกอบ 40 สิ่งมงคลแปดประการ

ที่มา: ล้ง 1919



ภาพประกอบ 41 แจกกัน

ที่มา: ผู้วิจัย

จากการทบทวนบทสัมภาษณ์คุณรุจิราภรณ์ หวังหลี ในนิตยสาร HELLO เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2014 ผู้เป็นเจ้าของโครงการล้ง 1919 ได้สะท้อนให้เห็นมุมมองความคิดของเจ้าของโครงการโดยได้กล่าวว่า “โครงการนี้เป็นมากกว่าการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์อันเป็นมรดกของครอบครัว เราต้องการดำรงรักษามรดกเชิงศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันเป็นมรดกของชาติและมรดกของโลกสืบต่อไป ในครั้งนี้จึงเห็นเป็นหน้าที่ในการปลูก ฮวย จุ่ง ล้ง ที่หลับใหลมาเป็นเวลานานให้ตื่นขึ้นมามีชีวิตอีกครั้ง ในขณะที่เดียวกันยังคงรักษารูปร่างหน้าตาแบบดั้งเดิมแต่ครั้งสร้างครั้งแรก”

โครงการล้ง 1919 ได้ทำหน้าที่ในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมในด้านต่างๆ ดังที่คุณศรัณฐ์ หวังหลี ทายาทในรุ่นที่ 5 ผู้บริหารโครงการเคยกล่าวไว้ในนิตยสาร HELLO manager online ว่า ความตั้งใจในการทำโครงการนี้ไม่ได้หวังผลในเชิงธุรกิจเท่านั้น แต่ยังต้องการ

ส่งเสริมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ไทย-จีน ให้แก่เยาวชน โดยได้มีการจัดทำโครงการ ที่เรียกว่า “LHONG Wisdom” เพื่อเป็นการเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มวัยรุ่น

การบูรณะโครงการได้เริ่มต้นขึ้นมาตั้งแต่ในปี 2558 ในการเริ่มโครงการการบูรณะทางเจ้าของโครงการได้ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยผ่านเจ้าหน้าที่ระดับสูง คือ **คุณเอื้ออารี ตรีโสภา** ว่า โครงการได้ปล่อยเช่าให้กับเอกชนเป็นพื้นที่เช่าเก็บของและใช้เป็นที่พักอาศัยแก่ข้าเก่าที่เคยทำงานกับตระกูลหวังหลี่ เมื่อครั้งเข้ามาได้สำรวจพื้นที่จึงได้เห็นมรดกศิลป์ต่างๆ ทั้งตัวอาคารและงานจิตรกรรม จึงได้ทำการสำรวจและขอคำแนะนำการบูรณะเพื่อจะเก็บรักษาศิลปะคุณค่าเหล่านี้ไว้โดยขอความร่วมมือจากนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญทางสถาปัตยกรรมและโบราณคดีเพื่อขอคำแนะนำ

ในการบูรณะครั้งนี้ได้ทำให้เกิดองค์ความรู้ในงานศิลป์ต่างๆ มากมายอาทิ เช่น การก่อปูนแบบแอร์รี่ ความรู้ในด้านการใช้สีเบญจรงค์ในงานจิตรกรรม อันประกอบไปด้วยสี 5 สี ได้แก่ ดำ แดง ฟ้าคราม (น้ำเงิน) เขียวและเหลือง เนื่องจากโครงการตั้งอยู่บนพื้นที่ริมน้ำที่มีความชื้นสูง ทำให้ภาพจิตรกรรมต่างในตัวโครงการได้รับการทาบมาหลายชั้นเพื่อเป็นการป้องกันสีเดิมถูกทำลายและการใช้เทคนิคการการฉาบปูนแบบแอร์รี่นั้นก็เพื่อให้อากาศถ่ายเท แต่ในการบูรณะครั้งนี้ได้ทำการอนุรักษ์ซ่อมแซมและเก็บสภาพเดิมได้เกือบสมบูรณ์ทั้งหมด โดยมีขั้นตอนในการบูรณะซ่อมแซมแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ

1. การบูรณะในส่วนที่เป็นอาคารสถาปัตยกรรม ประกอบด้วย ตัวศาลเจ้ากลุ่มอาคารที่มีลักษณะเป็นหมู่บ้านและโกดังเก่า

การบูรณะอาคารสถาปัตยกรรมใช้แนวคิดเรื่อง Coexist Concept คือ การอยู่ร่วมกันของสถาปัตยกรรมเก่าและสิ่งใหม่ที่จะนำมาเพิ่มเติม ในกาลนี้เพื่อแสดงออกถึงการอยู่ร่วมกันระหว่างวัฒนธรรมจีนเก่ากับวิถีชีวิตแบบใหม่ของคนในเมืองยุคปัจจุบันอย่างสมดุล เช่น การเสพงานศิลปะ การทำงานฝีมือ การออกแบบไปจนถึงวัฒนธรรมการดื่มกินของคนยุคใหม่ การจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ บนพื้นที่ที่ยังว่างเปล่าให้เกิดมีการหมุนเวียนของการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเกิดความหลากหลายในกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป

การบูรณะงานสถาปัตยกรรมในส่วนที่เป็นศาลเจ้าหมาใจ้ว เป็นส่วนงานสถาปัตยกรรมที่เป็นสิ่งก่อสร้างตามแบบประเพณีนิยมเมื่อครั้งในสมัยรัชกาลที่ 3-4 แห่งต้นกรุงรัตนโกสินทร์ อาคารจะเป็นเรือนปูนสองชั้นโครงหลังคาทำจากไม้ทรงสูงโดยการยึดติดของอุปกรณ์จะใช้เดือดไม้ทั้งหมด การอนุรักษ์ในส่วนนี้ก็ยังเก็บรักษาเทคนิคการเข้าเดือดไม้นี้ไว้ทั้งหมด โครงสร้างหลังคาเดิมเก็บรักษาไว้ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ได้มีการทพู่ฝ้าเพดานบางส่วนออก

ทำให้ได้เห็นถึงการก่อสร้างแบบแอร์รี่ คือการใช้ปูนที่ให้อากาศถ่ายเทได้เนื่องจากอาคารอยู่ติดริมน้ำมีโอกาสสูงในการเก็บความชื้น การปล่อยให้ผนังมีช่องระบายอากาศจึงเป็นเทคนิควิธีในการรักษาโครงสร้างนี้ไว้ มีการชุบสีที่ถูกลอกทาบไว้หลายชั้นออกเพื่อให้เห็นเนื้อไม้เก่า อีฐมอญที่ใช้เป็นส่วนประกอบในการก่อผนังได้เก็บรักษาไว้คงเดิมโดยการชุบลอกสีที่ถูกลอกทาบไว้จากการซ่อมแซมต่างกรรมต่างวาระตามกาลเวลาเช่นกัน

ในส่วนที่เป็นศาลเจ้าหมาใจวันนี้จะผูกพันอยู่กับสถาปัตยกรรมหมู่บ้านจีนด้วย ในกาลบูรณะส่วนนี้ได้ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงเพื่อใช้เป็นอาคารเช่าพาณิชย์โดยการเสริมโครงสร้างระเบียงและบันไดด้วยวัสดุที่ทำจากเหล็กเพื่อความแข็งแรงในการใช้งานและเหตุผลในด้านความปลอดภัย

ส่วนสุดท้ายที่เป็นงานบูรณะงานสถาปัตยกรรมในโครงการล้ง 1919 คือส่วนที่เป็นโกดังสินค้าเก่า เดิมมีลักษณะปิดทึบ ในการบูรณะได้นำหลักการที่เรียกว่า Warf Style คือโกดังสินค้าที่อยู่บริเวณริมน้ำ ลักษณะอาคารแบบนี้จะเป็นการออกแบบอาคารที่ใช้บริเวณริมน้ำ อาคารจะมีการเปิดโล่งเป็นทรงสูง มีการปรับเปลี่ยนอาคารให้มีความโปร่งโล่งโดยการเจาะเป็นผนังหน้าต่างในรูปแบบที่เรียกว่า Ribbon window หรือ Panoramic view

2. การบูรณะภาพจิตรกรรมฝาผนัง

ในส่วนของการบูรณะงานจิตรกรรมฝาผนังที่มีอายุยาวนานถึง 167 ปี เพื่อให้เป็นแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรมจีน อาจจะมีขั้นตอนและรายละเอียดที่ซับซ้อนมากกว่าการบูรณะงานสถาปัตยกรรม มีขั้นตอนต่างๆ ถึง 7 ขั้นตอน ได้แก่

2.1 การสำรวจสภาพที่ตั้งและลักษณะของภาพจิตรกรรม พบว่าเป็นภาพที่มีลักษณะพิเศษในเรื่องการใช้สีแบบสีเบญจรงค์ อันประกอบด้วยสีดำ แดง คราม(น้ำเงิน) และเหลือง

2.2 การวางแผนเป็นการบันทึกภาพที่พบก่อนการบูรณะเพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐาน และนำแผ่นใสมาวางทาบบนรอยชำรุดเพื่อดูลักษณะของการชำรุดของภาพจิตรกรรม

2.3 การทำความสะอาด มีขั้นตอนสำคัญที่ทำให้ทราบว่าภาพจิตรกรรมฝาผนังเป็นภาพปูนแห้งไม่ใช่ปูนเปียกเพราะถ้าเป็นปูนเปียกจะสามารถทำความสะอาดได้ด้วยน้ำธรรมดาแต่การทำความสะอาดลบนั้นต้องใช้ทินเนอร์พ่นด้วยก้านสำลีที่ติดอยู่จึงจะถูกลบออกได้

2.4 การเสริมความมั่นคงให้กับชั้นปูน เนื่องจากสถานที่ที่มีอายุเก่า ผ่านการใช้งานมานาน ย่อมมีการเสื่อมสภาพ จึงได้มีการเสริมความมั่นคงด้วยการใช้ปูนน้ำอ้อย อันเป็นปูนจากธรรมชาติเป็นส่วนประกอบของน้ำตาลอ้อย กาวหนังกุ้งและปูนขาวหมักที่ใช้ เทคนิควิธีที่สลับซับซ้อนในการผลิตและทรายน้ำจืดทั้งแบบหยาบและละเอียด เป็นปูนที่ไม่มีความ แข็งเท่าปูนซีเมนต์เพื่อให้ฉาบพื้นผิวให้เรียบและที่สำคัญเป็นปูนที่ระบายอากาศได้ดีไม่เก็บ ความชื้นซึ่งเหมาะกับสภาพโครงการที่อยู่ติดน้ำอาจจะมี ความชื้นสูงทำให้เกิดเชื้อราได้ มาปรับ พื้นผิวให้เรียบก่อนการบูรณะ

2.5 การเสริมความมั่นคงให้กับชั้นรองพื้น เป็นการใช้อาบน้ำขี้หมู ปัญหาพื้นบ้านแบบโบราณมาทำเป็นชั้นรองพื้นกาวมะขามเป็นส่วนประกอบที่ได้มาจากดินสอพองกับกาวเม็ดมะขามที่นำไปคั่วจนได้เป็นกาวที่มีลักษณะลื่นทำให้ง่ายต่อการเขียนสีทับลงบน พื้นผิว

2.6 การเขียนสีซ่อมโดยใช้สีน้ำขงแบรนด์ WINSOR โดยใช้สีแบบ เบญจรงค์ที่กล่าวมาข้างต้น การใช้สีน้ำเป็นการใช้วัสดุที่ง่าย สะดวกและรวดเร็วในการทำงาน ตลอดจนไม่เปลี่ยนแปลง และขั้นตอนสุดท้าย

2.7 การเคลือบสีเป็นขั้นตอนสุดท้ายในการบูรณะภาพจิตรกรรมให้มีความสมบูรณ์และมีอายุยืนนานโดยการใช้สีน้ำเคมี B72 ชนิด 2% ทาบนงานจิตรกรรม น้ำยาเคมี B72 คือกาวพาราออยด์ ที่มีลักษณะเป็นเม็ดเล็ก ๆ นำไปผสมกับตัวทำละลายที่ชื่อว่า โทลูอีน ใน ปริมาณ 19 ลิตรต่อเม็ดพาราออยด์ 9 ชีด

แน่นอนว่าในการลงทุนพัฒนาพื้นที่ในครั้งนี้นั้นแม้ว่าทางเจ้าของโครงการบูรณะ มรดกของชาติ แต่เนื่องจากการบูรณะมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง และทางเจ้าของโครงการไม่ได้ขอ การสนับสนุนทางการเงินจากหน่วยงานรัฐบาล จึงทำให้ต้องมีการจัดสรรพื้นที่เพื่อมาใช้จ่าย ทำให้มีรายได้เพื่อที่จะงานจะได้บรรลุลงไปได้เป็นอย่างดี จึงได้มีการจัดสรรพื้นที่เพื่อทางการค้า การ พัฒนาพื้นที่ในโครงการจึงเกิดการจัดสรรพื้นที่หลังจากการบูรณะซ่อมแซมออกเป็นส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

1. ศาลเจ้าแม่หม่าโจ้วหรือศาลเจ้าแม่ทับทิมอันเป็นมรดกทางด้านทุนทาง วัฒนธรรมในโครงการล้ง 1919
2. อาคารจัดงานอีเว้นท์และงานเลี้ยงสังสรรค์ต่างๆ ได้แก่ อาคาร Bowen
3. ลานกิจกรรมกลางแจ้ง ซึ่งใช้เป็นลานจัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ การจัดแสดง ละครเวทีเรื่องลวดลายมังกรในครั้งที่เป็นการเฉลิมฉลองครบรอบ 1 ปี ของโครงการล้ง ในการจัด

แสดงละครเวทีกลางแจ้งครั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของต้นตระกูลหวังหลีที่เป็นคนจีน และรำลึกถึงพระมหากษัตริย์คุณของแผ่นดินไทยที่ได้ให้โอกาสในการประกอบอาชีพในแผ่นดินไทย เรื่องราวของตัวเอกเปรียบเสมือนคนในตระกูลหวังหลี การจัดแสดงครั้งนี้ได้ใช้ฉากความเป็นจีนที่มีอาคารโบราณเป็นการสะท้อนภาพในอดีต และในปีถัดมาก็ได้จัดให้มีการแสดงละครเวทีกลางแจ้งอีกหนึ่งเรื่องคือ สีแผ่นดินเพื่อเป็นการแสดงออกถึงความผูกพันของคนในรุ่นต่อมาของคนในตระกูลหวังหลีที่มำตั้งรกรากในผืนแผ่นดินไทย ละครเรื่องสีแผ่นดินเป็นการเล่าเรื่องชีวิตไทยๆ ในครั้งนี้ได้ใช้บรรยากาศของสายน้ำเจ้าพระยาเป็นฉากเพื่อสะท้อนภาพชีวิตของคนไทยในอดีตที่มีความผูกพันอยู่กับสายน้ำ (ภาพประกอบ 43)



ภาพประกอบ 42 ละครเวทีกลางแจ้งลวดลายมังกรและสีแผ่นดิน ณ. ลานกิจกรรมกลางแจ้ง ล้ง 1919

ที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/814802>

4. Co-working space

5. ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดีไซน์ งานฝีมือ จากศิลปินร่วมสมัย อาทิ ร้าน ZETTINO แบรินด์เครื่องหนังชายจากดีไซน์เนอร์ไทย คุณโชติ จินดารัตนชลกิจและทีมงาน ร้าน AKATI แบรินด์เสื้อผ้าชายแบบเรียบๆ ง่ายๆ ที่ออกแบบมาเพื่อให้เข้ากับคอนเซ็ปต์พิเศษของโครงการล้ง 1919 เท่านั้น กล่าวคือการออกแบบที่ใช้ปลากัดในงานสินค้าทุกชิ้นโดยการปักลายลงบนหมวก เสื้อยืดและของตกแต่ง เป็นการสรรสร้างงานโดยคุณอัคมภูมิ ฐิตะกสิกรและคุณอาหารสินทรชัยกุล ร้าน HUMMINGBIRD STUDIO ร้านขายสินค้าแนวทดลองประเภทสบู่และพืชพรรณที่ได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ เป็นการออกแบบโดยคุณวิลาสินี จอนเจดสิน ร้าน AGO เป็นร้านที่เรียกว่า Selected Shop คือการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซน์มาวางจำหน่ายโดยผู้คัดเลือกสินค้าคือคุณรวมพร ถาวรอิทธิวาสน์ ร้าน NINE Accessoried ร้านจำหน่ายเครื่องประดับโดยดีไซน์เนอร์คุณอาณัติ วรรณระรุจ ร้าน San ร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์สไตล์จีน เสื้อผ้าและกระเป๋าที่

ออกแบบลวดลายโดยใช้ศิลปะแบบจีน โดยคุณแป้ง คงสิริ ร้าน TAY เป็นร้านจำหน่ายหมวกทรงปานามา ผ้าอ้อม โดยคุณติณณวิษณุ อินต์พิชัยเดช ร้าน Pongphet by BPC เป็นงาน Handmade Ceramics จากจังหวัดลำปางที่คล่ำอดในวงการนี้มากกว่า 20 ปี งาน Ceramics ของแบรนด์นี้มีลักษณะเด่นในเรื่องสีและพื้นผิวที่แตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ ตลอดจนการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติมาผสมผสานด้วยช่างฝีมือจากท้องถิ่นและการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมในการสร้างสรรค์ผลงานจนเป็นที่เลื่องชื่อไปถึงต่างประเทศ ร้าน Karmakamet ร้านจำหน่ายเครื่องหอม

6. ร้านอาหาร เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงสีร้านอาหารระดับพรีเมียมแห่งทศวรรษนี้ซึ่งบริหารงานโดยคุณอัจฉรา บุรารักษ์ ร้านเพลินวาน พาณิชย์ ร้านอาหารไทยแบบย้อนยุค ร้านนายห้าง ร้านอาหารแบบสตรีทฟู้ดโดยคุณประเวศวิวุฒิ ไรวา ร้านลมโซย ร้านก๋วยเตี๋ยวโดยคุณศุภชัย ศรีวิจิตร

7. บริเวณที่นั่งพักผ่อนระเบียงริมน้ำเจ้าพระยา

8. ท่าเรือสัญจรทางน้ำระหว่างฝั่งราชวงศ์ โครงการล้งและโครงการดิไอคอนสยาม

9. สถาปัตยกรรมที่เป็นอาคารจีนโบราณและภาพจิตรกรรมดั้งที่นำเสนอมาข้างต้น

การจัดพื้นที่ทั้งหมดในรายการที่ 2-6 จากการสัมภาษณ์คุณเอื้ออารี ตรีโสภา ได้ให้ข้อมูลว่าเป็นการจัดสรรเรื่องทางธุรกิจเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับองค์กรในการดำเนินงานเพื่อให้งานด้านการอนุรักษ์ที่มีต้นทุนสูงยังสามารถดำเนินงานลุล่วงไปด้วยดีโดยการไม่พึ่งพาแหล่งเงินทุนจากหน่วยงานอื่น ซึ่งในเรื่องนี้ทางผู้บริหารหลักทั้ง 2 ท่าน ได้แก่ คุณรุจิราภรณ์ และ ดร. ศรัณฐ์ หวังหลี่ ได้เคยให้สัมภาษณ์ ในสื่อต่างๆ ถึงเป้าหมายหลักของโครงการคือ การอนุรักษ์สมบัติของชาติควบคู่กับการดำเนินธุรกิจของครอบครัว ซึ่งนับเป็นการผสมผสานแนวคิดด้านการอนุรักษ์และการค้าเข้าด้วยกัน

