

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์

เสนอต่อ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

กันยายน 2563

คำนำ

โครงการวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการและธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแง่มาตรการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ตามแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านการพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจ ศึกษาความเป็นไปได้ในการกำหนดมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงในระดับพื้นที่ (Area Based) เพื่อดึงดูดให้เกิดการลงทุนและการย้ายเข้ามาในพื้นที่ เพื่อใช้กำหนดแนวทางการสนับสนุนให้สอดคล้องกับความต้องการ บริบทและศักยภาพของพื้นที่และนำไปสู่การกำหนดนโยบายและการวางแผนพัฒนาย่านต่อไป โดยคณะผู้วิจัยได้รับมอบหมายในการศึกษาโครงการดังกล่าว

รายงานฉบับนี้ได้ดำเนินงานศึกษาและประมวลผลซึ่งประกอบด้วยเนื้อหา 8 ส่วนหลัก คือ (1) นิยามพื้นที่ดำเนินการและกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงระเบียบวิธีการศึกษามาตรการและสิทธิประโยชน์ (2) กรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการจัดทำข้อเสนอ (3) การศึกษาทบทวนมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ในแง่มุมต่างๆที่ภาครัฐหรือภาคส่วนอื่นๆ จัดทำให้สำหรับด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (4) การศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาหรือแนวทางในการสนับสนุนย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (5) ผลสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (6) ผลการสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการ/ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในย่านเจริญกรุง (7) การวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและสนับสนุนและ (8) สรุปข้อเสนอแนะมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านต่างๆ สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง โดยคาดหวังว่าจะนำไปสู่การผลักดันให้เกิดมาตรการส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุงต่อไปในอนาคต

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2563

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานฉบับนี้ศึกษาวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยวางกรอบแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์จากการศึกษารอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาต้นแบบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ การศึกษาทบทวนนโยบายแผนพัฒนาและมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากหน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนอื่น และสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการและธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแง่มาตรการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ รวมถึงสำรวจผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุงและความท้าทายของย่าน เพื่อระบุช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของแต่ละกลุ่มเป้าหมายและแนวทางการกำหนดมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงในระดับพื้นที่ (Area Based) สำหรับพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุงเพื่อดึงดูดให้เกิดการลงทุนและการย้ายเข้ามาในพื้นที่ต่อไป

จากการศึกษารอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่ ได้แก่ ระบบนิเวศน์สร้างสรรค์ เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) และทฤษฎีชนชั้นกลางก้าวหน้า (Gentrification) พบว่า องค์ประกอบของระบบนิเวศน์สร้างสรรค์มีความสอดคล้องกับแนวคิดเครือข่ายวิสาหกิจซึ่งเป็นเครื่องมือทางนโยบายที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และในภาพรวม ปัจจัยของการพัฒนาการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายของธุรกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ไม่ต่างจากเครือข่ายของธุรกิจในอุตสาหกรรมอื่นยกเว้นปัจจัยการขับเคลื่อนด้วยหุ้นส่วนทางธุรกิจมากกว่า R&D ธรรมชาติของผู้เข้าร่วมเครือข่ายที่มีสัดส่วนของธุรกิจขนาดเล็กรวมทั้งคนทำงานอิสระจำนวนมากและมีแนวทางการทำงานเป็นทีมที่ยืดหยุ่น รวมถึงมีแนวโน้มที่จะถูกบังคับด้วยกฎหมายเฉพาะ ทั้งนี้ แนวคิดหลักของเครือข่ายวิสาหกิจแบ่งออกเป็น 3 มิติการพัฒนาที่มีความสัมพันธ์กันและควรได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบาย ได้แก่ 1) มิติเงื่อนไขกรอบการพัฒนา (Framework condition) ที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานของธุรกิจ เช่น โครงสร้างพื้นฐานกฎระเบียบ 2) มิติผู้เข้าร่วม (Actors) การปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างผู้เข้าร่วมกลุ่มและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างสถาบันหรือมหาวิทยาลัย และ 3) มิติองค์กรจัดการเครือข่าย (Organization of cluster) ในการส่งเสริมและเตรียมความพร้อม เผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญในหมู่ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์และสนับสนุนการสร้างธุรกิจ

การศึกษาทบทวนนโยบายแผนพัฒนาและมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากหน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนอื่น พบว่า ในระดับการสนับสนุนทั่วไป มีการสนับสนุนในประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในด้านการสร้างและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และด้านส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง แต่ขาดความชัดเจนด้านการส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์แก่ชุมชนและสาธารณชนที่ต้องพิจารณาเป็นรายหน่วยงานไป ในระดับการสนับสนุนแบบเฉพาะเจาะจงระดับพื้นที่ (Area-based) จากการศึกษาทั้งเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมู่บ้าน

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) ย่านนวัตกรรม (Innovation district) และเมืองอัจฉริยะ (Smart city) และวิเคราะห์การสนับสนุนเชิงนโยบายตามมิติเครือข่ายวิสาหกิจ สามารถสรุปได้ว่าการสนับสนุนในมิติการบริหารจัดการเครือข่ายเป็นส่วนสำคัญในทุกย่านเศรษฐกิจและมีการให้บริการกลุ่มสมาชิกที่คล้ายคลึงกัน และมีแนวทางการสนับสนุนมิติอื่นใน 2 แนวทาง คือ การสนับสนุนผู้ดำเนินการโครงสร้างพื้นฐาน โดยการกำหนดหลักเกณฑ์ขององค์ประกอบการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และดำเนินการผ่านหน่วยงานอื่นเหมือนกรณีเมืองอัจฉริยะ หรือแนวทางที่สองการสนับสนุนผู้เข้าร่วมเครือข่าย ผ่านการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้เข้าร่วมและพันธมิตรอื่นๆเหมือนกรณีย่านนวัตกรรมและโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การสำรวจความต้องการและผลกระทบของกลุ่มผู้ประกอบการและธุรกิจนวัตกรรมสร้างสรรค์ 12 สาขาและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง 3 สาขา ในแง่มาตรการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ จากการทำแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 204 ชุด และการจัดสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุง พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ทุกกลุ่มมีความต้องการสนับสนุนอย่างสูงในด้านการพัฒนาธุรกิจ และด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม และมีความต้องการที่แตกต่างกันแยกอธิบายตามกลุ่ม ดังนี้ กลุ่ม Creative Original (หัตถกรรม, ดนตรี, ศิลปะการแสดง, ทัศนศิลป์) ผู้ประกอบธุรกิจทัศนศิลป์และดนตรีมีความต้องการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและการรวมกลุ่มสูง ผู้ประกอบธุรกิจหัตถกรรมต้องการสนับสนุนด้านการพัฒนาสินค้าและการพัฒนาบุคลากร กลุ่ม Creative Content/Media (ภาพยนตร์, การพิมพ์, งานแพร่ภาพและกระจายเสียง, ซอฟต์แวร์) ผู้ประกอบธุรกิจภาพยนตร์มีความต้องการด้านการรวมกลุ่มสูงกว่าสาขาอื่น ส่วนงานแพร่ภาพกระจายเสียงมีความต้องการสนับสนุนด้านพัฒนาธุรกิจที่ต่ำกว่าอุตสาหกรรมอื่น กลุ่ม Creative Services (งานโฆษณา, การออกแบบ, สถาปัตยกรรม) ผู้ประกอบธุรกิจงานสถาปัตยกรรมต้องการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การออกแบบต้องการสนับสนุนด้านการพัฒนาสินค้า และกลุ่ม Creative Goods/Products แพ้ชั้นต้องการการสนับสนุนด้านการพัฒนาธุรกิจมากที่สุดในทุกด้าน และกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (แพทย์แผนไทย, การท่องเที่ยว, ธุรกิจอาหาร) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความต้องการการพัฒนาด้านบุคลากรที่สูง

การวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย จากการประเมินความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์และการสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ที่ภาครัฐและภาคส่วนอื่นจัดทำให้ พบว่า ด้านการพัฒนาธุรกิจและด้านโครงสร้างพื้นฐานมีความต้องการสอดคล้องกับการสนับสนุน ส่วนด้านอื่นมีช่องว่างของการสนับสนุนที่ควรมีการส่งเสริมต่อไป โดยคณะผู้วิจัยการลำดับความสำคัญของหัวข้อการสนับสนุนตามเกณฑ์การประเมิน ผลกระทบ (Impact) และการลงแรง (Effort) สามารถสรุปได้ว่า ระยะสั้น 0-3 ปี ควรมุ่งเน้นที่หัวข้อการสนับสนุนระดับ“Quick-win” (High Impact, Low effort) ควรดำเนินการก่อน เพราะเป็นการสนับสนุนที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในขณะที่ต้องลงแรงน้อยกว่าในการดำเนินการ ตัวอย่างการดำเนินการ ได้แก่ 1) เพิ่มการประชาสัมพันธ์หรือบริการให้ข้อมูล (ด้านพัฒนาธุรกิจ) การส่งเสริมการลงทุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด

และการส่งออก (ด้านโครงสร้างพื้นฐาน) สาธารณูปการส่งเสริมองค์ความรู้ และ 2) พิจารณาปรับเปลี่ยนการสนับสนุนให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย (ด้านพัฒนาบุคลากร) การพัฒนาทักษะเฉพาะทาง (ด้านเครือข่าย) การเชื่อมโยงผู้ประกอบการ การจับคู่สร้างเครือข่ายภายนอกและการเข้าถึงพื้นที่ทำงาน เป็นต้น ส่วน ระยะกลาง 3-5 ปี จึงควรคำนึงถึงผลการประเมินระดับ “Major project” (High Impact, High effort) เพื่อวางแผนการดำเนินการ ตัวอย่างการดำเนินการพัฒนาเชิงพื้นที่ เช่น สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจ การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายของการใช้ประโยชน์อาคารในย่าน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นต้น

สำหรับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เพื่อประกอบการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและการวางแผนพัฒนาย่านต่อไป คณะผู้วิจัยเสนอทางเลือกแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุงตามสถานการณ์ต่างๆ จากการวิเคราะห์ผลกระทบต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงธุรกิจภายในย่านเจริญกรุง (Trend Impact Analysis) ทั้งหมด 3 แนวทาง ได้แก่

1) แนวทางการสนับสนุนในสถานการณ์ฐานต่อยอดการพัฒนาเดิม (Baseline Scenario)

ในสถานการณ์ฐาน (Baseline Scenario) ที่ไม่มีปัจจัยหรือเหตุการณ์แทรกซ้อนใดๆ คาดการณ์ว่าย่านเจริญกรุงจะมีอัตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ 15 สาขาอุตสาหกรรมเท่ากับในปี 2551-2562 ที่ร้อยละ 2.30 ต่อปี (Compound Annual Growth Rate) ซึ่งเป็นผลจากการลดลงของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ 12 สาขาและการเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (ร้านอาหาร คาเฟ่) หากไม่มีการสนับสนุนสัดส่วนธุรกิจสร้างสรรค์ดั้งเดิมในพื้นที่จะน้อยกว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่กลางปี 2565 และภายในปี 2568 จะมีจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 15 สาขา สะสมจากการเปิดใหม่มากกว่าปิดตัวของธุรกิจประมาณ 180 ราย

การสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสถานการณ์ฐานนี้ จะมุ่งเน้นไปที่ผลการประเมินระดับ “Quick-win” (High Impact, Low effort) ควรดำเนินการก่อน โดยเน้นการสนับสนุนที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านและผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน การดำเนินการเน้นการสนับสนุนใน 1) มิติผู้เข้าร่วมเครือข่าย ผ่านโปรแกรมต่างๆ และ 2) มิติการบริหารจัดการเครือข่าย ในการบริการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ โดยเพิ่มการประชาสัมพันธ์และการประสานงานกับหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน รวมถึงการบริการฐานข้อมูลธุรกิจภายใน

2) แนวทางการสนับสนุนในสถานการณ์แบบปกติใหม่ที่มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป (U-shape Scenarios)

สถานการณ์หลังจากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 ในกรณีที่การประเมินเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป (U-shape) คาดการณ์ว่าย่านเจริญกรุงจะมีอัตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ 15 สาขาอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.5 ในระหว่างปี 2562-2563

เป็นร้อยละ 2.30 ต่อปีในระยะฟื้นฟู (Compound Annual Growth Rate) ภายในปี 2568 จะมีจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 15 สาขา สะสมจากการเปิดใหม่มากกว่าปิดตัวลงทั้งหมด 153 ธุรกิจ

การสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสถานการณ์ฐานนี้ นอกเหนือจากการสนับสนุนระดับ “Quick-win” ที่ดำเนินการได้ก่อนแล้ว ควรคำนึงถึงผลการประเมินระดับ “Major projects” (High Impact, High effort) เพื่อวางแผนการดำเนินการ สนับสนุนกลุ่มเป้าหมายผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่านที่มีความต้องการสอดคล้องกับศักยภาพของย่านเจริญกรุง เช่น ธุรกิจทัศนศิลป์ ธุรกิจดนตรี ธุรกิจการออกแบบ ธุรกิจภาพยนตร์และงานสถาปัตยกรรม เป็นต้น การดำเนินการเน้นการสนับสนุนใน 1) มิติบริบทรอบการพัฒนา ผ่านการปรับปรุงสภาพแวดล้อมกายภาพและมาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ (Overlay Zoning) เพื่ออนุญาตให้ใช้ประโยชน์อาคารอนุรักษ์ 2) มิติผู้เข้าร่วมเครือข่าย ผ่านโปรแกรมต่างๆและสิทธิประโยชน์ในการเข้าถึงพื้นที่ทำงาน 3) มิติการบริหารจัดการเครือข่าย ผ่านการเสนอปรับเปลี่ยนในการสนับสนุนให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และการวางกลยุทธ์และกำกับดูแลแผนอนุรักษ์ฟื้นฟูย่านเจริญกรุง ร่วมกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง

3) แนวทางการสนับสนุนในสถานการณ์แบบปกติใหม่ที่มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว (V-shape Scenarios)

ในกรณีที่การประเมินเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว (V-shape) คาดการณ์ว่าย่านเจริญกรุงจะมีอัตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ 15 สาขาอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.5 ในระหว่างปี 2562-2563 เป็นร้อยละ 3.0-5.0 ต่อไปได้ (Compound Annual Growth Rate) จากการตั้งเป้าหมายและความร่วมมือกับภาคเอกชนเสริมความเข้มแข็งของธุรกิจ ภายในปี 2568 จะมีจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 15 สาขา สะสมจากการเปิดใหม่มากกว่าปิดตัวลงทั้งหมด 202 ธุรกิจ

การสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสถานการณ์ฐานนี้ มุ่งเน้นหัวข้อการสนับสนุนระดับ “Major projects” (High Impact, High effort) เพื่อวางแผนการดำเนินการ สนับสนุนกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการรายใหญ่ในย่านหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งสามารถส่งผลกระทบได้มาก การดำเนินการเน้นการสนับสนุนใน 1) มิติบริบทรอบการพัฒนา ผ่านการปรับปรุงสภาพแวดล้อมกายภาพและมาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ (Overlay Zoning) เพื่ออนุญาตให้ใช้ประโยชน์อาคารอนุรักษ์และวางโซนตำแหน่งการพัฒนาที่มีศักยภาพ 2) มิติผู้เข้าร่วมเครือข่าย ผ่านโปรแกรมต่างๆ และสิทธิประโยชน์ในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น การลดหย่อนค่าเช่า ภายใต้เงื่อนไขว่าต้องส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจภายในและ 3) มิติการบริหารจัดการเครือข่าย เพิ่มการบริการจัดหาเงินทุนภายนอก หรือระดมทุนร่วมกับเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจ รวมถึงการผลักดันให้เกิดการยอมรับจากนานาชาติอย่างต่อเนื่อง

คณะทำงาน

โครงการวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วย
คณะทำงานได้แก่

ปิยา ลีมปิติ

ผู้วิจัยและผู้จัดการโครงการ

ดร.พีรียา บุญชัยพฤกษ์

ผู้วิจัย

ดลพร ชนะชัย

ผู้วิจัย

สารบัญ

คำนำ	3
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	4
บทที่ 1 บทนำ.....	19
1.1 ความเป็นมา หลักการและเหตุผล	19
1.2 วัตถุประสงค์	20
1.3 ขอบเขตการศึกษา	20
1.3.1 ขอบเขตเชิงเนื้อหา	20
1.3.2 ขอบเขตเชิงพื้นที่	21
1.4 แนวทางการศึกษาและขั้นตอนในการดำเนินงาน	21
1.4.1 ทบทวนนิยามและกำหนดขอบเขตของการศึกษามาตรการสำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	21
1.4.2 ศึกษากรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	22
1.4.3 ศึกษาทบทวนนโยบาย แผนพัฒนาและมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากหน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนอื่น.....	22
1.4.4 ศึกษาและวิเคราะห์กรณีศึกษาด้านแบบย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	22
1.4.5 สำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	23
1.4.6 สำรวจความต้องการสนับสนุนและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง 23	
1.4.7 วิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและสนับสนุน.....	24
1.4.8 ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	24
1.5 แผนการดำเนินงาน ผลงานที่จะส่งมอบ	25
บทที่ 2 นิยาม พื้นที่ดำเนินการ และกลุ่มเป้าหมาย.....	27
2.1 นิยามและขอบเขตของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	27
2.1.1 นิยามของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	27
2.1.2 นิยามของธุรกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	28
2.1.3 ขอบเขตของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบเจริญกรุง.....	31
2.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	44
2.3 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ย่านเจริญกรุง.....	45
2.3.1 ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	46
2.3.2 วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง.....	47

2.3.3	วางแผนการมีส่วนร่วม.....	48
2.4	วิธีการสำรวจความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์.....	48
2.4.1	วิธีการสำรวจความคิดเห็น (Poll and Survey).....	49
2.5	วิธีการศึกษาความต้องการและผลกระทบของมาตรการและสิทธิประโยชน์ในย่านเจริญกรุง.....	50
2.5.1	วิธีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group).....	50
2.5.4	วิธีการศึกษาแนวโน้มความต้องการ.....	52
2.6	วิธีการวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมาย.....	52
2.6.1	วิธีการประเมิน Traffic Light assessment.....	53
บทที่ 3	ศึกษารอบแนวคิด ทฤษฎีระบบนิเวศสร้างสรรค์ เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเมืองตามปรากฏการณ์ทฤษฎีชนชั้นกลางถวิล (Gentrification).....	55
3.1	ระบบนิเวศสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Creative Ecology)	55
3.2.1	ประเด็นการพัฒนาระบบนิเวศสร้างสรรค์	55
3.2.2	องค์ประกอบของระบบนิเวศสร้างสรรค์.....	56
3.2	แนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)	57
3.2.1	มิติของเครือข่ายวิสาหกิจ	57
3.2.2	แนวทางการสนับสนุนเชิงนโยบายเพื่อใช้ประโยชน์จากเครือข่ายวิสาหกิจ.....	58
3.2.3	ลักษณะสำคัญของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Key Characteristic of CCI cluster)61	
3.2.4	แนวทางการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับอุตสาหกรรมอื่นๆ 64	
3.3	กรอบแนวคิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเมืองตามปรากฏการณ์ชนชั้นกลางถวิล (Gentrification).....	65
3.4	กรอบแนวคิดการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามกลุ่มเป้าหมาย ...	69
บทที่ 4	ศึกษาทบทวนนโยบาย แผนพัฒนาและมาตรการสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	73
4.1	กรอบยุทธศาสตร์และแผนพัฒนา.....	73
4.1.1	ความเชื่อมโยงของแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติและแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน).....	73
4.1.2	แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)	74
4.2	มาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ระดับทั่วไป... 77	
4.2.1	หัวข้อมาตรการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	77
4.2.2	การวิเคราะห์ตามประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์	79
4.3	มาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงระดับพื้นที่ (Area-based)	80
4.3.1	โครงการเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย (TCDN).....	80

