

สรรค์สร้างเมืองสร้างสรรค์
กรณีศึกษานโยบายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย
The Making of the Creative City:
A Case Study of Thailand's Creative City Policy
Implementation

พิชชากานต์ ชวงชัย / Pritchakan Chuangchai¹

Received: May 15, 2022 Revised: Jun. 15, 2022 Accepted: Jul. 1, 2022

บทคัดย่อ

เมืองสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่มีอิทธิพลต่อการฟื้นฟูและพัฒนาเมืองหลากหลายเมืองทั่วโลกมานานอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่าสองทศวรรษ แนวคิดเมืองสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่ได้รับเสียงตอบรับเป็นอย่างดีจากนักสร้างนโยบายและนักวิชาการ แต่ในขณะเดียวกันก็มีกระแสวิพากษ์การใช้แนวคิดนี้ในหลากหลายเมืองเช่นเดียวกัน ในบริบทประเทศไทย วาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในการกำหนดนโยบายวัฒนธรรมเชิงเมืองของประเทศ โดยส่วนหนึ่งเป็นการตอบรับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มีการเริ่มต้นใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 วิจัยนี้จึงตั้งคำถามถึงการเลือกใช้วาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ของรัฐ เนื่องจากนโยบายดังกล่าวเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลักของการพัฒนาเมืองในประเทศไทย และเนื่องจากวาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยมีการรับเข้ามาอย่างรวดเร็ว บทความวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการประยุกต์ใช้วาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ในการกำหนดนโยบายเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย และเพื่อวิเคราะห์ต่อ ยอดถึงทิศทางและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนด

¹หลักสูตรการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

¹Management of Cultural Heritage and Creative Industries, College of Innovation, Thammasat University

นโยบายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษากรณีศึกษาอย่างละเอียด นอกจากนั้นยังใช้การสืบค้นข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อค้นหาเหตุผลของการประยุกต์ใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ และวิเคราะห์กรณีศึกษาประเทศไทยภายใต้กรอบแนวคิดวงจรความคิดสร้างสรรค์ (Cycle of creativity) ทั้ง 5 ขั้นตอน โดยชาร์ลส์ แลนดรี (Charles Landry) เพื่อตรวจสอบข้อมูลจากวิจัยแบบทุติยภูมิเบื้องต้นและเป็นการค้นหาประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า การประยุกต์ใช้นโยบายเมืองสร้างสรรค์ในเมืองต่าง ๆ ยังคงขาดกระบวนการ และขั้นตอนที่จะทำให้เกิดวงจรความคิดสร้างสรรค์ในเมืองอย่างยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้จึงสรุปได้ว่าการประยุกต์ใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยนั้นมีความพยายามในการช่วยพัฒนา โดยหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ยังไม่สามารถถึงความสร้างสรรค์ในเมืองมาใช้ได้อย่างแท้จริง

คำสำคัญ : เมืองสร้างสรรค์ นโยบายวัฒนธรรม นโยบายวัฒนธรรมเชิงเมืองประเทศไทย

Abstract

The Creative City has been a concept that has influenced the revitalisation and development of cities around the world for more than two decades. Considering the implementation of the concept, there has been positive feedback as well as a debate around the use of the Creative City from both policymakers and academics. In the Thai context, the Creative City discourse has just begun to play a role in shaping the country's urban cultural policy. It is in response to the 20-year National Strategy introduced in 2018. The rapid entry of the Creative City discourse in Thailand has caused this research to question the government's choice of the adoption of the Creative City policy discourse as it has become one of the main strategies for urban development in Thailand. This research

article therefore aims to study the implementation of the Creative City discourse in the formulation of the Creative City policy in Thailand, further analyse the direction, and make recommendations on the Creative City policy of Thailand. The qualitative research method was employed by using the case study in detail. Desk study was also used to find research background on the implementation of the Creative City concept in Thailand. The results were analysed using the critical policy analysis method together with the use of all the five parts of the “cycle of creativity” by Charles Landry in examining the secondary data and analysing Thailand’s Creative City policy. The results showed that the implementation of the Creative City policy, that has been supported and developed by many relevant agencies, in many cities still lacks processes and procedures to create sustainable urban creative cycles. This research can be concluded that the implementation of the Creative City concept in Thailand does not actually draw on the urban creativity.

Keywords : Creative City, Cultural policy, Urban cultural policy, Thailand

บทนำ

“เมืองสร้างสรรค์” เป็นนโยบายวัฒนธรรมเชิงเมือง (Urban Cultural Policy) ที่เป็นกระแสในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา โดยสังเกตได้จากการที่หลาย ๆ เมืองทั่วโลกต่างพากันใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์นี้ในการพัฒนาและฟื้นฟูเมืองของตน สำหรับประเทศไทยนั้นได้ตั้งเป้าสร้างเมืองสร้างสรรค์ 30 เมือง ภายใต้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network หรือ UCCN) ภายในปี พ.ศ. 2580 เพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) (คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) โดยมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เป็นผู้รับผิดชอบหลัก

การตั้งเป้าหมายในการสร้างเมืองสร้างสรรค์ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาของประเทศไทยนั้น ก่อให้เกิดการตั้งคำถามถึงการปรับใช้และทิศทางของการประยุกต์ใช้วาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ในเมืองต่าง ๆ ว่าในบริบทประเทศไทยนั้นนโยบายเมืองสร้างสรรค์เป็นนโยบายที่มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของเมือง รวมถึงมีการดึงความคิดสร้างสรรค์ของผู้ที่อยู่ในเมืองมาใช้มากน้อยเพียงใด

แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ถือกำเนิดขึ้นจากปัญหาการถดถอยของภาคอุตสาหกรรมในตะวันตก (Deindustrialisation) เพื่อตอบสนองต่อความเสื่อมโทรมของพื้นที่ในเมือง รวมถึงแก้ปัญหาโรงงานที่ถูกทิ้งร้าง อันนำไปสู่ปัญหาเชิงเมืองและปัญหาทางสังคมอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการว่างงาน ปัญหาอาชญากรรม หรือปัญหาความยากจนที่เกิดขึ้นในเมือง ชาร์ลส์ แลนดรี (Charles Landry) และฟรานโก เบียนคินี (Franco Bianchini) ได้เขียนหนังสือ *The Creative City* ขึ้นในปี ค.ศ. 1995 โดยมุ่งหวังที่จะใช้ความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมในการแก้ปัญหาเมืองเหล่านี้ 5 ปีให้หลัง ชาร์ลส์ แลนดรี (Charles Landry) ได้ต่อยอดแนวคิดดังกล่าวในหนังสือ *The Creative City: Toolkit for Urban Innovator* ซึ่งได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองโดยใช้กลยุทธ์สร้างสรรค์ที่ชัดเจนขึ้น สิ่งที่ชาร์ลส์ แลนดรี (Charles Landry) เน้นย้ำ คือ เมืองสร้างสรรค์ไม่มีสูตรหรือกฎเกณฑ์ที่ตายตัว โดยสิ่งที่เขาเขียนในหนังสือจะเป็นการแนะแนวทางในการสร้างเมืองสร้างสรรค์เสียมากกว่า และหนึ่งในแนวคิดการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ที่ถูกนำไปใช้วิเคราะห์เมืองต่อยอดเป็นจำนวนมากคือ แนวคิดวงจรความคิดสร้างสรรค์ (Cycle of creativity) ที่กล่าวถึงขั้นตอนต่าง ๆ ที่มีส่วนในการช่วยผลักดันให้เกิดเมืองสร้างสรรค์สำหรับประชากรของเมืองอย่างแท้จริง (Landry, 2000)

แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ได้แพร่กระจายไปยังเมืองต่าง ๆ ทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ยังมีการถกเถียงและตั้งข้อโต้แย้งถึงการกำหนดใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในแวดวงวิชาการและแวดวงผู้กำหนดนโยบาย โดยที่วาทกรรมเมืองสร้างสรรค์และวาทกรรมเชิงสร้างสรรค์อื่น ๆ มีความเสี่ยงที่จะเป็น “นโยบาย

เมืองที่ถูกถ่ายโอนอย่างรวดเร็ว” (Fast urban policy) โดยการถูกถ่ายโอนอย่างรวดเร็วจากเมืองหนึ่งถึงอีกเมืองหนึ่งนั้น อาจทำให้เมืองที่รับนโยบายขาดการคิดไตร่ตรองถึงทรัพยากรของเมืองในการฟื้นฟูเมืองตามแบบฉบับที่เหมาะสมกับเมืองนั้น ๆ (Peck, 2005) ทั้งยังมีการตั้งคำถามว่าแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมสร้างสรรค์อาจเป็นประหนึ่ง “แม่พิมพ์คุกกี้” (Cookie-cutter) (Oakley, 2004, p.67-77) หรือการคัดลอกอย่าง “Xerox approach” (Pratt, 2009, p.9-23) ที่มีลักษณะของการคัดลอกนโยบายจากอีกเมืองไปสู่อีกเมืองหนึ่งเท่านั้นเอง และยิ่งไปกว่านั้นแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ยังถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็น “ขั้วตรงข้ามของความคิดสร้างสรรค์” (Anti-thesis of creativity) (Mould, 2015) เนื่องจากการนำวาทกรรมไปใช้ไม่สนับสนุนการแก้ไขปัญหาที่สร้างสรรค์ที่มีการรังสรรค์เองจากคนในเมือง

เมืองสร้างสรรค์ยังถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเปรียบดัง “ม้าโทรจันของลัทธิเสรีนิยมใหม่” (Trojan horse of neoliberalism) (Mould, 2015) ที่มีภาพลักษณ์ดีภายนอก หากแต่ข้างในกลับเป็นไส้ศึกที่ถูกชุกซ่อนไว้ ซึ่งยังมีความเชื่อมโยงอย่างมากกับแนวคิดยูโทเปียในเมืองแบบเสรีนิยมใหม่ของมิลตัน ฟรีดแมน (Milton Friedman) ที่มองว่าในสังคมเสรีนิยมใหม่การพัฒนาเศรษฐกิจถูกกำหนดให้เป็นเป้าหมายหลักของมนุษยชาติ ดังที่ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ ให้เหตุผลว่าเสรีนิยมใหม่เป็นตัวแทนของยูโทเปียของการแสวงประโยชน์อย่างไม่มีจำกัด (Bourdieu, 1998) และสำหรับมิลตัน ฟรีดแมน (Milton Friedman) สังคมตลาดเสรีจะส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษย์ที่สร้างสรรค์มากขึ้น โดยมีรัฐทำหน้าที่เป็นเพียงผู้อำนวยความสะดวกระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเท่านั้น (ในกรณีนี้ คือ ระหว่างพลเมืองและภาคเอกชน) (Vergara-Perucich, 2018) โดย “ในสังคมอุดมคตินี้ ทุกคนสามารถเติบโตในฐานะผู้ประกอบการได้หากมีความมุ่งมั่น” (Vergara-Perucich, 2018, p.26) กอปรกับวาทศิลป์ว่า “ทุกคนล้วนแต่มีความคิดสร้างสรรค์ (เป็นทุน)” (Smith, 1998, p.5) ยิ่งเป็นการเน้นย้ำแนวความคิดเรื่องความเป็นปัจเจกนิยม ความเป็นผู้ประกอบการ และเสรีภาพของตลาด ซึ่งเชื่อมโยงกับแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในโลกอุดมคติตามแนวคิดเสรี

นิยมใหม่ ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมเบื้องต้นพบว่ามี การนำวาทกรรมเมืองสร้างสรรค์นี้ไปใช้ต่อยอดเชิงนโยบายในหลากหลายเมืองทั่วโลกและแนวคิดซึ่งถูกคิดค้นมาเพื่อการแก้ปัญหาสำหรับเมืองที่กำลังเสื่อมโทรมในตอนต้นนั้นกำลังถูกนำไปใช้ในทิศทางที่เปลี่ยนไป โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างเมืองเพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มคนบางกลุ่มเพียงเท่านั้นและในขณะเดียวกันรัฐบาลก็ทำหน้าที่เป็นเพียงกลไกที่ช่วยขับเคลื่อนกระบวนการดังกล่าว แทนที่จะทำหน้าที่รักษาสภาพประโยชน์สำหรับประชาชนในเมือง

อย่างไรก็ตาม ข้อถกเถียงที่เกี่ยวกับวาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังไม่ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางเท่าวรรณกรรมฝั่งตะวันตก จะเห็นได้ว่าหลายประเทศในภูมิภาคนี้ รวมถึงอาเซียนเองกลับได้สนับสนุนการใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในการพัฒนาเมืองเสียอีก (ASEAN, 2021) ถึงกระนั้นงานวิจัยเมื่อเร็ว ๆ นี้เกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แสดงให้เห็นว่า นักวิชาการและผู้กำหนดนโยบายเริ่มมองเห็นผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ เช่น วิจัยเรื่องปัญหาที่เกิดขึ้นต่อเนื่องของการรวมตัวทางสังคม และการแบ่งพื้นที่ในการใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในเมืองประวัติศาสตร์จอร์จทาวน์ ปีนัง (George Town, Penang) ประเทศมาเลเซีย (Khuo, 2020) หรือวิจัยเกี่ยวกับเมืองบันดุง (Bandung) เมืองในประเทศอินโดนีเซีย ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ที่กำลังบังเกิดขึ้น (Emerging Creative City) ซึ่งเป็นสมาชิกของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก สาขาการออกแบบ แต่ยังคงต้องต่อสู้กับปัญหาเร่งด่วนเรื่องราคาอสังหาริมทรัพย์ การขนส่ง และปัญหาการมีส่วนร่วมในเมืองของคนที่ย่างสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว (De Beukelaer, 2021)