1.3 โครงการดิไอคอนสยาม (The Icon Siam)

การเกิดขึ้นของโครงการดิไอคอนสยามอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการพลิกโฉมหน้าสภาพเดิมของพื้นที่เขตคลองสานที่เคยเงียบเหงาให้กลับมาเป็นพื้นที่แห่งความเจริญรุ่งเรืองอีกครั้งเหมือนเช่นในอดีต เพราะการเปิดตัวอย่างเป็นทางการไปเมื่อวันที่ 9-11 พฤศจิกายน 2561 ด้วยเงินลงทุนกว่า พันล้านบาทที่ดึงดูดสายตาคนจากทั่วโลกด้วยโครงการเมกะโปรเจกต์ที่มีมูลค่าการลงทุนมากกว่า 54,000 ล้านบาทบนเนื้อที่ 55 ไร่ ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาบนพื้นที่ใช้สอยเรียบฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีความยาวถึง 400 เมตรคิดเป็นพื้นที่ใช้สอยในตัวอาคารถึง 75,000 ตารางเมตร

และในทุกๆ ปี สถานที่แห่งนี้ได้ใช้เป็นที่สำคัญในการเฉลิมฉลองเทศกาลสำคัญที่มีผลต่อแบบแผนการดำเนินชีวิตของคนไทยเช่น งานประเพณีลอยกระทงอันเป็นประเพณีอันแสดงออกถึงความผูกพันของคนไทยต่อผืนน้ำและแม่น้ำเจ้าพระยาที่เปรียบเสมือนเส้นเลือดหลักแห่งวิถีชีวิตของคนไทยมาตั้งแต่ครั้งอดีตกาล การจัดงานเฉลิมฉลองการเปลี่ยนผ่านจากปีเก่าสู่ปีใหม่ก็จัดขึ้นอย่างยิ่งใหญ่ทุกปีท่ามกลางผืนน้ำเจ้าพระยาแห่งนี้ เป็นต้น

โครงการไอคอนสยาม เป็นการร่วมทุนระหว่างสยามพิวรรธน์ เครือซีพี และแมกโนเลีย ควอลิตี้ ดีเวลล็อปเม้นต์ คอร์ปอเรชั่น (MQDC) สร้างในพื้นที่อันเคยเป็นที่ตั้งของโรงสีดิบเก่า และตลาดศิริรินทร์ (ภาพประกอบ 44) ซึ่งต่อมาเป็นกรรมสิทธิ์ของ บริษัท สยามอ रुณ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ในเครือศรีกรุงพัฒนา โดยพื้นที่โครงการตั้งอยู่ระหว่างโรงแรมพENNินชูล่า กรุงเทพฯ และโรงแรมมิลเลเนียม ฮิลตัน กรุงเทพฯ นอกจากนี้ยังอยู่ตรงข้ามกับ โรงแรมรอยัลลอร์ดคิดเซอร์ราตัน และโรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ ออกแบบโดยใช้แนวคิด “เมืองแห่งความรุ่งโรจน์อันเป็นนิรันดร์” (The Icon of Eternal Prosperity) ประกอบไปด้วย 2 โซนหลัก โซนแรกคือ โครงการที่พักอาศัยที่แพงสุดริมแม่น้ำเจ้าพระยา โดยเป็นคอนโดมิเนียมเกรดพรีเมียมไฮเอนด์ที่สุด 2 อาคาร แบ่งเป็น Magnolias Waterfront Residences (แมกโนเลียส์ วอเตอร์ฟรอนท์ เรสซิเดนซ์ ณ ไอคอนสยาม) คอนโดมิเนียมที่พักอาศัยคุณภาพเหนือระดับที่หรูที่สุดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เทียบชั้นมาตรฐานโครงการที่พักอาศัยที่ดีที่สุดในต่างประเทศ และอีก 1 อาคารจะเป็นจะเป็นโครงการที่พักอาศัยแบรนด์ “แมนดาริน โอเรียนเต็ล” แห่งแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแห่งที่ 14 ของโลก ในมาตรฐานที่เทียบเท่าโครงการที่พักอาศัยที่ดีที่สุดในนิวยอร์ก ลอนดอน โตเกียว หรือเซี่ยงไฮ้ ซึ่งเป็นโครงการที่พักอาศัยที่แพงที่สุดในประเทศไทย และอีกโซน คือโซนอาณาจักรศูนย์การค้า 2 อาคาร คือ ไอคอนสยาม (Main Retail & Entertainment) พื้นที่ 500,000 ตารางเมตร และไอคอนลักซ์ (Luxury Wing) พื้นที่ 25,000 ตารางเมตร



ภาพประกอบ 43 โรงสีดิบแก้ว ถ่ายเมื่อปี ค.ศ.1952 (พ.ศ.2495)

ที่มา: Paul (Found Slides), United States



ภาพถ่ายถนนเจริญนครกว่า 50 ปีก่อน ถ่ายจากบริเวณที่ปัจจุบันกำลังมีการก่อสร้างศูนย์การค้าไอคอนสยาม แคว้นบันเทิง สถานที่ซึ่งภายหลังก่อสร้างอาคารพาณิชย์บนถนนวงเวียนจรเข้ 2 ถึงซอย 4 ในปัจจุบัน เอื้อเฟื้อภาพโดย คุณชัยวัฒน์ แห่งร้านเอียบฮิวโกลด์สตอรี่ในอดีต และเพจรัชคองคสา

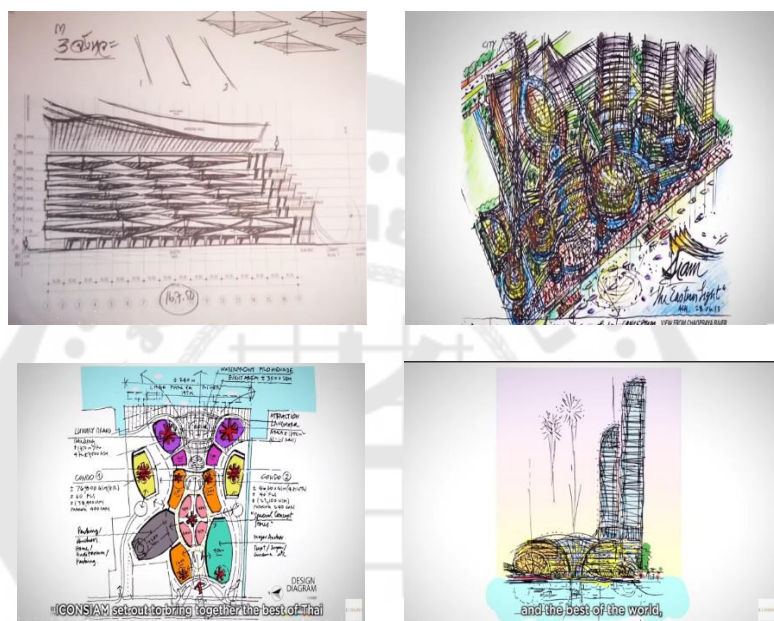
ภาพประกอบ 44 ภาพพื้นที่โครงการไอคอนสยามในอดีตที่เป็นตลาดศิริรินทร์

ที่มา: เอื้อเฟื้อโดยคุณชัยวัฒน์ แห่งร้านเอียบฮิวโกลด์ ร้านค้าของจิปาละในอดีตแห่งตลาด
เกศิริรินทร์ (มติชนออนไลน์, 2561)

การขับเคลื่อนโครงการไอคอนสยามได้ใช้ทุนทางวัฒนธรรมโดยสามารถแยก
ออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

1. ทุนทางด้านวัฒนธรรม เป็นทุนที่มาจากวิถีชีวิตที่ผูกพันอยู่กับสายน้ำ
เจ้าพระยา สะท้อนออกมาในการออกแบบอาคารในโครงการไอคอนสยามซึ่งเป็นโครงการดิตริมฝั่ง
แม่น้ำเจ้าพระยาที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการสักการะบูชาแม่น้ำของคนไทยด้วยเครื่องบรรณาการ
คือ กระทงและบายศรี ซึ่งเป็นเครื่องบูชาในงานมงคล แปลงเป็นรูปแบบ Abstract ร่วมสมัย โดย

อาคารไอคอนสยาม จะมีเส้นสายรอบอาคารจากการพับกระดาษและบายศรี ในขณะที่อาคารไอคอนลักษ์จะมีรูปทรงเสมือนกระถางแก้ว 3 อาคาร มี Façade ทอดยาวริมแม่น้ำถึง 300 เมตร ด้วยกระจกพิเศษจับจีบซ้อนในลักษณะแนวตั้งยาวตลอดซึ่งยังไม่มีใครทำมาก่อน ซึ่งส่วนนี้มีแรงบันดาลใจจาก การห่มสไบที่จีบเรียงทอดยาว เปรียบเสมือนการห่อหุ้มสิ่งที่มีค่าที่สุดของโครงการไว้ (ภาพประกอบ 46) การออกแบบอาคารไอคอนสยามจึงเป็นการแสดงออกถึงภูมิปัญญาความสามารถของคนไทยที่มีวัฒนธรรมอันฝังรากอยู่กับผืนน้ำ



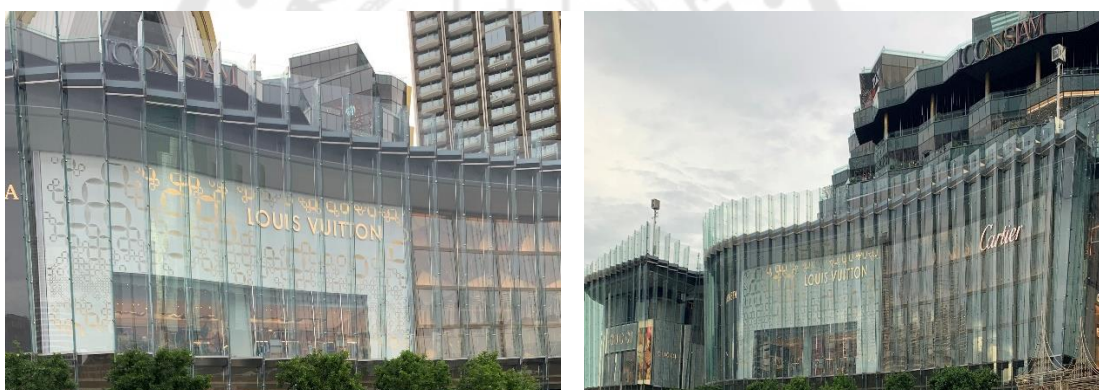
ภาพประกอบ 45 แบบจำลองการออกแบบอาคารไอคอนสยามที่ได้แรงบันดาลใจจากสายน้ำเจ้าพระยาและเครื่องใช้ในการประกอบพิธีมงคลของไทยอันได้แก่กระถาง การบายศรีและการห่มสไบเป็นจีบรอบอาคารด้วยวัสดุที่เป็นกระจก ซึ่งเป็นผลงานการออกแบบของบริษัท Urban Architects

ที่มา: (ICONSIAM, 2019)

ในการออกแบบอาคารของโครงการไอคอนสยามเป็นการผสมผสานความรู้ทางด้านสถาปัตยกรรมและวิศวกรรมเข้าด้วยกันด้วยใช้ความเป็นไทยและภูมิปัญญาไทยแฝงอยู่ในงานที่เป็นสากล ผู้ออกแบบอาคารไอคอนสยาม คือคุณอัฉริยะ และ คุณวาลูกา โรจนะภิรมย์ ได้ให้สัมภาษณ์ในมติชนรายวัน ("ไอคอนสยาม' กับ 3 รางวัลชนะเลิศ ความภูมิใจในเวทีโลก," 2562) ว่า "สิ่งที่เรานำมาสร้างเรื่องราวให้กับงานออกแบบไอคอนสยาม คือ ความผูกพันของชีวิตคนไทยที่อยู่กับสายน้ำมาตั้งแต่เกิด จึงได้มีการนำ 'น้ำ' มาเป็นเรื่องราวในการร้อยเรียงวัฒนธรรม

ไทยทั้งหมด พร้อมกับหล่อหลอมศาสตร์หลายๆ อย่างเข้าไว้ด้วยกัน ในแต่ละพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองแห่งแฟชั่น ความเจริญ เทรนด์ ความศิวิไลซ์ ทั้งหมดถูกร้อยเรียงด้วยเส้นสายลายไทยอันทันสมัย เชื่อมโยงความแตกต่างของพื้นที่แต่ละชั้น เช่น การนำทักษะงานช่าง 10 หมู่มาผสมผสานกับเทคโนโลยีจนเกิดเป็นความร่วมมือ เป็นไทยรูปแบบใหม่ที่ยังคงมีรากเหง้าของความเป็นไทยดั้งเดิมอยู่ด้วย”

สถาปัตยกรรมภายนอกอาคารที่เรียกว่า “ฟาซาด” (Façade) คือการออกแบบการภายนอกเพื่อให้เกิดสุนทรียภาพทางสายตา ได้ใช้ Pleated Glass Façade ดังที่ได้นำเสนอมาข้างต้นแล้วว่าเป็นแรงบันดาลใจมาจากการจับจีบสไบห่มห่มอาคารของไอคอนสยาม เป็นเทคโนโลยีที่นำเข้ามาจากเยอรมนีและออสเตรเลียแห่งบริษัท seele เป็นกระจกใสที่มีขนาดมืมาและมีความสูงถึง 24 เมตร การลำเลียงกระจกขึ้นไปติดตั้งนั้นทำได้ยากลำบาก (ภาพประกอบ 47)



ภาพประกอบ 46 ภาพการออกแบบอาคารภายนอกด้วยเทคนิคที่เรียกว่า Façade

ที่มา: ผู้วิจัย

คุณชฎาทิพย์ จุตรระกุล ผู้ริเริ่ม เจ้าของร่วมและผู้บริหารระดับสูงแห่งบริษัท สยามพิวรรธน์ ได้ให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ในยูทูบ (ICONSIAM, 2019)ว่า โครงการดิ ไอคอนสยามจะเป็นความภูมิใจของคนไทยทั่วประเทศ เป็นโครงการที่เป็นจินตนาการแห่งยุคที่จะเกิดขึ้นเป็นโครงการสุดท้ายบนแม่น้ำแห่งนี้ ซึ่งทางโครงการได้ตั้งชื่อโครงการแห่งนี้ว่า “เมืองอันแห่งความรุ่งโรจน์อันเป็นนิรันดร์” (The Icon of Eternal Prosperity) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาพื้นที่ในบริเวณนี้มีเป้าหมายให้โครงการไอคอนสยามที่ตั้งอยู่ในเขตธนบุรีเป็นเมืองใหม่เป็นเมืองคู่แฝดของกรุงเทพมหานครและเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศสืบต่อไป

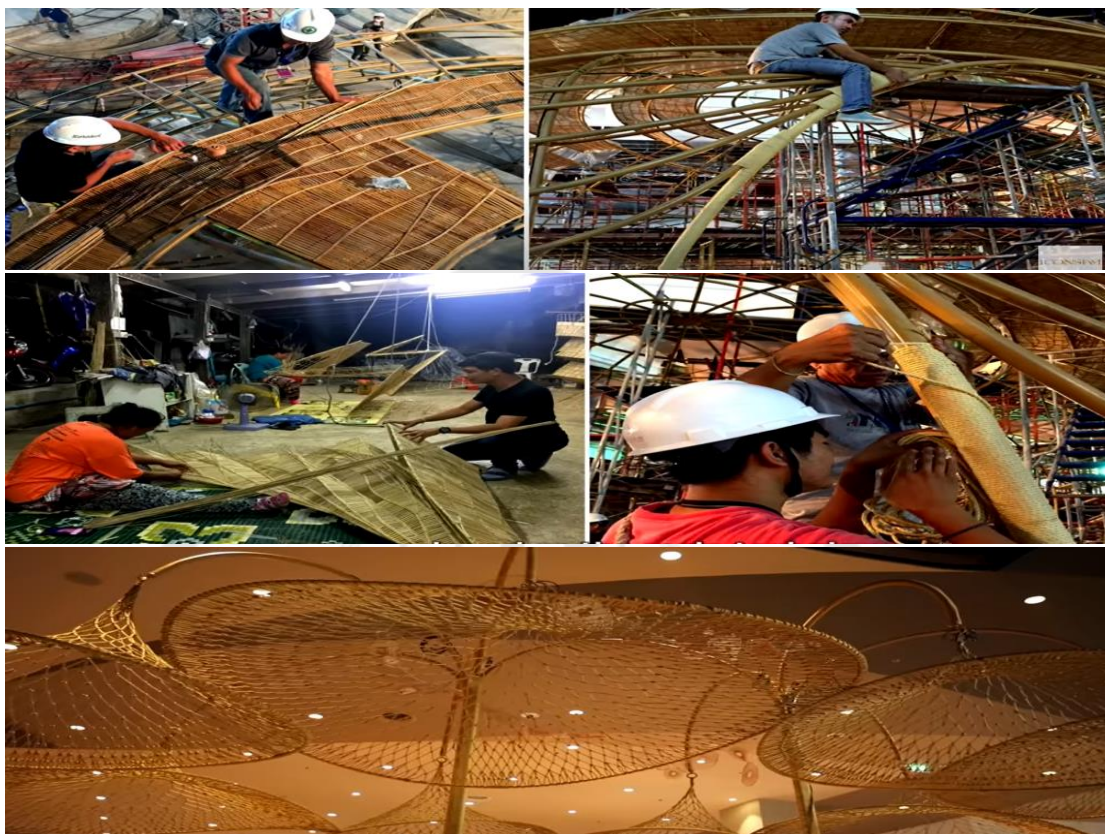
2. ทุนในด้านงานศิลปกรรมไทยและภูมิปัญญาไทย นอกจากทุนทางวัฒนธรรมจากสายน้ำเจ้าพระยาที่ทางผู้ออกแบบใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบอาคารสิ่งปลูกสร้างที่เป็นเครื่องดึงดูดผู้คนแล้ว ในโครงการไอคอนสยามยังใช้ศิลปวัฒนธรรมไทยในสาขาต่างๆ ที่เป็น Iconic นำมารวบรวมเป็นทุนในการตกแต่งอาคารสถานที่ในตัวโครงการอีกด้วย อาทิ การเขียนลวดลายไทยบนเสา การนำเทคนิคการผูกข้าวปักเป้าเป็นริมนในการออกแบบพื้นที่ชายและจัดแสดง เป็นต้น ในด้านการใช้ทุนทางด้านงานศิลปะไทยและภูมิปัญญาไทยในโครงการไอคอนสยาม สะท้อนเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องและได้ร่วมงานกับโครงการไอคอนสยามผ่านสื่อการประชาสัมพันธ์โครงการในยูทูป (ICONSIAM, 2019) ซึ่งพอจะนำมาเสนอได้พอสังเขปดังนี้