4.3.2	โครงการย่านนวัตกรรม (Innovation District) โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.....	82
4.3.3	โครงการเมืองอัจฉริยะ โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA).....	84
4.3.4	สรุปแนวทางสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ ระดับพื้นที่	86
บทที่ 5 กรณีศึกษาต้นแบบมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงพื้นที่.....		93
5.1	กรณีศึกษาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศ	93
5.1.1	Creative Enterprise Zone- case of Tottenham, London, UK.....	93
5.1.2	Community Arts Stabilization Trust เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา	97
5.1.3	Urban Regeneration Station เมืองไทเป ประเทศไต้หวัน.....	102
5.2	กรณีศึกษาการส่งเสริมย่านเศรษฐกิจในประเทศ.....	106
5.2.1	ย่านนวัตกรรมการแพทย์โยธี (Yothi Innovation District, YMID) กรุงเทพมหานคร	106
5.2.2	ย่านนวัตกรรมรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย.....	108
5.2.3	เมืองนวัตกรรมแห่งสยาม กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย.....	111
5.2.4	เมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis) อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย จังหวัดปทุมธานี ประเทศ ไทย	112
5.2.5	เขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก วังจันทร์วัลเลย์ อำเภอลำลูกเกด จังหวัดระยอง ประเทศไทย	114
5.2.6	พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม ประเทศไทย.....	116
บทที่ 6 การศึกษาวิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์		123
6.1	ผลการสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์.....	123
6.1.1	ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลทางธุรกิจ	123
6.1.2	ส่วนที่ 2 ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	129
6.1.3	ส่วนที่ 3 ความต้องการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์.....	130
6.1.4	ข้อเสนอแนะด้านมาตรการและสิทธิประโยชน์อื่นๆ	134
6.2	การวิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมาย.....	137
6.2.1	กลุ่มที่มีแนวโน้มการย้ายเข้ามาเปิดธุรกิจ/ขยายธุรกิจ	137
6.2.2	กลุ่มที่มีความต้องการเชิงพื้นที่ในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับศักยภาพและความพร้อม ของย่านเจริญกรุง.....	142
บทที่ 7 ผลการสำรวจความต้องการสนับสนุนและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง		146
7.1	ผลการสำรวจความต้องการสนับสนุนและผลกระทบจากกระบวนการสนทนากลุ่ม (focus group)	146
7.1.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อย	146
7.1.2	ความท้าทายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง	147
7.1.3	ความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์	151

7.1.4	ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุง.....	152
7.2	การวิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจ สร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)	154
บทที่ 8	วิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและสนับสนุน	165
8.1	ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของกลุ่มผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่	165
8.1.1	ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนทั่วไป (N=204)	165
8.1.2	ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนเชิงพื้นที่ (N=41, N=63)	171
8.2	ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจภายใน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) 175	
8.2.1	ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนทั่วไปและเชิงพื้นที่.....	175
8.3	การลำดับความสำคัญของมาตรการและสิทธิประโยชน์ตามช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของ กลุ่มเป้าหมาย	177
บทที่ 9	ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง	183
9.1	วิเคราะห์ผลกระทบต่อแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงธุรกิจภายในย่านเจริญกรุง	183
9.2	แนวทางมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง	188
9.2.1	แนวทางการสนับสนุนในสถานการณ์ฐานต่อยอดการพัฒนาเดิม (Baseline Scenario)	188
9.2.2	แนวทางการสนับสนุนในสถานการณ์แบบปกติใหม่ที่มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป (U- shape Scenarios)	190
9.2.3	แนวทางการสนับสนุนในสถานการณ์แบบปกติใหม่ที่มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว (V-shape Scenarios)	193
9.3	แหล่งสนับสนุนสิทธิประโยชน์ร่วมกับ สศส.	196
ภาคผนวก.....		197
A.	ชุดแบบสอบถามออนไลน์เพื่อสำรวจความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์.....	205
B.	กระบวนการสนทนากลุ่มและใบตอบรับ	216

สารบัญตาราง

ตาราง 1 แผนการดำเนินงาน	25
ตาราง 2 การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ระดับพื้นที่ย่านเจริญกรุง	46
ตาราง 3 Metrix ความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญและการมีอำนาจ (ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2563)	47
ตาราง 4 Metrix ความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจและอำนาจ (ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2563)	48
ตาราง 5 มิติการพัฒนาคลัสเตอร์ของธุรกิจ, ที่มา: European Creative Industries Alliance เรื่องการพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมให้สำเร็จ, 2012	60
ตาราง 6 มาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแนวคิด 3 ด้าน.....	79
ตาราง 7 การศึกษาเปรียบเทียบกรณีศึกษาย่านเศรษฐกิจในประเทศ ตามมิติของเครือข่ายวิสาหกิจ, ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2563	118
ตาราง 8 สรุปการสนับสนุนจากย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความเป็นจริงในด้านต่างๆ 5 ด้าน	129
ตาราง 9 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงย่านเจริญกรุงที่ส่งผลกระทบมาก, คณะผู้วิจัย 2563.....	147
ตาราง 10 ปัจจัยขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงย่านเจริญกรุง 6 ปัจจัย, คณะผู้วิจัย 2563	148

สารบัญรูป

รูป 1 สัดส่วนการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ย่านเจริญกรุง	33
รูป 2 ขอบเขตย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง และกิจกรรมทางธุรกิจ	34
รูป 3 แผนที่แสดงพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มผู้มาเยี่ยมเยือนจากแบบสอบถามออนไลน์ ความนิยมบนฐานข้อมูลออนไลน์ (Check-in) และตำแหน่งร้านอาหาร	35
รูป 4 แผนที่แสดงอาคารที่มีพื้นที่ให้เช่าจากการสำรวจ	37
รูป 5 แผนที่แสดงสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่นในย่านเจริญกรุง	38
รูป 6 แผนที่แสดงโครงการของพัฒนาและลงทุนของภาครัฐภายในย่านเจริญกรุงและพื้นที่ข้างเคียงในช่วงปี 2558-2565	39
รูป 7 แผนที่เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจระหว่างปี พ.ศ. 2551 และ 2562	42
รูป 8 โครงสร้างแบบสำรวจออนไลน์	50
รูป 9 ตัวอย่างภาพวงล้ออนาคต ที่มา: Glenn (2009a)	52
รูป 10 มิติของนโยบายในการสนับสนุนเครือข่ายวิสาหกิจ, ที่มา: European Creative Industries Alliance	57
รูป 11 สรุปพัฒนาการของกระบวนการ Gentrification จากแนวคิดของ Clay และ Hackworth & Smith	68
รูป 12 เป้าหมายการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์, สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2562)	75
รูป 13 ประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1, สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2562)	76
รูป 14 ขั้นตอนและขอบเขตการดำเนินงานย่านนวัตกรรม, สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)	84
รูป 15 Creative Land Trust ตัวอย่างการสนับสนุนด้านสถานที่ และการรวมกลุ่ม, ที่มา: https://www.creativelandtrust.org/	95
รูป 16 Creative Land Trust ตัวอย่างการสนับสนุนด้านสถานที่ และการรวมกลุ่ม, ที่มา: https://www.creativelandtrust.org/	96
รูป 17 กลไกทางอสังหาริมทรัพย์โมเดล Acquisition/ Ownership ตัวอย่างการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม, ที่มา: https://cast-sf.org/strategies/realestate/	100
รูป 18 กลไกทางอสังหาริมทรัพย์โมเดล Multi-tenant model, ตัวอย่างการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม, ที่มา: https://cast-sf.org/strategies/realestate/	100
รูป 19 โครงการ Keep Space ตัวอย่างการสนับสนุนด้านการพัฒนาธุรกิจ, ที่มา: https://cast-sf.org/strategies/keeping-space-oakland-2-2/cultural-space-ambassadors/	101
รูป 20 โครงการ Cultrue Compass ตัวอย่างการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน, ที่มา: https://cast-sf.org/strategies/culture-compass/	101

รูป 21 URS 155 Dadaocheng ตัวอย่างการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน, ที่มา: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/resources/Taiwan_Creative_Hub_Mapping_Report_Final_2016_B7z49nO.pdf กรณีศึกษาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศ	103
รูป 22 แผนภูมิแสดงผลสำรวจข้อมูลด้านเพศและอายุของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม	124
รูป 23 แผนภูมิแสดงผลสำรวจข้อมูลรายได้ต่อเดือนของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม	124
รูป 24 แผนภูมิแสดงผลสำรวจข้อมูลทั่วไปและข้อมูลทางธุรกิจของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม	125
รูป 25 แผนภูมิแสดงผลสำรวจข้อมูลขนาดองค์กรของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม	125
รูป 26 แผนภูมิแสดงผลสำรวจภาพรวมของกิจกรรมหลักในแต่ละสาขาอุตสาหกรรมของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม	126
รูป 27 แผนภูมิแสดงผลสำรวจโครงสร้างพื้นฐานองค์กรของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม	127
รูป 28 แผนภูมิแสดงผลสำรวจกระบวนการวิจัยในการประกอบธุรกิจของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม	128
รูป 29 แผนภูมิแสดง ผลสำรวจช่องว่างระหว่างความคาดหวังการสนับสนุนจากย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความเป็นจริงในด้านต่างๆ 5 ด้าน	130
รูป 30 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ในภาพรวม	131
รูป 31 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านบุคลากร	132
รูป 32 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า	132
รูป 33 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์	133
รูป 34 แผนภูมิแสดง ผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม	133
รูป 35 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน	134
รูป 36 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่มของกลุ่มเป้าหมาย	138
รูป 37 แผนภูมิแสดง ผลสรุปความต้องการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย	139
รูป 38 แผนภูมิแสดง ผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่มของกลุ่มเป้าหมายเชิงพื้นที่	141
รูป 39 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมายเชิงพื้นที่	142
รูป 40 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความต้องการมาตรการด้านสถานที่และการรวมกลุ่มของกลุ่มธุรกิจต่างๆ	143
รูป 41 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความต้องการมาตรการด้านสถานที่และโครงสร้างพื้นฐาน	144
รูป 42 ความท้าทายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง, ที่มา: คณะผู้วิจัย	150

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมา หลักการและเหตุผล

การขับเคลื่อนประเทศด้วยนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นหนึ่งแนวทางกลยุทธ์ในการพัฒนาขีดความสามารถของหลายประเทศ อาทิ นโยบาย Create Together Strategy สหราชอาณาจักร เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และนวัตกรรมควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล หรือ นโยบาย Cool Japan Initiative ประเทศญี่ปุ่น ที่เน้นการส่งออกสินค้าและบริการที่สะท้อนความเป็นญี่ปุ่น ทั้งนี้ ในประเทศไทย เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจไทย และการก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง ส่งเสริมให้การพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาบุคลากร พัฒนาธุรกิจและการพัฒนาเชิงพื้นที่ ทั้งนี้ การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ต้นแบบเพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีย่านสร้างสรรค์ต้นแบบเจริญกรุง (Creative District) เป็นพื้นที่ทดลองในการพัฒนากระตุ้นพื้นที่ที่ซบเซา ให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต ผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดสินทรัพย์ในพื้นที่ ทั้งสถาปัตยกรรม วัฒนธรรม วิถีชีวิต เพิ่มกลุ่มคนสร้างสรรค์ที่นำไอเดียและกระบวนการคิดเชิงออกแบบมาแลกเปลี่ยน เกิดเป็นระบบนิเวศสร้างสรรค์ ที่สามารถดึงดูดกลุ่มนักสร้างสรรค์ใหม่ๆ เข้ามาทำงานและใช้ชีวิตในพื้นที่ เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิทัศน์ การจ้างงานใหม่ ควบคู่ไปกับการพัฒนาธุรกิจในพื้นที่ให้เติบโต เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

ทั้งนี้ หนึ่งในปัญหาอุปสรรคในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นด้านมาตรการสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ ซึ่งประเทศไทยจัดว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานยังไม่ครอบคลุมและเอื้ออำนวยให้ธุรกิจสร้างสรรค์เติบโตได้อย่างมีศักยภาพ โดยเฉพาะกฎระเบียบ/ มาตรการด้านการเงินและการลงทุน สิทธิประโยชน์ทางภาษี และการอำนวยความสะดวกให้แก่บุคลากรสร้างสรรค์จากต่างประเทศที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจหรือทำงานในประเทศไทย¹ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรมด้านต่างๆ โดยมีสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) เป็นแกนกลางในการประสานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ในการนี้ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สสส. จึงได้ศึกษาวิจัยโครงการมาตรการและสิทธิประโยชน์ในระดับพื้นที่ (Area Based) สำหรับพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบเจริญกรุง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ดึงดูดนักลงทุนและช่วยเหลือผู้ประกอบการสร้างสรรค์ทุกระดับ ทั้งผู้ที่อยู่ในพื้นที่และผู้ที่ย้ายเข้ามาทำงานในพื้นที่ และเพื่อเป็นแนวทางใน

¹ รายงานคณะกรรมการการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม ปี 2559

การกำหนดมาตรการและสิทธิประโยชน์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของพื้นที่ เพื่อขยายผลไปยังพื้นที่เมืองอื่นในเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทยต่อไป

โครงการวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 ของแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) และยุทธศาสตร์ที่ 2 ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในด้าน Soft Infrastructure กล่าวคือ โครงสร้างพื้นฐานในเชิงกลไกที่สนับสนุนในการพัฒนาและขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสม และมีความสัมพันธ์กับการลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพด้าน Hard Infrastructure ที่จำเป็นที่เป็นส่วนสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการและธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแง่มาตรการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์ต่างๆตามแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านการพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจ
- 2) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการกำหนดมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงในระดับพื้นที่ (Area Based) สำหรับพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดให้เกิดการลงทุนและการย้ายเข้ามาในพื้นที่
- 3) เพื่อใช้กำหนดแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการ บริบท และศักยภาพของพื้นที่นำไปสู่การกำหนดนโยบาย การวางแผนพัฒนาย่านต่อไป

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตเชิงเนื้อหา

ครอบคลุมประเด็นความต้องการสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ของผู้ประกอบการธุรกิจในระดับ ได้แก่

- 1) ผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใน 15 สาขา ตามนิยามของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้แก่ 1) กลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย 2) กลุ่มอุตสาหกรรมโฆษณาไทย 3) กลุ่มธุรกิจการให้บริการด้านสถาปัตยกรรมไทย 4) กลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย 5) กลุ่มธุรกิจการแพร่ภาพและกระจายเสียงไทย 6) กลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์ไทย 7) กลุ่มอุตสาหกรรมการออกแบบไทย 8) กลุ่มอุตสาหกรรมดนตรีของไทย 9) กลุ่ม

อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ไทย 10) กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย 11) กลุ่มอุตสาหกรรมศิลปะการแสดงไทย และ 12) กลุ่มอุตสาหกรรมหัตถกรรมไทย รวมถึง กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือ อุตสาหกรรมอาหารไทย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมแพทย์แผนไทย

- 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจทั่วไปอื่นๆ ชุมชนและผู้อยู่อาศัย

1.3.2 ขอบเขตเชิงพื้นที่

พื้นที่ศึกษามาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงในระดับพื้นที่ (Area Based) ครอบคลุมพื้นที่ย่านเจริญกรุง-เจริญนคร คลองสาน ขอบเขตพื้นที่ 1.6 ตารางกิโลเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ฝั่งพระนคร จำนวน 1.25 ตารางกิโลเมตร และพื้นที่ฝั่งธนบุรี จำนวน 0.35 ตารางกิโลเมตรโดยมีขอบเขต ดังนี้

ทิศเหนือ สถานีรถไฟหัวลำโพง

ทิศใต้ สถานีรถไฟฟ้ามหานคร

ทิศตะวันออก ถนนมไหศวรรย์

ทิศตะวันตก ถนนเจริญนคร

1.4 แนวทางการศึกษาและขั้นตอนในการดำเนินงาน

ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 8 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1.4.1 ทบทวนนิยามและกำหนดขอบเขตของการศึกษามาตรการสำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การทบทวนนิยามของคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นจุดเริ่มต้นของการทำความเข้าใจโลกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่ และกำหนดขอบเขตของการศึกษาย่านเจริญกรุงและกลุ่มเป้าหมายเพื่อการสำรวจความต้องการสนับสนุนและผลกระทบ และความเป็นไปได้ของการดำเนินการ ประกอบด้วย

- 1) นิยามและขอบเขตย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2) กำหนดกลุ่มเป้าหมายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากเป้าหมายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการกระตุ้นพื้นที่ที่ซบเซาให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต เพิ่มกลุ่มคนสร้างสรรค์ที่นำไอเดียและกระบวนการคิดเชิงออกแบบมาแลกเปลี่ยน เกิดเป็นระบบนิเวศน์สร้างสรรค์ ที่สามารถดึงดูดกลุ่มนักสร้างสรรค์ใหม่ๆ เข้ามาทำงานและใช้ชีวิตในพื้นที่ทั้งในและต่างประเทศ

- 3) การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 4) วิธีการสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการดึงดูดให้เข้ามาอยู่ในพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 5) วิธีการศึกษาความต้องการและผลกระทบของมาตรการและสิทธิประโยชน์ในย่านเจริญกรุง
- 6) วิธีการวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมาย

1.4.2 ศึกษากรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การศึกษาทบทวนกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด องค์ประกอบของระบบนิเวศสร้างสรรค์ ธรรมชาติของธุรกิจสร้างสรรค์ เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงปรากฏการณ์ชนชั้นกลางวิถีใหม่และนำไปสู่กรอบแนวคิดการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

- 1) ศึกษากรอบแนวคิดและทฤษฎีระบบนิเวศสร้างสรรค์และเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)
- 2) กรอบแนวคิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเมืองตามปรากฏการณ์ชนชั้นกลางวิถีใหม่ (Gentrification)
- 3) กำหนดกรอบแนวคิดการจัดทำข้อเสนอมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.4.3 ศึกษาทบทวนนโยบาย แผนพัฒนาและมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากหน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนอื่น

ศึกษาความเชื่อมโยงของแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติและแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ในแง่มุมต่างๆ ที่ภาครัฐหรือภาคส่วนอื่นๆ จัดทำขึ้น สำหรับด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระดับทั่วไป และมาตรการและสิทธิประโยชน์ในระดับอุตสาหกรรมอื่นๆ ระดับพื้นที่ ประกอบด้วย

- 1) ศึกษากรอบยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2) มาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ระดับทั่วไป
- 3) มาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงระดับพื้นที่ (Area-based)

1.4.4 ศึกษาและวิเคราะห์กรณีศึกษาด้านแบบย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ศึกษาและวิเคราะห์กรณีศึกษาด้านแบบย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การสนับสนุนเชิงนโยบายตามกรอบแนวคิดระบบนิเวศสร้างสรรค์และเครือข่ายวิสาหกิจ ทั้งกรณีศึกษา

ต่างประเทศและในประเทศ รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงพื้นที่ (Area Based) ของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และย่านเศรษฐกิจอื่นในประเทศไทย ประกอบด้วย

- 1) กรณีศึกษาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่างประเทศ โดยวิเคราะห์นโยบาย เป้าหมายการพัฒนา แนวทางดำเนินงานมาตรการสิทธิประโยชน์และผู้ดำเนินการ
- 2) กรณีศึกษาย่านเศรษฐกิจอื่นในประเทศ เช่น ย่านนวัตกรรม เมืองอัจฉริยะ โดยวิเคราะห์นโยบาย เป้าหมายการพัฒนา แนวทางดำเนินงาน มาตรการสิทธิประโยชน์และผู้ดำเนินการ ในระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

1.4.5 สํารวจและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจนอตุสาหกรรมสร้างสรรค์

ขั้นตอนสํารวจและวิเคราะห์ความต้องการของบุคลากรสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ และ ธุรกิจนอตุสาหกรรมสร้างสรรค์ในแง่มาตรการและสิทธิประโยชน์ที่ต้องการจะได้รับเพื่อกําเนินธุรกิจสร้างสรรค์ โดยครอบคลุมกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 สาขา ตามนํยามของสํานักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประกอบด้วย

- 1) การจําดําแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อสํารวจความต้องการในแง่มาตรการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ทั้งสิทธิประโยชน์ทางการเงินและสิทธิประโยชน์ในการใช้พื้นที่ จํานวนไม่ต่ำกว่า 200 กลุ่มตัวอย่าง²
- 2) การวิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมายสําหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง

1.4.6 สํารวจความต้องการสนับสนุนและผลกระทบต่อผู้มีส่วได้ส่วเสียในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง

ขั้นตอนสํารวจและวิเคราะห์ความต้องการและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่มผู้ประกอบการ และธุรกิจทั่วไปอื่นๆที่เกี่ยวข้องทั้งที่อยู่ในพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง-คลองสาน จากมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงในระดับพื้นที่ (Area Based) โดยใช้ย่านเจริญกรุงเป็นพื้นที่ในการสํารวจเป็นหลัก ประกอบด้วย