ดังนั้น การศึกษาการตอบรับวาทกรรมเมืองสร้างสรรค์และวาทกรรมเชิงสร้างสรรค์อื่น ๆ ของรัฐไทยในด้านการกำหนดนโยบายจึงมีความสำคัญและจำเป็น เนื่องจากแนวคิดเมืองสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่มีความหมายแฝงในเชิงบวก จึงอาจทำให้ผู้กำหนดนโยบายหรือเมืองต่าง ๆ ที่มีกรนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ ขาดการพิจารณาไตร่ตรองถึงผลอื่น ๆ ที่อาจจะแอบแฝงมากับ

การใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์นี้ หรือแนวคิดเมืองสร้างสรรค์อาจเป็นแค่เพียงเครื่องมือของเศรษฐกิจเสรีนิยมใหม่ ซึ่งมีเพียงการคำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว เมื่อเมืองเป็นพื้นที่ของผู้คนและเป็นพื้นที่ของการก่อกำเนิดวัฒนธรรมของคนในสังคม ดังนั้น นโยบายเมืองสร้างสรรค์จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ เพื่อที่จะให้ประชาชนผู้ซึ่งมีส่วนได้ส่วนเสียในเมืองได้รับประโยชน์จากการดำเนินนโยบายอย่างแท้จริง การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาการดำเนินการประยุกต์ใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ถึงทิศทางการใช้นโยบายนี้ และเพื่อให้ข้อเสนอแนะกับการปรับใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

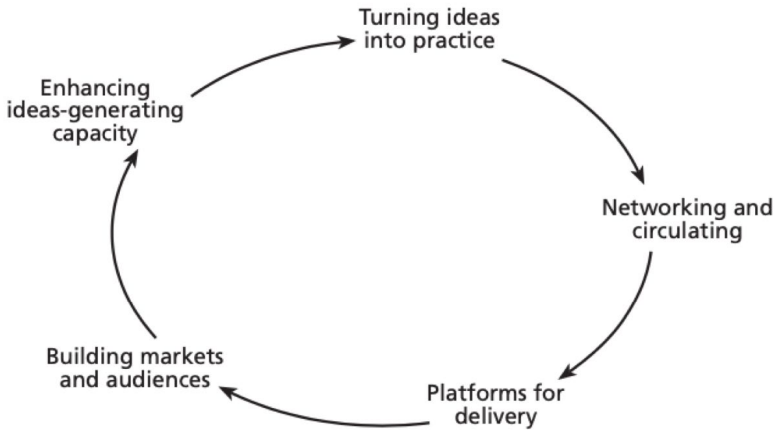
1. เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้วาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ในการกำหนดนโยบายเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ทิศทางและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้วาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ในการกำหนดนโยบายวัฒนธรรมเชิงเมืองในประเทศไทย โดยใช้การวิจัยแบบกรณีศึกษาเป็นหลัก เพื่อศึกษาองค์ประกอบและรายละเอียดของหัวข้อการวิจัย วิธีการศึกษกรณีศึกษาเชิงคุณภาพช่วยสำรวจปรากฏการณ์หรือหัวข้อการวิจัยผ่านแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้ครบถ้วน (Baxter and Jack, 2008) ซึ่งเหมาะสมกับกรณีของการประยุกต์ใช้นโยบายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย เนื่องจากทุกองค์ประกอบและทุกมุมมองของประเด็นถูกสืบค้นอย่างรอบคอบและครบถ้วน โดยเริ่มวิจัยจากการวิจัยแบบหัตถวิธานเพื่อค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาวาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยและกระบวนการทางนโยบายที่เกิดขึ้น โดยมีการรวบรวมข้อมูลจากสิ่งพิมพ์ของทางราชการ หน่วยงาน หรือสถาบันของรัฐ และจากเอกสารการทำงาน เว็บไซต์ของหน่วยงาน

ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบาย ข้าราชการ ข้าราชการ ข้าราชการ และแหล่งข้อมูล
หุติยภูมิอื่น ๆ เช่น บทความวิจัย และบทความวิชาการ ข้อมูลเหล่านี้ถูกนำมาใช้
เพื่อเรียบเรียงและหาคำตอบของการพัฒนาวาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ใน
ประเทศไทย

ขั้นตอนถัดไปเป็นขั้นตอนการวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical investigations)
โดยวิจัยนี้เลือกใช้การวิเคราะห์กรณีศึกษาประเทศไทยภายใต้กรอบแนวคิดวงจร
ความคิดสร้างสรรค์ (Cycle of creativity) โดยชาร์ลส์ แลนดรี (Charles Landry)
เพื่อตรวจสอบข้อมูลจากวิจัยแบบหุติยภูมิเบื้องต้นและเป็นการค้นหาประเด็น
อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแนวคิดวงจรความคิดสร้างสรรค์นี้เป็นแนวคิดเชิงทฤษฎี
ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการพยายามสร้างและประเมินรูปแบบของการใช้ความคิด
สร้างสรรค์ที่หมุนเวียนในเมืองที่สามารถขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองได้ โดยชาร์ลส์
แลนดรี (Landry, 2000) เห็นว่าควรเริ่มต้นจากมุมมองที่ว่าความคิดสร้างสรรค์
สามารถควบคุม และใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเมืองและสถานที่ได้ ในขณะเดียวกัน
ก็มีการโต้แย้งว่าความคิดสร้างสรรค์อาจสูญเปล่าได้ หากไม่จัดการด้วยวิธีเชิงกล
ยุทธ์อย่างชาญฉลาด เขายังกล่าวอีกว่าความคิดสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้
ในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย สามารถเกิดได้ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันและขั้นตอน
ต่าง ๆ ในกระบวนการพัฒนาผ่านผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย ผลการวิจัย
ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลหุติยภูมิผ่าน กรอบแนวคิด วงจรความคิดสร้างสรรค์นี้
ถูกนำไปวิเคราะห์ เพื่อต่อยอดการกำหนดข้อเสนอแนะสำหรับนโยบายเมือง
สร้างสรรค์ของประเทศไทย



ภาพที่ 1 วงจรความคิดสร้างสรรค์ (The cycle of creativity)