คุณดวงฤทธิ นุนนาค ผู้ออกแบบพื้นที่ Icon Craft บนชั้น 5 ในไอคอนสยาม ได้กล่าวว่า “เป็นการเล่าเรื่องของคนไทยด้วยฝีมือของคนไทย โดยมีคำสำคัญอยู่ที่การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบพื้นที่ที่มีความเคลื่อนไหวซึ่งเรียกว่ามีความเป็น dynamic มีความตื่นเต้น คุณดวงฤทธิเชื่อว่าวิธีคิดแบบนี้เป็นเรื่องของความสนุกสนานและเป็นวิธีคิดแบบของคนไทยในการดำเนินชีวิต”

คุณกรกฎ อารมณดี ผู้ออกแบบจากครอบครัวชาวประมงที่บ้านแหลมจังหวัดเพชรบุรี ได้ออกแบบ Pavillion ในไอคอนสยามโดยนำเสนอเทคนิคการออกแบบการผูกและมัดข้าวจุฬาและปักเป้า ที่เป็นการละเล่นของไทยมาเป็นตัวการออกแบบพื้นที่ใน Pavillion แห่งนี้ โดยสะท้อนให้เห็นว่าสิ่งนี้เป็นการแสดงออกถึงความมีรากเหง้าของคนไทยผสมผสานกับความทันสมัยให้เกิดเป็นความสวยงาม (ภาพประกอบ 58) จากการบอกเล่าของคุณกรกฎ อารมณดี ในนิตยสาร The Cloud (ลีลาวรรณสุข, 2561) เล่าว่า “รูปทรงจากการขึ้นรูปแบบว่าวที่ใช้การผูกและมัดทำให้ผมสามารถกำหนดรูปทรงของตัวงานได้อย่างอิสระผ่านจุดที่ใช้ผูก โดยสามารถให้ไม่เด้ดโค้งหรือเป็นเส้นตรงก็ได้ ต่างจากการสานที่เกิดจากการเอาวัสดุมาเรียงและขัดกันให้เกิดเป็นรูปทรง มันเหมือนเป็นการเชื่อมกันระหว่างเส้นตั้งและเส้นนอนผ่านการสร้างจุดต่างๆ ในชิ้นงานพอเชื่อมจุดขึ้นมาแล้วมันก็เกิดเป็น Grid และสร้างรูปทรงที่แตกต่างจากการสานปกติ”

เนื่องจากความที่เป็นครอบครัวชาวประมงแต่มีก๋งที่ทำว่าว ทำให้คุณกรกฎ ได้นำวัสดุปานด้ายดิบ ซึ่งเป็นเส้นใยดั้งเดิมที่ชาวประมงเอาไว้ใช้ในการอุดเรือรั่วมาใช้เป็นวัสดุในการผูกมัด สายพันธ์รามีเป็นที่นำปานด้ายดิบที่นำมาจากแถวอีสาน ก่อนจะนำมาควั่นเป็นเชือกในหมู่บ้านมุสลิมที่บางขุนไทร ราชบุรี แล้วต้มเชือกปานด้ายดิบกับรากต้นแสมและโก่งกางที่เป็นภูมิปัญญาของชาวประมง เพราะยางของทั้งสองต้นนี้จะช่วยทำให้เชือกมีความเหนียวและทน

มากขึ้น ก่อนจะเคลือบผิวด้านนอกของเชือกด้วยกาวหนังควายอีกรอบเพื่อให้ แข็งแรงและทนทานมากขึ้น นับเป็นการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านอย่างแท้จริง



ภาพประกอบ 47 ภาพการทำงานการใช้เทคนิคการผูกและมัดว่าวจุฬาและปักเกบ้ำของไทยเป็น
ตัวนำการออกแบบพื้นที่ Pavillion ที่ใช้ในการจัดแสดง

ที่มา: (ICONSIAM, 2019)

ศาสตราจารย์กิตติคุณปรีชา เถาทอง ได้กล่าวว่าถือเป็นความภูมิใจอย่าง
สูงสุดที่ได้ปักมุดเสาทั้ง 4 ต้น ด้วยลายไทยที่รวมรวบองค์ความรู้ของปู่ย่าตายายมาไว้ที่นี่
(ภาพประกอบ 49)



ภาพประกอบ 48 ลวดลายไทยบนเสาทั้ง 4 ต้น โดยศาสตราจารย์พิเศษปรีชา เกาทอง

ที่มา: ผู้วิจัย

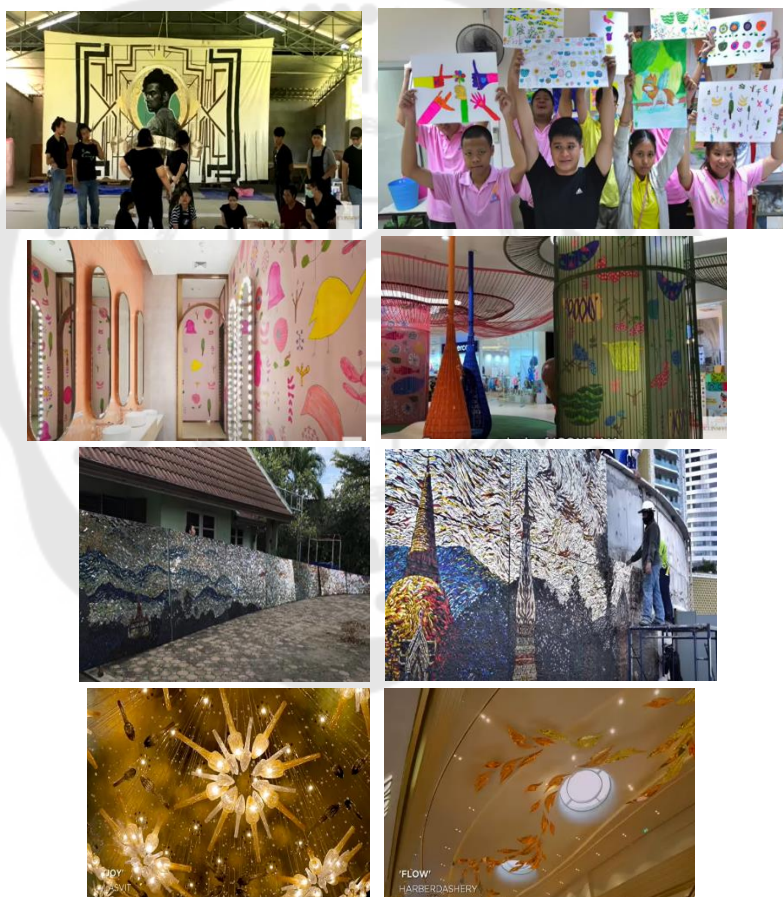
การได้นำวามลายุ ของศิลปิน Muhammadyagi Jaewae จาก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เป็นพื้นที่เล็กๆ ไม่เป็นที่รู้จัก ถือเป็นความภาคภูมิใจให้แก่ท้องถิ่นเป็นการส่งเสริมงานศิลปะของชุมชนให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศ หรือแม้กระทั่งการฟื้นฟูการขึ้นรูปเครื่องปั้นดินเผาด้วยมือก็ได้มีการนำมาใช้เป็นสิ่งตกแต่งสถานที่ในโครงการไอคอนสยาม (ภาพประกอบ 50)



ภาพประกอบ 49 การอนุรักษ์การขึ้นรูปด้วยมือเครื่องปั้นดินเผาและว่าวมลายูจาก 3 จังหวัด
ชายแดนใต้

ที่มา: (ICONSIAM, 2019)

พื้นที่ในไอคอนสยามเป็นการเปิดพื้นที่ให้กับผู้ทำงานในด้านศิลปะและเป็นแหล่งรวมงานแสดงศิลปะทั้งจากของไทยและต่างประเทศ อาทิ เด็กพิเศษ งานจากผู้ผลิตเครื่องแก้วของ บริษัท LASVIT สัญชาติ Czech ด้วยผลงานที่ชื่อว่า “JOY” และผลงาน “FLOW” จากร้าน HARDERDASHERY ร้านอุปกรณ์ตัดเย็บที่ทำงานลูกบิดแห่งมหานครลอนดอน เป็นการรวมตัวครั้งยิ่งใหญ่ของศิลปินและอาจารย์ที่มีชื่อเสียงในด้านศิลปะตลอดจนเพื่อนร่วมอาชีพ รุ่นพี่รุ่นน้องมาทำงานในพื้นที่เดียวกันเกิดเป็นพื้นที่ที่เป็นห้องจัดแสดงผลงานศิลปะที่เป็นของจริงในแทบจะทุกตารางเมตร งานที่นำมาจัดแสดงมีทั้งจากคนทั่วไปและศิลปินแห่งชาติ นักออกแบบ สถาปนิกจากทั่วโลก (ภาพประกอบ 51)



ภาพประกอบ 50 การรวมกลุ่มของเหล่าศิลปินในประเทศ และเปิดพื้นที่ในทุกตารางเมตรไม่ว่าในหรือนอกอาคารให้เป็นพื้นที่จริงสำหรับการจัดแสดงผลงานศิลปะ ทั้งจากคนไทยและต่างชาติ อาทิ เด็กพิเศษ งานจากบริษัท LASVIT และ HARDERDASHERY

ที่มา: (ICONSIAM, 2019)

ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการเป็นศูนย์การค้าที่เปิดพื้นที่ให้กับงานด้านการถ่ายภาพมาจัดแสดงในพื้นที่ที่เป็นศูนย์การค้าอย่างจริงจัง ช่างภาพชื่อดังของไทย คุณนิติกร ทรัพย์วิเชียร ได้กล่าวชื่นชมในเรื่องดังกล่าวว่า “เป็นมิติใหม่ที่เปิดพื้นที่ให้กับงานด้านภาพถ่าย เป็นการสกัดงานภาพถ่ายระดับหัวกะทิมาจัดแสดงไว้ในที่เดียวกัน” (ภาพประกอบ 52)



ภาพประกอบ 51 นิทรรศการภาพถ่ายจากศิลปินระดับหัวกะทิ ที่เป็นการรวบรวมภาพถ่ายของความเป็นไทยในอดีตมาจัดแสดงในไอคอนสยาม

ที่มา: (ICONSIAM, 2019)

คุณเสริมคุณ คุณาวงศ์ นักธุรกิจผู้คลั่งไคล้ในวงการการจัดอีเวนต์ด้วยการนำการบริหารงานอย่างสร้างสรรค์มาใช้ เป็นผู้มีบทบาทในการก่อตั้งศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพและเป็นช่างภาพร่วมสมัยที่เคยมีผลงานในการจัดแสดงนิทรรศการภาพถ่ายถึง 3 ชุด ได้แก่ “Symbol of Steam Stone and Surrender” “ไซน ตน สิ่งสมมติ” และ “วจนพุทธปฏิมา” นอกจากนี้ยังเป็นเจ้าของผลงานหนังสือชุด “The Passion of Thai Modern Art” ได้กล่าวว่าการนำผลงาน

ของศูนย์ศิลปกรรมกรุงเทพไปจัดแสดงเป็นการนำศิลปะไทยไปอยู่ ณ จุดไฟก์สของชาวโลกและเป็นการสร้างสุนทรีย์ให้กับประชาชนชาวไทย” (ภาพประกอบ 53)



ภาพประกอบ 52 งานประติมากรรมจากศูนย์ประติมากรรมกรุงเทพที่จัดแสดงในพื้นที่ไอคอนสยาม

ที่มา: (ICONSIAM, 2019)

“ไอคอนสยามยังได้นำงานศิลปกรรมร่วมสมัยมาตีความใหม่ โดยเน้นที่เนื้อแท้ของศิลปะแต่ละท่าน” ณัฐกฤต สุนทรวิรัตน์ สถาปนิกผู้ให้คำปรึกษาการออกแบบพื้นที่สุขสยามในโครงการไอคอนสยาม คุณณัฐกฤต สุนทรวิรัตน์ สถาปนิกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม เป็นผู้มีผลงานในการออกแบบศาลาดนตรีสุริยเทพและสุวรรณมณฑลพระศรีศาศดาแห่งมหาวิทยาลัยรังสิต ได้มีโอกาสมาออกแบบส่วนที่เรียกว่า “สุขสยาม” โดยใช้ศิลปกรรมไทยเช่นกันโดยการตีความใหม่ คุณณัฐกฤต ได้ใช้แนวคิดของศาลาไทยในอดีตที่คนไทยใช้เป็นที่พักหลบอากาศที่ร้อนอบอ้าวเพื่อพักดื่มน้ำแก้กระหาย ทางสถาปนิกจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นส่วนหน้าสุดของทางเข้าส่วนที่เป็นพื้นที่สุขสยาม ไม่เพียงเป็นการต้อนรับผู้คนที่มาใช้บริการแต่การนำศาลาไทยมาไว้ในส่วนหน้าสุดเพื่อต้องการให้เห็นเป็นสิ่งแรกก่อนเข้ารับการใช้บริการ เพราะเป็นทางเข้าและออก สถาปนิกได้ออกแบบลวดลายไทยให้ผู้ใช้บริการได้พบเห็นประสบการณ์ใหม่ โดยปกติกาลวดลายศาลาไทยที่มีความประณีตเมื่อสร้างเสร็จจะมีรั้วกันเพื่อป้องกันความเสียหายแต่ศาลาส่วนต้อนรับสุขสยามเปิดกว้างให้กับทุกคนที่ผ่านเข้าออกได้ชื่นชมสิ่งที่ผู้มาใช้บริการและสัมผัสกับศาลาไทยนี้จะได้เห็นการโหวงงานกระจก งานแกะสลัก งานปั้นลวดลาย งานฉลุปิดทองบนศาลา ลวดลายบนหน้าบันเป็นลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ประกอบด้วยการตกแต่งด้วยช้างเอราวัณสามเศียรอันเป็นการสื่อถึงว่าไอคอนสยามเกิดขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์

นอกจากนี้ยังมีลวดลายที่เป็นรายละเอียดเล็กๆ น้อยที่ใส่ลายรวงข้าวเพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความมั่งคั่ง ความเจริญงอกงามแห่งลุ่มน้ำเจ้าพระยาอันเป็นที่ตั้งของโครงการไอคอนสยาม (ภาพประกอบ 54)



ภาพประกอบ 53 ศาลาสุขสยาม ฝีมือการออกแบบคุณณัฐกฤต สุนทรวิรัตน์ โดยการตีความงานสถาปัตยกรรมไทยมาออกแบบร่วมสมัย

ที่มา: (ICONSIAM, 2019)

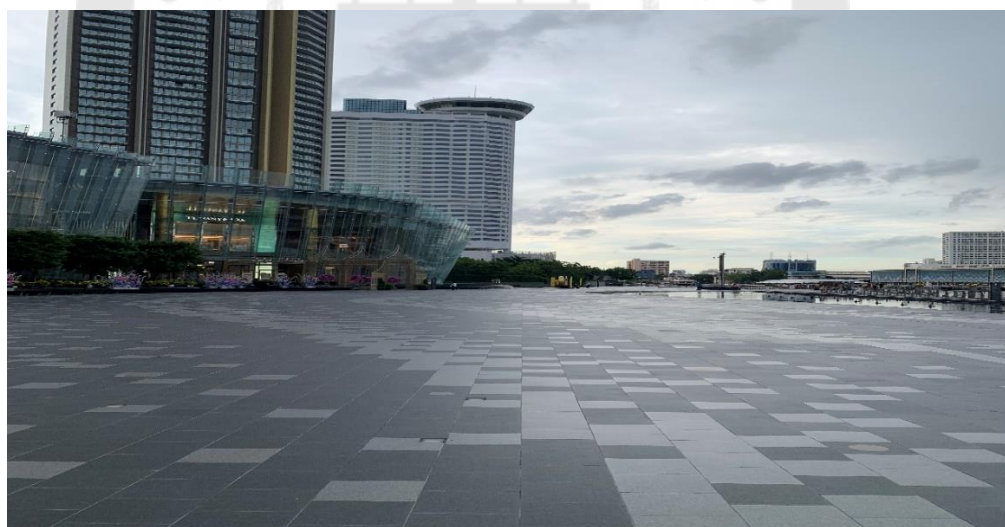
จากการดูทุนในการสร้างโครงการไอคอนสยาม จะเห็นว่าเป็นการรวมกลุ่มคนทำงานจากทุกสาขาอาชีพไม่ว่าจะเป็นนักธุรกิจ ผู้ประกอบการและคนในสาขาศิลปะและวัฒนธรรม มาทำงานอย่างสร้างสรรค์ ตามที่ Richard Florida นักเศรษฐศาสตร์สังคมชาวอเมริกัน ผู้ใช้คำว่า creative class เป็นคนแรก กล่าวว่า creative city ต้องมีกลุ่มคนที่เรียกว่า creative class คือคนที่มีความสามารถจากหลากหลายสาขาโดยเฉพาะในสาขาศิลปะผู้มีความคิดสร้างสรรค์ให้มารวมตัวกันอยู่ในเมือง สร้างงาน ผลิตผลงาน สร้างสถานที่ให้เป็นที่ที่กลุ่มนี้มาอาศัยแล้วเมืองก็จะเกิดการพัฒนากลายเป็นเมืองสร้างสรรค์อันนำมาสู่การพัฒนาในด้านเศรษฐกิจ ทุนที่กลุ่มคนกลุ่มนี้ใช้ในการผลิตผลงานจะเป็นทุนทางด้านวัฒนธรรมที่อยู่ในถิ่นที่เขาไปอาศัยโดยมีเครื่องมือในเรื่องความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อน

การใช้ทุนทางวัฒนธรรมทั้ง 2 ประการข้างต้นได้นำความภาคภูมิใจแก่คนทำงานโครงการไอคอนสยามเป็นอย่างมาก เพราะการทำงานทั้งหมดนั้นได้ผลตอบแทนกลับมาในสิ่งที่เป็นรูปธรรมคือการที่โครงการไอคอนสยามสามารถวาดรางวัลในระดับนานาชาติได้ถึง 13 รางวัลในสาขาต่างๆ อาทิ รางวัลการออกแบบพื้นที่ค้าปลีกขนาดใหญ่ยอดเยี่ยม หรือ Best Design of the

Year จาก World Retail Awards 2019 โดยสภาการค้าปลีกโลก รางวัลชนะเลิศ สาขาศูนย์การค้า ยอดเยี่ยม จากเวที MAPIC Awards 2019 เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส ศูนย์การค้ายอดเยี่ยมแห่ง ภูมิภาคเอเชียใต้และแปซิฟิกจาก Prix Versailles 2019 รางวัลศูนย์การค้าใหม่ยอดเยี่ยมในด้ว การทำการตลาดแบบ B2B ยอดเยี่ยม (สุขสยาม) การจัดงานเปิดตัวยอดเยี่ยมและการ ประชาสัมพันธ์ยอดเยี่ยม จาก ICSX Asia-Pacific Shopping Center Gold Award 2019 และ ล้ำสุดคือ VIVA Best-of-the-Best Awards 2020 ในฐานะโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อ การค้าปลีกที่ดีที่สุดในโลก ทำให้โครงการไอคอนสยามเป็นจุดสนใจแก่ผู้คนมาใช้บริการและเยี่ยม ชมโครงการก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในทางเศรษฐกิจให้กับโครงการและพื้นที่โดยรอบ

จุดเด่นในโครงการไอคอนสยามที่ทำให้ผู้คนสนใจและอยากมาเยี่ยมชมเป็นอย่างมาก แบ่งออกได้เป็นจุดสำคัญๆ ดังนี้