² คํานวนจากการกําหนดกลุ่มประชากรที่ไม่ทราบจํานวนแน่นอนด้วยสูตรยามาน ความเชื่อมั่น 95% และมีความคล้ือน 10% ซึ่งเท่ากับ 100 แบบสอบถาม เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 แต่เพื่อให้ครอบคลุมทุกกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 12 สาขา ให้มีจํานวนมากพอ จึงจําดําแบบสอบถาม 200 กลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างน้อย โดยเน้นไปที่กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 12 สาขาในพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นหลัก

- 1) การจัดสัมมนากลุ่มย่อย เพื่อรับทราบความคิดเห็นและปฏิกิริยาตอบโต้ของผู้เกี่ยวข้องในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง-คลองสานต่อโครงการวิจัยมาตรการ จำนวนไม่ต่ำกว่า 50 กลุ่มตัวอย่าง
- 2) วิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากมาตรการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงในระดับพื้นที่ ต่อผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง-คลองสาน ทั้งผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อม รวมถึงประเด็นท้าทายที่จัดการได้หรือจัดการไม่ได้ก็ตาม

1.4.7 วิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและสนับสนุน

ขั้นตอนการวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการสนับสนุนและการสนับสนุนที่ได้รับของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ในแง่มุมต่างๆที่ภาครัฐหรือภาคส่วนอื่นจัดทำให้ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับผลการสำรวจความต้องการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุงเป็นหลักแบ่งเป็นกลุ่มย่อย 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) ผู้ประกอบธุรกิจภายใน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) จากผลสำรวจความต้องการในสนทนากลุ่ม (focus group)
- 2) ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน จากผลสำรวจความต้องการในสนทนากลุ่ม (focus group)
- 3) ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน จากผลสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ (Poll & survey)

1.4.8 ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

บทนี้นำเสนอข้อเสนอแนะแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับจัดทำในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับความต้องการ บริบทและศักยภาพของพื้นที่ย่านเจริญกรุง โดยการวิเคราะห์ผลกระทบต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในย่านเจริญกรุง และเสนอทางเลือกแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์ตามสถานการณ์ต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและการวางแผน รวมถึงระบุแหล่งสนับสนุนสิทธิประโยชน์ร่วมกับสศศ. ต่อไป ประกอบด้วย

- 1) วิเคราะห์ผลกระทบต่อแนวโน้ม (Trend Impact Analysis)
- 2) ทางเลือกแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเจริญกรุง

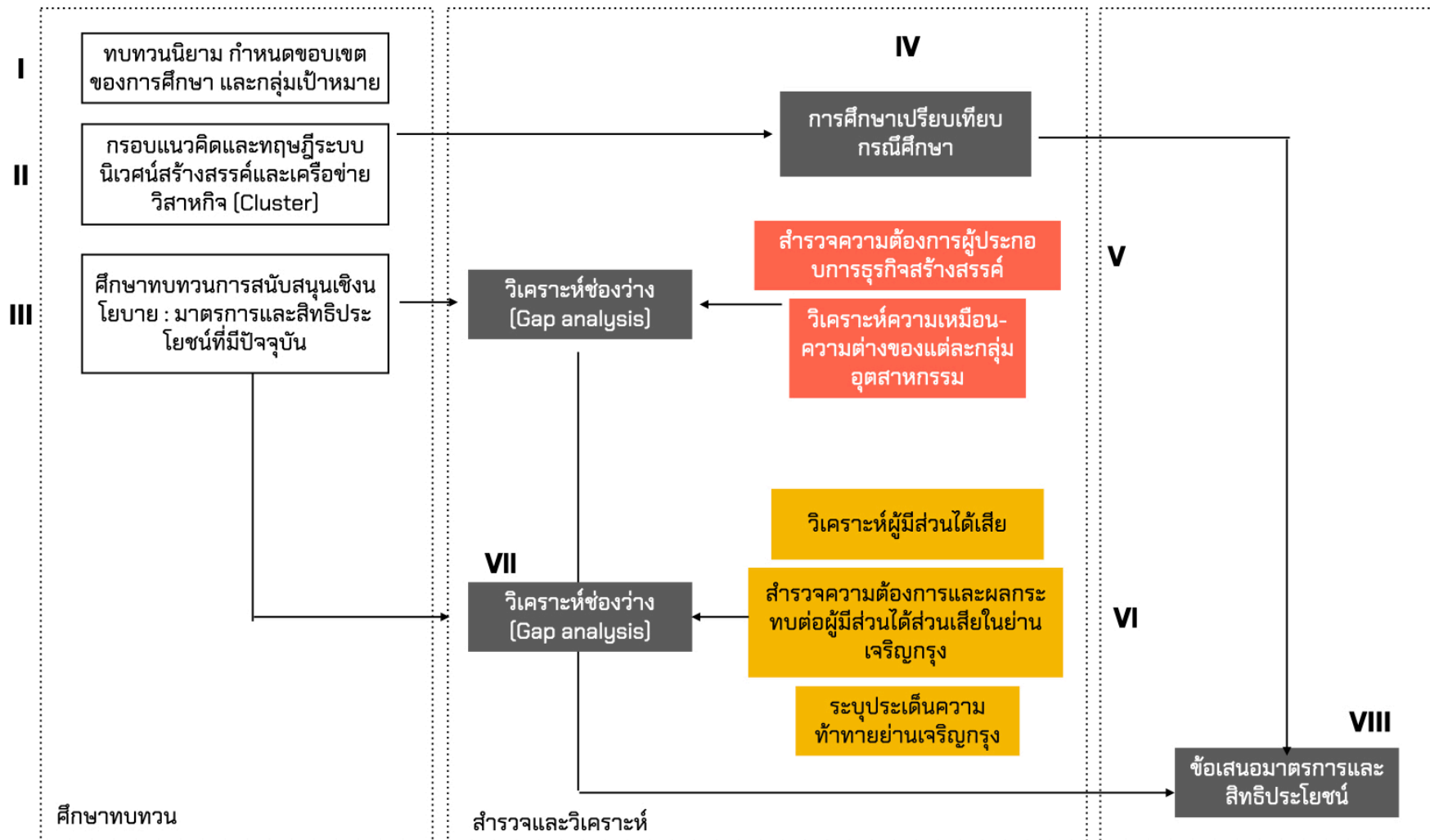
1.5 แผนการดำเนินงาน ผลงานที่จะส่งมอบ

ตาราง 1 แผนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
ทบทวนนิยามและกำหนดขอบเขตของการศึกษามาตรการสำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์					
ศึกษากรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิด					
ศึกษาทบทวนนโยบาย แผนพัฒนาและมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์					
ศึกษาและวิเคราะห์กรณีศึกษาด้านแบบย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการศึกษาเปรียบเทียบการสนับสนุนในเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์					
สำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์					
สำรวจและวิเคราะห์ความต้องการ/ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในย่านเจริญกรุง					
วิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและสนับสนุน					
สรุปข้อเสนอแนะมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์					

ผลงานที่จะส่งมอบ

งวดงาน	สิ่งที่ส่งมอบ
งวดที่ 1 : รายงานเบื้องต้น	ร่างโครงสร้างการวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 2 ฉบับ พร้อมไฟล์ดิจิทัล จำนวน 1 ชุด ประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้ 1) นิยาม พื้นที่ดำเนินการและกลุ่มเป้าหมาย 2) กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการจัดทำข้อเสนอ 3) แผนการดำเนินงานและระยะเวลาการดำเนินงาน 4) การศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาหรือแนวทางในการสนับสนุนย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 5) ผลสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 6) ผลการสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการ/ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในย่านเจริญกรุง
งวดที่ 2 : รายงานฉบับสมบูรณ์	รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Final Report) จำนวน 2 ฉบับ พร้อมไฟล์ดิจิทัล จำนวน 1 ชุด ประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูล ตามขอบเขตการดำเนินงานในขั้นตอนก่อนหน้านี้ 2) วิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ 3) สรุปข้อเสนอแนะมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์



รูป แผนภูมิที่ 1 ขั้นตอนและโครงสร้างงานวิจัย ที่มา: คณะทำงาน, 2563

บทที่ 2 นิยาม พื้นที่ดำเนินการ และกลุ่มเป้าหมาย

บทนี้เป็นการศึกษาทบทวนนิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นจุดเริ่มต้นในการทำความเข้าใจกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่ โดยกำหนดขอบเขตของย่านเจริญกรุงเป็นพื้นที่ทดลองในการพัฒนาต้นแบบย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงระบุกลุ่มเป้าหมายและลักษณะการดำเนินธุรกิจ เพื่อสำรวจความต้องการการสนับสนุนปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน และนำไปสู่การออกแบบมาตรการและสิทธิประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป บทนี้ประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน ดังนี้

- 1) นิยามและขอบเขตย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 3) วิธีการศึกษาความต้องการสนับสนุนปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มเป้าหมาย
- 4) วิธีการศึกษาผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้อง ในพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง
- 5) วิธีการวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมาย

2.1 นิยามและขอบเขตของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.1.1 นิยามของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative District) และ เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) อ้างอิงนิยามจาก สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) และ UNESCO เพื่อใช้ในการกำหนดรายละเอียดเบื้องต้นของการพัฒนา โดยมีรายละเอียดดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563)

“ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์” หมายถึง พื้นที่ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อส่งเสริมธุรกิจและบริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เชื่อมโยงเรื่องราวของย่าน ผู้คน ธุรกิจดั้งเดิม เข้ากับมาตรฐานการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ และการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่

“เมืองสร้างสรรค์” (Creative City) โดย อพท. และ UNESCO ได้ให้คำจำกัดความว่าเป็นการร่วมมือ ระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมือง ผ่านองค์ประกอบใน 4 ด้าน คือ การพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนำประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการ

สร้างธุรกิจหรืออุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563)

2.1.2 นิยามของธุรกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้นำนิยามและขอบเขตในการกำหนดอุตสาหกรรมของ UNCTAD และ UNESCO มาเป็นกรอบในการพิจารณาจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย โดยได้แบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยออกเป็น 12 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก และ 3 กลุ่มอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหลัก ตามลักษณะและรูปแบบของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563)

กลุ่ม Creative Original คือ กลุ่มศิลปะต้นฉบับเชิงสร้างสรรค์ (Core Creative Arts) เป็นปัจจัยพื้นฐาน เสมือน Input ซึ่งเน้นการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) อันจะนำไปสู่การต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงสินค้าและบริการสร้างสรรค์ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในระดับหนึ่ง โดยประกอบด้วย 4 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม
- กลุ่มอุตสาหกรรมศิลปะการแสดง
- กลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์
- กลุ่มอุตสาหกรรมดนตรี

กลุ่ม Creative Content / Media เป็นการพัฒนาต่อยอดหรือพิงพา (Creative Originals/Core Creative Arts) ที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ระดับสูงในการถ่ายทอดสื่อสารในรูปข้อความตัวอักษร (Text) เสียง (Sound) หรือ รูปภาพ (Image) ออกสู่สาธารณชน โดยใช้ทักษะการประยุกต์ใช้เชิงสร้างสรรค์ (Applied Creative Skills) ร่วมด้วย โดยประกอบด้วย 4 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์
- กลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์
- กลุ่มอุตสาหกรรมการกระจายเสียง
- กลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

กลุ่ม Creative Services คือ กลุ่มที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และศักยภาพในการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ในระดับสูง เพื่อแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่มีความเป็นศิลปะเชิงสร้างสรรค์

(Creative Arts) ให้เป็นสินค้าเชิงสร้างสรรค์ต่อไป (Creative Goods) โดยประกอบด้วย 3 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรมการโฆษณา
- กลุ่มอุตสาหกรรมการออกแบบ (ซึ่งรวมถึงการออกแบบแฟชั่น)
- กลุ่มอุตสาหกรรมสถาปัตยกรรม

กลุ่ม Creative Goods / Products คือ กลุ่มที่เน้นกระบวนการที่ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่ใช้ความคิด สร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบหลัก อันนำไปสู่การผลิตสินค้าและบริการสร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม การคำนึงถึงการใช้งาน (Functionality) และศักยภาพการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์สูง มากกว่าความคิดสร้างสรรค์อย่างเดียว (Pure Creativity) โดยประกอบด้วย 1 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่

- กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น (ซึ่งในที่นี้ หมายถึงการผลิตเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป)

ส่วนอีก 3 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทย ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแพทย์แผนไทย จัดเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก

นอกจากนี้การทาง สศส. ยังได้มีการแบ่งประเภทของธุรกิจ องค์กร หรือหน่วยงาน ตามลักษณะของธุรกิจ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดประเภทของธุรกิจตามห่วงโซ่แห่งคุณค่า ในเรื่องการพัฒนาสินค้าและการออกแบบ ได้แก่

1) ธุรกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative sector) ซึ่งประกอบด้วย 4 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก แยกเป็น 12 สาขาอุตสาหกรรมย่อย ได้แก่ Originals ประกอบด้วย 1) กลุ่มอุตสาหกรรมศิลปะการแสดง 2) กลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ 3) กลุ่มอุตสาหกรรมหัตถกรรม 4) อุตสาหกรรมดนตรี Media/Content ประกอบด้วย 5) กลุ่มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ 6) กลุ่มอุตสาหกรรมการพิมพ์ 7) กลุ่มธุรกิจการแพร่ภาพและกระจายเสียง 8) กลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ Services 9) กลุ่มธุรกิจการให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 10) กลุ่มอุตสาหกรรมการออกแบบ 11) กลุ่มอุตสาหกรรมโฆษณา Goods/Products 12) กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น

2) กลุ่มธุรกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยอยู่ในสามสาขาอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อง ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงศิลปะวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร และกลุ่มการแพทย์แผนไทย และธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือธุรกิจอื่นๆ ซึ่งมี

การดำเนินธุรกิจโดยประยุกต์ใช้งานออกแบบและสร้างสรรค์อยู่ใน step ที่ 2 ของ Design Ladder³ ซึ่งถูกพัฒนาโดย Danish Design Centre (2010) โดยใช้การคิด บริการออกแบบสร้างสรรค์ และ/หรือ ผลิตเพื่อสร้างความงามของสินค้าและบริการ หรือในระหว่างกระบวนการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือในระดับ Design as form-giving

3) กลุ่มธุรกิจสนับสนุน ได้แก่ กลุ่มสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ต่างๆ ในห่วงโซ่แห่งคุณค่า เช่น วัสดุในการผลิต ผู้จัดการจำหน่าย ธุรกิจขนส่ง เป็นต้น ซึ่งสนับสนุนกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์และกลุ่มธุรกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์

4) กลุ่มธุรกิจอื่นๆ ทั่วไป หรือ Real sector

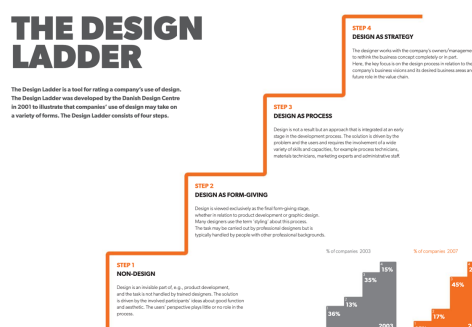
³ Design Ladder ถูกพัฒนาโดย Danish Design Centre (2010) เป็นแนวทางการจัดลำดับการประยุกต์งานออกแบบในการดำเนินธุรกิจ โดยมีพื้นฐานที่เชื่อว่าหากนำการออกแบบสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาสินค้าและการบริการของธุรกิจในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินการ ไปจนถึงเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ของบริษัทนั้นจะช่วยเพิ่มมูลค่าของรายได้ของบริษัท Design Ladder แบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ ได้แก่

1) STEP 1: NON-DESIGN งานออกแบบไม่ปรากฏให้เห็นชัดเจนในสินค้าหรือบริการ เช่น การพัฒนาสินค้าไม่ได้ถูกพัฒนาโดยผู้ที่ฝึกฝนเฉพาะด้านการออกแบบ ซึ่งผลิตภัณฑ์และสินค้าจะถูกพัฒนาบนฐานของการทำงานที่ดีและความงาม ซึ่งไม่ได้ให้ความสำคัญกับผู้ใช้งานมากนัก

STEP 2: DESIGN AS FORM-GIVING งานออกแบบถูกประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปลักษณ์ของสินค้าและบริการ ซึ่งอาจทำโดยผู้มีทักษะความรู้ด้านการออกแบบโดยตรงหรือไม่ก็ได้

STEP 3 DESIGN AS PROCESS งานออกแบบไม่ใช่ผลลัพธ์ปลายทางแต่อยู่ในกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการ ซึ่งถูกผลักดันจากปัญหาในการใช้งานจากมุมมองของผู้ใช้งาน ซึ่งกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการเกี่ยวข้องกับทักษะและความสามารถของผู้พัฒนาที่หลากหลาย

STEP 4: DESIGN AS STRATEGY นักออกแบบทำงานใกล้ชิดกับผู้ประกอบการในการทบทวนแนวคิดของธุรกิจ โดยมุ่งไปที่การใช้กระบวนการออกแบบในการกำหนดวิสัยทัศน์ของธุรกิจและการพัฒนาห่วงโซ่แห่งคุณค่าของธุรกิจ



แผนภาพแสดงแนวคิด Design Ladder

2.1.3 ขอบเขตของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบเจริญกรุง

ขอบเขตย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบเจริญกรุงเป็นพื้นที่ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อส่งเสริมธุรกิจและบริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ย่านเจริญกรุง-คลองสานมีศักยภาพและมีความพร้อมตามคุณสมบัติของ “ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์” (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563) 2 ประการ ดังนี้

- **มีสาขาสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่โดดเด่น** มีศักยภาพและความโดดเด่นเฉพาะตัวในสาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมสาขาใดสาขาหนึ่ง และถือเป็นย่านที่มีความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้นๆ เพื่อประโยชน์ในการต่อยอดสู่เมืองสร้างสรรค์ในเวทีสากล
- **ความพร้อมด้านอื่นๆ** ได้แก่ ด้านสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในย่าน ด้านกลุ่มทำงานและการทำงานร่วมกัน ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบุคลากรสร้างสรรค์ในย่าน (มีการกระจุกตัวและรวมกลุ่มของคนสร้างสรรค์) และด้านนโยบายและงบประมาณ

โดยการดำเนินการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบเจริญกรุง ได้มีการริเริ่มจัดทำฐานข้อมูลธุรกิจย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง-คลองสานนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 เพื่อให้เป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของย่านเจริญกรุง โดยจากโครงการฐานข้อมูลธุรกิจย่านเจริญกรุงปี พ.ศ. 2563 สามารถสรุปสถานการณ์ของธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านเจริญกรุง-คลองสาน ได้ดังนี้

1) ศักยภาพและความพร้อมของย่านเจริญกรุง

- **ต้นทุนทางเศรษฐกิจในกลุ่ม Creative Original**

จากฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี พ.ศ. 2563 พบว่าจำนวนหน่วยงาน/องค์กร สะสมภายในย่านมีจำนวนทั้งสิ้น 1,993 หน่วยงาน โดยแบ่งออกเป็นธุรกิจสร้างสรรค์ใน 12 สาขาหลัก 718 หน่วยงาน หน่วยงานในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง 3 สาขา 547 หน่วยงาน และหน่วยงานอื่นๆ ทั่วไป 728 หน่วยงาน

อย่างไรก็ตามเมื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจภายในย่านเจริญกรุงพบว่าการดำเนินธุรกิจทั้งสิ้น 2,034 กิจกรรมทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ใน 12 สาขาหลัก 732 กิจกรรมธุรกิจ กลุ่มธุรกิจในสาขาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก 3 สาขา 550 กิจกรรมธุรกิจ และธุรกิจทั่วไป 752 กิจกรรมธุรกิจ ซึ่งย่านเจริญกรุงมีศักยภาพและความโดดเด่นเฉพาะตัวในสาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่ม Creative Original หรือกลุ่มศิลปะต้นฉบับเชิงสร้างสรรค์ (Core Creative Arts) ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม (จิ๋วเวลรี่และเครื่องเงิน) กลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ ศิลปะการแสดง และดนตรี โดยกลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมมีสัดส่วนมากถึง 1 ใน 5 ของการดำเนินธุรกิจทั้งหมด มีร้านจิ๋วเวลรี่ที่