(ที่มา : Landry, 2000, p.225)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าเส้นทางการดำเนินการตามนโยบายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทยนั้น ถือว่าค่อนข้างช้าเมื่อเทียบกับการถือกำเนิดขึ้นของแนวคิดนี้ในฝั่งตะวันตกเมื่อราวปี ค.ศ. 1995 ดังเช่นที่กล่าวไปข้างต้น รัฐบาลไทยเริ่มให้ความสำคัญกับแนวคิดนี้เมื่อไม่นานมานี้ เพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ราวปี พ.ศ. 2553 กลุ่ม “คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นการรวมตัวของภาคส่วนการศึกษา ภาครัฐ และภาคเอกชน ได้ตัดสินใจใช้กลยุทธ์เมืองสร้างสรรค์ในการพัฒนาเมือง โดยจุดเริ่มต้นของการนำแนวคิดเมืองสร้างสรรค์เข้ามาใช้ในเชียงใหม่ เกิดจากการพบปัญหาว่าในจังหวัดเชียงใหม่มีผู้สำเร็จการศึกษาจำนวนมากต่อปี แต่ตลาดงานในเชียงใหม่เองกลับมีจำกัด ผู้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่จึงจำเป็นต้องย้ายไปทำงานในจังหวัดอื่น ๆ ที่มีงานรองรับมากกว่า คณะทำงานจึงมีแนวคิดริเริ่มนำแนวคิดเมืองสร้างสรรค์เข้ามาแก้ไขปัญหา เพื่อเป็นการเพิ่มการจ้างงานและเพิ่มโอกาสให้กับคนในเชียงใหม่ และมีการก่อตั้ง “เชียงใหม่สร้างสรรค์” (Creative Chiang Mai)

ขึ้นมาในที่สุด (Chuangchai, 2019 ; 2020) ทั้งยังได้มีการพยายามผลักดันให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในเมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกอีกด้วย

ถึงกระนั้นเอง เมืองแรกของประเทศไทยที่เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก คือ จังหวัดภูเก็ต โดยจังหวัดภูเก็ตเข้าร่วมเครือข่ายในปี พ.ศ. 2558 ในฐานะเมืองแห่งวิทยาการอาหารและเพิ่งส่งรายงานการตรวจสอบไปยังยูเนสโกในปี พ.ศ. 2562 โดยการสร้างเมืองสร้างสรรค์ในภูเก็ตนั้นประกอบไปด้วยหลายกลุ่มบุคคลที่ร่วมผลักดัน ไม่ว่าจะเป็นเทศบาลนครภูเก็ต สมาคมเพอรานากัน และกลุ่มชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต ในปัจจุบันเทศบาลนครภูเก็ตเป็นผู้รับผิดชอบในการสร้างแผนพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ รวมถึงการจัดกิจกรรมเวิร์กช็อป (Workshop) และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นตลอด 6 ปีของการเป็นเจ้าภาพเมืองสร้างสรรค์ นอกจากนี้เทศบาลนครภูเก็ตยังได้มีความพยายามที่จะเชื่อมต่อความรู้ด้านวิทยาการอาหารกับกลุ่มเยาวชนของจังหวัด และสนับสนุนการต่อยอดทางวิทยาการอาหารสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดด้วย (Phuket Gastronomy, 2019)

หลังจากที่จังหวัดภูเก็ตได้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในปี พ.ศ. 2558 แล้วนั้น จังหวัดเชียงใหม่ก็ไม่ลดละความพยายามที่จะเข้าร่วมในเครือข่ายเช่นเดียวกัน กลุ่มเชียงใหม่สร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการสร้างอิทธิพลต่อทิศทางการสร้างนโยบายพัฒนาเมืองและโครงสร้างวัฒนธรรมของเมือง โดยเชียงใหม่สร้างสรรค์ทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมความคิดในการพัฒนาและปรับปรุงแผนงานและกลยุทธ์บนพื้นฐานของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งยังทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มเครือข่ายสำหรับการประสานงานและแบ่งปันข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจุดมุ่งหมายที่สำคัญอีกข้อที่น่ายินดี คือ เพื่อการทำตลาดของเชียงใหม่ (Creative Chiang Mai, 2020a) เชียงใหม่สร้างสรรค์ยังเป็นหนึ่งในเมืองสมาชิกที่ร่วมก่อตั้งเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asian Creative Cities Network) ซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2557 เพื่อเป็นแพลตฟอร์มเชื่อมต่อและแลกเปลี่ยนประสบการณ์สำหรับเมืองสร้างสรรค์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่เป็น

ที่น่าเสียดายที่เครือข่ายนี้ไม่ได้มีการจัดกิจกรรมร่วมกันเท่าใดนักในระยะหลัง โดยต่อมาในปีเดียวกันนั้นเององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ร่วมกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้จัดตั้งกลุ่ม “เชียงใหม่เมืองหัตถกรรมสร้างสรรค์” (Chiang Mai City of Crafts and Folk Art) เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการสมัครเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก และเชียงใหม่ได้เข้าร่วมเครือข่ายในสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านในปี พ.ศ. 2560 ในที่สุดสิ่งนี้แสดงให้เห็นว่าแนวคิดเมืองสร้างสรรค์จากกลุ่มบุคคลสามารถส่งผลกระทบและมีอิทธิพลต่อนโยบายวัฒนธรรมเมืองโดยรวมของเมืองได้ ณ ตอนนีปี พ.ศ. 2565 องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่เป็นผู้กำหนดทิศทาง และดูแลการพัฒนาของเมืองเชียงใหม่ในฐานะเมืองสร้างสรรค์

ในปี พ.ศ. 2561 ได้มีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่สำหรับระบบนิเวศสร้างสรรค์ของประเทศไทย เมื่อมีการก่อตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. ขึ้น เพื่อเป็นหน่วยงานในการกำกับดูแลการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศ การเปลี่ยนแปลงนี้ยังนำไปสู่การเน้นย้ำเรื่องวาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยที่ชัดเจนขึ้น เนื่องจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีการกำหนดเป้าหมายหลักในการดำเนินการ และหนึ่งในสองเป้าหมายสำหรับแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2562 - 2566 คือ การมีเมืองในประเทศไทยอีก 2 เมืองเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ผู้มีบทบาทสำคัญของรัฐอีกรายที่เพิ่มเข้ามาในสมการ คือ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. ซึ่งดูแล ส่งเสริม และพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศ (DASTA, 2021) ในปี พ.ศ. 2563 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ โดยมุ่งไปที่การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ที่ยั่งยืนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว โดยคาดการณ์ว่าการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในประเทศจะช่วยสร้างและส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