1. River Park Community Space เป็นพื้นที่จัดแสดงริมแม่น้ำเจ้าพระยา ขนาด 10,000 ตารางเมตร ที่ใช้เป็นพื้นที่สาธารณะเปิดให้ผู้คนได้มาใช้ประโยชน์เพื่อการพักผ่อน หย่อนใจและชมความงามบรรยากาศริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา (ภาพประกอบ 55)



ภาพประกอบ 54 River Space สถานที่จัดแสดงเพื่อสาธารณะประโยชน์แก่บุคคลทั่วไป

ที่มา : ผู้วิจัย

2. ระบายน้ำ เป็นกิจกรรมการจัดแสดงบริเวณ river park community เป็นระบายน้ำที่มีความยาวถึง 400 เมตรนับเป็นระบายน้ำที่ยาวที่สุดในอาเซียน ภายใต้ชื่อ

ICONIC Multimedia Water Features ถือเป็นการส่งเสริมและจุดประกายการท่องเที่ยวให้กับแม่น้ำเจ้าพระยา ถูกจัดให้เป็น Iconic Attraction ระดับโลกเทียบเท่า London Eye แห่งอังกฤษ หรือ Botanic Garden ที่ Marina Bay Sand แห่งประเทศสิงคโปร์ (ภาพประกอบ 56)



ภาพประกอบ 55 ระบายน้ำ สัญลักษณ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา

ที่มา: https://www.matichon.co.th/prachachuen/prachachuen-scoop/news_1352

313

3. เมืองสุขสยาม เป็นพื้นที่การการต่อยอดพัฒนาสินค้าชุมชนให้ก้าวสู่เวทีโลกเพื่อเป็นการตอบสนองต่อนโยบายภาครัฐไทยแลนด์ 4.0 ในการนำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการสร้าง Local heroes สู่ความเป็น Global heroes โดยการรังสรรค์สินค้าชุมชนท้องถิ่น 77 จังหวัดทั่วประเทศมาสร้าง platform ทางธุรกิจเพื่อให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล เป็นการสร้างมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4. ทรูไอคอนฮอลล์ เป็นศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ที่รวบรวมนวัตกรรมเพื่อเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสร้างเศรษฐกิจแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

5. รถไฟฟ้าสายสีทอง เป็นการพัฒนาการเชื่อมต่อเมืองขนาดใหญ่แบบครบวงจร ทั้งทางรถ เรือและราง ทำให้การพัฒนาในเชิงกายภาพสมบูรณ์เป็นการอำนวยความสะดวกและยกคุณภาพชีวิตของคนที่พักอาศัยแนวริมฝั่งเจ้าพระยาตามหลักการสร้างเมืองสร้างสรรค์

6. พิพิธภัณฑ์ระดับโลก “ริเวอร์มิวเซียม แบงค็อก” เป็น Cultural Space in Commercial Project เป็นการสร้างพื้นที่การจัดแสดงด้วยมาตรฐานสากลในพื้นที่ที่เป็นการค้าสามารถรองรับการจัดแสดงงานศิลปะอันล้ำค่าจากทั่วโลกและมีการหมุนเวียนการจัดแสดงทำให้ผู้คนเข้าถึงและเรียนรู้งานศิลปะได้ง่ายขึ้น

7. ปรากฏการณ์รวมโลกในรอยไทย เป็นที่รวบรวมผลงานศิลปะในทุกแขนงของไทยและต่างชาติในพื้นที่ที่เป็น commercial project จะสามารถดูงานศิลปะจากศิลปินที่มาร่วมออกแบบตกแต่งให้ไอคอนสยามมีความโดดเด่น ศิลปะไทยได้รับการต่อยอดสู่เวทีโลกเมื่อผู้คนได้มาสัมผัสศิลปะไทย เช่นเสาศิตรกรรมจากสี่ภาค ธงราวสุขสยาม รูปปั้นผีตาโชน กระดังง์ใหม่ ร่วมก่อสร้างประทีปต้นผึ้ง เสาประดับกรงนกและหนังตะลุง เป็นต้น

ทั้งหมดนี้เป็นการสร้างพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมไทยสู่เวทีสากล เป็นการยกระดับคุณค่าของศิลปะและวัฒนธรรมไทยที่ใช้เป็นทุนในการสร้างมูลค่าเพิ่มนำความสำคัญสู่แนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม

1.4 หอศิลป์กมล ทัศนาศิลป์

อาจารย์กมล ทัศนาศิลป์ ศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ (จิตรกรรมและสื่อผสม) ประจำปีพุทธศักราช 2540 หอศิลป์บ้านอาจารย์กมล ทัศนาศิลป์ ตั้งอยู่ที่ 111/1 ซอยเทียมบุญยัง ถนนเจริญนคร แขวงคลองตันใหม่ เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร 10600

ความโดดเด่นของงานศิลปะของอาจารย์กมล นั้นเป็นการรวบรวมภูมิปัญญาทางด้านศิลปะของไทยเข้าไว้กับสิ่งที่เป็นตะวันตก อาจารย์กมลจึงได้รับขนานนามว่า “ศิลปินแห่งสองซีกโลก” เพราะการที่เป็นศิลปินไทยที่ศึกษาแล้วเรียนศิลปะจากภูมิปัญญาไทยผสมกับรูปแบบศิลปะสากลซึ่งการศึกษาศิลปะในแบบนี้จะเป็นการสร้างงานที่เป็นรูปแบบที่เป็นสากลและเป็นศิลปะร่วมสมัยอย่างแท้จริง

อาจารย์กมล ได้ไปศึกษาและใช้ชีวิตในการทำงานศิลปะในโลกตะวันตกโดยการนำความรู้จากตระกูลช่าง “สิบหมู่” อันเป็นงานศิลปะของไทยเป็นรากแก้ว เป็นวัตถุดิบที่อาจารย์ใช้ในการผสมเข้ากับงานศิลปะที่เป็นชีวิตจริงของผู้คนในสังคม จึงทำให้งานศิลปะร่วมสมัยของอาจารย์กมลได้รับการยกย่อง และเป็นแนวทางที่โดดเด่นแสดงออกถึงจิตวิญญาณความเป็นตะวันออกในสื่อตะวันตกได้เป็นอย่างดี ในทัศนะเรื่องการทำงานศิลปะของอาจารย์กมลได้กล่าวไว้ว่า “ข้าพเจ้าเป็นศิลปินที่ยังสนุกสนานกับการทำงานศิลปะ สร้างสรรค์ในสื่อต่างๆ จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ สื่อผสมศิลปะกับสิ่งแวดล้อมและ ceramic ทำงานศิลปะได้ในที่คับแคบบนเครื่องบิน รถ ในการเดินทางและทำงานศิลปะได้ในที่กว้างใหญ่ไพศาล ทะเลทราย ภูเขา หิมะ” (ภาพประกอบ 57)



ภาพประกอบ 56 อาจารย์กมล กับทัศนคติมุมมองแง่คิดในการทำงาน

ที่มา : อ.ชาลี สดประเสริฐ

ทุนที่ใช้ในการสร้างพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมของหอศิลป์กมล ทัศนัญชลี แบ่งออกได้เป็น 2 ประการ คือ

ทุนในด้านทำเลที่ตั้ง อาจารย์กมล เป็นคนที่เกิดในพื้นที่ที่หอศิลป์กมลตั้งอยู่ จากการสัมภาษณ์ อาจารย์กมล ทัศนัญชลี ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2564 อาจารย์ได้บอกว่หอศิลป์แห่งนี้สร้างในพื้นที่ที่เป็นบ้านเกิดอาจารย์เอง พื้นที่ตรงนี้ทำเป็นสตูดิโอเพื่อทำงานด้านศิลปะมาตั้งแต่สมัยที่เป็นนักศึกษาเพาะช่าง เมื่อเรียนจบในปี 2507 ได้ขยายพื้นที่นี้ให้ใหญ่ขึ้นเพื่อใช้เป็นที่สอนศิลปะให้กับชาวไทยและชาวต่างชาติจนถึงปี พ.ศ. 2511 ก่อนที่จะได้รับทุนไปศึกษาต่อต่างประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2512 อาคารที่เห็นในปัจจุบันเป็นอาคาร 3 ชั้นที่ได้รับการต่อเติมให้เป็นหอศิลป์กมลในปัจจุบัน อาจารย์กมลได้สร้างหอศิลป์ในที่ที่เป็นบ้านเกิดของตนเองเพราะอยากให้พื้นที่ตรงนี้เป็นแหล่งเรียนรู้ว่าบริเวณนี้เป็นถิ่นกำเนิดของศิลปินซึ่งไปสอดคล้องกับสิ่งที่ อาจารย์ชาลี สดประเสริฐ ซึ่งมีถิ่นกำเนิดในบริเวณเดียวกันและเป็นคนในแวดวงคลองตันไทร ได้เล่าว่าพื้นที่ในบริเวณนี้แต่เดิมเป็นสวน มีบ้านเรือนอยู่เพียงแค่มีกี่หลังคาเรือน โดยมีถนนหลักซึ่งคือถนนเจริญราษฎร์อยู่ด้านหน้าชุมชน ซึ่งในปัจจุบันเป็นแหล่งอุตสาหกรรมเครื่องหนัง แหล่งวัตถุดิบและโรงเรียนสอนการทำเครื่องหนังที่เป็นที่รู้จักกันในวงการอุตสาหกรรมเครื่องหนัง อาจารย์ชาลีและชาวบ้านในคลองตันไทรได้เล่าว่ากลุ่มคนที่เข้ามาประกอบอาชีพการทำ

เครื่องหนังเป็นพ่อค้าชาวจีนที่ย้ายถิ่นฐานมาจากน่าจะเป็นทางฝั่งวังบูรพาเพื่อมาประกอบอาชีพในบริเวณนี้เมื่อไม่นานมา คาดคะเนว่าน่าจะย้อนกลับไปได้ราว 20 -30 ปีที่ผ่านมา เพราะเมื่อแรกเกิดจนโตอาจารย์ไม่เห็นอุตสาหกรรมเช่นนี้เคียงคู่กับชุมชนคลองต้นไทรแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการทำเครื่องหนังในบริเวณก็ได้เจริญเติบโตจนเป็นที่รู้จักในวงกว้างและกลายมาเป็นงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงในเขตคลองสานในเวลาอันสั้น คนในพื้นที่คลองต้นไทรส่วนมากทำงานด้านศิลปะรับจ้างและทำงานศิลป์ต่างๆ จึงเป็น “ย่านศิลปิน” แบบพื้นบ้านอย่างแท้จริง ดังปรากฏในชื่อเรียกของคนในท้องถิ่นว่า ตาวาดบ้าง ตาเขียนบ้าง ซึ่งทำงานเป็นนักวาดรูปควบคู่กับการทำสวน นอกจากนี้บรรพบุรุษของอาจารย์ชาติและอาจารย์กมล (เป็นปู่ของอาจารย์ชาติและเป็นตาของอาจารย์กมล) ยังได้ทำงานในกรมช่างมหาดเล็ก กระทรวงมรุธา (กระทรวงวัง พ.ศ. 2454) มีตำแหน่งเป็น “หมื่นชำนาญกิจ” ชื่อเดิมว่า จ่านายสิบสง่า สดประเสริฐ ที่ได้ฝากผลงานการวาดรูปจิตรกรรมฝาผนังห้องที่ 154 “เสร็จศึกแล้ว พระพรตยกพลกลับศรีอยุธยา” ไว้ในวิหารวัดพระศรีศาสดารามหรือที่เรารู้จักกันว่าวัดพระแก้ววัดคู่บ้านคูเมืองแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ (ภาพประกอบ 58) อาจารย์ชาติยังได้เล่าต่อไปอีกว่า บริเวณที่ตั้งหอศิลป์กมล เมื่อก่อนมีแต่ต้นลำพูและด้วยทำเลที่ตั้งอยู่ทางด้านใต้ของแม่น้ำเจ้าพระยา คนในแถบนี้คือคนในย่านคลองต้นไทรจึงเรียกบริเวณนี้ว่า บางลำพูล่าง ซึ่งก็คือเขตคลองสาน จังหวัดธนบุรีในอดีต โดยมีบางลำพูบนอยู่ทางเหนือซึ่งในปัจจุบันคือเขตบางลำพูแถวสนามหลวงที่เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดี อาจารย์ชาติ ได้เล่าว่าบริเวณนี้มีลูกลำพูเยอะ จึงอาจสันนิษฐานว่าทางการจึงเรียกบริเวณนี้ว่าบางลำพูล่าง เมื่อสมัยที่อาจารย์ยังเป็นเด็ก เคยว่ายน้ำ พายเรือ เขียบดินโคลนพบรากต้นลำพูดำทำอยู่บ่อยๆ กลางคืนจะมีหิ่งห้อยบินทั่วไปเพราะระบบนิเวศน์ยังดีอยู่มาก มีเลื้อกสวน (เบ็ญจพันธุ์) แต่ในปัจจุบันบ้านเมืองต้องพัฒนาทำให้สิ่งต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปตามเวลา



ภาพประกอบ 57 หมื่นช่างชำนาญกิจ ต้นตระกูลอาจารย์ชาติ สดประเสริฐและเป็นศิลปินที่อยู่ใน
เขตคลองสาน

ที่มา : อ.ชาติ สดประเสริฐ

ทุนประการที่ 2 ในการสร้างพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ ได้แก่ ทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ นั่นคือความสามารถและผลงานของตัวอาจารย์เอง ทุนทางด้านทรัพยากรมนุษย์นับเป็นทุนที่สำคัญอย่างมาก

2. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในการใช้ทุนทางวัฒนธรรมของโครงการที่เกิดขึ้นในเขตคลองสานต่อโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรมและ แบบแผนในการดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่

การเกิดขึ้นของโครงการต่างๆ ในพื้นที่เขตคลองสานไม่อาจปฏิเสธได้ว่านำการเปลี่ยนแปลงมาสู่ชุมชนไม่มากนักน้อย จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ชุมชนที่อยู่รอบโครงการที่ศึกษาได้ผลการศึกษาโดยสามารถแบ่งออกเป็นชุมชนต่างๆ ได้ดังนี้

โครงการเดอะแจมแพคตอรี

จากการเกิดขึ้นของโครงการเดอะแจมแพคตอรี เป็นการเกิดขึ้นของผู้ประกอบการจากภายนอกไปสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับสิ่งที่มีอยู่เดิมในท้องที่ จึงมีภาพสะท้อนผลกระทบในด้านการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นกับชุมชนในทัศนะของผู้ประกอบการและในส่วนของชุมชนเอง

ส่วนของผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นคนจากนอกพื้นที่ที่มีปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจดังที่ได้นำเสนอในข้างต้นทำให้จำเป็นต้องย้ายตนเองเข้ามาอยู่ในพื้นที่แห่งนี้ ด้วยความที่เป็นบุคคลที่ทำงานเกี่ยวข้องกับงานด้านศิลปะจึงมีความคิดสร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยนชุมชนที่

ตนเองเข้าไปอยู่ทั้งในเชิงกายภาพอันได้แก่ การปรับปรุงอาคารพื้นที่อยู่อาศัยของตนเองและในเชิงจิตวิญญาณของความเป็นชุมชน ในเชิงกายภาพผู้ประกอบการได้ใช้สถานที่ ประวัติความเป็นมาของอาคารเป็นทุนในการขับเคลื่อนหรือเป็นวัตถุดิบในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวโครงการดังที่ได้นำเสนอไปในหัวข้อทุนทางด้านวัฒนธรรมข้างต้น ในส่วนของผลกระทบกับชุมชนจึงจะขอนำเสนอผลกระทบในส่วนจิตวิญญาณของความเป็นชุมชน

คุณพาดิน รัชตสกุล ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การเข้ามาอยู่ของโครงการเดอะแจมแพค คือเป็นการนำความคิดสร้างสรรค์มาใส่เพิ่มให้พื้นที่ โดยการสร้างให้เป็นคอมมูนิตี้ของคนในแบบที่เราเป็นและที่เราอยากอยู่ด้วย ดังนั้นการเข้ามาอาศัยในพื้นที่นี้เป็นที่ตั้งของโครงการเปรียบเสมือนการย้ายไปในห้องเปล่าแล้วตกแต่งให้กลายเป็นที่ที่เป็นเราแล้วทำให้คนที่แบบเราดูเข้าและกลายเป็นส่วนหนึ่งของคอมมูนิตี้เรา การเข้ามาของโครงการได้ศึกษาและพบว่า ในพื้นที่บริเวณนี้แต่ก่อนไม่สู้จะมีความเจริญมากนัก ใช้เป็นที่พักอาศัย ทางสัญจรทางน้ำที่เป็นจุดเชื่อมต่อทางฝั่งกรุงเทพฯกับฝั่งธนบุรีโดยมีท่าเรือสี่พระยาในฝั่งกรุงเทพฯมาขึ้นที่ท่าเรือคลองสานในฝั่งธนบุรีแล้วเดินทางต่อไปในจุดอื่นๆของฝั่งธนบุรี แต่เราพบว่าในย่านนี้มึงงานฝีมืองานช่างอยู่มากมายเพียงแต่ไม่ได้ถูกสนใจพูดถึงในมุมที่เป็นงานสร้างสรรค์ เราเข้ามาเพื่อสร้างคอมมูนิตี้และนำความคิดในเชิงสร้างสรรค์มาใช้เพื่อทำให้งานศิลปะในพื้นที่มีความเด่นชัด เป็นการยกระดับงานด้านศิลปวัฒนธรรมให้เด่นชัด โดยภาพรวมเราเชื่อว่าทำให้ส่งผลกระทบต่อชุมชนในทางที่ดีขึ้น ทางโครงการพยายามต่อยอดประวัติความเป็นมาของพื้นที่นี้โดยมองว่าพื้นที่นี้จะสามารถเดินไปในทิศทางใดได้บ้าง โดยใช้จินตนาการ คุณดวงฤทธิ์ เจ้าของโครงการ มองว่าพื้นที่ตรงนี้ยังสามารถเป็นอะไรได้อีกมากมาย เป็นการรวบรวมเรื่องราวในอดีตเช่นโกดังเก่ามาทำใหม่ให้มีความทันสมัยเป็นการบอกรากเหง้าของอดีตในแง่งานสถาปัตยกรรมผสมผสานกับการใช้พื้นที่ในโครงการที่ยังมีพื้นที่ว่างให้กลายเป็น community space และ art space ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบ (Transformation)”

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจึงเกิดตลาดงาน craft ภายใต้โครงการที่ชื่อว่า The knack market ขึ้นโดยการดูว่าคนในชุมชนเขาขายอะไรในปัจจุบัน โครงการจึงได้เชิญธุรกิจชุมชนเข้ามาอยู่ในพื้นที่ของทางโครงการโดยการที่ทางโครงการจะออกแบบพื้นที่ในกับทางธุรกิจที่อยู่ในพื้นที่เพราะการที่นำธุรกิจเดิมมาเปลี่ยนที่แสดงสินค้าของตนเองทางโครงการเชื่อว่าจะทำให้ mood and tone ของสินค้าแบบเดิมมีคุณค่าเพิ่มขึ้นซึ่งจะเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการ คุณพาดิน ได้ยกตัวอย่างร้านขายอาหารประเภทส้มตำที่มีอยู่เดิมในพื้นที่โดยรอบเพียงผู้ประกอบการย้ายที่ขายอาหารก็จะทำให้ความรู้สึกที่กล่าวมาข้างต้นในเรื่องของ mood and tone ของสินค้า