ประกอบกิจการมาเป็นระยะเวลาและตกทอดเป็นธุรกิจครอบครัว เช่น กลุ่ม Lin Jewelry ที่แยกร้านค้าออกเป็นหลายร้านของสมาชิกครอบครัว เป็นต้น อย่างไรก็ตามธุรกิจกลุ่มจิ๋วเวรีในสัดส่วนจำนวนมากนั้นเป็นกลุ่มธุรกิจแบบค้าส่งซึ่งเน้นการส่งออกต่างประเทศ ซึ่งมีลักษณะของการผลิตจำนวนมากเพื่อแข่งขันเชิงราคาในการส่งออกมากกว่าการเน้นหัตถกรรมเชิงคุณภาพ ซึ่งเห็นได้จากทะเบียนบัญชีของกลุ่มผู้ประกอบการด้านอัญมณีซึ่งได้รับอนุมัติยกเว้น VAT ของกรมสรรพากร ปรากฏรายชื่อของกิจการซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ย่านเจริญกรุงเป็นจำนวนมาก

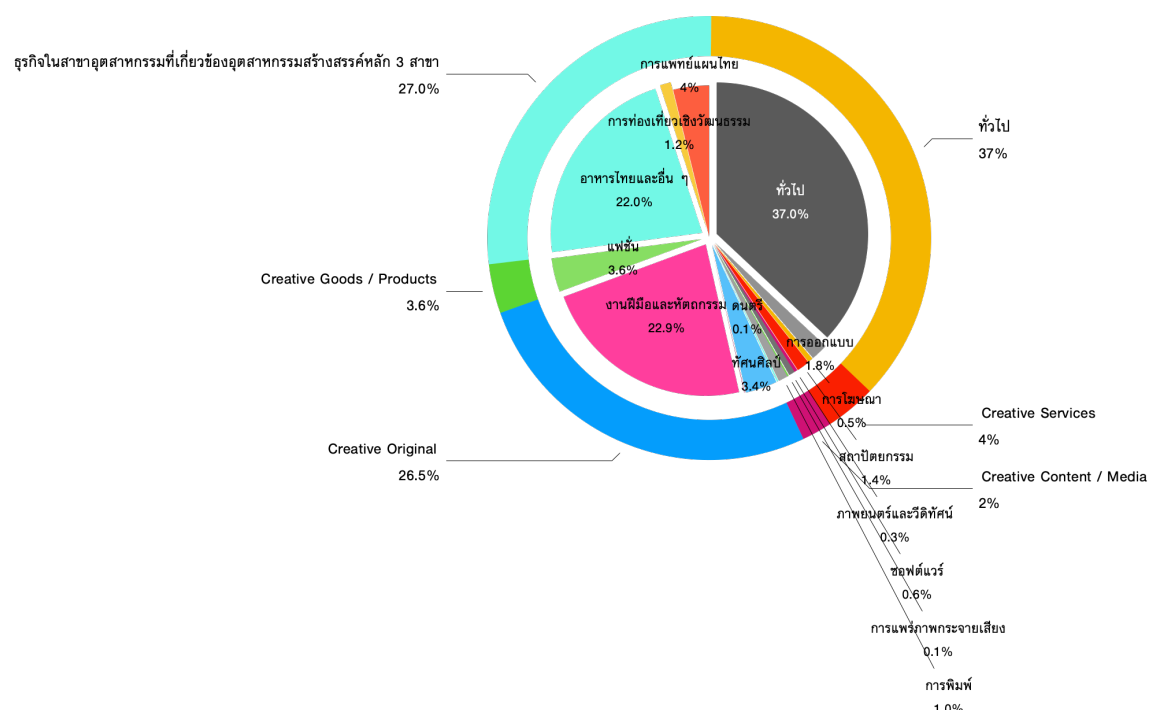
นอกจากนี้กิจกรรมธุรกิจอีกประเภทหนึ่งในกลุ่มศิลปะต้นฉบับเชิงสร้างสรรค์ (Core Creative Arts) ของย่านเจริญกรุงที่มีความโดดเด่นเป็นอย่างมาก คือ กลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ซึ่งมีสัดส่วนกว่า 3.4% ของการดำเนินการธุรกิจทั้งหมด โดยเป็นการประกอบธุรกิจพื้นที่แสดงงาน เช่น ห้องแสดงภาพและหอศิลป์ (Art gallery) และพื้นที่แสดงนิทรรศการและงานศิลปะขนาดเล็ก และร้านค้าโบราณวัตถุที่เป็นที่รู้จักกันดี เช่น Lek Gallery, Atta Gallery, ASIA COLLECTION.CO.,LTD. Att19 โดยมีพื้นที่รวมกันประมาณ 24,000 ตารางเมตร

หมุดหมายสำคัญของพื้นที่ในอุตสาหกรรมทัศนศิลป์อีกแห่งหนึ่งในย่านเจริญกรุง คือ ศูนย์การค้า River city ซึ่งเริ่มก่อตั้งตั้งแต่ ปี 2528 เพื่อเป็น Auction House สำหรับงานศิลปะต่างๆ ปัจจุบันมีพื้นที่ประมาณ 40,000 ตารางเมตร และมีการปรับปรุงโฉมเมื่อไม่นานมานี้ด้วยทุนกว่า 330 ล้านบาท โดยตั้งเป้าเป็น “ศูนย์กลางศิลปะและโบราณวัตถุหนึ่งเดียวในประเทศไทยที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย” มีการจัดแสดงงานศิลปะร่วมสมัยในรูปแบบนิทรรศการมัลติมีเดีย และพื้นที่สำหรับจัดงานอีเวนต์กว่า 12,000 ตารางเมตรเพื่อดึงดูดให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชมโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่เข้ามาในพื้นที่ โดยเริ่มนำเอานิทรรศการประกอบแสดงสี่เสียงของชุดศิลปะศิลปินระดับโลกมาจัดแสดง ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งสัมพันธ์ไปกับกิจกรรมอื่นๆ ในย่านเจริญกรุงที่มีพื้นที่จัดงานทัศนศิลป์และกิจกรรมสร้างสรรค์จำนวนมากกว่า 50 แห่งซึ่งมีการจัดงานหมุนเวียนกันไปตลอดทั้งปี

ธุรกิจภาคเอกชนขนาดใหญ่อื่นๆ ได้จัดให้มีพื้นที่และกิจกรรมที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ที่น่าสนใจ เช่น ICONSIAM มีพื้นที่ส่วนจัดแสดงศิลปะนานาชาติ พิพิธภัณฑ์ ICONSIAM Heritage Museum พื้นที่ ICON Craft ซึ่งเป็นพื้นที่จัดแสดงผลงานและแลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้ประกอบการ ช่างฝีมือ และนักออกแบบ ภายใต้แนวคิด "Local Craft Hero to Global Icon" มีพื้นที่กว่า 2,500 ตารางเมตร และยังมีพื้นที่ Campus Zone สำหรับจัดแสดงและจำหน่ายงานของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เรียนด้านดีไซน์และงานช่างศิลป์โดยเฉพาะ โรงแรมเพนินซูล่าได้จัดงาน Artist in Residence โดยเป็นกิจกรรมเพื่อสร้างพื้นที่สร้างสรรค์แบบ Custom-created studio ให้ศิลปินมาใช้พื้นที่ส่วนของโรงแรมในการอยู่อาศัยและทำงาน และให้ผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมและปฏิสัมพันธ์ในระหว่างกระบวนการสร้างผลงานของศิลปิน เป็นต้น จึงจะเห็นได้ว่า กลุ่มธุรกิจ

ภาคเอกชนอื่นๆ ซึ่งอาจไม่ได้อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมศิลปะต้นฉบับเชิงสร้างสรรค์โดยตรงก็ตามแต่มีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่มีส่วนช่วยเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญในย่านเป็นอย่างมาก

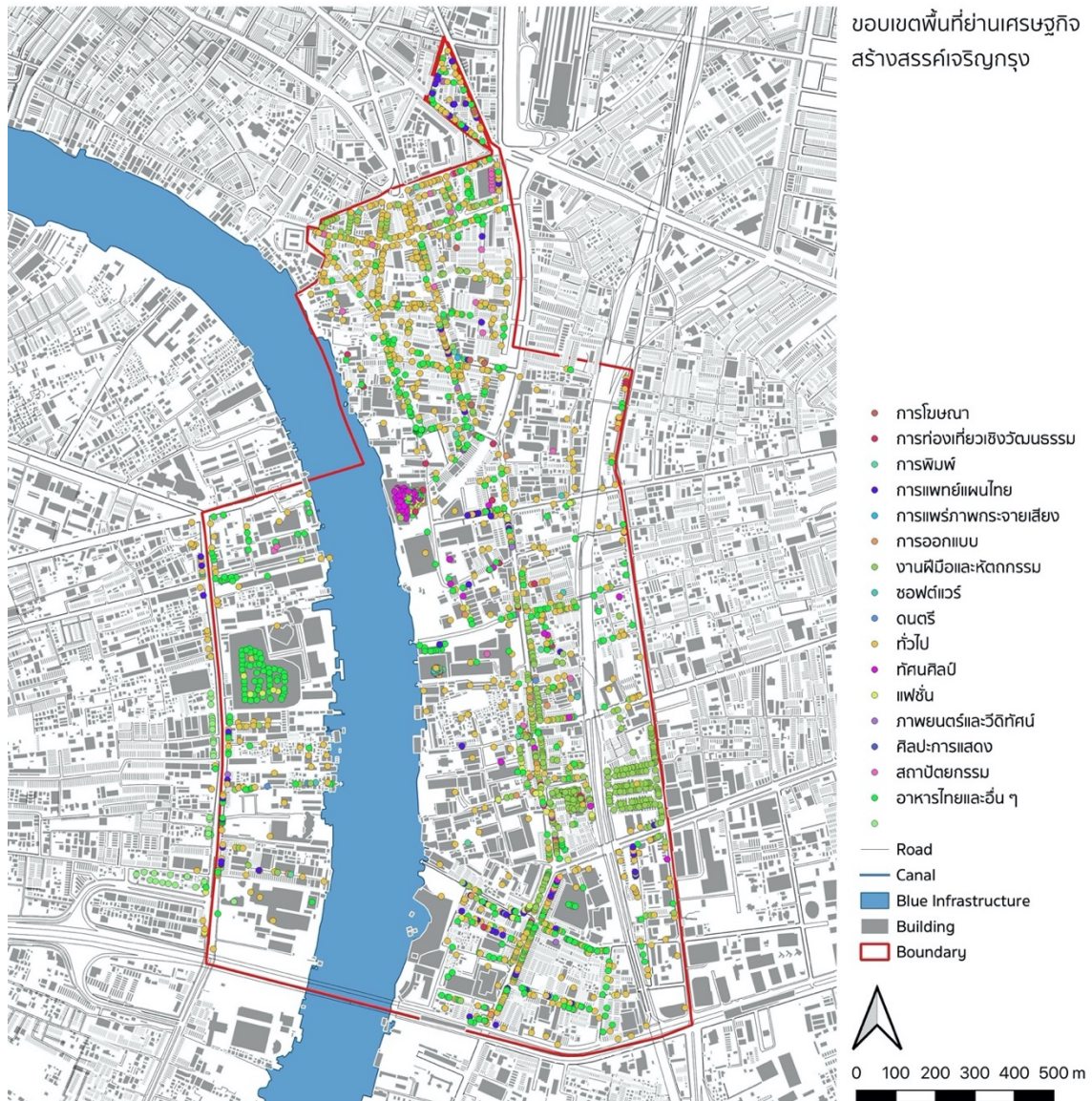
ในขณะเดียวกัน เมื่อมองสัดส่วนกิจกรรมทางธุรกิจในภาพรวมของย่านเจริญกรุงในปัจจุบัน พบว่าการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 3 สาขารวมกันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจอาหาร ซึ่งคิดเป็น 22% ของกิจกรรมทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบกับฐานข้อมูลการใช้ประโยชน์อาคารของกรุงเทพมหานคร⁴ ปี 2551 พบว่ากลุ่มธุรกิจอาหารมีอัตราการเติบโตสูงมากที่สุดในบรรดากลุ่มธุรกิจทั้งหมด โดยเพิ่มขึ้นกว่าหนึ่งเท่าตัวระหว่างปี 2551-2562 โดยกลุ่มร้านอาหารเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับความนิยมและการติดตามบนโลกออนไลน์ (Follower) ค่อนข้างสูงและกลายเป็นกิจกรรมดึงดูดที่สำคัญในเชิงการท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์การใช้งานพื้นที่ย่านเจริญกรุง-คลองสานอย่างร่วมสมัย



รูป 1 สัดส่วนการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในย่านเจริญกรุงจากการสำรวจในปี พ.ศ. 2563

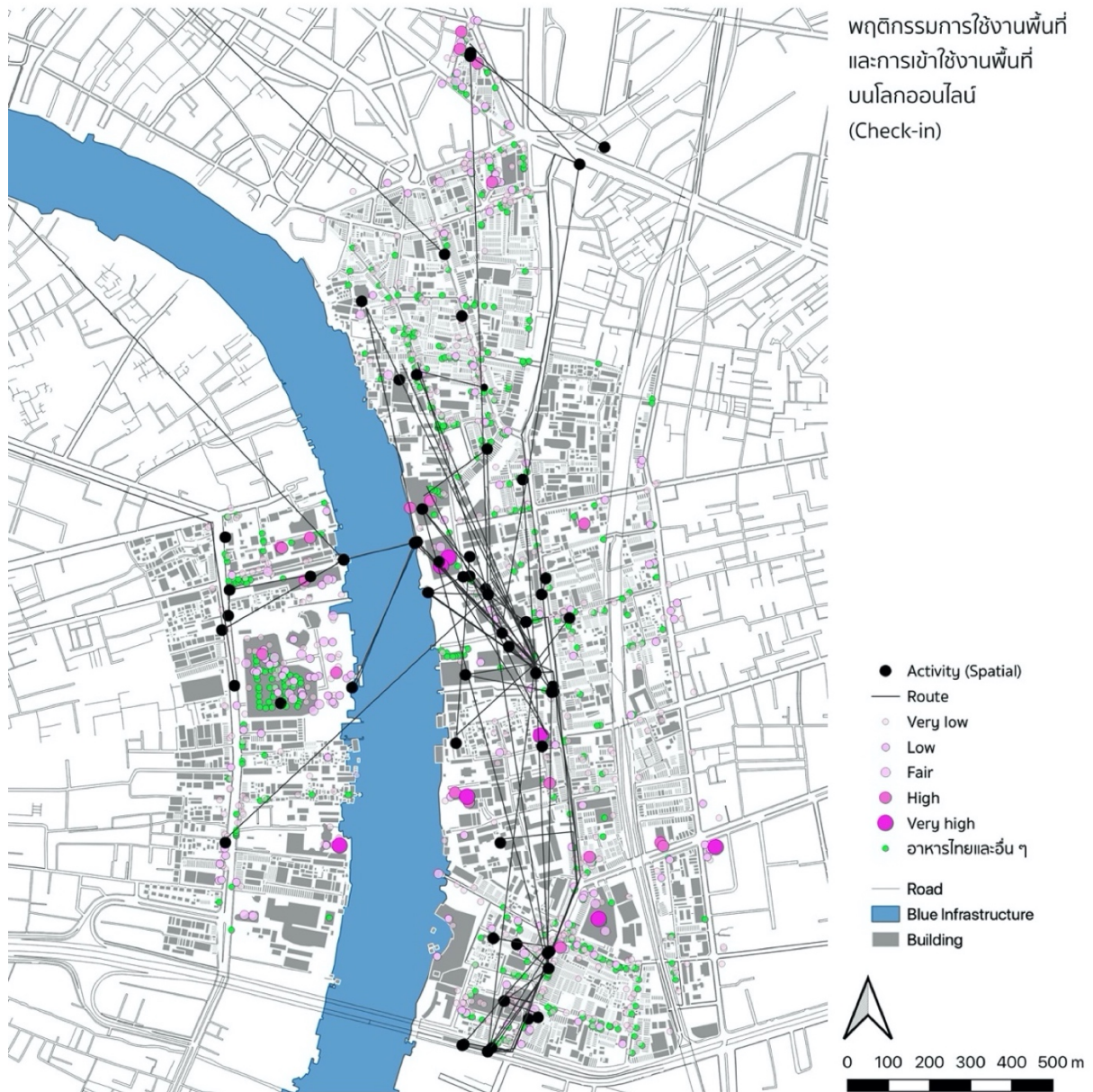
ที่มา: โครงการจัดทำฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

⁴ การคาดการณ์นี้เป็นการเปรียบเทียบอยู่ในขอบเขตศึกษาบางส่วนในพื้นที่ขอบเขตฐานข้อมูลย่านเจริญกรุงปี 2563



รูป 2 ขอบเขตย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง และกิจกรรมทางธุรกิจที่ได้ทำการสำรวจในปี พ.ศ. 2563

ที่มา โครงการจัดทำฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์



รูป 3 แผนที่แสดงพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มผู้มาเยี่ยมชมเยือนจากแบบสอบถามออนไลน์ ความนิยมบนฐานข้อมูลออนไลน์ (Check-in) และตำแหน่งร้านอาหาร

ที่มา: โครงการจัดทำฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

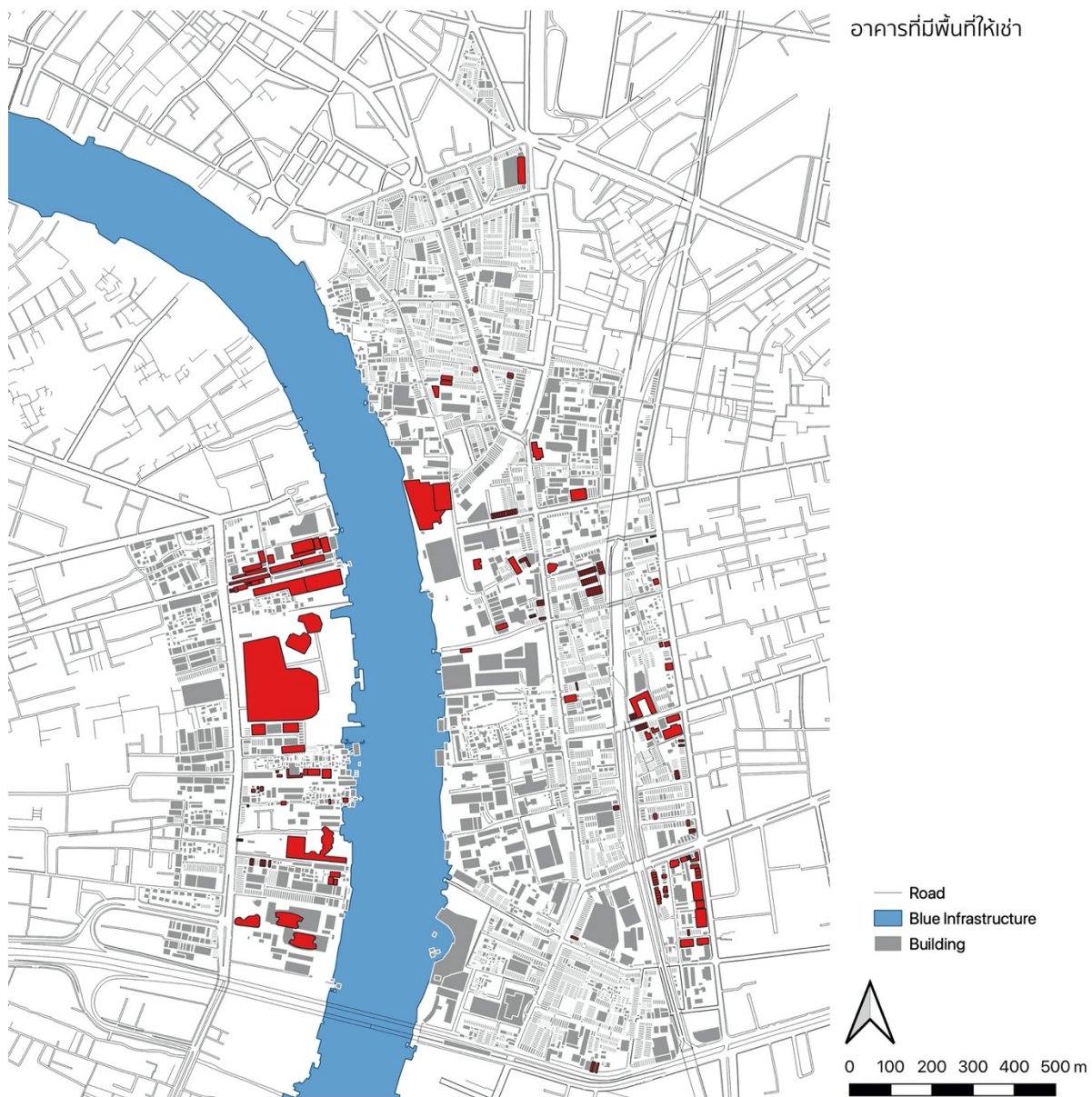
- ความพร้อมและศักยภาพเชิงพื้นที่ของย่านเจริญกรุง