และยังเป็นการขยายโอกาสให้เมืองในประเทศไทยเข้าร่วมในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกอีกด้วย (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563) ทั้งนี้องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ยังได้จัดสัมมนาหัวข้อเรื่อง “ขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 และหัวข้อในการเสวนา คือ 1) การเตรียมการสำหรับเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก 2) เส้นทางสู่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก และ 3) บทบาทของวัฒนธรรมในการพัฒนาเมืองและเมืองสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพในประเทศไทย (DASTA, 2021) ภายใต้การดูแลขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (บางส่วน) จะเห็นได้ชัดว่าทิศทางการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทยกำลังมุ่งสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งหมายความว่าเมืองสร้างสรรค์ของไทยจะต้องพบกับตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพหลัก (KPI) คือ “การท่องเที่ยว” นอกจากนี้องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่างก็ตั้งเป้าหมายว่าการเป็นเมืองสร้างสรรค์ของไทยหมายความว่าเมืองต่าง ๆ จะต้องเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกดังที่ได้นำเสนอก่อนหน้านี้

ภายหลังจากการกำหนดให้เชียงใหม่เป็นเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ในปี พ.ศ. 2560 มีอีกสองเมืองที่เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ในปี พ.ศ. 2562 ได้แก่ จังหวัดสุโขทัย (สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน) และ จังหวัดกรุงเทพมหานคร (สาขาการออกแบบ) โดยประเทศไทยมีความตั้งใจอย่างแรงกล้าที่จะเข้าร่วมเครือข่ายของยูเนสโกดังที่ได้วิเคราะห์ไว้เบื้องต้น เมื่อองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญสำหรับการใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ได้พยายามผลักดันเมืองในประเทศไทยอีก 4 เมือง ให้สมัครเข้าเครือข่ายของยูเนสโก เมืองเหล่านี้ ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดน่าน จังหวัดเชียงราย และจังหวัดเพชรบุรี

และในปี พ.ศ. 2564 องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ส่ง 2 เมือง ได้แก่ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดเพชรบุรี ในการสมัครเป็นสมาชิกของเครือข่าย และในเดือนพฤศจิกายนของปีเดียวกันก็เป็นช่วงที่ยูเนสโกประกาศรายชื่อเมืองที่เข้าร่วมเครือข่าย ซึ่งจังหวัดเพชรบุรีได้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในปีนั้นในสาขาเมืองแห่งอาหาร ขณะที่จังหวัดเชียงรายซึ่งสมัครเข้าสาขาการออกแบบไม่ได้เข้าร่วมเครือข่ายในปีเดียวกัน จังหวัดเชียงรายจัดงาน “เทศกาลออกแบบเพื่อความยั่งยืนเชียงราย” ในเดือนพฤศจิกายน โดยมีการจัดแสดงแง่มุมความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในจังหวัด เพื่อสนับสนุนให้จังหวัดพัฒนาไปในทิศทางเมืองสร้างสรรค์ และอีกหนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญ คือ การอภิปรายร่วมกันของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัด โดยการอภิปรายเหล่านี้กล่าวถึงศักยภาพของจังหวัดเชียงรายในฐานะเมืองแห่งการสร้างสรรค์ ตลอดจนความท้าทายและบทเรียนที่ได้รับจากการสมัครเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในปี พ.ศ. 2564 จากการเสวนาปรากฏว่าองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไม่เพียงแต่สนับสนุนการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ แต่ยังมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของเมืองในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกในปี พ.ศ. 2564 เมื่อแผนเดิมมีผลบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2566 สิ่งนี้ยังเป็นการตอกย้ำความต้องการของประเทศไทยที่จะเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น วาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ไม่ใช่เรื่องใหม่ในบริบทของประเทศไทย เนื่องจากเราได้เห็นการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นเวลากว่าสิบปีมาแล้ว วิจัยนี้จึงวิเคราะห์ลักษณะนโยบายเมืองสร้างสรรค์ของไทยว่าต่อไปนโยบายเมืองสร้างสรรค์จะมีการขับเคลื่อนไปในทิศทางใดและจะมีข้อเสนอแนะต่อการพัฒนานโยบายเมืองสร้างสรรค์ของไทยอย่างไร

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงการพัฒนานโยบายเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยที่เริ่มต้นจากลักษณะล่างขึ้นบน (Bottom-up approach) เช่นในกรณีของจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดเชียงใหม่ แล้วค่อย ๆ เปลี่ยนไปเป็นแบบบนลงล่าง (Top-down approach) ในกรณีศึกษาจังหวัดสุโขทัยและจังหวัดเชียงรายในเวลาต่อมา นั่นเป็นเพราะวาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ถูกใช้เป็นนโยบายวัฒนธรรมเชิงเมืองตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) โดยมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นผู้ดำเนินการสานต่อการใช้นโยบายนี้ในบริบทประเทศไทยผ่านการสร้างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค (มติชน, 2564) นอกจากนี้เมืองสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยังเชื่อมโยงกับร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ที่มุ่งเปลี่ยนประเทศไทยให้เป็นสังคมที่ก้าวหน้าด้วยเศรษฐกิจที่เน้นคุณค่าอย่างยั่งยืน ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับดังกล่าวยังมุ่งหวังให้ประเทศไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืนอีกด้วย ดังนั้น ในฐานะหน่วยงานต้นน้ำจึงกำลังทำงาน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชน และผู้คนในพื้นที่ที่กำหนดการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์จึงเป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้ประชาชน (ทั้งในประเทศและต่างประเทศ) ทราบถึงความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และยิ่งเน้นย้ำถึงประโยชน์ที่เมืองจะได้รับจากการเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ดังจะเห็นได้จากการที่เมืองสมาชิกต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนมากขึ้น (มติชน, 2564)

จากทิศทางการพัฒนานโยบายเมืองสร้างสรรค์ดังกล่าว แนวคิดวงจรความคิดสร้างสรรค์ในเมือง (Cycle of Creativity) ถูกนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์นโยบายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย โดยแบบจำลองวงจรที่สนับสนุน

ความคิดริเริ่มประกอบด้วยขั้นตอนที่ประสานกัน 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การส่งเสริมศักยภาพการสร้างความคิดของเมือง (Enhancing the ideas-generating capacity of the town) 2) การเปลี่ยนความคิดให้เป็นจริง (Turning ideas into reality) 3) การสร้างเครือข่ายและหมุนเวียนความคิด (Networking and circulating ideas) 4) การจัดหาแพลตฟอร์มผู้สร้างสรรค์ (Providing platforms for delivery) และ 5) การสร้างลูกค้าและตลาด (Building audiences and markets) โดยชาร์ลส์ แลนดรี (Landry, 2000) กล่าวว่า ขั้นตอนเหล่านี้จะต้องมีการวางแผนผ่านการวิเคราะห์ศักยภาพ ข้อดีข้อ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสินทรัพย์ต่าง ๆ ของเมือง