เปลี่ยนไปทันที กิจกรรมเช่นนี้เริ่มทำในช่วงแรกและต่อมาเมื่อมีเสียงตอบรับเป็นอันดีกิจกรรมในลักษณะที่เป็นเรื่องของงาน craft งานที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ งานออกแบบ งานดีไซน์ก็ได้ขยายเป็นวงกว้างไปสู่ภายนอกชุมชน ในการจัดให้มีตลาด craft เช่นนี้ยังได้เปิดโอกาสให้มีเวทีการแสดง (Performance Art) เพื่อให้ศิลปินได้มีพื้นที่ในการแสดงออกในด้านศิลปการแสดงอีกด้วย เช่น มีการจัดละครเวทีโดยร่วมมือกับเครือข่ายเช่นค่ายสนามหลวงนำศิลปินที่ไม่เป็นที่รู้จักมาจัดแสดงเพื่อเป็นการโปรโมทนักแสดงหน้าใหม่ เป็นต้น

ส่วนชุมชน ที่เป็นร้านค้าและบ้านพักอาศัยบนถนนส่วนบุคคลด้านหน้าโครงการ เดอะแจมแพคเตอร์เอง ได้รับคำตอบว่าเป็นโครงการที่ดี มีการจัดกิจกรรมต่างๆ มากมายทำให้มีคนเข้ามาในพื้นที่และพื้นที่กลายเป็นที่รู้จักของคนภายนอกมากขึ้น และเมื่อถามว่าได้รับประโยชน์อย่างไรและทำให้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปบ้างหรือไม่อย่างไรให้ผู้สัมภาษณ์ตอบว่าประโยชน์โดยตรงคงไม่ได้รับผลโดยตรงมากนักเพราะไม่ได้มีส่วนไปเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทางโครงการทำ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปคือมีคนมาในพื้นที่มากขึ้นและรู้สึกว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพเปลี่ยนแปลงไปตลอดจนได้พบเห็นผู้คนที่เข้ามาในพื้นที่เป็นบุคคลทางศิลปะและผู้ที่สนใจในกิจกรรมที่ทางโครงการจัดขึ้น คนที่เข้ามาในพื้นที่จึงเป็นกลุ่มคนเฉพาะที่สนใจเท่านั้น ชีวิตความเป็นอยู่ของคนที่อยู่บริเวณด้านหน้าของโครงการซึ่งเป็นถนนส่วนบุคคลเป็นบ้านพักอาศัยที่มีสมาชิกทำงานภายนอกชุมชนที่หาเช้ากินค่ำ เดินทางไปทำงานเช้าและกลับมาพักในตอนค่ำ คนในพื้นที่ได้มีโอกาสเข้าใช้บริการได้พบว่าม้งงานศิลปะมากมายมาจัดแสดงแต่ไม่แน่ใจว่างานที่จัดแสดงเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมทั้งหมดในบริเวณคลองสานหรือไม่ แต่อาหารที่มีขายในโครงการเวลาจัดกิจกรรมเป็นอาหารแบบสมัยใหม่เช่น มันฝรั่งทอด เป็นต้น ซึ่งคิดว่าไม่ใช่เป็นอาหารที่เป็นต้นตำรับของคนในชุมชน โดยภาพรวมแล้วคนที่อยู่ในบริเวณที่ใกล้ชิดกับโครงการเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นคือ พื้นที่ที่เคยเงียบสงบนั้นได้รับความสนใจจากบุคคลภายนอกทำให้มีคนเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น บริเวณที่ต้นอาศัยอยู่ได้เปิดโอกาสต้อนรับคนภายนอกและเป็นที่รู้จัก สภาพแวดล้อมมีความสวยงามในเชิงกายภาพที่อาคารร้างได้รับการปรับปรุงให้สวยงาม แต่นั่นไม่ได้มีผลในด้านการดำเนินชีวิตหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ แก่ชุมชนและมองว่าประโยชน์น่าจะเกิดกับผู้ใช้บริการมากกว่า

โครงการล้ง 1919

ส่วนผู้ประกอบการ พื้นที่ล้ง 1919 เป็นพื้นที่ของเอกชน ผู้ประกอบการเป็นผู้ริเริ่มทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ของตนนำมาซึ่งการยกระดับการพัฒนาพื้นที่ของตนเองในเกิดผลในทางเศรษฐกิจในเชิงการพัฒนาด้านอสังหาริมทรัพย์ เกิดการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์และ

เป็นการนำพื้นที่ตนเองในด้านประวัติความเป็นมาความสัมพันธ์ไทย-จีนออกสู่สาธารณะทำให้ภาคประชาชนได้เรียนรู้เรื่องราวในอดีตของพื้นที่ ในเชิงงานศิลปวัฒนธรรมที่มีทุนทางวัฒนธรรมทั้งทางด้านอาคารสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีงามของสองวัฒนธรรมและการเชื่อมโยงความสัมพันธ์อันดีงามผ่านศิลปวัฒนธรรมที่ทางโครงการได้นำมาเป็นตัวขับเคลื่อนการส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ในโครงการ ไม่ว่าจะการจัดกิจกรรมต่างๆ ดังที่ได้นำเสนอในผลการวิจัยข้างต้นในเรื่องการใช้ทุนวัฒนธรรม

ส่วนชุมชน การสัมภาษณ์ชุมชนหลังวิทยาลัยสารพัดช่างธนบุรี ซึ่งเป็นชุมชนที่เป็นบ้านพักอาศัยและร้านค้าที่อยู่บริเวณรอบโครงการล้ง 1919 ซึ่งตั้งอยู่บนถนนเชียงใหม่บริเวณใต้ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้คนในชุมชนซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1. ด้านวัฒนธรรม คนในชุมชนแถบถนนเชียงใหม่เป็นคนจีนแต่จิวเป็นส่วนมากหลังชุมชนถัดเข้าไปข้างในหลังชุมชนจีนแห่งนี้จะเป็นชุมชนคนไทยโดยเป็นที่ตั้งของวัดทองธรรมชาติ ชุมชนบริเวณนี้จึงเป็นการอยู่ร่วมกันของคนไทยและคนจีน เนื่องจากเป็นชุมชนจีนจึงมีงานประเพณีการเล่นจิวเป็นประจำทุกปีเนื่องจากที่สุุดซอยถนนเชียงใหม่มีศาลเจ้าจีนอีกหนึ่งแห่ง บ้าฮอน หรือบ้าบ้วยแม้งซึ่งเป็นชื่อจีน เป็นคนที่เกิดที่นี่ เป็นผู้ดูแลศาลเจ้าหม่าโจ้วมีพ่อแม่ทำงานและเช่าที่ของโครงการล้งเป็นที่พักอาศัยจนถึงเวลาที่ต้องออกจากโครงการเมื่อเริ่มมีการบูรณะล้ง ได้แล้วว่า แต่เด็กมีการแสดงจิวเพื่อเป็นการสัการะแด่เจ้าแม่ทับทิมกลืนท่ามกลางกลืนตลบอบอวลจากอุตสาหกรรมปลาเค็มและการทำปลาหู แต่ผู้คนก็ไม่ได้รู้สึกอะไร การแสดงจิวในอดีตคนในชุมชนเล่าว่าจะมีการปิดถนนเป็นเวลาหลายวันหลายคืนและการแสดงจิวก็เป็นการกวางจอบบนบาทวิถีนี้โดยการแสดงจิวไม่ได้มีการจัดรูปแบบให้เป็นระเบียบ แต่หลังจากมีการปรับปรุงโครงการล้ง 1919 ทางหน่วยงานราชการซึ่งได้แก่เขตคลองสานได้เข้ามาจัดระเบียบให้ทำการแสดงให้ไม่กีดขวางการจราจรเช่นแต่ก่อน คนในชุมชนรู้สึกว่เสน่ห์ของการเล่นจิวที่ครึกครื้นจึงลดลงไปบ้างเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต

2. ด้านสังคม ในอดีตถนนเชียงใหม่เป็นที่ผู้คนมาพบปะสังสรรค์กัน จากการบอกเล่าของ บ้าฮอน คนในชุมชนจะมาคุยกันตอนเย็นๆ ด้วยภาษาจีนแต่จิวอย่างเนืองแน่น ถ้ามได้ถึงเรื่องชีวิตประจำวันเช่น ทำอาหารอะไรกินกันบ้างในครัวเรือน แต่ในปัจจุบันคนรุ่นใหม่ไม่ได้ออกมาพูดคุยกันแล้วและจากการสัมภาษณ์บ้าฮอนได้เล่าว่าคนจีนที่เคยอยู่ที่นี้ได้ย้ายออกไปอยู่ที่อื่นกันเสียเป็นส่วนใหญ่ ทำให้พื้นที่บริเวณนี้ที่เคยเป็นที่ชุมนุมลอบทบาทหลงและผู้คนสมัยปัจจุบันไม่ค่อยออกมาสังสรรค์กันเช่นในอดีตมักเก็บตัวอยู่ในบ้านพักของตนเอง การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ทำให้บ้าฮอนบอกว่ารู้สึกเสียตายความรู้ภาษาจีนที่เคยใช้พูดคุยกันในบริเวณนี้ หลายๆ ครั้งเมื่อได้พบ

เจอเพื่อนเก่าเคยปรารภกันว่าลืมนภาษาจีนบางคำกันไปแล้วว่าคำศัพท์ในภาษาจีนบางตัวเรียกว่าอะไร ส่วนร้านค้าที่อยู่รอบๆ ตามตรอกซอกซอยได้บอกว่าวิถีชุมชนทั้งการละเล่นและความสัมพันธ์เชิงสังคมตลอดจนการค้าขายได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากแต่สิ่งที่ได้รับกลับคืนมาคือเรื่องความเจริญทางด้านวัตถุไม่ว่าจะเป็นการจัดระเบียบในชุมชน การคมนาคม เป็นต้น ซึ่งคนในชุมชนยอมรับกับการเปลี่ยนแปลงกับสิ่งเหล่านี้ได้และบอกว่าทุกอย่างคงต้องเป็นไปตามกาลเวลา

ในด้านสังคมอีกประการหนึ่งหนึ่งคือการจัดระเบียบในแถบถนนเชียงใหม่ได้มีการปรับปรุงสภาพการจราจรให้เป็นระเบียบมากขึ้น จากการบอกเล่าของคนในชุมชน ในอดีตไม่ค่อยมีผู้คนจากภายนอกเข้ามามากนัก เมื่อโครงการล้งเปิดดำเนินงานมีคนเข้ามาเยี่ยมชมโครงการมากขึ้นทำให้การจราจรเริ่มหนาแน่นมากขึ้น ในอดีตไม่มีการจัดระเบียบการจราจรหรือการกำหนดเขตค้าขายที่เคร่งครัด แต่เมื่อมีคนจากภายนอกมากขึ้นการจัดระเบียบในทางกายภาพจากหน่วยงานราชการก็เริ่มเคร่งครัดและเป็นรูปแบบที่เป็นสากลไม่กีดขวางการสัญจรของคนในสวนรวมเช่นในอดีต

3. ในด้านการค้าขายคนในชุมชนกล่าวว่าในอดีตที่บริเวณนี้ยังคงใช้เป็นท่าเรือการค้าขายจะดีกว่าในปัจจุบันเป็นอย่างมากเพราะมีผู้คนที่เดินทางไปมาอยู่เป็นประจำ แต่ในปัจจุบันการค้าขายในแถบนี้ซบเซาลงไปอย่างมาก ประกอบกับมีการจัดระเบียบดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ร้านค้าที่เคยขายของริมทางเดินไม่สามารถขายของได้เหมือนในอดีตเพราะเป็นการกีดขวางทางสัญจรของผู้ใช้ถนนแต่อย่างไรก็ตามจากการสอบถามร้านค้าเดิมกล่าวว่าหน่วยงานรัฐได้มีการผ่อนผันให้ขายได้บ้างเป็นช่วงเวลาและต้องไม่กีดขวางการสัญจรทางทางของผู้ใช้ถนน

โครงการดีไอคอนสยาม

โครงการไอคอนสยามเป็น mega project ที่มีเม็ดเงินลงทุนมากถึง 54,000 ล้านบาท และในปัจจุบันเป็นแลนด์มาร์คแห่งใหม่ในการจัดงานเฉลิมฉลองเทศกาลและประเพณีต่างๆ ที่สำคัญของคนไทยในพื้นที่เขตฝั่งธนบุรีเคียงข้างกับพื้นที่ในเขตฝั่งกรุงเทพมหานคร ภายใต้ชื่อเมืองแห่งความรุ่งโรจน์อันเป็นนิรันดร์บนฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ด้วยการลงทุนที่สูงลิบขนาดนี้และเป็นแลนด์มาร์คสำคัญแห่งใหม่เคียงคู่อุกรุงเทพมหานคร คงปฏิเสธไม่ได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นย่อมมีผลกระทบต่อชุมชนไม่มากก็น้อย

คุณสุพจน์ ชัยวัฒน์ศิริกุล กรรมการผู้จัดการบริษัท ไอคอนสยาม ได้ให้ทัศนคติของการเข้ามาอยู่ร่วมกับชุมชนที่เป็นที่ตั้งของไอคอนสยามไว้ว่า การเข้ามาในการทำธุรกิจของไอคอนสยามต้องมองมิติในหลายด้าน เช่นมิติของชุมชน มิติของการอยู่อาศัย และมิติในการทำ

ธุรกิจ การเข้ามาของไอคอนสยามต้องเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับคนรอบข้าง จากทัศนะดังกล่าว ทำให้เราทราบว่า ไอคอนสยามไม่ได้คำนึงถึงการทำธุรกิจแต่ยังคำนึงถึงด้านสังคมและวัฒนธรรมด้วย

ส่วนคุณป้า สมสุข สมทรง ประธานชุมชนมัสยิดสุวรรณภูมิ เป็นชุมชนชาวมุสลิมที่อยู่ใกล้กับโครงการไอคอนสยาม มีประชากรราว 80% เป็นคนมุสลิมที่สืบเชื้อสายมาจากคนมุสลิมในสมัยกรุงศรีอยุธยาและอีกราว 20% เป็นชาวพุทธและชาวจีนที่อพยพเข้ามาอยู่ร่วมกับชุมชนมุสลิมในพื้นที่นี้ ได้แสดงความคิดเห็นว่าการเกิดขึ้นของโครงการไอคอนสยามเป็นการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดด ทำให้ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุง เช่น การเก็บขยะในชุมชน เนื่องจากเป็นชุมชนที่อยู่ริมน้ำมีบ้านเรือนที่ได้อาคารพักอาศัยยกสูงทำให้เศษขยะลอยมาติดใต้อาคารพักอาศัย งานประเพณีประจำปีของชุมชนได้เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานจากโครงการไอคอนสยามมาดูแลและช่วยเหลือทำให้การจัดกิจกรรมต่างๆ เป็นไปอย่างราบรื่น เป็นต้น

ในส่วนภาคเอกชนอื่นๆ เช่น นาวาโทปริญญา รักวาทิน (ICONSIAM, 2019) ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อี สมาร์ท ทราเวลสปอร์ต จำกัด ผู้ให้บริการเดินเรือโดยสารไฟฟ้า MINE Smart Ferry ซึ่งให้บริการเรือโดยสารจากท่าหน้านนทบุรีสู่ใจกลางกรุงเทพมหานคร เชื่อมโยงการเดินทางแบบไร้รอยต่อและเป็นประธานสมาคมการท่องเที่ยวลุ่มน้ำเจ้าพระยา ได้ให้ทัศนะการที่ไอคอนสยามเปิดให้บริการทำให้เกิดการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจจากกลุ่มทุนใหญ่ ทำให้เกิดเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดรายได้ไม่น้อยกว่า 2-3 หมื่นล้านบาทต่อปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการไอคอนสยามเป็นโครงการริมแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติอย่างแน่นอนซึ่งไปสอดคล้องกับความตั้งใจของผู้คิดริเริ่มโครงการริมน้ำเจ้าพระยาแห่งนี้ว่า “ต้องการให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยเพราะการที่ไอคอนสยามเปิดจะเป็นการสร้างงานให้กับภาคธุรกิจได้ไม่ต่ำกว่า 300,000 อัตราในระยะเวลา 5 ปี นับเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนให้ชาวโลกรู้” เป็นคำยืนยันจากการสัมภาษณ์ คุณณชฎาทิพย์ จุตระกูล (ICONSIAM, 2019) นั่นเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่ที่เคยถูกปล่อยร้างไว้มานานจะกลับมีมูลค่าทางเศรษฐกิจอีกครั้งด้วยความคิดสร้างสรรค์ของกลุ่มนายทุน คนที่มาพร้อมสร้างงานที่ใช้ทุนทางศิลปวัฒนธรรมขับเคลื่อนโครงการให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมขึ้น

อย่างไรก็ตามปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นย่อมความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป ในเรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยบริเวณใกล้เคียงที่เป็นผู้ประกอบการรายเล็กๆ และชาวบ้านที่อาศัยอยู่บนถนนเจริญนคร1-10 ที่เป็นถนนหลัก ได้ให้ทัศนะสรุปได้ว่า การเกิดขึ้นของไอคอนสยามนำความเจริญทางด้านกายภาพมาสู่ชุมชนริมน้ำจริง