ทำเลที่ตั้งของย่านเจริญกรุงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ย่านมีศักยภาพในการพัฒนาที่ดีในอนาคต โดยผู้คนสามารถเข้าถึงพื้นที่ในย่านได้โดยระบบขนส่งสาธารณะหลายระบบทั้งรถไฟฟ้า รถใต้ดิน เรือด่วน เจ้าพระยา รถเมล์ และจุดจอดรถหลายแห่ง และสามารถเชื่อมต่อการเดินทางเข้ามายังพื้นที่ต่างๆ ได้ด้วยการเดินเท้าในระยะสั้นไม่เกิน 800 เมตรโดยเฉลี่ย นอกจากนี้ในพื้นที่ย่านเจริญกรุงมีโครงการพัฒนาโครงการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนสาธารณะของภาครัฐร่วมกับเอกชนในอนาคต อาทิ โครงการรถไฟฟ้าโมโนเรล สายสีทอง ในรูปแบบรถไฟฟ้ารางเดี่ยว (โมโนเรล) เป็นโครงการรถไฟฟ้าระยะสั้นสถานีเจริญนคร (G2) ตั้งอยู่บริเวณสะพานข้ามคลองวัดทองเพ่ง มุ่งหน้าไปยังแยกคลองสาน เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนสมเด็จพระเจ้าตากสิน โดยแนวเส้นทางจะเบี่ยงไปอยู่เหนือแนวทางเดินเท้าด้านซ้ายฝั่งคลองสมเด็จพระเจ้าตากสิน ซึ่งถูกพัฒนาคู่ขนานไปกับการเกิดขึ้นของโครงการ ICON SIAM เพื่อพัฒนาศักยภาพการเข้าถึงของพื้นที่ และเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณโดยรอบ นอกจากนี้ยังมีโครงการแผนปรับปรุงท่าเรือข้ามฟากสี่พระยาให้เป็นพื้นที่สีเขียว และเป็นแลนด์มาร์คริมเจ้าพระยาแห่งใหม่ โดยความร่วมมือระหว่าง กรมเจ้าท่า ICON SIAM River City เขตสัมพันธวงศ์ สำนักความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมทางน้ำ และกองวิศวกรรม กรุงเทพมหานคร

นอกจากนี้พื้นที่ย่านเจริญกรุงมีศักยภาพในการพัฒนาจากทั้งนโยบายภาครัฐที่สนับสนุน วิสัยทัศน์ของผู้บริหารกรุงเทพมหานคร โครงสร้างพื้นฐานด้านกายภาพ และการลงทุนของภาคเอกชนจำนวนมากหลายโครงการ เช่น โครงการพัฒนาที่ราชพัสดุแปลงที่ตั้งโรงภาษีร้อยชักสาม การบูรณะอาคารโบราณสถาน มูลค่าการลงทุนกว่า 4,600 ล้านบาทโดย บริษัท ยู ซิตี้ จำกัด (มหาชน) โดยได้ปรับปรุงอาคารศุลกสถาน (The Custom House) หรือโรงภาษีร้อยชักสาม บนที่ราชพัสดุเนื้อที่ 5 ไร่ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา การฟื้นฟูอาคารประวัติศาสตร์อายุกว่า 130 ปีแห่งนี้เพื่อยกระดับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในย่านเจริญกรุง Asiatique เฟส 2 โครงการเมกะโปรเจกต์ให้เป็นอาคารสูงสุดในประเทศไทย (Supertall Building) โดย แอสเสท เวิร์ด คอร์ปอเรชั่น เพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางแหล่งท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์ระดับโลก บนพื้นที่กว่า 60 ไร่ ด้วยงบประมาณ 30,000 ล้านบาท และยังมีพื้นที่ภายในย่านที่กำลังรอการพัฒนาในขนาดที่ดินประมาณ 20,000 ตารางเมตร (ฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563)

ในส่วนของพื้นที่ว่างเพื่อการพัฒนาในอนาคตนั้น จากการสำรวจเพื่อจัดทำฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี 2563 พบว่าย่านเจริญกรุงมีพื้นที่ที่เปิดให้เช่าเพื่อการพาณิชย์กรรมเป็นส่วนใหญ่ในกลุ่มอาคาร และพื้นที่ขนาดเล็กกว่า 155 ยูนิต คิดเป็นพื้นที่กว่า 77,000 ตารางเมตร ในกลุ่มอาคารประเภทบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ อาคารสำนักงาน ร้านค้าปลีก และอาคารพาณิชย์หรือห้องแถว ซึ่งอาคารพาณิชย์นั้นมีเป็นจำนวนกว่า 116 อาคาร และมีอาคารพาณิชย์ที่มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่สวยงามโดดเด่นอื่นๆ เป็นจำนวนมากกว่า 100 อาคาร ซึ่งลักษณะของพื้นที่ดังกล่าวมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะธรรมชาติที่สำคัญของการใช้พื้นที่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งปัจจุบันการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจกว่า 60% ใน

พื้นที่ เกิดขึ้นในอาคารพาณิชย์ลักษณะดังกล่าว และในกลุ่มนั้นคิดเป็นสัดส่วน 66% ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 15 สาขา อาคารพาณิชย์ดังกล่าวจึงถือเป็นต้นทุนเชิงพื้นที่ที่สำคัญที่สามารถพัฒนาเป็นพื้นที่สำหรับธุรกิจสร้างสรรค์และที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านอาหาร บาร์ และออฟฟิศขนาดเล็ก เป็นต้น



รูป 4 แผนที่แสดงอาคารที่มีพื้นที่ให้เช่าจากการสำรวจ

ที่มา: โครงการจัดทำฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์



รูป 5 แผนที่แสดงสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่นในย่านเจริญกรุง

ที่มา: โครงการจัดทำฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2) ความท้าทายในการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านเจริญกรุง

- ธุรกิจสร้างสรรค์ถดถอยซบเซา

แม้ว่าย่านเจริญกรุงจะมีศักยภาพและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่ดึงดูดการลงทุนใหม่ๆ เข้ามามากขึ้น โดยจากการศึกษาพบว่าธุรกิจในปัจจุบันภายในย่านเป็นกิจกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงและเกิดใหม่ในช่วงปี 2551 – 2563 เป็นจำนวนกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนธุรกิจทั้งหมด⁵ แต่จากการเปรียบเทียบอัตราการเติบโตของธุรกิจภายในระหว่างปี 2551 2562 และ ปี 2563 พบว่าจำนวนธุรกิจโดยรวมของย่านถดถอยเฉลี่ย⁶ ปีละ 0.4% โดยมีการปิดตัวลงของทั้งธุรกิจสร้างสรรค์หลัก 12 สาขา และธุรกิจทั่วไปเฉลี่ยถดถอยปีละ 2.75% และ 2.93% ตามลำดับ แต่มีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เฉลี่ย 8.47% โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจอาหารมีการเพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัวในระยะเวลา 12 ปีที่ผ่านมา และพบว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจสะสมในระยะเวลา 12 ปี หรือ turnover เฉลี่ยสูงสุด คือ 16.16% อย่างไรก็ตามจากตัวเลขการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ (เปรียบเทียบในขอบเขตพื้นที่เดิมของปี 2562) ระหว่างปี 2562-2563 พบว่าธุรกิจสร้างสรรค์มีอัตราถดถอยเหลือเพียง 0.3% ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีอัตราเพิ่มขึ้น 2.73% และธุรกิจทั่วไปมีอัตราถดถอย 1.2% จึงจะเห็นว่าธุรกิจรายย่อยภายในย่านมีอัตราการถดถอยเฉลี่ยต่อปีน้อยลงมาก และเริ่มกลับเข้ามามีการลงทุนของกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนมากขึ้นดังที่ได้กล่าวไว้ในประเด็นเรื่องบริบทความพร้อมของพื้นที่และโครงการพัฒนาจากภาคส่วนต่างๆ ในอนาคต

แนวโน้มการปิดตัวลงของธุรกิจ ยกเลิกกิจการ และอาคารว่างร้างไม่เกิดกิจกรรมธุรกิจมักตั้งอยู่บริเวณริมถนนเจริญกรุง ในขณะที่เดียวกันพบการเริ่มเข้าไปบุกเบิกกิจกรรมธุรกิจสร้างสรรค์และที่เกี่ยวข้องตามตรอกซอยในพื้นที่ย่านที่พักอาศัย ส่วนพื้นที่ริมน้ำถูกพัฒนาด้วยกลุ่มทุนขนาดใหญ่ทั้งห้างสรรพสินค้า ที่พักอาศัยของกลุ่มชนชั้นร่ำรวยและนักลงทุนชาวต่างชาติ ปรากฏการณ์ดังกล่าวพบว่ามีสอดคล้องกับพัฒนาการของ Gentrification (ดูรอบแนวคิดในหัวข้อ 3.3) ซึ่งสัมพันธ์กับรูปแบบการลงทุนของธุรกิจรายย่อยในรูปแบบการบริการและงานสร้างสรรค์ (Cognitive-cultural economy และ Creative economy) การส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ด้วยมาตรการของภาครัฐ และการเข้ามาของกลุ่มทุนภาคเอกชนเป็นลำดับอย่างต่อเนื่องซึ่งส่งผลให้เกิดการลงทุนใหม่ในสภาพแวดล้อมของย่านตามรูปแบบของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชนชั้นกลางและการครอบครองพื้นที่ของกลุ่มธุรกิจใหม่ เช่น กลุ่มธุรกิจร้านอาหาร คาเฟ่ และ พื้นที่สร้างสรรค์ขนาดเล็ก เป็นต้น

⁵ การเปรียบเทียบอยู่ในขอบเขตศึกษาบางส่วนของพื้นที่ขอบเขตฐานข้อมูลย่านเจริญกรุงปี 2563 ภายในกรอบพื้นที่ฐานข้อมูลปี 2562

⁶ Compound growth rate

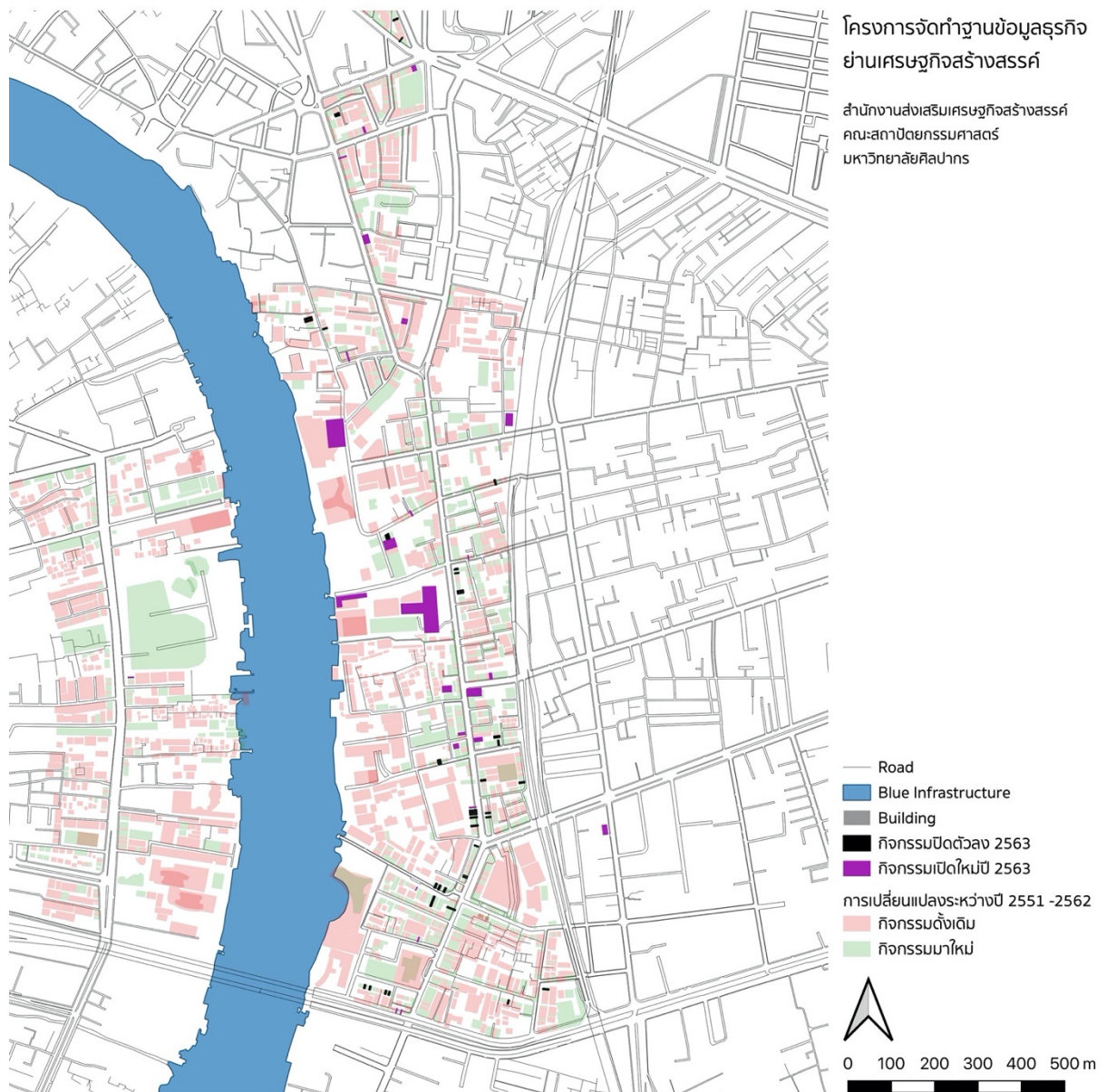
- **ชนชั้นกลางวิวัฒน์ พื้นที่ช่วงชิงของชนชั้นทางสังคม**

ปรากฏการณ์ Gentrification ของย่านเจริญกรุงอาจเทียบเคียงได้กับการพัฒนาในระยะที่ 3— Adolescent gentrification ซึ่งมีกลุ่มนักลงทุนเข้ามายังพื้นที่ เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่ชัดเจนในขณะเดียวกันกลุ่มผู้อยู่อาศัยเดิมเริ่มถูกแทนที่และไม่สามารถอยู่ในพื้นที่เดิมได้เนื่องจากค่าครองชีพสูงมากเกินไปกว่าฐานรายได้ในปัจจุบัน เกิดการปิดตัวลงของกิจกรรมดั้งเดิมรายย่อยในพื้นที่เนื่องจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มฐานลูกค้าและผู้ใช้พื้นที่ ในขณะเดียวกันก็สอดคล้องกับลักษณะการเปลี่ยนแปลงระลอกที่ 2 (Expansion and Resistance) ซึ่งการพัฒนาภายในย่านถูกขับเคลื่อนโดยภาคเอกชนมากกว่าการลงทุนโดยตรงของภาครัฐ แต่ภาครัฐหันมาพัฒนาพื้นที่เชิงวัฒนธรรม และ/หรือจัดให้เกิดพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ (Enterprised zone) และเริ่มเกิดการหลั่งไหลของเงินทุนต่างชาติหรือการพัฒนาเพื่อต่างชาติมายังพื้นที่มากขึ้น

การพัฒนาของกลุ่มทุนส่งผลให้ที่ดินย่านเจริญกรุง – คลองสานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มมูลค่าที่ดินโดยเฉพาะพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาจากการพัฒนาโรงแรมระดับห้าดาวอายุมากกว่า 100 ปี ไปจนถึงคอนโดมิเนียมระดับบนและระดับหรู ซึ่งถือเป็นต้นทุนของสินทรัพย์เชิงพื้นที่ (Spatial capital) ที่หาได้ยาก โดยราคาประเมินที่ดินของกรมธนารักษ์ในรอบปี 2559-2562 ทำเลเจริญกรุง มีราคาประเมินเฉลี่ยอยู่ที่ 200,000-500,000 บาท / ตารางวา โดยเฉพาะทำเลแนวรถไฟฟ้า-ใกล้ทางด่วน-ใกล้สถานศึกษา ช่วงซอยเจริญกรุง 40-46 (ช่วงบางรักใกล้กับ BTS สะพานตากสิน) ราคาอยู่ที่ประมาณ 320,000 บาท / ตารางวา ในขณะที่ราคาเริ่มต้นการเปิดประมูลให้เช่า-เช่าอาคารพาณิชย์ริมถนนเจริญกรุงบนเว็บไซต์สำนักงานทรัพย์สินพระมหากษัตริย์ เริ่มต้นอยู่ที่คูหาละประมาณ 500,000 บาท/ 3 ปี สะท้อนให้เห็นว่ามีความต้องการในการเข้ามาลงทุนภายในย่านเจริญกรุง-คลองสานเป็นอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ โดยเฉพาะแปลงที่ดินขนาดใหญ่ภายในย่านที่มีไม่มากนักและมักจะเป็นแปลงที่ดินบริเวณริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ การเพิ่มขึ้นของราคาเช่าและค่าครองชีพเช่นนี้ อาจส่งผลให้เกิดปัญหาข้อจำกัดเชิงพื้นที่ในการขยายธุรกิจในอนาคต

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะเกิดการพัฒนาและการลงทุนใหม่ในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อพิจารณารูปแบบของธุรกิจตามระดับความสร้างสรรค์ของธุรกิจในปัจจุบันพบว่า ย่านเจริญกรุงมีธุรกิจสร้างสรรค์ใน 12 สาขาหลักจำนวน 718 หน่วยงาน กลุ่มธุรกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ 292 หน่วยงาน (เป็นธุรกิจอื่นๆ ที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสาขาหลัก 3 สาขาจำนวน 234 หน่วยงาน และธุรกิจอื่นๆ ที่มีกระบวนการสร้างสรรค์ในการดำเนินงาน 58 หน่วยงาน) หน่วยงานสนับสนุน 844 หน่วยงาน และหน่วยงานอื่นๆ 139 หน่วยงาน และเมื่อจำแนกจำนวนรูปแบบการดำเนินธุรกิจตามห่วงโซ่แห่งคุณค่าของธุรกิจทั้งหมดพบว่า ในจำนวนการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจมีกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าและบริการ (ตาม Ladder ที่ 2 ของ Danish design) ในการดำเนินธุรกิจเพียง 20.50% ของ 3,579 กิจกรรมตามห่วงโซ่แห่ง

คุณค่า (คิด ผลิต ขาย สินค้า/บริการ) ในการดำเนินธุรกิจทั้งหมด จากกิจกรรมทางธุรกิจ 2,034 กิจกรรม ในขณะที่การดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการนำสินค้าสร้างสรรค์มาจำหน่ายโดยไม่ได้ผลิตเองเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดในการดำเนินกิจกรรม ความท้าทายในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ของย่านเจริญกรุงจึงอยู่ที่การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบในย่านให้พัฒนาระบบการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าและบริการของตนให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อยกระดับให้เป็นธุรกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นสัดส่วนให้มากโดยเฉพาะในภายในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก 12 สาขา



รูป 7 แผนที่เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจระหว่างปี พ.ศ. 2551 2562 และ 2563

ที่มา: โครงการจัดทำฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์



รูป 8 แผนที่แสดงเขตแนวแปลงที่ดิน

ที่มา: โครงการจัดทำฐานข้อมูลย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3) เป้าหมาย อัตราการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์

จากอัตราการเติบโตของย่านเจริญกรุงที่ถดถอยในช่วงระยะเปรียบเทียบ 12 ปีที่ผ่านมา แต่เริ่มมีอัตราถดถอยที่ช้าลงในปี 2563 นั้น อย่างไรก็ตามในปี 2564 มีความท้าทายทางด้านเศรษฐกิจจากผลกระทบของ COVID-19 การคาดการณ์เติบโตของจำนวนธุรกิจจึงมีความผันผวน ทำให้ระหว่างปี 2562 และ 2563 ธุรกิจสร้างสรรค์ 15 สาขาในย่านเจริญกรุง-คลองสาน มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 1.5 โดยในปี พ.ศ. 2564