ขั้นตอนแรกในการเสริมสร้างศักยภาพในการสร้างความคิดของเมืองเป็นขั้นตอนการเปิดรับแนวคิดและข้อมูลเชิงลึกใหม่ ๆ มีการร่วมสร้างโมเดลธุรกิจเชิงนวัตกรรม การสร้างสรรค์งานศิลปะ สิ่งประดิษฐ์ และบริการใหม่ ๆ พยายามผลักดันและเสริมสร้างให้คนในเมืองมีความคิดใหม่ ๆ บนพื้นฐานของสิ่งที่เมืองมี สร้างวิถีกระตุ้นให้ผู้คนเกิดความคิดสร้างสรรค์หรือคิดวิธีใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหาของเมือง (Wood and Taylor, 2004) โดยสำหรับการประยุกต์ใช้นโยบายเมืองสร้างสรรค์ในเมืองต่าง ๆ ของไทยตามที่ได้นำเสนอไปข้างต้นนั้น จะพบว่าลักษณะของการใช้นโยบายในปัจจุบันเป็นแบบบนลงล่าง (Top-down approach) โดยมีการนำจากหน่วยงานหลักอย่างองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เสียเป็นส่วนมาก เป็นการสร้างนโยบายในลักษณะการก่อดำเนินขึ้นในรูปแบบ “ตามการเลือกของผู้มีอำนาจ” (Authoritative choice) (Colebatch, 2006) ซึ่งหมายถึงการที่ออก “...นโยบายตามเหตุผลและการเลือกของผู้มีอำนาจในตำแหน่งผู้มีอำนาจในการดำเนินการตามตัวเลือกเหล่านี้” (Browne, Coffey, Cook, Meiklejohn and Palermo, 2018, p.2) ในประเทศไทยดูเหมือนว่าจะเป็นกรณีนี้สำหรับเมืองส่วนใหญ่ที่ใช้วาทกรรมเมืองสร้างสรรค์ เมื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ส่วนใหญ่มาจากคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือการรวมกลุ่มของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากกว่าการมีส่วนร่วมของคนในเมืองอย่างแท้จริง กอปรกับการเข้ามามีบทบาท

ของรัฐบาลกลางในการสนับสนุนวาทกรรมความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ วาทกรรม และแนวคิดเหล่านี้จึงได้ถูกหยิบยื่นเข้าสู่พื้นที่เมืองต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ดังนั้น การเข้ามาของแนวคิดสร้างสรรค์ในเมืองต่าง ๆ นั้น อาจไม่ได้เป็นการเสริมสร้าง ศักยภาพในการสร้างความคิดของคนในเมืองอย่างแท้จริง

ลำดับถัดไป คือ การวิเคราะห์ขั้นตอนการนำแนวคิดมาปฏิบัติจริง โดยเริ่มต้นคิดว่าความคิดริเริ่มนี้จะทำให้แน่ใจได้อย่างไรว่าผู้คนมีโอกาสที่จะ ทดสอบความคิดของพวกเขา และนำไปปฏิบัติในสถานการณ์จริง ไม่ว่าจะ เป็น ด้านธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ การสนับสนุนนี้สามารถเป็นในรูปแบบ ของเงิน คำแนะนำ หรืออุปกรณ์ และยังมีแผนรับรองต่อความล้มเหลวที่ อาจเกิดขึ้นได้ด้วย (Wood and Taylor, 2004) ในขั้นตอนนี้ผลการวิจัย ที่สามารถนำมาอภิปรายได้ คือ การนำแนวคิดเมืองสร้างสรรค์มาใช้งานจริง ในเมืองต่าง ๆ ในประเทศไทย สิ่งที่มีมักจะเกิดขึ้นกับการพยายามนำแนวคิด เมืองสร้างสรรค์มาใช้ในเชิงปฏิบัติในหลาย ๆ เมืองนั้น คือ ปัญหาเรื่อง “การถ่ายโอนนโยบายเมืองอย่างรวดเร็ว” (Fast urban policy) (Peck and Theodore, 2010 ; 2012) นั้นหมายความว่ามีความเป็นไปได้อย่างมากที่เมือง จะเลือกรับนโยบายเหล่านี้โดยขาดการพิจารณาไตร่ตรอง และการกำหนดนโยบาย เมืองนั้นก็อาจจะ “...ได้รับการออกแบบน้อยลงในการจัดการกับสาเหตุรากเหง้า ของความท้าทายของปัญหาทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ โดยผ่านวิธีการ ทางวัฒนธรรมและกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงเมืองอาจมีข้ออ้าง มากมายในการทำกิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตทางเศรษฐกิจ และการทำกำไรสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (และสาธารณชน) โดยการยอมสละ ทุกอย่าง” (Mould, 2015, p.17) กรณีศึกษาการรับนโยบายเมืองสร้างสรรค์ ของจังหวัดเชียงรายเป็นตัวอย่งที่ทำให้เห็นความเสี่ยงที่จะเกิดความผิดพลาด จากการรับนโยบายอย่างรวดเร็วจนอาจเกิดการขาดการพิจารณา เนื่องจาก คณะทำงานต้องเร่งพัฒนาแผนงานให้ตรงตามกำหนดการที่องค์การบริหาร การพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหรือผู้กำหนดนโยบายวางไว้ จากกรณีศึกษาดังกล่าวจะเห็นว่าบทบาทการผลักดันการใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์

จากฝ่ายรัฐอย่างองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน แต่จากการศึกษาและพูดคุยกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการสร้างจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองสร้างสรรค์นั้น พบว่า จังหวัดเชียงรายเพิ่งมีการเริ่มต้นประยุกต์ใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในเมืองได้ไม่นาน คณะทำงานยังคงอยู่ในช่วงการเรียนรู้และทำความเข้าใจกับแนวคิดการพัฒนาเมืองอย่างสร้างสรรค์ รวมถึงทำความรู้จักกับเมืองและทรัพยากรอันมีค่าของเมืองด้วย สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ หากปราศจากความพร้อมของเมือง และการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของพลเมือง การพัฒนาจังหวัดเชียงรายหรือเมืองสร้างสรรค์ของไทยเมืองอื่น ๆ ก็มีความเสี่ยงที่จะเป็นเพียงกับดักของการพยายามไล่ตามเมืองอื่นหรือประเทศอื่นเท่านั้น

สำหรับการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนความคิด ถือเป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญในการแพร่การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเมือง เนื่องจากในเมืองอาจมีคนที่พร้อมจะสร้างสรรค์จำนวนมาก แต่เมืองอาจไม่เอื้อต่อการรวมตัวของกลุ่มคนเหล่านี้ในการแลกเปลี่ยนความคิด คุณค่าที่มากขึ้นสามารถสร้างขึ้นได้เมื่อผู้คนเริ่มทำงานร่วมกันและแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ ทรัพยากร ประสบการณ์ และความรู้ต่าง ๆ ทั้งหมดนี้กลายเป็นสิ่งที่ยิ่งใหญ่กว่าผลรวมของส่วนต่าง ๆ ความคิดริเริ่มนี้มุ่งหวังที่จะคิดค้นกลไกที่สามารถช่วยให้ผู้คนและองค์กรเชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์ของพวกเขาได้ (Wood and Taylor, 2004) ในกรณีศึกษาของประเทศไทย พบการสร้างเครือข่ายของย่านสร้างสรรค์และการรวมตัวของเมืองสร้างสรรค์ทั้งภายในและระหว่างประเทศอยู่บ่อยครั้ง เช่น เครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมีการดำเนินงานใน 15 เมือง เพื่อสร้างย่านสร้างสรรค์ โดยคาดหวังว่าจะเป็นการปูทางให้เมืองเหล่านี้กลายเป็นเมืองที่มีความคิดสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นไปที่ 3 เมือง คือ จังหวัดพะเยา จังหวัดเลย และจังหวัดนครศรีธรรมราช และภายในปี พ.ศ. 2565 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งเป้าที่จะสร้างถึง 30 ย่านสร้างสรรค์ในประเทศไทย อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยจะมีการสร้างเครือข่ายระหว่างเมือง

อย่างเข้มแข็ง แต่ผลการวิจัยพบว่าเครือข่ายในเมืองนั้นกลับพบได้น้อย ดังที่อภิปรายไปข้างต้นถึงคณะทำงานเมืองสร้างสรรค์ที่มีการกระจุกตัวอยู่เพียงหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง หรือกลุ่มคนใดกลุ่มคนหนึ่ง โดยปราศจากการสร้างเครือข่ายกับภาคประชาชน หรือแม้แต่เครือข่ายของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เองก็ตาม ดังนั้น จึงไม่อาจสรุปได้ว่าขั้นตอนของการสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของความคิดภายในเมืองเป็นขั้นตอนที่บรรลุผลแล้ว เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการสร้างเครือข่ายควรเป็นการเชื่อมต่อกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในเมืองเป็นหลัก

เมื่อถึงจุดหนึ่งของวงจรความคิดสร้างสรรค์ คนที่มีความคิดสร้างสรรค์และองค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องใช้พื้นที่ที่พวกเขาสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ บริการ หรือรูปแบบศิลปะที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ของตนได้ พวกเขาต้องการโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและเสมือนจริง รวมถึงศูนย์ธุรกิจ สิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิต สตูดิโอ แกลเลอรี หรือเว็บไซต์ ซึ่งพร้อมใช้งานในข้อกำหนดที่เหมาะสมในราคาที่เหมาะสม (Wood and Taylor, 2004) หลายเมืองที่ใช้กลยุทธ์เมืองสร้างสรรค์มีความพยายามในการจัดสรรโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อเอื้อต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของคนในเมือง เช่น Makerspace จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสถานที่ที่ให้เช่าอุปกรณ์ในการเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ให้กลายเป็นผลงานจริงในราคาที่จับต้องได้เพื่อเป็นการทดลองไอเดีย เช่น เครื่องปริ้นสามมิติ เครื่องแกะสลักเลเซอร์ (Creative Chiang Mai, 2020b) อย่างไรก็ตาม ตัวอย่างของ Makerspace ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการริเริ่มของภาคเอกชน และยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ดังนั้น พื้นที่สำหรับการทดลองไอเดียจึงเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สำคัญที่ผู้กำหนดนโยบายต้องพิจารณาในการสร้างระบบนิเวศสร้างสรรค์ในเมือง

สุดท้ายนี้ ความคิด ผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ และบริการจะไม่มีคุณค่า เว้นแต่จะมีคนต้องการใช้หรือต้องการซื้อจากที่ไหนสักแห่ง คำถาม คือ เมืองมีความสามารถในการนำเสนอแนวคิดและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่เข้าถึงได้และน่าสนใจสำหรับผู้อื่นหรือไม่ หรือมีความสามารถในการส่งมอบให้ลูกค้าหรือ

ตลาดได้มาตรฐานที่ยอมรับได้หรือไม่ (Phil Wood and Calvin Taylor, 2004) ผลของการวิจัย พบว่า อีกหนึ่งเหตุผลสำคัญที่ไทยเลือกใช้นโยบายเมืองสร้างสรรค์เป็นเพราะวาทกรรมนี้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างแบรนด์เมืองเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนให้กับเมือง โอลี โมด (Mould, 2015) ยังตั้งข้อสังเกตว่านโยบายเมืองสร้างสรรค์อาจจะเป็น “สิ่งตรงข้ามกับความคิดสร้างสรรค์” (Anti-thesis of creativity) อย่างสิ้นเชิง สำหรับโอลี โมด (Oli Mould) นโยบายเมืองที่ดูทันสมัยและถูกเปลี่ยนถ่ายอย่างรวดเร็วกลับเป็นตัวจำกัดความคิดสร้างสรรค์ของการคิดวิธีการแก้ปัญหาของเมืองจากผู้คน เทศกาลงานแสดง การฟื้นฟูเมือง หรือกิจกรรมอื่น ๆ ดูเหมือนจะเป็นสูตรสำเร็จหรือส่วนผสมที่ลงตัวของเมืองสร้างสรรค์ แต่แท้จริงแล้ว เมืองเป็นพื้นที่ที่ซับซ้อนและมีเอกลักษณ์ การจัดงานในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เช่น เทศกาลออกแบบเพื่อความยั่งยืน เชียงราย เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ หรือเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ ไม่อาจให้ผลลัพธ์ที่เหมือนกันได้ ซึ่งเป็นประเด็นที่สอดคล้องกับการศึกษาของแกรม อีแวนส์ (Graeme Evans) เรื่องของ “Hard branding” หรือความพยายามที่มากเกินไปในการสร้างแบรนด์เมือง ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อเมืองพยายามอย่างหนักที่จะขายความเป็นเมือง ขายวัฒนธรรมในเมือง หรือแม้แต่ขายคนในเมือง รวมถึงการพยายามพัฒนาและฟื้นฟูสถานที่ในเมืองให้เป็นมิตรต่อธุรกิจและนักท่องเที่ยว แกรม อีแวนส์ (Graeme Evans) ชี้ให้เห็นถึงอันตรายของความพยายามในการขายเมืองที่มากเกินไปเช่นนี้ เพราะอาจทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “Brand decay” หรือการล่มสลายของแบรนด์นั่นเอง นั่นก็เป็นเพราะว่าความเป็นเมืองที่แท้จริงกับแบรนด์ที่ถูกพยายามสร้างขึ้นให้เมืองนั้น ๆ ไม่ได้ไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น หากเป็นเช่นนี้ ประโยชน์ของการพัฒนาที่เน้นวัฒนธรรมหรือความคิดสร้างสรรค์ในเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการดำเนินนโยบายทางเมืองอย่างรวดเร็วของประเทศไทย ก็เป็นที่น่าสงสัยว่าสุดท้ายแล้วเราจะติดกับดักนี้หรือไม่ และเมื่อวัตถุประสงค์หลักของการประยุกต์ใช้แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย คือ การสร้างแบรนด์แล้ว ซึ่งสินค้าและบริการ