เช่น การมีรถไฟฟ้าสายสีทองเข้ามาในพื้นที่ทำให้การเชื่อมโยงในเรื่องการคมนาคมทั้งทางบก เรือ และรางเชื่อมต่อกัน เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการจัดการพื้นผิวการจราจร กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ได้เล่าเป็นเอกฉันท์ว่าก่อนมีโครงการไอคอนสยามการจราจรบริเวณนี้ไม่เคยติดขัด ผู้ขับที่สามารถจอดรถริมทางได้อย่างอิสระ เมื่อโครงการไอคอนสยามเกิดขึ้นการจอดรถแบบฟรีสไตล์เป็นสิ่งต้องห้าม ทุกคนต้องปฏิบัติตามหลักการจราจรสากล การค้าขายที่เคยขายได้ดีก็ขายได้น้อยลงเพราะผู้ให้บริการไม่สามารถจอดรถริมทางได้อีกต่อไป นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เสริมว่าจิตวิญญาณความเป็นชุมชนแบบไทยๆ ที่เจียบสงบ สภาพภูมิทัศน์ เช่นต้นไม้ใหญ่ ได้ถูกโค่นลงเพื่อนำพื้นที่มาใช้สร้างสาธารณูปโภคเพิ่มเติม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ชาวบ้านรอบๆ รู้สึกเสียดาย แต่สิ่งที่ได้กลับคืนมาคือความเจริญทางด้านวัตถุและคลองสถานกลายมาเป็นพื้นที่ที่คนรู้จักมากกว่าที่จะเป็นรอยต่อจากฝั่งกรุงเทพมหานครมาฝั่งธนบุรีโดยท่าเรือสำคัญทางฝั่งสี่พระยาและท่าสาทร โดยผู้ให้ข้อมูลเป็นร้านค้าที่ประกอบธุรกิจด้านอาหารคาวและหวาน ผู้ค้าได้นำเสนอข้อมูลว่าในช่วงระยะเวลางานวิจัยเล่มนี้กำลังดำเนินอยู่เป็นช่วงเวลาที่เกิดการระบาดของโรคระบบทางเดินหายใจ COVID-19 ผู้ประกอบการได้เห็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมการใช้จ่ายในเรื่องการซื้อหาอาหารที่มีการใช้บริการ delivery อาหาร ผู้ค้า 1 ในจำนวนนี้ได้บอกกับผู้วิจัยว่ายอดการซื้ออาหารในช่วงดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นเพราะข้อจำกัดในภาวะฉุกเฉินที่ห้ามการเดินทางออกจากครัวเรือน แต่ในขณะเดียวกันทำให้ราคาของอาหารมีราคาแพงขึ้นเพราะผู้ให้บริการมีการเรียกเก็บค่าบริการกับทางร้านค้า เจ้าของธุรกิจรายนี้เป็นร้านอาหารที่เป็นรู้จักในย่านนี้ไม่ได้ใช้บริการ delivery เพราะเห็นว่าเป็นการผลักภาระไปให้ผู้บริโภคจึงยังขายในราคาเดิม และไม่ใช้บริการ delivery ที่มาในรูปแบบของบริษัทแต่เลือกใช้บริการส่งอาหารด้วยรถเครื่องที่มีบริการในชุมชนระแวกนั้นแทนโดยไม่เพิ่มราคาอาหารและลดปริมาณอาหารลง ส่วนค่าใช้จ่ายในการจัดส่งเป็นการตกลงระหว่างผู้บริโภคและผู้ให้บริการรถรับจ้างสาธารณะจะทำการตกลงกันเอง ทำให้ราคาอาหารที่ส่งจากร้านนี้ยังคงราคาเดิม ผู้ประกอบการได้แสดงความเป็นห่วงว่าตนเองจะพบกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในลักษณะนี้ได้ไปอีกนานแค่ไหน

หอคิลป์กมล ทัศนาศุขลี

เป็นหอคิลป์ที่จัดตั้งโดยความมุ่งมั่นของศิลปินที่เป็นเจ้าของพื้นที่โดยจากการสัมภาษณ์อาจารย์กมล ได้เล่าว่า “ศิลปินส่วนใหญ่เวลาทำหอคิลป์มักไม่ค่อยทำที่บ้านเกิดตนเอง แต่ตัวอาจารย์เองเป็นคนในเขตคลองตันไทร ธนบุรี อยากให้ชุมชนที่อาจารย์ได้เติบโตมาได้เข้ามามีส่วนร่วม ศึกษาและเรียนรู้ถึงกำเนิดของศิลปิน นอกจากวัตถุประสงค์หลักดังกล่าวแล้วยังต้องการเปิดพื้นที่กว้างให้กับนักเรียน นักศึกษา ครูและอาจารย์ทั่วไปได้มีโอกาสมาเรียนรู้งาน

ศิลปะด้วย” อย่างไรก็ตามอาจารย์อาจจะไม่ใช่บุคคลแรกที่ทำประโยชน์ให้กับชุมชนทางด้านศิลปะที่อยู่ในถิ่นกำเนิดของตน มีศิลปินบางท่านของไทยที่อาจารย์รู้จักเช่น อาจารย์ถวัลย์ ดัชนี อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ เป็น 2 ศิลปินไทยที่ทำประโยชน์ให้กับชุมชนที่ตนเองถือกำเนิดมากจนมีชื่อเสียง

สิ่งที่ได้ทำประโยชน์ให้กับชุมชนของอาจารย์คือ เมื่อครั้งเปิดหอศิลป์ เขตคลองสานได้มีการนำนักเรียน 8 แห่งในพื้นที่ดูแลเพื่อมาเยี่ยมชมหอศิลป์และอาจารย์ได้จัดบรรยายโดยการบรรยายจะเป็นการแนะนำแบบง่ายๆ เพื่อให้เด็กที่อยู่ในระดับประถมศึกษาได้รู้และเข้าใจถึงถิ่นกำเนิดว่าในเขตคลองสานก็มีศิลปินแห่งชาติอาศัยอยู่ นอกจากนี้การจัดบรรยายในระดับมหาวิทยาลัยอาจารย์จะพูดถึงเรื่องปรัชญาชีวิตกับงานศิลปะเสียเป็นส่วนมากเพราะการทำงานตลอดชีวิตของอาจารย์เป็นการทำงานที่รูปแบบศิลปะเป็นแบบร่วมสมัย (contemporary arts) ที่มีรากฐานมาจากการใช้ชีวิตจริงในสังคมไทยที่อาจารย์เติบโตมาผสมกับประสบการณ์ชีวิตที่อาจารย์ได้ใช้ชีวิตในต่างประเทศ งานศิลปะของอาจารย์ก็กลายเป็นผลงานสื่อถึงศิลปะจิตวิญญาณของไทยและตะวันตกอันเป็นชีวิตจริง งานที่มีชื่อเสียงในชุดนี้ของท่านศิลปินจึงเป็นงานในชุด “โลกแห่งความยุ่งยาก” อันเป็นงานศิลปะสมัยแรกๆ ที่ท่านได้ไปอยู่ต่างประเทศและนำหลักศิลปะของทั้งสองซีกโลกมาผสมผสานกันซึ่งถือเป็นต้นกำเนิดในงานศิลปะในชุดต่อๆ มา ที่เกิดเป็นแนวทางใหม่ที่ศิลปินได้ค้นพบว่า “ศิลป์ ต้องเกิดจากความจริงใจและบริสุทธิ์”

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เรื่อง “การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่เมืองสร้างสรรค์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในเขตคลองสานเฉพาะแนวเลียบบึงแม่น้ำเจ้าพระยา และการเปลี่ยนแปลงในด้านสังคม เศรษฐกิจและลักษณะทางกายภาพภายหลังการลงทุนจากผู้ประกอบการจากทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวคิดเมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้วิธีการศึกษาจากการค้นคว้าเอกสาร (Documentary Study) และการศึกษาข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) โดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลบริบทพื้นที่โดยรอบของชุมชนในเขตคลองสาน และ หอศิลป์ อ.กมล ทัศนาศิลป์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) บุคลากรของโครงการ ทั้งผู้บริหารระดับสูง และเจ้าหน้าที่ทั่วไป ของโครงการ 4 โครงการ ได้แก่ โครงการ The Jam Factory โครงการล้ง 1919 โครงการไอคอนสยาม และหอศิลป์กมล ทัศนาศิลป์ เพื่อการพัฒนาและสนับสนุนการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ สามารถสรุปผลของการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในเขตคลองสานเฉพาะแนวเลียบบึงแม่น้ำเจ้าพระยากับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น
2. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนในเขตคลองสานบริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาอันนำไปสู่เมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่
 - กำหนดพื้นที่อยู่ในบริเวณชวงถนนเชียงใหม่ได้มาตามฝั่งตะวันตกของถนนสมเด็จพระเจ้าตากสินสำนักงานเขตคลองสาน เข้าสู่บริเวณรอยต่อเข้าสู่ถนนเจริญนครไปจดถนนเจริญนคร 5 ซึ่งเป็นบริเวณที่มีชุมชนต่างๆ ในอดีตและผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้าไปลงทุนในพื้นที่โดยศึกษาชุมชนและโครงการต่างๆ ดังมีรายละเอียดดังนี้
 - ชุมชนโดยรอบ เริ่มจากถนนเชียงใหม่มาตามฝั่งตะวันตกของถนนสมเด็จพระเจ้าตากสินเข้าสู่ถนนเจริญนครไปจดถนนเจริญนคร 5 ประกอบด้วยโครงการต่างๆ ดังนี้

- โครงการล้ง 1919
 - โครงการThe Jam Factory
 - โครงการไอคอนสยาม
 - หอศิลป์อาจารย์กมล ทัศนาศิลป์
2. ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย
- กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้
- ชุมชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการท้องถิ่น
 - เจ้าของโครงการ และผู้บริหารโครงการที่เข้าไปลงทุนใหม่

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) สำหรับการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการโครงการ (หรือผู้รับมอบเป็นผู้แทน) ผู้ประกอบการรายเดิมที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่มาก่อนมีการลงทุนจากผู้ประกอบการภายนอก และกลุ่มผู้อยู่อาศัยบริเวณใกล้เคียงโครงการต่างๆ

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการโครงการ (หรือผู้รับมอบเป็นผู้แทน) สำหรับโครงการ The Jam Factory และ โครงการล้ง 1919 นั้นได้มอบหมายผู้แทนผู้ประกอบการโครงการ โครงการละ 1 ท่าน รวมทั้งสิ้น 2 ท่าน ทั้ง 2 ท่านเป็นบุคลากรของโครงการที่ได้รับมอบหมายจากเจ้าของโครงการ ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และแนวทางการพัฒนาของโครงการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อมูลจากโครงการทั้ง 2 นี้ เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์ร่วมกับการสืบค้นเอกสารต่างๆ ที่เป็นบทสัมภาษณ์ของเจ้าของโครงการดังกล่าวทั้ง 2 โครงการ รวมทั้งการสัมภาษณ์ อ.ชาติ สดประเสริฐ ผู้ดูแลและมีฐานะเป็นน้องชาย อ.กมล ทัศนาศิลป์ เพื่อทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของหอศิลป์ และการสัมภาษณ์ผู้ก่อตั้งหอศิลป์กมล ทัศนาศิลป์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกทางโทรศัพท์ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ ICON SAIM เป็นการศึกษาข้อมูลสืบค้นเอกสารต่างๆ เกี่ยวกับแนวคิดต่างๆจากการสัมภาษณ์โดยสื่อต่างๆ ได้แก่

iconsiam.com/th/about_us, th.wikipedia.org/wiki/ไอคอน,

iconsiam.com/th/the_stories/content-id-f130b680-e315-11e8-bddc-fb70105a463b,

https://www.maticchon.co.th/entertainment/arts-culture/news_593287,

<https://mgronline.com/business/detail/9630000114660>,

<https://thestandard.co/iconsiam-best-store-design-of-the-year-2019->

2/,

<https://www.youtube.com/watch?v=u9WufNmWXmo>

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการรายเดิมที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่มาก่อนมีการลงทุนจากผู้ประกอบการภายนอก จำนวน 4 ท่าน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกไม่มีโครงสร้าง เข้าไปร่วมวงสนทนาสอบถามถึงสภาพความเป็นอยู่ทั้งรูปแบบการใช้ชีวิตและการทำมาหากินในอดีตจนถึงปัจจุบัน โดย กลุ่มที่อยู่ในบริเวณโครงการลิ่ง 1919 จำนวน 1 ท่าน ประกอบกิจการขายของชำมา 2 ชั่วอายุคนและขณะสัมภาษณ์เพื่อนบ้านได้ร่วมแสดงความคิดเห็น อีก 3 ท่าน ประกอบด้วยธุรกิจขายอาหารมาประมาณ 30-40 ปีแล้ว และอีก 2 ท่าน ประกอบธุรกิจขายของหวานในถนนเจริญนคร

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้อาศัยบริเวณใกล้เคียงโครงการต่างๆ จำนวน 4 คนซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มที่ 2 ข้างต้น และระหว่างการร่วมสัมภาษณ์ได้มีผู้เข้าร่วมด้วยโดยการการพูดคุยเป็นลูกค้าที่อาศัยอยู่ในบริเวณระวางใกล้เคียงได้ร่วมแสดงทัศนะ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้าง

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในเขตคลองสานเฉพาะแนวเลียบริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา

การศึกษาครั้งนี้พบว่า ประเด็นแรกคือ “รูปแบบทุนทางวัฒนธรรม” ที่พบในพื้นที่เขตคลองสานเฉพาะแนวเลียบริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มีทั้งทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และที่จับต้องไม่ได้ ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปของวัตถุ (Objectified Form) ได้แก่

1.1 งานด้านสถาปัตยกรรมปรากฏในรูปอาคารและสิ่งปลูกสร้าง และภูมิสถาปัตย์ในการบริหารจัดการพื้นที่ โครงการทั้ง 3 โครงการ ได้แก่ โครงการ The Jam Factory โครงการลิ่ง 1919 และ โครงการไอคอนสยาม เน้นสถาปัตยกรรม ที่บอกเล่าเรื่องราววัฒนธรรมการใช้สอยน้ำแห่งแม่น้ำเจ้าพระยาในการดำรงชีวิตในด้านคมนาคม และความเชื่อที่ต้องเคารพธรรมชาติ โดยโครงการ The Jam Factory และ โครงการลิ่ง 1919 นั้นเป็นสัญลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่สะท้อนถึงการมีการดำเนินชีวิตที่มีแม่น้ำเป็นสถานที่เป็นสัญลักษณ์ของประตูเชื่อมต่อกับที่ต่างๆ ทุนทางวัฒนธรรมเริ่มเปลี่ยนแปลงไปตามการวัฒนธรรมอื่นๆที่ เข้ามาในย่านคลองสาน ซึ่งคุณค่าของวัฒนธรรมยังคงอยู่บ้าง แต่เน้นมูลค่าเป็นสำคัญ ส่วนคุณภาพและปริมาณหรือโอกาสที่แสดงออกถึงทุนทางวัฒนธรรมมีน้อยลง เช่น บ้านเรือนแบบเดิมๆ ที่เป็นวิถีชีวิต

ปัจจุบันไม่มีแล้ว ศิลปดั้งเดิมมีอยู่ที่โครงการล้ง 1919 ซึ่งเป็นวัฒนธรรมจีนเป็นส่วนใหญ่และมีการถ่ายทอดมาจนปัจจุบัน ส่วนบางแห่งได้ถูกปรับให้เข้ากับยุคสมัยหรือเป็นการประยุกต์ผสมผสานกับทรัพยากรใหม่ๆ ได้แก่ โครงการไอคอนสยามได้ใช้ทุนทางวัฒนธรรมด้าน “ความเป็นไทย ความเชื่อตามวัฒนธรรมไทย และ ภูมิปัญญาไทยที่หลากหลาย” ในพื้นที่ตามภาคต่างๆ และในทุกสาขา มาประสาน โดยใช้ความรู้ด้านสถาปัตยกรรมและด้านวิศวกรรมในการออกแบบอาคารและสิ่งปลูกสร้างเป็นรูปแบบ Abstract ร่วมสมัย และเป็นการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมสู่พื้นที่เช่นกันโครงการ The Jam Factory ได้นำความรู้ทุนทางวัฒนธรรมที่เห็นชัดที่สุด คือ การใช้ภูมิสถาปัตย์ โดยสรุปคือ ทุนทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในรูปวัตถุยังคงปรากฏชัดเจนแต่ได้จางหายไปตามกาลเวลาและการนำความทันสมัยเข้ามาผสมผสาน

1.2 งานด้านศิลปกรรม ได้แก่ วัตถุโบราณ งานปั้น ภาพวาดจิตรกรรมฝาผนัง และ ภาพถ่าย เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้และสามารถส่งต่อวัฒนธรรมในเรื่องความงามและคติชีวิต ประวัติศาสตร์ศิลป์ไทยจีน ในโครงการล้ง 1919 ซึ่งสามารถเป็นทุนวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้แต่ในขณะเดียวกันการถ่ายทอดคติธรรมหรือแง่ทางความคิดนั้นแฝงฝังอยู่ในกายของทายาทตระกูลหวังหลี่จากรุ่นสู่รุ่นในรูปของทุนภูมิปัญญา และมีคุณค่าต่อเยาวชนโดยขับเคลื่อนผ่านโครงการ ที่เรียกว่า “LHONG Wisdom” เพื่อเป็นการเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งนับว่าเป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมส่งเสริมให้เกิดคุณค่ามากขึ้น ในการบ่มเพาะอุดมการณ์ และความเชื่อที่ไม่สามารถใช้มูลค่าเงินทองเข้าถึงสิ่งนั้นได้ แม้จะไม่ได้คงอยู่ในการดำเนินชีวิตประจำวันก็ตาม ส่วนโครงการไอคอนสยามได้ใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาต่างๆ มาผลักดันให้ได้มีประสบการณ์ได้มองเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาใน

2. ทุนวัฒนธรรมส่วนที่ฝังอยู่ในกายหรือทุนภูมิปัญญา (Embodied Form)

ทุนทางวัฒนธรรมที่ฝังอยู่ในระบบวิถีชีวิตของบุคคล ซึ่งได้แก่ รูปแบบความคิด ความเชื่อ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ที่จะปรากฏออกมาในรูปของพฤติกรรมนั้นไม่ได้ปรากฏชัดเจนแต่ไม่สามารถจะกล่าวได้ว่าทุนวัฒนธรรมได้หายเสื่อมสลายไป ซึ่งอาจสืบเนื่องจากเอกลักษณ์ของย่านถิ่นเปลี่ยนไปวิถีชีวิตที่เคยผูกพันกับสายน้ำในการเดินทาง ดังเช่นในบันทึกในหนังสือ “ดูจนวนกลางมหาสมุทร” ซึ่งระบุว่า นายตัน ฉื่อ ฮ้วง ผู้เป็นต้นตระกูลรุ่นที่ 1 แห่งสกุลหวังหลี่ มีความผูกพันกับศาลเจ้าแม่หม่าโจ้วอย่างมาก จะประกอบพิธีกรรมเส้นไหว้ด้วยของบูชาต่างๆ มากมายทุกครั้งที่ยื่นและออกเดินเรือเพื่อขอความคุ้มครองและความสำเร็จในการเดินทาง แม้

ปัจจุบันศาลเจ้าแห่งนี้ได้รับการเก็บรักษาดูแลรักษาเป็นอย่างดี แต่ไม่ได้รับการอนุรักษ์ให้มีความคงอยู่ของอัตลักษณ์ของย่านถิ่นนี้

3. ทฤษฎีวัฒนธรรมส่วนที่อาศัยการสถาปนา (Institutionalized State) ส่วนที่เป็นแบบแผน พฤติกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมนั้นมีการเปลี่ยนแปลงทำให้ความเข้มแข็งของชุมชนและอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยเฉพาะชุมชนจีนนั้นได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เนื่องจากสังคมมีการเปลี่ยนแปลงการให้คุณค่า ค่านิยม สิ่งแวดล้อม ความเป็นอยู่ และอื่นๆ อาทิเช่น แบบแผนพฤติกรรมการเลี้ยงดูเปลี่ยนแปลง การอบรมเลี้ยงดูเป็นของโรงเรียนแทนครอบครัว เน้นการแข่งขัน แทนความร่วมมือ เน้นการให้คุณค่าของเงิน การนำขนบธรรมเนียม ประเพณีจากสังคมอื่นมาใช้ ทำให้คุณค่าของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่แตกต่างไปจากเดิมมาใช้มากขึ้น บุคคลเริ่มใช้แบบแผนพฤติกรรมที่เป็นขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีที่สร้างมูลค่าเป็นเงินหรือทรัพย์สิน และนำมาใช้เพื่อการเข้าถึงสิ่งจำเป็นและความต้องการในวิถีชีวิตมากขึ้น แบบแผนพฤติกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมจึงไม่สามารถสร้างคุณค่าได้โดยตรงจึงทำให้ดูเหมือนว่าต้องลงทุนเป็นเงินหรือทรัพย์สินจึงจะเข้าถึงคุณค่าที่เป็นแบบแผนพฤติกรรมแบบเดิมได้ขณะที่แบบแผนพฤติกรรมแบบเดิมก็ไม่สามารถสร้างมูลค่าที่เป็นเงินทองได้โดยตรงด้วย ที่สำคัญแบบแผนพฤติกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมแบบเดิม ไม่มีระบบ และกลไกที่รับผิดชอบในการอนุรักษ์และพัฒนาโดยตรง ยังคงปล่อยให้ป็นหน้าทีรับผิดชอบของสถาบันครอบครัวซึ่งมีขนาดเล็กลง