คาดการณ์และกำหนดเป้าหมายเบื้องต้นว่าจะมีจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์เกิดขึ้นใหม่ในจำนวนที่คงที่ เป็นจำนวน 15 หน่วยงานธุรกิจ และพื้นที่โดยรวมของธุรกิจสร้างสรรค์มีขนาดที่เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 1,500 ตารางเมตร ทั้งนี้ หากมีมาตรการตั้งรับเพื่อให้สามารถช่วยเหลือธุรกิจสร้างสรรค์เดิมให้อยู่รอดได้โดยไม่ปิดตัวลง อาจจะทำให้ อัตราการถดถอยของธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านปรับทิศทางมาเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.08 (คิดจากฐานจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ทั้งหมดในปี 2563 จำนวน 732 กิจกรรมทางธุรกิจ) และในกรณีกำหนดเป้าหมายให้อัตราส่วนของ ธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านเป็นสมดุลได้ จะต้องมีการเพิ่มขึ้นของธุรกิจสร้างสรรค์มากกว่าการปิดตัวลงของธุรกิจปี ละอย่างน้อย 3 หน่วยงานธุรกิจ (ดูรายละเอียดการคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อวางแผนกำหนดมาตรการได้ในหัวข้อ 9.1)

2.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

จากเป้าหมายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานใน การดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ พร้อมทั้งเกื้อกูลธุรกิจดั้งเดิมในพื้นที่ให้ได้ประโยชน์จากการพัฒนา และดึงดูดให้มี การลงทุนใหม่ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ จึงสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโครงการวิจัยมาตรการ และสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง ได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ย่านเจริญกรุง

1.1) ผู้ประกอบธุรกิจในย่าน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)

ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับโครงการโดยตรง เป็น กลุ่มที่คาดว่าจะมีความสนใจในมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงระดับพื้นที่เพราะเป็นกลุ่มที่ ดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่อยู่แล้ว และจะได้รับผลประโยชน์จากโครงการฯ ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจอื่นทั่วไป เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือโรงแรมน่าจะมีความสนใจที่ลดหลั่นลงมา แต่ยังเป็นกลุ่มที่จะได้ประโยชน์ทางอ้อมจาก การพัฒนาเป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.2) ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน

ผู้อยู่อาศัยหรือชุมชนในย่านมีความเกี่ยวข้องกับโครงการแตกต่างกันระหว่างผู้ที่เป็นเจ้าของอาคาร และผู้เช่าอาศัย หากเป็นเจ้าของอาคารน่าจะสนใจในโครงการหากเป็นการสนับสนุนให้มีผู้เช่าพื้นที่หรือการเอื้อ ให้เกิดการใช้ประโยชน์อาคาร ส่วนผู้อยู่อาศัยได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบ เช่น โอกาสในการรักษา ทุนทางวัฒนธรรม ค่าครองชีพในย่านที่สูงขึ้น หรือผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

1.3) ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน

ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่านเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญกับโครงการอย่างมาก โดยสมมุติฐานของ กลุ่มที่จะสนใจในมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงระดับพื้นที่ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน

ได้แก่ กลุ่มที่มีแนวโน้มการย้ายเข้ามาเปิดธุรกิจ/ขยายธุรกิจ และกลุ่มที่อาศัยเครือข่ายวิสาหกิจและสภาพแวดล้อมที่มีเอกลักษณ์

- A. กลุ่มที่มีแนวโน้มการย้ายเข้ามาเปิดธุรกิจ/ขยายธุรกิจ มีสมมุติฐานของลักษณะการดำเนินธุรกิจ ดังนี้
- เป็นผู้ประกอบการหรือคนทำงานที่มีอายุนานหรือการประกอบธุรกิจในระยะเริ่มต้น ถึงระยะที่ต้องการขยายธุรกิจ (0-5 ปี)
 - ผู้ประกอบการหรือคนทำงานที่มีอายุน้อย (20-35 ปี)
 - ผู้ประกอบการหรือคนทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำ-ปานกลาง (ต่ำกว่า 10,000-50,000 บาท)
 - ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (1-10 คน)
 - กลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้พื้นที่ในการประกอบการขนาดเล็ก (ไม่เกิน 150 ตารางเมตร)
- B. กลุ่มที่อาศัยเครือข่ายวิสาหกิจและสภาพแวดล้อมที่มีเอกลักษณ์ธุรกิจ มีสมมุติฐานของประเภทธุรกิจ ดังนี้
- เป็นธุรกิจในสาขาอุตสาหกรรมที่มีการรวมกลุ่มอยู่ในย่านเจริญกรุงอยู่แล้ว เช่น จิวเวลเลอรีและเครื่องเงิน ทัศนศิลป์และแฟชั่น เป็นต้น
 - สภาพแวดล้อมที่มีเอกลักษณ์

2) ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)

นักลงทุนจากต่างประเทศทั้งธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่นๆ คาดว่าเป็นกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นที่รู้จักในย่านเจริญกรุง เช่น จิวเวลเลอรีและเครื่องเงิน แฟชั่น เป็นต้น เห็นได้จากสัดส่วนของนักลงทุนชาวต่างชาติ ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจที่การส่งออกจิวเวลเลอรีและเครื่องเงินภายในย่านเมื่อได้รับสิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีในการส่งออกสินค้าบางประเภท

2.3 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ย่านเจริญกรุง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องที่สำคัญกับโครงการฯ โดยคำนึงถึงความสนใจและผลประโยชน์ที่ได้รับจากมาตรการและสิทธิประโยชน์ ที่สามารถมีผลต่อโครงการทั้งด้านบวกและลบ และจำเป็นต้องสำรวจความต้องการสนับสนุนเพื่อการออกแบบข้อเสนอให้สอดคล้องกับความต้องการและนำไปสู่การปฏิบัติได้ต่อไป

ในโครงการศึกษามาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ย่านเจริญกรุง ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง การวางแผนการมีส่วนร่วม และการนำไปปฏิบัติและประเมินผล ดังนี้

2.3.1 ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขั้นตอนแรกนี้เป็นการชี้แจงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ โดยคำนึงถึงความสนใจและผลประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ ที่สามารถมีผลต่อการออกแบบมาตรการและสิทธิประโยชน์ทั้งด้านบวกและลบ ดังที่เกริ่นไว้ในกลุ่มเป้าหมาย

ตาราง 2 การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ระดับพื้นที่ย่านเจริญกรุง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความสนใจต่อโครงการ	ผลประโยชน์
ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์	ได้รับการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์ เช่น การเงิน พื้นที่ คน	+
ผู้สนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น ผู้ผลิตวัสดุอุปกรณ์	ได้ขายวัสดุ อุปกรณ์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์	+
ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปในย่านเจริญกรุง เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม	มีนกออกแบบ ธุรกิจสร้างสรรค์บริการในพื้นที่มีคนเข้าพื้นที่/ ได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการเงิน เงื่อนไขควบคุมราคาหรือการใช้ประโยชน์อาคาร	+ + -
ฟรีแลนซ์	มีการจ้างงาน ได้ยกเว้นหรือลดหย่อนภาษี	+ +
ชุมชน	ได้รับการสนับสนุนในการรักษาวัฒนธรรม ได้รับผลกระทบค่าครองชีพสูงขึ้น ผลกระทบสิ่งแวดล้อม	+ - -
เจ้าของพื้นที่/ อาคาร	มีคนเข้าพื้นที่/ ได้รับลดหย่อนภาษีเงินได้ เงื่อนไขควบคุมราคาหรือการใช้ประโยชน์อาคาร	+ -
ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง	ความสำเร็จของนโยบาย ผลงานร่วมกัน	+ +/-
ภาครัฐท้องถิ่น	ได้รับภาษีโรงเรือนมากขึ้น งานบริหารจัดการพื้นที่มากขึ้น	+ -

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ความสนใจต่อโครงการ	ผลประโยชน์
สถาบันการศึกษา	มีโอกาสรับทุนวิจัยและพัฒนา (R&D) ร่วมกับภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	+
ธนาคารผู้ให้กู้ยืม	เงื่อนไขการให้กู้ยืม สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ	+/- -

หมายเหตุ การวิเคราะห์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามความสนใจและผลประโยชน์เป็นการประเมินโดยสังเกตการณ์

2.3.2 วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง

ขั้นตอนต่อมาหลังจากการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นการวิเคราะห์ความสำคัญและการมีอิทธิพลของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อเป็นพื้นฐานในการออกแบบและประเมินความเสี่ยง ตามลำดับจากน้อยไปมากตามค่าคะแนน 1-5 โดย

- การมีอิทธิพล หมายถึง พลังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่จะช่วยสนับสนุนหรือการขัดขวางการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ
- ความสำคัญ หมายถึง ลำดับความสำคัญต่อการให้ความพึงพอใจในความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ตาราง 3 Metrix ความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญและการมีอำนาจ (ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2563)

A : สำคัญมาก/ มีอิทธิพลน้อย ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน	B : สำคัญมาก/ มีอิทธิพลมาก ภาครัฐส่วนกลาง ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปในย่านเจริญกรุง เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม เจ้าของพื้นที่/ อาคาร
C : สำคัญน้อย/ มีอิทธิพลน้อย ผู้สนับสนุน เช่น ผู้ผลิตวัสดุอุปกรณ์ ฟรีแลนซ์	D : สำคัญน้อย/ มีอิทธิพลมาก ภาครัฐท้องถิ่น ธนาคารผู้ให้กู้ยืม สถาบันการศึกษา

2.3.3 วางแผนการมีส่วนร่วม

หลังจากได้ผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงแล้วเป็นขั้นตอนการวางแผนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างความมั่นใจในการสนับสนุนโครงการและติดตามหรือลดอุปสรรคต่อแผนงาน โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- A. กลุ่มที่มีอำนาจมาก/ มีความสนใจน้อย (keep satisfied) ควรแจ้งข่าวสารและชี้แจงผลการดำเนินการ กิจกรรมเด่นในปัจจุบันหรือความคาดหวังในอนาคต เพื่อขอความช่วยเหลือการจัดหาทรัพยากรที่จำเป็น
- B. กลุ่มที่มีอำนาจมาก/ มีความสนใจมาก (manage closely) ควรมีการปฏิสัมพันธ์ สื่อสารขอความเห็นเกี่ยวกับโครงการที่จัดทำขึ้นเป็นระยะ ร่วมดำเนินงานหรือสนับสนุนทรัพยากร
- C. กลุ่มที่มีอำนาจน้อย/ มีความสนใจน้อย (monitor)
- D. กลุ่มที่มีอำนาจน้อย/ มีความสนใจมาก (keep informed) ควรขอความเห็น ให้ข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และระหว่างดำเนินการไประยะหนึ่งแล้ว

ตาราง 4 Metrix ความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจและอำนาจ (ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2563)

A : อำนาจมาก/ มีความสนใจน้อย (=keep satisfied) ภาครัฐท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไป ในย่านเจริญกรุง เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม เจ้าของพื้นที่/ อาคาร	B : อำนาจมาก/ มีความสนใจมาก (=manage closely) ภาครัฐส่วนกลาง
C : อำนาจน้อย/ มีความสนใจน้อย (=monitor) ธนาคารผู้ให้กู้ยืม ผู้สนับสนุน เช่น ผู้ผลิตวัสดุอุปกรณ์	D : อำนาจน้อย/ มีความสนใจมาก (=keep informed) ผู้ประกอบการในธุรกิจสร้างสรรค์ ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน สถาบันการศึกษา

2.4 วิธีการสำรวจความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์

เพื่อสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน ทั้งบุคลากรสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการธุรกิจในอนาคตหรือผู้สร้างสรรค์ในเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์ที่ต้องการจะได้รับ และนำไปวิเคราะห์ความเหมือนและความแตกต่างของความต้องการของแต่ละสาขาอุตสาหกรรมทั้ง 15 สาขา จึงเลือกใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์และการศึกษาแนวโน้มความต้องการจากการรวบรวมข้อมูลความต้องการของกลุ่มนักลงทุนชาวต่างชาติจากแหล่งข้อมูลเปิดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน

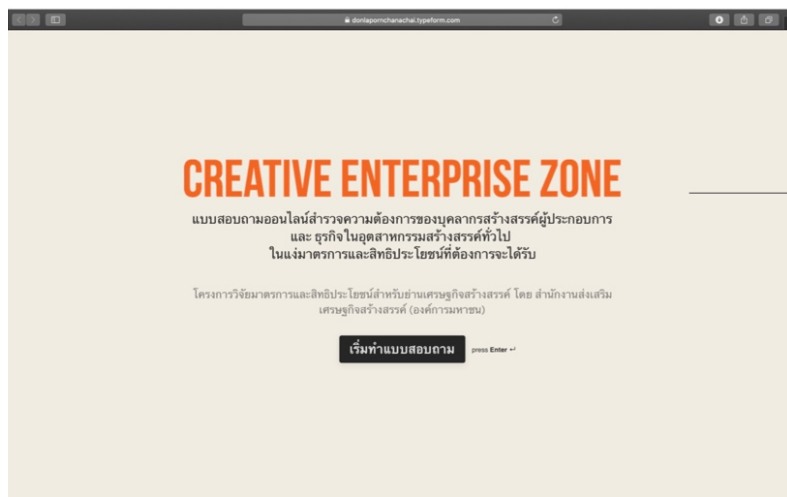
2.4.1 วิธีการสำรวจความคิดเห็น (Poll and Survey)

การสำรวจความคิดเห็นเป็นการประเมินเชิงปริมาณของทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ สามารถประเมินสัดส่วนของความเห็นของกลุ่มเป้าหมายในเชิงประเด็น และสามารถกำหนดความแม่นยำของการเก็บข้อมูลความคิดเห็นตามเป้าหมายได้ด้วยการออกแบบคำถามปลายปิดส่วนใหญ่ จึงนำเทคนิควิธีการนี้มาใช้ในขั้นตอนการรวบรวมและศึกษาข้อมูล การสำรวจความคิดเห็นถูกออกแบบในรูปแบบสอบถามออนไลน์ แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลทางธุรกิจ เพื่อทำความเข้าใจลักษณะ การดำเนินการของ ธุรกิจสร้างสรรค์ ตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain)
- ส่วนที่ 2 ความท้าทายในการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ในภาพรวม เพื่อระบุความท้าทายจาก ช่องว่างระหว่างความคาดหวังในการสนับสนุนและการได้รับการสนับสนุนตามจริง
- ส่วนที่ 3 ความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์ เพื่อรับทราบความเหมือน และความแตกต่างของความต้องการสนับสนุนของแต่ละสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้ง 15 สาขา

2.4.2 กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำนวน 150 คน ได้แก่ อุตสาหกรรมโฆษณา อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ธุรกิจการให้บริการด้านสถาปัตยกรรม อุตสาหกรรมการออกแบบ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ธุรกิจการแพร่ภาพและกระจายเสียงอุตสาหกรรมภาพพิมพ์ อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ อุตสาหกรรมดนตรี อุตสาหกรรมศิลปะการแสดง อุตสาหกรรมแฟชั่น อุตสาหกรรมหัตถกรรม อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อุตสาหกรรมแพทย์แผนไทย
- 2) ผู้ประกอบการธุรกิจอื่นทั่วไป จำนวน 50 คน ประเภทธุรกิจที่ขายวัสดุอุปกรณ์และบริการ ให้กับธุรกิจสร้างสรรค์หลัก เช่น ธุรกิจขายวัสดุตัดโมเดล, ร้านเลเซอร์คัท, ธุรกิจขายวัสดุ ก่อสร้าง-วัสดุตกแต่ง, ธุรกิจซ่อมคอมพิวเตอร์ ลงโปรแกรม, ธุรกิจขายวัสดุการพิมพ์, โรงพิมพ์, ล้างอัดภาพ, ธุรกิจบริการเข้ากรอบรูป เป็นต้น



โครงสร้างแบบสำรวจออนไลน์

- หมวดที่ 1: ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลทางธุรกิจ
- หมวดที่ 2: ช่องว่างระหว่างการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันและความคาดหวังที่จะได้รับในอนาคต
- หมวดที่ 3: ความต้องการด้านการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ด้านต่างๆจากกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 สาขา

รูป 9 โครงสร้างแบบสำรวจออนไลน์

2.5 วิธีการศึกษาความต้องการและผลกระทบของมาตรการและสิทธิประโยชน์ในย่านเจริญกรุง

เพื่อสำรวจความต้องการและผลกระทบของกลุ่มเป้าหมาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุง ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจภายในย่าน ผู้อยู่อาศัย/ชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ ความต้องการ รวมถึงผลกระทบจากมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงพื้นที่ ต่อกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง-คลองสาน

2.5.1 วิธีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group)

เทคนิคการสนทนากลุ่มเป็นการดำเนินการสัมภาษณ์ที่ทำกับกลุ่มแทนที่จะเป็นปัจเจกบุคคล การสนทนากลุ่มเป็นการอภิปรายกลุ่มย่อยๆของผู้มีส่วนร่วมที่ได้รับการคัดเลือกมาจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อช่วยพิจารณาปฏิกิริยาตอบโต้กับโครงการ จึงนำเทคนิควิธีการนี้มาใช้ในขั้นตอนการรวบรวมและศึกษาข้อมูล โดยเลือกใช้วิธีการวงล้ออนาคตหรือวงล้อผลกระทบ (Impact Wheel) เป็นวิธีการคาดการณ์แบบหนึ่งที่ใช้วิเคราะห์และแสดงผลลัพธ์และผลกระทบของแนวโน้ม เหตุการณ์ รวมถึงการตัดสินใจที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งผลกระทบดังกล่าวมีทั้งผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อมหลายๆทอด ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์และกำหนดนโยบายนโยบายสาธารณะต่อไป (รัตนวราหะ, 2562)

วงล้ออนาคตเป็นวิธีการระดมสมองแบบมีโครงสร้าง (structural brain storming) ที่ใช้ตั้งคำถามและหาคำตอบเกี่ยวกับอนาคต ขั้นตอนเริ่มแรกคือการเขียนชื่อแนวโน้มจากมาตรการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์แต่ละด้าน ในวงกลมตรงกลางกระดาษ แล้วจึงลากเส้นออกจากวงกลมนั้นคล้ายซี่งล้อ แล้วจึงเขียนผลกระทบโดยตรงในขั้นแรกตรงปลายซี่ล้อนั้น ต่อจากนั้น จึงลากเส้นต่อไปอีกเพื่อแสดงผลกระทบขั้นต่อไป ดังเป็นวงล้อ

วงที่สองทำเช่นนี้ต่อไปเรื่อยๆ จนเห็นภาพที่ชัดเจนและครอบคลุมของผลกระทบของมาตรการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์แต่ละด้านที่เขียนไว้ตรงกลางวงล้อ

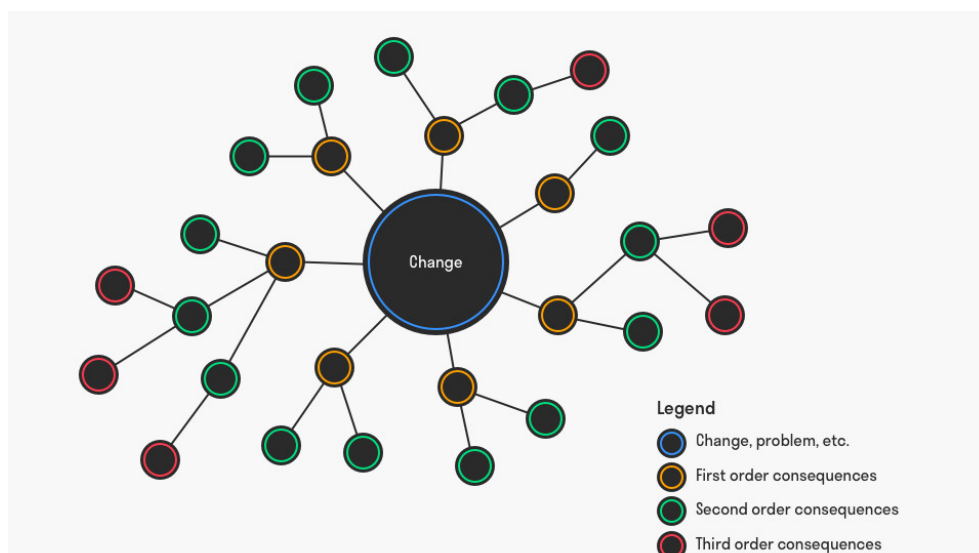
2.5.2 กลุ่มเป้าหมาย

- 1) ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านเจริญกรุง จำนวน 20 คน
- 2) ผู้ประกอบการธุรกิจอื่นทั่วไป จำนวน 20 คน
- 3) หน่วยงานผู้กำกับนโยบายและติดตามผล จำนวน 10 คน เช่น CEA เขตบางรัก