สร้างสรรค์ควรเป็นสิ่งที่ถูกพัฒนาอย่างแท้จริง อาจไม่ตอบโจทย์หรือความคาดหวังของผู้บริโภคหรือผู้ที่เข้ามาเยือน (Evans, 2003)

เมื่อวิเคราะห์วงจรความคิดสร้างสรรค์ทั้ง 5 ขั้นตอน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะพบว่าการกำหนดนโยบายหรือการดำเนินการของเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยยังคงขาดการไตร่ตรองถึงการมีส่วนร่วมของคนในเมืองอย่างแท้จริง โดยบางเมืองมีการขับเคลื่อนกลยุทธ์เมืองสร้างสรรค์จากเพียงกลุ่มคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น อีกทั้งการสร้างเมืองสร้างสรรค์ในบางเมืองในประเทศไทยเสี่ยงต่อการเป็นเพียงกับดักของการไล่ตามประเทศอื่น ๆ จากการเกิดการถ่ายโอนของนโยบายอย่างรวดเร็ว โดยขาดการพิจารณาถึงสิ่งที่เมืองมีหรือการคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยวิธีอื่น ๆ จากคนในเมือง จึงทำให้เมืองอาจเป็นเพียงแค่การทำแบบอย่างอย่างฉาบฉวย และเป็นเพียงสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ในขณะที่ผู้คนในเมืองได้รับการปฏิบัติเหมือนเป็นพลเมืองชั้นสอง ซึ่งความต้องการและผลประโยชน์ของพวกเขาไม่อยู่ในความสนใจของภาครัฐเลยด้วยซ้ำ ดังเช่นนโยบายเมืองสร้างสรรค์ ต้องใช้ความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำนโยบายไปใช้ไม่เช่นนั้น นโยบายเหล่านี้อาจลงเอยด้วยการเป็นเครื่องมือสำหรับสังคมเสรีนิยมใหม่หรือเป็นเพียงเมืองในอุดมคติของรัฐ โดยแทบปราศจากการคำนึงถึงประชาชนที่อาศัยอยู่ในเมือง และปราศจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเมืองอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580)*. สืบค้น 11 ธันวาคม 2564. จาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF.
- มติชน. (2564). *เปิดเวทีเครือข่ายสร้างสรรค์ไทย: อพท. ช่วยเติมฝันสู่เมืองสร้างสรรค์โลก*. สืบค้น 9 ธันวาคม 2564. จาก https://www.matichon.co.th/economy/news_2786826
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2563). *CEA ร่วมมือ อพท. ขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City)*. สืบค้น 9 ธันวาคม 2564. จาก <https://www.cea.or.th/th/news/cea-dasta-creative-city>
- ASEAN. (2021). *The ASEAN: Creative economy*. Author.
- Baxter, P. & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The Qualitative Report*. 13, 544-559.
- Bourdieu, P. (1998) *The essence of neoliberalism: What is neoliberalism?: A programme for destroying collective structures which may impede the pure market logic: Utopia of Endless Exploitation*. Le Monde Diplomatique.
- Browne, J., Coffey, B., Cook, K., Meiklejohn, S., and Palermo, C. (2018). A guide to policy analysis as a research method. *Health Promotion International*. 34(5), 1032-1044.
- Chuangchai, P. (2019). The problem of democracy in the ASEAN Creative City: the cases of Chiang Mai, Bandung, Cebu, and George Town. *Journal of Law, Social Justice and Global Development*. 24, 43-68.

- _____. (2020). *Governance and the Creative City: The case of Chiang Mai, Thailand. Re-imagining Creative Cities in Twenty-First Century Asia*. Palgrave Macmillan.
- Colebatch, H. (2006). Accounting for policy in Australia. *Public Policy*. 1(1), 37-51.
- Creative Chiang Mai. (2020a). *About us | Creative Chiang Mai*. Retrieved December 5, 2021, From <https://creativechiangmai.com/en/about-us/>
- _____. (2020b). *Makerspace Thailand*. Retrieved February 9, 2022, From <https://creativechiangmai.com/itdirectory/บริษัท-เมกเกอร์สเปซ-ประะ/>
- DASTA. (2021). *Drive the Creative City Webinar*. Retrieved December 4, 2021, From <http://dasta.or.th/en/component/k/item/5545-creative-cities-network>
- De Beukelaer, C. (2021). Friction in the Creative City. *Open Cultural Studies*. 5(1), 40-53.
- Evans, G. (2003). Hard-branding the cultural city - from Prado to Prada. *International Journal of Urban and Regional Research*. 27(2), 417-440.
- Khoo, S. (2020). Towards an inclusive creative city: How ready is the historic city of George Town, Penang city. *Culture and Society*, 23, 1-17.
- Landry, C. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Earthscan.
- _____. (2000). *วงจรความคิดสร้างสรรค์ (The cycle of Creativity)* [Picture]. Earthscan.
- Landry, C. & Bianchini, F. (1995). *The creative city*. Demos.

- Mould, O. (2015). *Urban Subversion and the Creative City*. Routledge.
- Oakley, K. (2004). Not so cool Britannia: the role of the creative industries in economic development. *International Journal of Cultural Studies*. 7(1), 67-77.
- Peck, J. (2005). Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*. 29, 740-770.
- Peck, J. & Theodore, N. (2010). Mobilizing policy: Models, methods and mutations. *Geoforum*. 41, 169-174.
- _____. (2012). Follow the policy: A distended case approach. *Environment and planning*., 44(1), 21-30.
- Phuket Gastronomy. (2019). *Phuket City of Gastronomy of UNESCO*. Retrieved February 6, 2022, From <https://phuketgastronomy.com>.
- Pratt, A.C. (2009). Policy transfer and the field of the cultural and creative industries: learning from Europe. In *Creative Economies, Creative Cities: Asian-Europe Perspectives*. Springer.
- Smith, C. (1998). *Creative Britain*. Faber.
- Vergara-Perucich, F. (2018). The neoliberal urban utopia of Milton Friedman: Santiago de Chile as its realisation. In *Neoliberalism and Urban Development in Latin America*. Routledge.
- Wood, P. & Taylor, C. (2004). Big ideas for a small town: the huddersfield creative town initiative. *Local economy*. 19(4), 380-395.