3. **วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในบริเวณดังกล่าวเพื่อดูการเปลี่ยนแปลงในด้านสังคม เศรษฐกิจและลักษณะทางกายภาพ หลังจากมีการลงทุนจากผู้ประกอบการรายใหม่ จากคนภายนอกพื้นที่ในเขตคลองสานเฉพาะแนวพื้นที่เลียบริมแม่น้ำเจ้าพระยาโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวคิดเมืองสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาไปสู่ไทยแลนด์ 4.0 การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นการปะทะกันของวัฒนธรรมเก่าและนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดช่วงระยะเวลาตั้งแต่อดีตจนถึงในปัจจุบัน ย่อมแสดงให้เห็นถึงขบวนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น “การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่เมืองสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นปรากฏการณ์เปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม

กระบวนการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม หมายถึง ประวัติความเป็นมา รูปแบบ แนวคิดสร้างสรรค์ การบริหารจัดการ และแนวทางการพัฒนาของโครงการ

เมืองสร้างสรรค์ หมายถึง การพัฒนาพื้นที่ให้เกิดการดึงดูดการเข้าใช้พื้นที่ที่มากขึ้นจากกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อใช้เป็นแหล่งที่พักอาศัย ดึงดูดการลงทุนและการพัฒนา

ลักษณะทางกายภาพของเมืองเช่นการปรับปรุงภูมิทัศน์ การลงทุนในการสาธารณูปโภค สาธารณชนและแหล่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการดำเนินชีวิต ตลอดจนการลงทุนจากนัก ลงทุนภายนอก โดยเมืองสร้างสรรค์เกิดจากแนวคิดความคิดสร้างสรรค์ การเตรียมพร้อมในการ จัดทำข้อมูลเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่คนในชุมชน ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนพัฒนาเพื่อใช้เป็น ข้อมูลในการจัดทำและวางแผนต่อไปในอนาคตสำหรับโครงการที่อาจจะมีขึ้นในอนาคตตามแนว ผังแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีทุนทางวัฒนธรรมในลักษณะเดียวกันในบริเวณอื่นๆ ต่อไป

การอภิปรายผล

จากการศึกษาการสร้างพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรมในเขตคลองสานสู่ความเป็นเมือง สร้างสรรค์ ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษามาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ในงานวิจัย ได้ดังนี้

ด้านการสร้างพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรม

พบว่าพื้นที่ในเขตคลองสานเป็นพื้นที่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่กล่าวคือ เป็นพื้นที่ที่อยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นสถานที่ที่เต็มไปด้วยรากเหง้าและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ถูก ทอดทิ้งไว้หลังยุคอุตสาหกรรม ในปัจจุบันสภาพทางสังคมได้ก้าวมาสู่ยุคเปลี่ยนผ่านที่เรียกว่ายุค neoliberal ทำให้แนวคิดในการพัฒนาเมืองแบบเดิมเกิด paradigm shift มาสู่แนวคิดเมือง สร้างสรรค์ที่อาศัยทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นมาสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับการพัฒนาพื้นที่ เพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (transformation) อุดลัทธิความเป็นคลองสานคือการเป็นพื้นที่ เศรษฐกิจดั้งเดิมริมแม่น้ำในยุคที่การคมนาคมยังอาศัยทางน้ำเป็นหลักมรดกทางวัฒนธรรมในของ คลองสานจึงปรากฏเป็นอาคารสถาปัตยกรรมที่เป็นโกดังเก่า และ โรงงาน เช่นในโครงการ ลัง 1919 และ โครงการเดอะแจมแพคทอรี นำมาเป็นทรัพยากรในการดึงดูดความสนใจของผู้คนให้ กลับมาอาศัยในพื้นที่นี้ เกิดมีกิจกรรมต่างๆ มากมายทางสังคมเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ ซึ่ง ปรากฏการณ์เช่นนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kunihiko Noda ที่ศึกษาการใช้ทุนทาง วัฒนธรรมในรูปของศิลปวัฒนธรรมในเขตเมืองโยโกฮาม่า เพื่อทำให้พื้นที่ริมทะเลบริเวณดังกล่าว มาใช้ให้เกิดมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phitchakarn Chuangchai ที่พบว่าในเขตเมือง Bandung การเป็นเมืองสร้างสรรค์มีองค์ประกอบในการ ปรับเปลี่ยนพื้นที่เดิมให้มีความแตกต่างไปจากของเดิมโดยอาศัยวัฒนธรรมในท้องถิ่นเป็นตัว ขับเคลื่อน ทั้งโครงการลัง 1919 และ เดอะแจมแพคทอรี ได้อาศัยงานสถาปัตยกรรมดั้งเดิมเป็นจุด ดึงดูดพัฒนาพื้นที่โดยได้นำพื้นที่มาปรับเปลี่ยนให้เกิดประโยชน์ใช้สอยในรูปแบบใหม่ ในส่วนของ โครงการไอคอนสยามพบว่านำวัฒนธรรมแห่งสายน้ำอันเป็นที่ตั้งของโครงการผสมผสานกับ

วัฒนธรรมในส่วนอื่นๆ ที่มาจากภายนอกในการพัฒนาพื้นที่ นำมาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากกรณีการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมในกรณีของโครงการไอคอนสยาม ผู้วิจัยได้ข้อสรุปว่าการพัฒนาพื้นที่เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ตามแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ไม่ได้มีการรวบรวมทุนวัฒนธรรมจากภายนอกไว้ในแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้เกิดหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าความเป็นเมืองสร้างสรรค์ที่ใช้ทุนวัฒนธรรมจากภายนอกสามารถนำพาการพัฒนาพื้นที่ไปสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ได้เช่นกัน

ด้านนโยบาย

จากการศึกษางานวิจัยในเรื่องความสัมพันธ์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์พบว่าในเรื่องการกำหนดนโยบายเป็นสิ่งสำคัญที่สุดต่อการศึกษารอง Rens van Loon ซึ่งได้ศึกษากำหนดนโยบายเพื่อการเป็นเมืองสร้างสรรค์ของเมือง 4 เมืองในประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยพบว่าเมืองทั้งสี่เมืองในเนเธอร์แลนด์ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีสูงในการปรับเปลี่ยนพื้นที่มาสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ได้นั้นเกิดจากการนำแนวคิดเมืองสร้างสรรค์มาผนวกรวมเข้ากับการกำหนดเป็นนโยบายเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน และงานวิจัยของ Arie Romien และ Jan Jacob Trip ก็เช่นกันที่ศึกษาองค์ประกอบของความเป็นเมืองสร้างสรรค์ในเมืองอัมสเตอร์ดัมและรอดเทอดตาม พบว่านโยบายที่ใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ถ้าหากได้นำไปใช้อย่างถูกต้องจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ความสัมพันธ์ที่แตกต่างกันเช่นในเมืองทั้ง 2 เมืองดังกล่าว เป็นที่น่าสังเกตอีกด้วยว่าการกำหนดและการใช้โยธาบาลในงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้นและอื่นๆ ผู้กำหนดนโยบายเป็นเกิดจากหน่วยงานรัฐ นักพัฒนาและวางแผนที่มาจากภาครัฐ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ในด้านการใช้พื้นที่แก่สาธารณะชนโดยเฉพาะคนในชุมชนจึงเป็นการอาศัยความร่วมมือรวมใจจากทุกภาคส่วนแต่ที่สำคัญคือการตระหนักของผู้คนในชุมชนว่ากำลังมีสิ่งใดเกิดขึ้นในชุมชนของตนเอง แต่ในงานวิจัยในพื้นที่คลองสานสำหรับโครงการทั้ง 4 โครงการ คือ เดอะแจมแพคทอรี ล้ง 1919 ไอคอนสยามและหอศิลป์ อ.กมล ทัศนาศิลป์ แต่ผลลัพธ์ที่ออกมาในพื้นที่คลองสานก็ได้ความเป็นชุมชนที่เป็นเมืองสร้างสรรค์แบบเดียวกัน

อย่างไรก็ตามนโยบายที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาลน่าจะเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน เพราะเป็นการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เช่นรัฐบาล ประชาชน ชุมชน นักวิชาการมาร่วมมือกันทำงานเพื่อให้เกิดการนำอัตลักษณ์ของชุมชนมาใช้อย่างแท้จริง ซึ่งแนวทางในการปฏิบัติเช่นนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Phitchakarn Chuangchai ที่พบว่าปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ในเชียงใหม่คือความร่วมมือจากทุกฝ่ายตามที่ Banyan (2007) ได้อ้างถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมไว้ดังนี้ “The concept of

participation implies involment in publicdecision, as distinguished from other forms of community involment. Public decision are those in which the entire community has a stake in outcome” จากคำอ้างนี้ การกำหนดนโยบายที่มาจากภาครัฐน่าจะเป็นผลลัพธ์ที่ยั่งยืน เพราะทุกฝ่ายต่างมีผลประโยชน์ร่วมกัน การใช้ทรัพยากรร่วมกันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง

นโยบายในงานวิจัยครั้งนี้เป็นนโยบายในระดับบริษัทหรือในระดับเอกชนเป็นผู้กำหนด เป็นการแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ผู้กำหนดนโยบายซึ่งได้แก่นายทุนเป็นผู้ได้ประโยชน์ แม้ว่าลักษณะการดำเนินงานจะได้ผลลัพธ์เหมือนกันกล่าวคือนำวัฒนธรรมมาเป็นตัวขับเคลื่อน แต่เมื่อผลประโยชน์ไม่คุ้มค่างับการลงทุน การดำเนินงานอาจต้องหยุดชะงักลงดังเช่น การปิดตัวของโครงการล้ง 1919 เมื่อ 30 พฤษภาคม 2565 ด้วยสถานะการณ์โควิดที่ทำให้กิจกรรมต่างๆ หยุดชะงักลง เจ้าของกิจการที่เป็นเจ้าของทุนไม่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายเพียงผู้เดียว จึงทำให้ต้องปิดกิจการลง และแนวโน้มเช่นนี้อาจจะเกิดขึ้นได้กับโครงการเดอะแจมแพคทอรี ไอคอนสยามและหอศิลป์ อ.กมล ทัศนาศูชาติ เพราะนโยบายเป็นนโยบายในระดับเพื่อการค้ามิได้เป็นการบูรณาการเป็นเพียงการรวบรวมสิ่งที่ดีที่สุดในด้านวัฒนธรรมมาจัดแสดงในพื้นที่ การปิดตัวของโครงการล้ง 1919 เป็นลักษณะการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนเช่นเดียวกับงานวิจัยของ ธนวรรณ นิธิภาณันท์ เรื่อง”กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: ศึกษากรณี เพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ที่พบว่าไม่มีความยั่งยืนเพราะเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่โดยการนำวัฒนธรรมมาตัดปะเพื่อสร้างความหมายใหม่เกิดเป็นการท่องเที่ยวแบบโยยหาอดีตซึ่งคนในพื้นที่ไม่ได้มีส่วนได้ประโยชน์ใดจากโครงการเลย หอศิลป์ อ. กมล ทัศนาศูชาติ แม้ว่าความเป็นมาจะทำเพื่อประโยชน์ของสังคมแต่สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือเรื่องความสืบเนื่องในด้านการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมสืบเนื่องต่อไปได้อย่างยั่งยืน

กล่าวโดยสรุปแล้วแนวคิดการสร้างเมืองสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่มีความเป็นไปได้ในการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน แนวคิดดังกล่าวเป็นแนวคิดที่ใช้อธิบายความเป็นเมืองสร้างสรรค์ในเมืองใหญ่ทั่วโลกที่กำลังดำเนินภายใต้การกำหนดเป็นนโยบายภายใต้การสนับสนุนของผู้บริหาร ทำงานอย่างผสมผสานกับชุมชน ชนชั้นสร้างสรรค์ นักวิชาการ และภาคประชาชน ในขณะที่เดียวกันในงานวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ใช้อธิบายไม่ได้ครอบคลุมพื้นที่เล็กๆ เช่น ในเขตคลองสาน เพราะเขตคลองสานเป็นพื้นที่เล็กๆ นำแนวทางการนำวัฒนธรรมมาขับเคลื่อนทั้งจากชุมชนและภายนอก การกำหนดนโยบายเป็นในระดับปัจเจกแต่ได้ผลลัพธ์ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ที่นำไปพื้นที่มีการพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ แม้ว่าจะมีแนวโน้มการพัฒนาที่อาจจะไม่ยั่งยืน เช่นการหยุดดำเนินงานไปของโครงการล้ง 1919

กลุ่มคนสร้างสรรค์

ในงานวิจัยเรื่องการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรมสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์พบหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าชนชั้นสร้างสรรค์เป็นกลุ่มคนที่เป็นทรัพยากรด้านทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญในการเป็นชนชั้นที่ขับเคลื่อนความเป็นเมืองสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ Richard Florida ที่ปรากฏในงานเขียน The Rise of Creative Class ผู้ที่ผลัดถิ่นในพื้นที่เล็กๆ อย่างคล่องตัวเป็นพื้นที่แห่งความสร้างสรรค์เกิดจากคุณริชาร์ด ฟรังค์ ที่ เป็นนักออกแบบ ได้ใช้แนวคิดสร้างสรรค์ตามความถนัดของตนเองปรับโกดังเก่ามรดกของตระกูลมาเป็นพื้นที่แห่งการการ mix use โดยเป็นพื้นที่แสดงงานศิลปกรรม เป็นพื้นที่จัดกิจกรรมเอนกประสงค์ที่อาศัยความเป็นวัฒนธรรมในการสานสัมพันธ์กับคนรุ่นเก่าสู่ความเป็นปัจจุบัน ทำให้ถึง 1919 กลับมามีมูลค่าเพิ่มในทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางจิตใจที่เป็นสมบัติของชาติ ในส่วนของโครงการเดอะแจมแพคทอรี โดยการนำของคุณดวงฤทธิ์ บุนนาค นักออกแบบเช่นกัน ได้แสดงวิสัยทัศน์ในการทำนุบำรุงสถาปัตยกรรมเก่าในกลับมามีคุณค่าในการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของพื้นที่ด้วยความคิดสร้างสรรค์และผลประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจ โครงการไอคอนสยาม คุณชฎาทิพย์ จุฑะกุล นักธุรกิจที่มีแนวคิดในการบริหารจัดการรวบรวมคนที่ทำงานด้านศิลปะมาไว้ในพื้นที่ไอคอนสยามแม้ว่างานศิลปะเหล่านั้นจะเป็นงานจากภายนอกที่นำมาจัดแสดงเพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจมากกว่าในด้านการส่งเสริมงานศิลปะโดยตรงแต่อย่างไรก็ตามนับว่าเป็นการรวบรวมงานศิลปะที่ยิ่งใหญ่และไม่เคยมีใครทำมาก่อนในลักษณะเช่นนี้

ด้านการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

สังคมเป็นสิ่งที่เปราะบางมีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา สิ่งที่เกิดขึ้นในพื้นที่คลองสานนับเป็นปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่าการกลายสภาพมาสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ ทำให้สภาพทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป ข้อค้นพบในงานวิจัยนี้ยืนยันว่าชุมชนเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับชุมชนของตนเองที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบในการดำเนินชีวิตให้แตกต่างออกไปจากเดิม เกิดเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใหม่ที่เป็นไปตามกระแสนิยมหรือที่เรียกว่า “Pop Culture” คือวัฒนธรรมตามกระแสนิยม เช่นการมีร้านกาแฟที่ใช้เป็นที่สร้างสรรค์ผลงานแทนการนั่งทำงานในสำนักงาน เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา คนในชุมชนมีทั้งที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นแต่ต่างก็ยอมรับในการเปลี่ยนแปลงนี้ หากมองในมุมมองของนักอนุรักษ์ ความเจริญ ความเป็น Pop Culture ที่เป็นกระแสนิยมเพียงชั่วเวลาหนึ่งกับอัตตลักษณ์ความเป็นคลองสานที่หายไปมันเป็นเรื่องที่คุ้มค่ากันหรือไม่เพราะผลประโยชน์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นไหลไปสู่สายทุนมากกว่าชุมชน

อุปสรรคในการวิจัย

ในการศึกษาทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบอุปสรรคในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ทำให้เกิดความล่าช้าและนำมาซึ่งข้อมูลที่อาจจะยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์แบบเบ็ดเสร็จซึ่งเป็นสิ่งน่าเสียดายไว้ ณ ที่นี้เพื่อจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในการจะนำไปศึกษาต่อและพิจารณาถึงความเที่ยงตรงของข้อมูลต่างๆ ในงานวิจัยครั้งนี้

ประการแรก การวิจัยในครั้งนี้ทำในช่วงอุบัติโรคระบาดใหม่ของระบบทางเดินหายใจ หรือ COVID-19 ซึ่งเป็นโรคระบาดที่เกิดขึ้นเมื่อราวปลายปี ค.ศ 2019 จนถึงในปัจจุบัน ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลในคนที่มิใช่ข้อจำกัดในเรื่องการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว เนื่องด้วยทางราชการได้ออกนโยบายการพบปะของคนในสังคม และกิจกรรมทางสาธารณะได้หยุดชะงักลงภายใต้ นโยบาย social distancing การรักษาระยะห่าง ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จึงอยู่ในปริมาณที่ยังไม่หนักแน่นพอแต่อาจจะนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นและเมื่อสถานการณ์โรคระบาดกลับคืนสู่สภาพปกติผู้วิจัยอื่นอาจจะเก็บรวบรวมในสัดส่วนที่มากขึ้น

ประการที่สอง สืบเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลบางท่าน เช่น อ. กมล ทศนาญชลี จึงเป็นการสัมภาษณ์ ผ่านไลน์ ซึ่งทำให้การสัมภาษณ์ไม่เป็นธรรมชาติและอาจจะมีข้อมูลบางส่วนไม่ครบถ้วน เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์พำนักโรสหรัฐอเมริกาไม่สามารถเดินทางกลับมาประเทศไทยได้ตามหมายกำหนดการเดิมในสภาวะการณ์การห้ามเดินทางข้ามประเทศ จึงเป็นเรื่องน่าเสียดายที่การสนทนาทำได้ไม่มากนักเนื่องจากข้อจำกัดในด้านเวลา สถานที่และเทคโนโลยี