2.5.3 ตัวอย่างคำถามในสนทนากลุ่ม

- 1) ท่านเห็นว่าแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในย่านเจริญกรุงด้านใดที่ส่งผลกระทบมากที่สุด เช่น การเพิ่มขึ้นของธุรกิจสร้างสรรค์ ราคาเช่า/ซื้อที่ดินที่สูงขึ้น การจ้างงานในธุรกิจสร้างสรรค์ การรวมกลุ่มกันของธุรกิจสร้างสรรค์ เป็นต้น และปัจจัยใดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น
- 2) ขอให้ท่านเลือกมาตรการและสิทธิประโยชน์เพื่อนำมาทดลองในย่านเจริญกรุง (ด้านบุคลากร ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี/สินค้า ด้านธุรกิจสร้างสรรค์ ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน)
- 3) ขอให้ท่านระบุ ‘ผลกระทบเชิง +/-’ จากการทดลองมาตรการส่งเสริมดังกล่าวต่อธุรกิจของท่านในทางเศรษฐกิจและสังคม ตามลำดับที่ 1, 2, 3

ผลกระทบ	มาก	ปัจจัยขับเคลื่อนที่ควรอยู่ในแผนปฏิบัติการ (Critical planning issue)	Important Scenario Drivers	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออนาคต (Critical Scenario Drivers)
	ปานกลาง	Important planning issues	Important planning issues	Important Scenario Drivers
	น้อย	Monitor	Monitor	Monitor & re-assess
		น้อย	ปานกลาง	มาก
				ความไม่แน่นอน



รูป 10 ตัวอย่างภาพวงล้ออนาคต ที่มา: Glenn (2009a)

2.5.4 วิธีการศึกษาแนวโน้มความต้องการ

การศึกษาแนวโน้มความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) ใช้วิธีการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมข้อมูลจากบทสัมภาษณ์เชิงลึกในโครงการฐานข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุงและข้อมูลสถิติที่ได้มีการเก็บรวบรวมโดยหน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมการลงทุน

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)

ประเด็นศึกษา

- บทบาทในการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์
- ความต้องการสนับสนุน

2.6 วิธีการวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมาย

เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการสนับสนุนและการสนับสนุนที่ได้รับของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ดังที่กล่าวไปในหัวข้อที่ 2.2.1 คณะผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการประเมินมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ในแง่มุมต่างๆที่ภาครัฐหรือภาคส่วนอื่นจัดทำสำหรับทั้งในระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กับผลการสำรวจความต้องการสนับสนุนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุง ด้วยวิธีการประเมิน ดังนี้

2.6.1 วิธีประเมิน Traffic Light assessment

Traffic Light Assessment คือ ระบบการให้คะแนนสำหรับการประเมินผลงานที่สัมพันธ์กับเป้าหมาย เป็นวิธีที่ดีในการสื่อสารข้อมูลการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมีข้อได้เปรียบในการเป็นที่ยอมรับในระดับสากลจากทุกประเทศ การบ่งชี้ประสิทธิภาพทำได้โดยใช้ไฟจราจรจริงสามสี-แดงเหลืองและเขียว- สามารถระบุประสิทธิภาพที่ตรงและไม่ตรงตามความต้องการได้อย่างง่าย และสามารถเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการตัดสินใจแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพที่สุด

การวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการสนับสนุน มีเป้าหมาย คือ ความสอดคล้องกันของมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน กับผลสำรวจความต้องการสนับสนุนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุง โดยการให้คะแนนมีการแทนค่าสี ดังนี้

- สีแดง แทน การขาด/ไม่ต้องการมาตรการและสิทธิประโยชน์สนับสนุนในประเด็นนั้นๆ
- สีเหลือง แทน การมีครึ่งๆกลางๆ/ต้องการน้อย ของมาตรการและสิทธิประโยชน์สนับสนุนในประเด็นนั้นๆ
- สีเขียว แทน การมี/ต้องการมาก ของมาตรการและสิทธิประโยชน์สนับสนุนในประเด็นนั้นๆ

กลุ่มเป้าหมาย

เน้นไปที่กลุ่มมีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุงเป็นหลักแบ่งเป็นกลุ่มย่อย 3 กลุ่ม จากผลสำรวจความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์ ได้แก่

- 1) ผู้ประกอบธุรกิจINYAN (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) จากผลสำรวจความต้องการในสนทนากลุ่ม (focus group)
- 2) ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนINYAN จากผลสำรวจความต้องการในสนทนากลุ่ม (focus group)
- 3) ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่INYAN จากผลสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ (Poll & survey)

บทที่ 3 ศึกษากรอบแนวคิด ทฤษฎีระบบนิเวศสร้างสรรค์ เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเมืองตามปรากฏการณ์ทฤษฎีชนชั้นกลางก้าวหน้า (Gentrification)

บทที่ 3 เป็นการศึกษาทบทวนกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิด องค์ประกอบของระบบนิเวศสร้างสรรค์ ธรรมชาติของธุรกิจสร้างสรรค์ เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และทฤษฎีชนชั้นกลางก้าวหน้า (Gentrification) และนำไปสู่กรอบแนวคิดการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบสำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน ดังนี้

- 1) ระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecology)
- 2) แนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)
- 3) ทฤษฎีชนชั้นกลางก้าวหน้า (Gentrification)
- 4) กรอบแนวคิดการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบสำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.1 ระบบนิเวศสร้างสรรค์ของประเทศไทย (Creative Ecology)

3.2.1 ประเด็นการพัฒนาระบบนิเวศสร้างสรรค์

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ศึกษาองค์ประกอบและปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในต่างประเทศ และในประเทศ สามารถระบุถึงประเด็นการพัฒนาหรือปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หน่วยงาน ภาครัฐที่มีบทบาทเกี่ยวข้องควรพิจารณาและให้การสนับสนุน เพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาธุรกิจ สร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ หรือที่เรียกว่า “นิเวศสร้างสรรค์” (Creative Ecology) โดยการพัฒนา นิเวศสร้างสรรค์ มีปัจจัยหลัก และปัจจัยสนับสนุนที่ควรพิจารณา ดังนี้

ประเด็นการพัฒนาหลัก

- 1) การพัฒนาด้านการศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ (Education and Human Resources) ซึ่งเน้นการ ส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เพื่อ นามาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการสร้างสรรค์ พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนาแรงงานที่มี ทักษะฝีมือและความเชี่ยวชาญ รวมถึงการสร้างร่วมมือของสถาบันการศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ บุคลากรตั้งแต่วัยเยาว์เพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงานสร้างสรรค์ หรือต่อยอดให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นในอนาคต

- 2) การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น โครงสร้างพื้นฐาน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านโลจิสติกส์ การส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) รวมถึงการพัฒนาด้านกฎหมายให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ การส่งเสริมการ จัดทะเบียน การใช้และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น
- 3) การพัฒนาด้านการเงินและการลงทุนสร้างสรรค์ (Finance and Investment) ที่เอื้อประโยชน์ต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการรายย่อย การลงทุนของ ภาครัฐ รวมถึงสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษทางภาษี เป็นต้น

ประเด็นการพัฒนาสนับสนุน

- 4) การพัฒนาสังคมที่เป็นต้นกำเนิดของการสร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ (Creative Society or Creative Environment) ซึ่งเป็นการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ เช่น แหล่งเรียนรู้เฉพาะทางด้านในสาขาต่างๆ (ดนตรี ภาพยนตร์ การออกแบบ แฟชั่น กราฟิกและแอนิเมชัน เป็นต้น) พื้นที่สำหรับการทดลองหรือปฏิบัติการจริง ศูนย์อบรมและบ่มเพาะทักษะฝีมือแรงงานสร้างสรรค์ เช่น ห้องทดลองเชิงปฏิบัติการ (Lab), พื้นที่ผลิตผลงาน (Maker Space), พื้นที่ทดลองจำหน่ายเชิงพาณิชย์ (Market test), เวทีสร้างสรรค์ (Showcase) เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดบรรยากาศแห่งการเรียนรู้และการแพร่กระจายของความคิดสร้างสรรค์ในสังคม โดยในประเทศที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ มักมีการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่สำหรับสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นความตื่นตัวของประชาชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจในอนาคต
- 5) การสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ การรวมกลุ่มและความเชื่อมโยงระหว่างภาค ธุรกิจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้การทำงานสามารถพัฒนาและขับเคลื่อน อย่างเป็นระบบ เช่น การเชื่อมโยงภาคการศึกษา กับภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาแรงงานฝีมือและ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความพร้อมและความสามารถที่สอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนา เป็นต้น

3.2.2 องค์ประกอบของระบบนิเวศสร้างสรรค์

- 1) องค์ประกอบพื้นฐาน (Fundamental) ได้แก่ ทรัพยากรด้านสร้างสรรค์ (Creative Resources) ซึ่งหมายถึง มรดกวัฒนธรรม เอกลักษณ์ของประเทศ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและมีชื่อเสียง

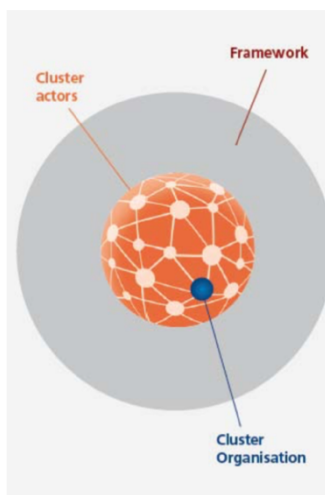
- 2) **ผู้ขับเคลื่อน (Drivers)** ประกอบด้วยผู้สร้างสรรค์ (Creators) และผู้สนับสนุน (Enablers) ซึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนที่ก่อให้เกิดสินค้าและบริการสร้างสรรค์
 - ผู้สร้างสรรค์ (Creators) เช่น ชุมชน ทรัพยากรบุคคลและแรงงานสร้างสรรค์ หน่วยงานภาคธุรกิจ เครือข่าย เป็นต้น
 - ผู้สนับสนุน (Enablers) เช่น หน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัย ภาคการเงิน โครงสร้างพื้นฐานทั้งทางตรงและทางอ้อม
- 3) **ตลาด (Market)** หมายถึง ตลาดเป้าหมายของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศ

3.2 แนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)

แนวทางเครือข่ายวิสาหกิจหรือการรวมกลุ่มกันของธุรกิจเป็นเครื่องมือทางนโยบายที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการรวมกลุ่มกันของธุรกิจที่เลือกตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจเดียวกันมักมีเหตุผลเพราะมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (Sonja Kind, 2012) การศึกษาความเป็นคลัสเตอร์ของกลุ่มธุรกิจจึงมีความสำคัญในการวิเคราะห์ศักยภาพและเงื่อนไขในการพัฒนาและส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เช่นกัน

3.2.1 มิติของเครือข่ายวิสาหกิจ

เพื่อให้วิสาหกิจในคลัสเตอร์ได้รับประโยชน์จากระบบนิเวศน์ที่ ส่งเสริมการแข่งขันและเอื้ออำนวยการทำงานร่วมกัน เครือข่ายวิสาหกิจจึงเป็นช่องทางในการเพิ่มพูนความรู้ การเงินและตลาด โดยระบบนิเวศน์นี้อธิบายถึงมิติการพัฒนาคลัสเตอร์ที่มีความสัมพันธ์กันและควรได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบาย ได้แก่



- 1) **เงื่อนไขกรอบการพัฒนา (framework condition)** เป็นมิติที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานของธุรกิจ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน ทักษะแรงงานหรือสถาบัน รวมถึงกฎระเบียบและระบบภาษีต่างๆ เป็นต้น
- 2) **ผู้เข้าร่วม (Actors)** มิติของพันธมิตรที่แข็งแกร่ง การปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างผู้ร่วมกลุ่มและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างสถาบันหรือมหาวิทยาลัย
- 3) **องค์กรจัดการคลัสเตอร์ (organization of cluster)** มิติของการจัดการซึ่งมีความจำเป็นในการส่งเสริมและเตรียมพร้อม เผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญในหมู่ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์และสนับสนุนการสร้างธุรกิจ

รูป 11 มิติของนโยบายในการสนับสนุนเครือข่ายวิสาหกิจ, ที่มา: Sonja Kind, 2012

3.2.2 แนวทางการสนับสนุนเชิงนโยบายเพื่อใช้ประโยชน์จากเครือข่ายวิสาหกิจ

งานวิจัยการพัฒนาคัลเลเตอร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมให้สำเร็จ ได้ศึกษาทบทวนมาตรการสนับสนุนทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับมิติของเครือข่ายวิสาหกิจ และพบว่า มาตรการเชิงนโยบายอาจมีผลโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อการพัฒนาธุรกิจในห้องที่ รวมถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SME ทั่วไป ดังนั้น ผู้ได้รับผลประโยชน์จากมาตรการสนับสนุนต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงมีหลากหลาย ไม่เฉพาะแต่องค์กรหรือผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสถาบันอื่น ๆ ซึ่งเป็นผู้รับผลประโยชน์ทางอ้อมในพื้นที่ใกล้เคียง สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยรวมมือกับภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาพรวม โดยสรุปแล้วมาตรการสนับสนุนทั่วไปตามมิติของเครือข่ายวิสาหกิจ ดังนี้ (Sonja Kind, 2012)

1) การสนับสนุนเงื่อนไขบริบทรอบการพัฒนา

มาตรการสนับสนุนในมิตินี้มุ่งเน้นไปที่การสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพหรือเสมือน เพื่ออำนวยความสะดวกในกิจกรรมทางธุรกิจของนักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการ โดยหน่วยงานในพื้นที่หรือภาครัฐท้องถิ่นจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานให้กับคัลเลเตอร์ เช่น พื้นที่ธุรกิจหรือสิ่งอำนวยความสะดวกให้เช่า ความพร้อมใช้งานหรืออุปกรณ์เทคโนโลยี และการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน เช่น ฐานข้อมูลและโครงข่ายระบบสื่อสารความเร็วสูง เป็นต้น

2) การสนับสนุนผู้เข้าร่วมกลุ่ม

มาตรการสนับสนุนในมิตินี้ครอบคลุมถึงมาตรการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้เข้าร่วมเครือข่ายวิสาหกิจและพันธมิตรอื่นๆ ความร่วมมือระหว่างองค์กรสร้างสรรค์ นักสร้างสรรค์และมหาวิทยาลัยหน่วยงาน R&D และธุรกิจอื่นทั่วไป โดยสนับสนุนให้มีกระบวนการสร้างสรรค์ในภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ ตัวอย่างมาตรการสนับสนุนในมิตินี้ ดังนี้

การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการจัดหาเงินทุน

- แผนการสร้างแรงจูงใจทางการเงิน / เงินทุนเพื่อส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างองค์กรมหาวิทยาลัยและศูนย์วิจัยในระดับภูมิภาค / ระดับชาติ / นานาชาติ (เช่น โดยโครงการความร่วมมือกองทุนสาธารณะ) แรงจูงใจในการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ (เช่น การสนับสนุนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในภาคการออกแบบ)
- ปรับปรุงการเข้าถึงแหล่งเงินกู้ตราสารทุนและการจัดหาเงินทุนสาธารณะ
- อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การฝึกอบรมสำหรับนักลงทุน (Financial literacy) จับคู่ระหว่างธุรกิจสร้างสรรค์และนักลงทุน และการฝึกอบรมผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์เพื่อเข้าหานักลงทุนที่ดีขึ้น เป็นต้น

การจัดหาพื้นที่ทำงาน

- การจัดเตรียมพื้นที่ทำงาน ในรูปแบบเดี่ยวและทำงานร่วมกันพร้อมการบริการ โดยมุ่งเน้นไปที่การช่วยเหลือธุรกิจเดิมที่อยู่ในพื้นที่ และสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ
- การจัดเตรียมพื้นที่ เช่น ห้องทดลอง / ห้องทดสอบ เพื่อดึงดูดองค์กรสร้างสรรค์และศูนย์วิจัย โดยมีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ให้ดียิ่งขึ้น

ความสามารถทางธุรกิจและการพัฒนาทักษะ

- การจัดฝึกอบรมและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาทักษะและความสามารถของธุรกิจสร้างสรรค์และผู้ประกอบการ สาขาการดำเนินการเหล่านี้มีความหลากหลายและครอบคลุมมาตรการที่หลากหลาย (เช่น การเขียนแผนธุรกิจ การฝึกสอน)
- การสนับสนุนการพัฒนาแผนธุรกิจ – ตั้งแต่การพัฒนาความคิด แนวคิดการจัดหาเงินทุน การทำให้เกิดจริง และการทดสอบไปจนถึงการตลาดและการค้า – การให้ความรู้ทางธุรกิจมาตรฐานเกี่ยวกับภาษี กฎหมาย การบัญชี และการวางแผนทางการเงิน ฯลฯ
- สนับสนุนการใช้ประโยชน์จากทักษะความคิดสร้างสรรค์ และพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ของนักสร้างสรรค์และธุรกิจอื่นทั่วไป

3) การสนับสนุนองค์กรจัดการเครือข่ายวิสาหกิจ

มาตรการสนับสนุนในมิตินี้มุ่งเน้นการสนับสนุนองค์กรจัดการเครือข่ายวิสาหกิจที่ให้บริการผู้เข้าร่วมเครือข่าย ส่วนมากหน่วยงาน/ องค์กรจัดการเครือข่ายมีหน้าที่สื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญระหว่างผู้ร่วมเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ช่วยระบุปัญหาและแนวทางในการแก้ไขภายในเครือข่าย ซึ่งการจัดการเครือข่ายมักอาศัยปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับมิติที่สองผู้เข้าร่วมเครือข่าย และมีการนำเสนอบริการเฉพาะตามกลยุทธ์ที่กำหนดและมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม ตัวอย่างของบริการที่มีในพื้นที่เครือข่ายวิสาหกิจ ได้แก่

- การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมความคิดริเริ่มของคลัสเตอร์และลักษณะของพื้นที่ย่านนั้น
- การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดการคลัสเตอร์รวบรวมและประมวลผลข้อมูลจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการการประชุมหรือสัมมนาจัดหา / จัดโครงสร้างพื้นฐาน เช่น อาคารสถานที่อุปกรณ์ทางเทคนิค พื้นที่ทดสอบและแพลตฟอร์มไอทีหรือฐานข้อมูล
- สนับสนุนเพื่อให้เข้าถึงข้อมูลการตลาดได้ดีขึ้น
- แนะนำโปรแกรมบริการและเงินทุนเพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

- การจับคู่รวมถึงความเป็นสากล สนับสนุนการเชื่อมโยงพันธมิตรความร่วมมือระหว่างประเทศ (เช่น การสร้างเครือข่ายกับคลัสเตอร์ระหว่างประเทศอื่นๆ)
- การระดมทุนของนวัตกรรมและการเริ่มต้นธุรกิจ โดยการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงผู้ร่วมทุนการสนับสนุนที่ปรึกษาทางธุรกิจ (เช่นโดยโค้ชและเชื่อมต่อแนวคิดการให้คำปรึกษา การจัดระเบียบศูนย์สาธิตการจัดกิจกรรมจับคู่เพื่อพบกับพันธมิตรหรือนักลงทุนที่มีศักยภาพ)
- การสรรหาบุคลากรและการฝึกอบรม Talent โดยเฉพาะเยาวชน และเพิ่มทักษะของนักสร้างสรรค์ (เช่น ฐานข้อมูลบุคลากรทางเว็บหรือกลุ่มบุคลากรกิจกรรม การจับคู่ระหว่างนายจ้างและบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ รางวัลสำหรับแนวคิดการฝึกปฏิบัติที่ดี โรงเรียนภาคฤดูร้อน แนวคิดการฝึกอบรม)

ตาราง 5 มิติการพัฒนาคลัสเตอร์ของธุรกิจ, ที่มา: Sonja Kind, 2012

มิติการพัฒนา	ประเด็นย่อย	มาตรการสนับสนุน
บริบทรอบการพัฒนา	1. นโยบายสนับสนุน	การสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพหรือเสมือน เพื่ออำนวยความสะดวกในกิจกรรมทางธุรกิจของนักสร้างสรรค์และผู้ประกอบการ จัดสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานให้กับคลัสเตอร์ เช่น พื้นที่ธุรกิจหรือสิ่งอำนวยความสะดวกให้เช่า ความพร้อมใช้งานหรืออุปกรณ์เทคโนโลยี และการเข้าถึงฐานข้อมูลและระบบสื่อสารความเร็วสูง เป็นต้น
	2. โครงสร้างพื้นฐาน	
	3. เครื่องมือสนับสนุน (เช่น ซอฟต์แวร์)	
	4. ทักษะแรงงาน	
	5. องค์กร	
	6. กฎระเบียบ	
ผู้เข้าร่วม	1. โครงสร้าง, ประเภท	ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิงสร้างสรรค์และพันธมิตรอื่น ๆ ความร่วมมือระหว่างองค์กรสร้างสรรค์คนที่มีความคิดสร้างสรรค์และมหาวิทยาลัยหน่วยงาน R&D และธุรกิจทั่วไป เช่น • การจัดหาเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน • การจัดหาพื้นที่ทำงาน • ความสามารถทางธุรกิจและการพัฒนาทักษะ
	2. ความร่วมมือ	
	3. ประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	
	4. ประโยชน์ต่อคลัสเตอร์	
การจัดการคลัสเตอร์	1. กลยุทธ์และการกำกับดูแล	การสนับสนุนองค์กรจัดการเครือข่ายวิสาหกิจที่ให้บริการผู้เข้าร่วมเครือข่าย ส่วนมากหน่วยงาน/
	2. การจัดหาเงินทุนภายนอก	