ประการสุดท้าย ผู้ประกอบการในงานวิจัยครั้งนี้เป็นนักธุรกิจที่ส่วนมากมีข้อจำกัดในด้านเวลา การได้ข้อมูลจึงเป็นการสัมภาษณ์ผ่านตัวแทนที่ทางเจ้าของธุรกิจมอบหมายเป็นผู้ให้ข้อมูล เช่น ในโครงการ เดอะแจม แพคทอรี และโครงการล้าง 1919 ส่วนโครงการไอคอนสยามเป็นข้อมูลในระดับทุติยภูมิทั้งหมดเพราะทางองค์กรได้ปฏิเสธการให้สัมภาษณ์ในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ด้วยเหตุผลว่าไม่มีนโยบายการให้สัมภาษณ์เพื่อการศึกษาวิจัย

ข้อเสนอแนะ

กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีการผสมผสานเกิดการปะทะทางวัฒนธรรมตามทฤษฎีที่เรียกว่า “melting pot theory” กล่าวคือเป็นพื้นที่ที่เป็นการรวมตัวของคนต่างชาตินำวัฒนธรรมของตนเองเข้ามาผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นทำให้เกิดมีกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการผสมผสานกลมกลืนกากับวัฒนธรรมท้องถิ่นดังจะเห็นได้จากการมีย่านต่างๆ ที่เป็นลักษณะของการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมต่างชาติดกับวัฒนธรรมท้องถิ่นมากมาย เช่น เจแปนนิสทาวน์

(Japanese town) ในย่านสุขุมวิท โคเรียนทาวน์ (Korean town) ชุมชนชาวอินเดีย (คนจากอินเดีย ปากีสถาน เป็นต้น) ในย่านพหุรัด

ชุมชนหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นที่น่าสนใจคือชุมชนในเขตถนนเจริญกรุง หรือ “ถนนใหม่” (ตามชื่อเดิม ซึ่งแปลจากชื่อเดิมในภาษาอังกฤษว่า New Road) เป็นถนนที่ก่อสร้างใน สมัยรัชกาลที่ 4 อันเป็นสัญลักษณ์อันแสดงออกถึงความเจริญของบ้านเมืองในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นชุมชนที่เกิดการรวมตัวของคนต่างชาติที่เข้ามาติดต่อการค้าในสมัยนั้นดังจะเห็น ได้ว่ามีเริ่มมีสถานกงสุลของชาวตะวันตกหลายชาติในบริเวณนี้ เช่นสถานกงสุลโปรตุเกสและ สถานกงสุลฝรั่งเศส มีบริษัทข้ามชาติในการดำเนินกิจการการค้าและเดินเรือ East Asiatic มี ชุมชนคนจีนในย่านสำเพ็ง และชุมชนชาวมุสลิมที่ผสมแทรกตัวอยู่กับชุมชนชาวตะวันตกในเขตสี่พระ ยาและบางรัก

หากเราแบ่งโซนถนนเจริญกรุงที่มีความยาวมากออกเป็นโซนอาจจะเห็นภาพการแบ่งตัว ตามวัฒนธรรมออกเป็นวัฒนธรรมชาวตะวันตก ชาวจีนและชาวมุสลิมที่เรียงรายไปตามถนนสายนี้ ได้ชัดเจนขึ้น การแบ่งโซนนี้จะเห็นภาพออกเป็น 4 โซน คือ

โซน 1 เจริญกรุง-สำเพ็ง-พหุรัด-สะพานเหล็ก-วังบูรพา ในย่านนี้เป็นย่านการค้าที่มีความสำคัญมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นย่านการค้าของชุมชนชาวจีนที่เป็น แหล่งรวมสินค้านานาชนิด และเป็นย่านการค้าของชาวอินเดียที่อพยพมาอาศัยพระบรมโพธิ สมภารของกษัตริย์ไทยเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าที่ชาวอินเดียนำอุปกรณ์การตัดเย็บและเครื่องเทศ มาจำหน่าย

โซน 2 เจริญกรุง-เยาวราช เป็นโซนที่เป็นชุมชนที่เรียกว่า “ไชน่าทาวน์” เป็น สัญลักษณ์ของชุมชนชาวจีนในประเทศ เป็นย่านการค้าและมีวัดสำคัญคือ “วัดมังกรกมลาวาส” หรือ “วัดเล่งเน่ยยี่” วัดจีนที่ตั้งอยู่ ระหว่างเจริญกรุง ซอย 19 และซอย 21 ก่อตั้งในปี 2414 มีอายุ รวม 150 ปี จนถึงปัจจุบัน และในย่านนี้จะเป็นย่านที่มีการจัดงานปีใหม่ประจำปีของคนจีนโพ้น ทะเล

โซน 3 เจริญกรุง-สี่พระยา-ท่าเรือสาทร-บางรัก บริเวณนี้โซนที่เรียกได้ว่าเป็นจุดที่มีความสำคัญมากที่สุดเพราะเป็นจุดที่อยู่ติดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งเป็นแม่น้ำสายสำคัญที่ใช้เป็น เส้นทางสัญจรก่อนที่การสัญจรทางบกจะเริ่มมีบทบาทและเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงและการผกผันสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม บริเวณนี้เป็นจุดที่พำนักของ คนตะวันตกชาติต่างๆ ที่เข้ามาในสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ และประวัติการตัดถนนเจริญกรุงก็เริ่ม มาจากตรงนี้ก็กล่าวคือชาติตะวันตกที่เข้ามาอยู่ในเมืองไทยนิยมการขี่ม้าและการทำกิจกรรมนอก

บ้านแต่บ้านเมืองไทยในสมัยนั้นการทำถนนไม่เป็นที่นิยมมากนักทำให้เกิดการร้องเรียนว่าสาเหตุการเจ็บไข้ได้ป่วยเกิดจากการที่ไม่ได้มีสถานที่ในการใช้ชีวิตในกลางแจ้ง พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีพระราชดำริในการทำถนนเจริญกรุงเพื่อใช้เป็นเส้นทางในการขี่ม้าแก่ชาติตะวันตกที่เข้ามาอาศัยในบริเวณนี้ และในย่านนี้เป็นจุดเชื่อมต่อพื้นที่ระหว่างเขตพระนครและฝั่งธนบุรีที่เป็นพื้นที่ในการศึกษาในงานวิจัยในครั้งนี้รวมถึงเป็นที่ตั้งโรงแรมหรูราคาแพงสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวัฒนธรรมแห่งสายน้ำนี้

โซน 4 เจริญกรุง-ยานนาวา เป็นโซนที่เป็นที่ตั้งบริษัทเดินเรือ อู่เรือ สะพานปลา มีโกดังเก่าหลายหลังที่นำมาปรับปรุงและนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ เช่น โครงการเอเชียทีค ซึ่งมีลักษณะการจัดการในลักษณะที่คล้ายคลึงกับพื้นที่ในการศึกษาคั้งนี้ในย่านคลองสาน

เมื่อพิจารณาจากลักษณะทุนทางด้านวัฒนธรรมและประวัติความเป็นมาแล้วจะเห็นว่าพื้นที่ในเขตเจริญกรุงเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่น่าศึกษาถึงการกำเนิดเป็นย่านสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้มองเห็นว่าพื้นที่ในเขตคลองสานและในย่านเจริญกรุงมีความคล้ายคลึงกันในเชิงพื้นที่ใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่ในเกิดเป็นพื้นที่ที่มีมูลค่าเพิ่มจากทุนทางด้านวัฒนธรรมเพราะพื้นที่ทั้งย่านคลองสานและเจริญกรุงต่างเป็นพื้นที่ที่อยู่ริมน้ำเจ้าพระยามีลักษณะทุนทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ความต่างของสองพื้นที่นี้คือเป็นลักษณะทางกายภาพที่ตั้งอยู่คนละฝั่งของแม่น้ำ ผู้วิจัยอยากนำเสนอให้มีการศึกษาเพิ่มเติมย่านสร้างสรรค์ในฝั่งธนเจริญกรุงถึงสาเหตุและปัจจัยในการทำให้ย่านเจริญกรุงเป็นพื้นที่แห่งความสร้างสรรค์

จากการติดตามข้อมูลข่าวสารพื้นที่ในแถบเจริญกรุงโดยเฉพาะในโซนที่ 3 ตามที่ได้มีการแบ่งเขตข้างต้นนั้นได้มีการจัดงานเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ แต่การจัดงานเทศกาลดังกล่าวไม่เป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง เช่น การเปิดตัวโครงการไอคอนสยามหรือดัง 1919 ทั้งๆ ที่พื้นที่ในบริเวณนี้มีวัฒนธรรมชาวจีนในย่านตลาดน้อย มีร่องรอยวัฒนธรรมชาติตะวันตกเช่น อาคารสำนักงานบริษัท อีสต์ เอเชียทีค (สายการเดินเรือสัญชาติเดมาร์ค) โบสถ์อัสสัมชัญ มีชุมชนชาวมุสลิมปะปนผสมกลมกลืนไปกับชุมชนชาวตะวันตก ชาวจีน และชาวไทย ซึ่งเป็นแหล่งรวมวัฒนธรรมที่น่าสนใจในการศึกษาถึงการอยู่ร่วมกันและการปะทะกันทางวัฒนธรรมที่แสดงออกถึงการผสมผสานอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน มีการจัดงานเทศกาลการออกแบบ ภายใต้แนวคิดต่างๆ คือ “NEW-ist Vibes (ออกแบบไปข้างหน้า) “Fusing Forward” (ผสานสร้างสู่ออนาคต “Resilience: New Potential for Living” (ปรับตัว อยู่รอด เติบโต) และ “Resurgence of Possibilities” (ก้าวต่อไปสู่ความเป็นไปได้ใหม่) มาถึง 4 ครั้งนับตั้งแต่ปี 2561 ถึงปัจจุบัน และเป็นเทศกาลที่ได้รับการบรรจุไว้ในปฏิทินกิจกรรมของกรุงเทพมหานครเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ผลักดันการสร้าง

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสาขาการออกแบบ ผู้วิจัยมีความมั่นใจว่าการประสบความสำเร็จในเรื่องของการจัดการโครงการต้องมีปัจจัยอะไรอื่นๆ อีกมากมายที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง แต่พื้นที่ในบริเวณเจริญกรุงนี้กลับไม่ได้รับความสนใจจากคนในวงกว้างหากเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ Arie Romein และ Jan Jacob Trip (2009) ที่ได้ศึกษาถึงการปรับปรุงเมือง อัมสเตอร์ดัมและรอตเทอตาม ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ที่มีทุนทางวัฒนธรรมแบบเดียวกันแต่ผลสำเร็จในการบริหารจัดการจากบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยที่ทำให้เมืองทั้งสองเกิดความแตกต่างในเรื่องของประสิทธิผล ผู้วิจัยจึงเชื่อว่าในโครงการที่เป็นพื้นที่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับเมืองอัมสเตอร์ดัมที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในแง่ที่เป็นที่รู้จักในวงกว้างระดับโลก ในขณะที่พื้นที่ในเขตเจริญกรุงเมื่อพิจารณาในระดับการเป็นที่รู้จักระดับชาติแล้วมีลักษณะคล้ายคลึงกับเมืองรอตเทอตามในงานของ Arie น่าจะได้มีผู้วิจัยอื่นขยายวงการศึกษาในขอบคลุมมากขึ้นเพื่อเป็นกรณีศึกษาและนำผลมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในสาขาและเป็นข้อมูลที่น่าสนใจ



บรรณานุกรม

- Chang, H. (2008). Autoethnography as Method. In: Left Coast Press.
- Chuangchai, P. (2019). The problem of democracy in the ASEAN Creative City: the cases of Chiang Mai, Bandung, Cebu, and George Town. *The Journal of Law, Social Justice and Global Development*(24), 43-68.
doi:<https://doi.org/10.31273/LGD.2019.2403>
- Cros., B. M. a. H. d. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*: Routledge.
- Department of Culture Media and Sport. (2001). *Creative Industries Mapping Document*. London.
- Florida, R. (2004). *The Rise of Creative Class* New York: Basic Book.
- Florida Richard. (2011). *The Rise of Creative Class (revisited)*. New York: Basic Books
- Harvey, L. a. J. V. (2004). *The Creative Community Handbook: A Leap to Possibilities Thinking*. A Project of the Michigan State University Community and Economic Developmet Program (CEDP).
- Home Affairs Bureau, T. H. K. S. A. R. G. (2005). *A Study on Creativity Index*.
- ICOMOS INTERNATIONAL CULTURAL TOURISM CHARTER. (1999). *Managing Tourism at Places of Heritage Significance*. Australia.
- ICONSIAM. (2019). The Maker พลังแห่งหัวใจไทยที่ยิ่งใหญ่สะกดโลก Retrieved from (<https://www.youtube.com/watch?v=u9WufNmWXmo>)
- John Howkins. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. London, UK: Penguin.
- John Kreidler and Philip J. Trounstine. (2005). *Creative Community Index*. . U.S.A.: Cultural Initiatives Silicon Valley.
- Kunihiro, N. (2015). *YOKOHAMA AND CREATIVITY:URBAN REGERATION THROUGH CULTURE AND ARTS*. Paper presented at the Asia Culture Forum 2015, Gwangju.
<https://www.researchgate.net/profile/Kunihiro-Noda-2>
- Landry, C. (2008). *The Creative City : A Toolkit for Urban Innovators*. London: Routledge.

- Loon, R. v. (2008). *The Creative city-A Feasible Utopia? A Research about creative city planning in four Dutch cities*. (Masterthesis Master thesis). Radboud University, Retrieved from https://theses.uibn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/3166/Loon%2C_Rens_van_1.pdf?sequence=1
- Ohmae, K. (2004). *Leading the World with Unique - New Kyoto Model Recognition of Creativity in Everyday Life: GLOCOM PLATFOEM*. Organization, W. I. P. (2003). . Guide on Surveying the Economic Contribution of the CopyrightBased Industries. Retrieved from <http://www.wipo.int> <http://www.wipo.int>
- Pierre Bourdieu. (1986). The Forms of Capital. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, 241-258.
- Romein A, T. J. (June 2009). Key Element of Creative City Development: An Assessment of Local Polocies in Amsttterdam and Rotterdam. *City Futures '09m*. Retrieved from www.cityfutures2009.com/PDF/22_Romein_Arie.pdf
- Srisangnam. (2009). *Creative Economy*. Bangkok: Chulalongkorn University,.
- team, B. b. (2014). คู่ยกกับ “ดวงฤทธิ บุนนาค” เจ้าของโครงการ สุดฮือต ริมเจ้าพระยา “The Jam Factory”. Retrieved from <https://www.brandbuffet.in.th/2014/02/jam-factory-duangrit-bunnag/>
- UNCTAD. (2011). *The Creative Economy Report*. Retrieved from
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2545). การคิดสร้างสรรค์ *Creative Thinking*. กรุงเทพฯ: บริษัท ชัดเชดมีเดีย จำกัด.
- เฉพาะกิจ. อมตะสถาปัตยกรรรมจีนชื่อเหอหยวน. Retrieved from <https://www.bareo-isys.com/service/architecture/siheyuan/>
- เทพก่าปนาท, อ. (2548). ความหมาย แนวคิดและประเด็นที่เกี่ยวกับ “วัฒนธรรม”. Retrieved from <http://www.culture.go.th/study/2548/5/16.html>
<http://www.culture.go.th/study/2548/5/16.html>
- เปลี่ยน ภาสกรวงศ์. (2553). ตำราแม่ครัวหัวป่าก์: ม.ป.ท. : ม.ป.พ.
- และศูนย์สร้างสรรค์แห่งชาติ, ส. (2552). รายงานการศึกษาเบื้องต้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: บริษัท บี.ซี. เพรส (บุญชิน) จำกัด.

- 'ไอคอนสยาม' กับ 3 รางวัลชนะเลิศ ความภูมิใจในเวทีโลก. (2562). มติชนออนไลน์. Retrieved from https://www.matichon.co.th/prachachuen/prachachuen-scoop/news_1653167
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2553). คู่มือประกอบโครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์. กิตติอำพน, สุנית. (2553). เมืองและชุมชนสร้างสรรค์. Retrieved from <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2011/2011-apr-jun/313-city->. Retrieved 12 กรกฎาคม 2563 <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2011/2011-apr-jun/313-city->
- จารุวรรณ ขำเพชร. (2560). พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านสุขุมวิท. 1(9), 42-50.
- ธนวรรณ นิธิพานันท์. (2558). กระบวนการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีเพลินวาน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนะพรพันธุ์, ร. (2546). วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก กรุงเทพฯ: มติชน.
- นฤตม์ เทอดสถีรศักดิ์. (2550). มหัศจรรย์แห่งหมู่บ้านหลังเขา : พอเพียงและยั่งยืนท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์: กรุงเทพฯ : BrandAge Books.
- ประภัสสร ชูวิเชียร. (2562). ศิลปะกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มติชน.
- ปิยะนาถ อังควาณิชกุล. (2561). มรดกช่างสมัยอยุธยา : กรณีศึกษาชุมชนบ้านบุ. วารสารประวัติศาสตร์(สิงหาคม-กรกฎาคม), 129-142.
- พีรดร แก้วลาย และคณะ. (2556). เมืองสร้างสรรค์: แนวทางการพัฒนาเมืองจากสินทรัพย์สร้างสรรค์ท้องถิ่นไทย. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยพัฒนการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.
- มติชนออนไลน์. (2561). ชมภาพเก่า 'ย่านคลองสาน-เจริญนคร' อดีตโรงสีก่อนเป็นอภิมหาโครงการ 'ไอคอนสยาม'. Retrieved from https://www.matichon.co.th/entertainment/arts-culture/news_1220087. https://www.matichon.co.th/entertainment/arts-culture/news_1220087
- ราชกิจจานุเบกษา. (2554). เล่ม 128 ตอนพิเศษ 152 ง.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 (พิมพ์ครั้งที่ 2. ed.). กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.
- ลีลาวรรณสุข, ธ. (2561). THE KITE RUNNER จากนักเรียนออกแบบที่เกือบถูกรีไทร์สู่นักออกแบบไทยผู้หยิบเทคนิคการทำว้าวและชวนชาวประมงในชุมชนมาสร้างงานศิลปะจนชาวต่างชาติยอมรับ. THE CLOUD. Retrieved from <https://readthecloud.co/design-korakot-aromdee/>

วิทยาลัยศิวิล (2560, 25 กันยายน). สวนเมืองบางกอก. Retrieved from สืบค้นจาก

<http://lek-prapai.org/home/view.php?id=5307>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). รายงานการศึกษา

เบื้องต้น: เศรษฐกิจสร้างสรรค์ *The Creative economy*. กรุงเทพฯ: บริษัทพี.ซี.เพรส.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ

สังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด. Retrieved from

<http://www.nesdbgo.th/Default.aspx?tabid=395>.

<http://www.nesdbgo.th/Default.aspx?tabid=395>

สุขสันต์ ชื่นอารมย์. (2554). แนวทางการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ : กรณีศึกษาโครงการ อาร์.ซี.เอ.

(วิทยานิพนธ์ สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.

อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ. (2553). *Thailand's Creative Economy*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	สรารุช ผาณิตรัตน์
วัน เดือน ปี เกิด	13 มีนาคม 2512
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2533 ศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี) จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2549 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาภาษาอังกฤษเพื่องานอาชีพ) จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาศิลปวัฒนธรรม จาก มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	99/221 ม.ปาริชาติ ซ.คุ่มเกล้า 11 แขวงลำปลาทิง เขตลาดกระบัง กทม 10520