มิติการพัฒนา	ประเด็นย่อย	มาตรการสนับสนุน
	3. บริการส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจ ⁷	องค์กรจัดการเครือข่ายมีหน้าที่สื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญระหว่างผู้ร่วมเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการค้าเงินธุรกิจ ช่วยระบุปัญหาและแนวทางในการแก้ไขภายในเครือข่าย
	4. ความสำเร็จและการยอมรับ	

3.2.3 ลักษณะสำคัญของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Key Characteristic of CCI cluster)

ลักษณะของคลัสเตอร์ตามนิยามของคู่มือนโยบายเครือข่ายวิสาหกิจ (Thomas Andersson, 2004) ว่าคลัสเตอร์หนึ่งรับรู้ได้จากองค์ประกอบหลายส่วน ที่ประกอบกันเป็นแกนหลักของคลัสเตอร์ใดๆ 7 ส่วน ได้แก่

- 1) ความกระจุกตัวทางภูมิศาสตร์ (Geographic concentration)
- 2) แกนหลักที่กำหนดความเชี่ยวชาญของเครือข่ายวิสาหกิจ (The core and defining specialisation of clusters)
- 3) ผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Actors)
- 4) พลวัตของการปฏิสัมพันธ์และการเชื่อมโยง (Dynamics and linkages)
- 5) มวลของเครือข่าย (Critical mass)
- 6) วงจรชีวิตของคลัสเตอร์ (The cluster life cycle)
- 7) นวัตกรรม (Innovation)

สำหรับเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม สามารถสรุปลักษณะสำคัญตามองค์ประกอบของแกนหลักของคลัสเตอร์และเน้นประเด็นความแตกต่างกับอุตสาหกรรมอื่นไว้ ดังนี้

2) ความกระจุกตัวทางภูมิศาสตร์ของธุรกิจ (Geographic concentration)

ความกระจุกตัวของผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมในยุโรปส่วนมากอยู่ในเขตเมืองใหญ่โดยเฉพาะเมืองหลวงที่มีความหลากหลายของเชื้อชาติและวัฒนธรรม ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ส่งผลกระทบอย่างมากต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์และรูปแบบการทำงาน สร้างสรรค์ที่พึ่งพาพื้นที่ทำงานน้อยลง อย่างไรก็ตาม บริษัทใหญ่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น อุตสาหกรรม

⁷ บริการส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจส่วนมากครอบคลุม การพัฒนาบุคคล การส่งเสริมด้านการประกอบการ แลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ ภายในกลุ่ม จับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคภายนอก การทำให้เป็นนานาชาติ และการร่วมพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยี เป็นต้น

ภาพยนตร์หรือมหาวิทยาลัยชั้นนำในสาขาศิลปะ หรืองานแสดงสินค้า เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตั้งถิ่นฐานของ
คนสร้างสรรค์ในสาขาอุตสาหกรรมนั้นๆ รวมถึงองค์กรบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์
โดยธรรมชาติแล้วเป็นองค์กรที่มีความคงที่ส่งผลถึงพนักงานที่จะคงอยู่ในพื้นที่ต่อไปด้วย

3) แกนหลักที่กำหนดความเชี่ยวชาญของเครือข่ายวิสาหกิจ (The core and defining specialisation of clusters)

เครือข่ายวิสาหกิจสร้างสรรค์มักประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ซึ่งอุตสาหกรรมต่างๆที่รวมตัวกันภายใต้เครือข่ายสร้างสรรค์ต่างมีความเป็นปัจเจกและความเชี่ยวชาญของตัวเอง ในบางกรณีอุตสาหกรรมมีการเชื่อมโยงและพึ่งพาซึ่งกันและกันอย่างมากรวมถึงอุตสาหกรรมภาพยนตร์และดนตรี และในหลายกรณีค่อนข้างเป็นอิสระต่อกัน บางอุตสาหกรรมแทบไม่แสดงการเชื่อมโยงที่ชัดเจน เช่น ซอฟต์แวร์และจิตรศิลป์

โดยพื้นฐานแล้วทุกอุตสาหกรรมมีความแตกต่างกัน ทั้งในรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) รวมถึงปัจจัยส่งเสริมทั้งลูกค้า คู่ค้าทางธุรกิจ ความรู้และความต้องการโครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ แต่ถึงแม้จะมีความแตกต่างหลากหลายอย่างชัดเจน แต่พวกเขามีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ภายในเครือข่ายวิสาหกิจเป็นกระบวนการทางสังคมที่นำไปสู่ความรู้และแนวคิดใหม่ๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดสินค้าหรือบริการเชิงพาณิชย์ในที่สุด

4) ผู้เข้าร่วมเครือข่าย (Actors) มีสัดส่วนของธุรกิจขนาดเล็กรวมทั้งคนทำงานอิสระจำนวนมาก

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเป็นสาขาที่มีธุรกิจขนาดเล็กและคนทำงานอิสระจำนวนมาก
ทำงานอยู่ มีบริษัทขนาดเล็กมีจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำนวนมากไม่ได้รับการว่าจ้าง พวกเขาทำงานอย่างอิสระ จากโครงการหนึ่งไปยังอีกโครงการหนึ่ง ซึ่งงานนอกระบบประเภทนี้มีจำนวนมากและข้อมูลสถิติยังไม่ครอบคลุมนัก ดังนั้น จึงเป็นเรื่องยากที่จะวัดจำนวนแรงงานที่แท้จริงที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

5) พลวัตของการปฏิสัมพันธ์และการเชื่อมโยง (Dynamics and linkages) - แนวทางที่เน้นการทำงานเป็นทีมมากกว่าความร่วมมือระหว่างองค์กร

การเชื่อมต่อและความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเครือข่ายวิสาหกิจ โดยปกติผู้เข้าร่วมเครือข่ายทั้ง บริษัท และบุคคลเหล่านี้ร่วมมือและแข่งขันในเวลาเดียวกัน โดยผู้เข้าร่วมเครือข่ายมักจะทำ
งานในโครงสร้างที่เน้นการทำงานเป็นทีมที่ยืดหยุ่น เนื่องจากไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ดังนั้น ความ

ร่วมมือจึงเกิดขึ้นในระดับรายบุคคลและไม่เป็นทางการ มากกว่าความร่วมมือระหว่างองค์กรที่มีโครงสร้างตายตัว มีพนักงานประจำและยึดติดกับพื้นที่

6) มวลของเครือข่าย (critical mass) - อาจทำได้ง่ายกว่าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมดั้งเดิม

แนวคิดเรื่องมวลที่วิกฤต (critical mass) อธิบายว่าเครือข่ายวิสาหกิจอาศัยผู้เข้าร่วมจำนวนที่มากพอภายในขอบเขตหนึ่ง เพื่อให้เกิดพลวัตภายในเครือข่ายที่เพียงพอที่จะมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นการกระจุกตัวน้อยที่สุดของผู้เข้าร่วมจากหลายสาขา เช่น ธุรกิจ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน ฯลฯ ซึ่งหมายความว่าเครือข่ายต้องการมวลที่มากพอถึงจะทำงานได้

สำหรับอุตสาหกรรมที่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีจำนวนมาก เช่น ยานยนต์หรือเทคโนโลยีชีวภาพ จำนวนผู้เข้าร่วมที่มากพอมีความจำเป็นอย่างมาก แต่ในส่วนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม เจื่อนไขในการรวมกลุ่มเครือข่ายมีน้อยกว่า การพึ่งพาพันธมิตรในด้านการวิจัยโดยทั่วไปในระบบนวัตกรรมนี้น้อยกว่ามาก

7) วงจรชีวิตของคลัสเตอร์ (The cluster life cycle) - เส้นทางการพัฒนาที่เทียบเคียงกันได้เช่นอุตสาหกรรมใหม่และอุตสาหกรรมเกิดใหม่

เครือข่ายวิสาหกิจผ่านขั้นตอนต่างๆในระหว่างการพัฒนา ตั้งแต่การเริ่มต้นเครือข่าย การรวมกลุ่มกัน การเติบโตและการเปลี่ยนแปลง เส้นทางการพัฒนาทั่วไปและขั้นตอนที่จำเป็นในการพัฒนาสู่ระดับถัดไปนั้นไม่แตกต่างกัน ไม่เพียงแต่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เท่านั้นแต่ยังรวมถึงอุตสาหกรรมอื่นๆด้วย การรวมกลุ่มเครือข่ายในช่วงการพัฒนาระยะแรกมีความเสี่ยงต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลมากกว่ากลุ่มเครือข่ายที่เติบโตแล้ว ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับวงจรชีวิตของเครือข่ายอุตสาหกรรมอื่น

8) นวัตกรรม (Innovation) – นวัตกรรมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยากที่จะวัด

นวัตกรรมในอุตสาหกรรมดั้งเดิมมีการเชื่อมโยงอย่างมากและอยู่บนพื้นฐานของความร่วมมือของสถาบันวิจัย บริษัทเอกชน สถาบันวิจัยสร้างพื้นฐานความรู้ที่จำเป็น และบริษัทต่างๆเปลี่ยนความรู้นี้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ นิยามคลาสสิกของนวัตกรรมนี้เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาในแง่เทคโนโลยี

อย่างไรก็ตามในส่วนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม บางส่วนดูเหมือนว่าจะพึ่งพาเครือข่ายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานค่อนข้างน้อย เพื่อประกอบเป็นความคิดสร้างสรรค์

และสร้างนวัตกรรม นวัตกรรมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้นบางส่วนจับต้องไม่ได้และเน้นไปที่เนื้อหา จึงมักไม่ได้รับการยอมรับว่าเป็นนวัตกรรมในแง่เทคโนโลยีแบบดั้งเดิม

3.2.4 แนวทางการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับอุตสาหกรรมอื่นๆ

จากงานวิจัยเรื่องการพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมให้สำเร็จ (Sonja Kind, 2012) ใช้วิธีการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะเฉพาะของคลัสเตอร์และองค์การบริหารจัดการ ของทั้งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยศึกษา 16 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากทั้งหมด 86 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมทั้งหมด ใน 17 ประเทศในยุโรป และเลือกเปรียบเทียบกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับกลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐาน เช่น อาหาร วัสดุและเคมีภัณฑ์ วิศวกรรม และอุตสาหกรรมใหม่ เช่น เทคโนโลยีชีวภาพและสุขภาพและสุขอนามัย และเทคโนโลยีสารสนเทศ ICT คำถามสำคัญในการศึกษาวิเคราะห์ของเรามุ่งเป้าไปที่การเปรียบเทียบคลัสเตอร์ CCI กับคลัสเตอร์จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ เพื่อค้นหาคำตอบสำหรับคำถามต่อไปนี้ :

- คลัสเตอร์ใน CCI มีอะไรเหมือนกันกับคลัสเตอร์จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ
- หากแตกต่างกันสิ่งที่แตกต่างกันคืออะไร
- มีรูปแบบใดที่มีลักษณะเฉพาะมากกว่าสำหรับคลัสเตอร์จาก CCI เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ
- การจัดการคลัสเตอร์ของคลัสเตอร์ในคลัสเตอร์ CCI ทำงานแตกต่างกันเมื่อเทียบกับการจัดการคลัสเตอร์จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ หรือไม่?

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลโครงสร้าง ขั้นตอนผลิตสินค้าและบริการและการบริหารจัดการ พบว่า คลัสเตอร์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CCI) แตกต่างกันไปตามปัจจัยโครงสร้าง แต่มีความใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมทั่วไป (non-CI) โดยรวมแล้วกลุ่ม CCI ไม่ได้มีโครงสร้างเฉพาะที่เด่นชัดที่สามารถสังเกตได้ใน CCI เท่านั้น จึงน่าจะสามารถใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมทั่วไปได้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- CCI อายุคลัสเตอร์พอกับค่าเฉลี่ย
- CCI ไม่ได้มีขนาดของกลุ่มต่างจาก non-CI
- CCI รวมกลุ่มระดับภูมิภาคน้อยกว่า non-CI
- CCI ถูกขับเคลื่อนด้วยหุ้นส่วนทางธุรกิจมากกว่า R&D
- CCI ไม่ได้มีความเฉพาะทางเป็นพิเศษ
- CCI มีแนวโน้มที่จะถูกบังคับโดยกฎหมายเฉพาะ
- CCI เอียงไปทาง centralised governance structure

- CCI ได้รับ/พึ่งพาสาธารณะพอกับค่าเฉลี่ย
- CCI เน้นการวางแผนยุทธศาสตร์และดำเนินการ
- CCI ต่างจากค่าเฉลี่ยจากอุตสาหกรรมทั่วไปเพียง 2 ปัจจัย

นอกจากนั้นการบริหารจัดการคลัสเตอร์อุตสาหกรรมทั่วไปและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่างมีวัตถุประสงค์และมีการให้บริการกลุ่มสมาชิกที่คล้ายคลึงกัน ประกอบด้วย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การสนับสนุนด้านการประกอบการ การจัดหาแหล่งเงินทุนภายนอก ความร่วมพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า การแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ การจัดคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอก การเป็นนานาชาติ โดยกลุ่ม CCI มีบริการเข้มข้นในการร่วมพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า และการแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์กับภาคีภายนอก

โดยสรุปแล้วจึงมีความเป็นไปได้ในการปรับใช้กรอบแนวคิดการประเมินคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมอื่นเข้ากับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการคลัสเตอร์ของธุรกิจสร้างสรรค์ให้มีบริการสนับสนุนที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มสมาชิก

3.3 กรอบแนวคิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเมืองตามปรากฏการณ์ชนชั้นกลางวิวัฒน์ (Gentrification)

การเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ของ Gentrification หรือชนชั้นกลางวิวัฒน์⁸ ในย่านพื้นที่ใจกลางเมืองนั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายด้าน แต่ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงของย่านที่สัมพันธ์ไปกับรูปแบบการย้ายถิ่นฐานของกลุ่มชนสร้างสรรค์ หรือ Creative class (Florida, 2010) ซึ่งเริ่มเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเศรษฐกิจ Post-fordism ทั่วโลก อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเศรษฐกิจจากที่เน้นเพียงแต่การผลิต เป็นภาคบริการและการเพิ่มมูลค่าจากวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม หรือที่เรียกว่า ‘Cognitive-cultural economy’ (Scott, 2011) ซึ่งเกิดคู่ขนานไปกับการพัฒนาของเทคโนโลยี การปรับโครงสร้างกลุ่มชนชั้นแรงงานใหม่ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนสร้างสรรค์ และทักษะทางด้านการพัฒนานวัตกรรมที่กลายเป็นต้นทุนที่สำคัญในการพัฒนาคนและแรงงานในเศรษฐกิจใหม่ โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเศรษฐกิจดังกล่าวมีผลต่อลักษณะการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการเปลี่ยนแปลงของเมืองภายใต้ปรากฏการณ์ Gentrification เนื่องจากได้เปลี่ยนลักษณะ “พื้นที่ผลิตของเมือง” ทำให้พื้นที่ใจกลางเมืองที่เคยเสื่อมโทรมซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นพื้นที่ของกลุ่มชนชั้นแรงงานหรือเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เพื่อการผลิตในระบบเศรษฐกิจรูปแบบเก่าให้กลายเป็นพื้นที่ทำงานและอยู่อาศัยของกลุ่มชนชั้นกลางใหม่และกลุ่มคนสร้างสรรค์

⁸ นิยามโดย พีรียา บุญชัยพฤกษ์ จากการศึกษา Spatial culture and spatial capital in Bangkok: A study of urban adaptability and diversity in urban transformation process (2017)

(Fainstein, Gordon, & Harloe, 2011; Slater, 2011) กลุ่มคนสร้างสรรค์จึงนับได้ว่ามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ภายใต้กระบวนการ Gentrification ผ่านทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital) ซึ่งปรากฏอย่างชัดเจนในรูปแบบของวิถีการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ การลงทุนใหม่ทางเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมโดยการแทนที่กลุ่มผู้อยู่อาศัยเดิมในพื้นที่

Gentrification อาจนับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการฟื้นฟูพื้นที่ในเมืองที่ยังพัฒนาได้อย่างไม่เต็มศักยภาพตามความสามารถที่จะสร้างกำไรได้ในอนาคต การพัฒนาใหม่ในพื้นที่ที่เกิด Gentrification จึงเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ การปรับเพิ่มของทุนทางเศรษฐกิจสะสมในพื้นที่จากการลงทุนใหม่ๆ และการเปลี่ยนแปลงกลุ่มคนและชนชั้นทางสังคมในพื้นที่จากกลุ่มคนที่เข้าอยู่ใหม่ในพื้นที่จากการเปลี่ยนผ่านของตลาดของที่อยู่อาศัยและการใช้ประโยชน์อาคาร ซึ่งสร้างอัตลักษณ์ถิ่นที่ใหม่ (New sense of place) ให้กับย่าน (Ley, 1996; Bridge & Dowling, 2001; Zukin, et al., 2009) ลำดับพัฒนาการของ Gentrification ในย่านหนึ่งๆ จึงสัมพันธ์ไปกับกลุ่มผู้ใช้งานที่เข้ามาในย่าน รูปแบบการลงทุน การส่งเสริมทางมาตรการของภาครัฐ และการเข้ามาของกลุ่มทุนต่างชาติเป็นลำดับอย่างต่อเนื่องซึ่งจะส่งผลให้เกิดการลงทุนใหม่ในสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยตามรูปแบบของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของกลุ่มผู้อยู่อาศัยและครอบครองพื้นที่ในช่วงนั้นๆ โดยสามารถแบ่งวิวัฒนาการของ Gentrification ออกเป็น 4 ลำดับตามที่เคยเกิดขึ้นตามเมืองต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา และยุโรป (Clay, 1979) ดังนี้

Stage 1 — Pioneers กลุ่มคนทั่วไป กลุ่มชนชั้นกลางระดับล่างหาที่เช่าราคาถูกและเข้าไปซ่อมแซมที่อยู่อาศัยในย่านใจกลางเมืองและเป็นพื้นที่ที่กลุ่มชนชั้นแรงงานอยู่อาศัย (แต่มีทำเลที่ตั้งที่ดี) ทำให้สภาพแวดล้อมดีขึ้น ซึ่งรวมถึงกลุ่มศิลปินที่หาห้องเช่าสตูดิโอราคาถูก กลุ่ม LGBT เริ่มรวมกลุ่มหาพื้นที่ที่ปลอดภัยในการอยู่อาศัย คนกลุ่มนำเอาวัฒนธรรมสร้างสรรค์เข้ามาสู่ในย่านและเกิดเอกลักษณ์ใหม่ในการอยู่อาศัยให้กับย่าน

Stage 2 — Expanding Gentrification กลุ่มชนชั้นกลางเริ่มย้ายเข้ามาอยู่ในพื้นที่มากขึ้น อัตราห้องว่างหรือเสื่อมโทรมลดน้อยลง ค่าเช่าเริ่มสูงขึ้น เริ่มเกิดโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มผู้อยู่อาศัยเดิมในพื้นที่เริ่มอาศัยอยู่ไม่ได้

Stage 3 — Adolescent gentrification กลุ่มนักลงทุนเข้ามายังพื้นที่ เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพที่ชัดเจนในขณะเดียวกันกลุ่มผู้อยู่อาศัยเดิมถูกแทนที่และไม่สามารถอยู่ในพื้นที่เดิมได้เนื่องจากค่าครองชีพสูงมากเกินไปกว่าฐานรายได้ กลุ่มผู้ลงทุนกดดันให้กลุ่มสมาคมของทางภาครัฐให้เริ่มควบคุมปรากฏการณ์ gentrification ที่ขยายวงกว้างมากขึ้นจนกระทั่งกระทบต่อการอยู่อาศัยในพื้นที่

Stage 4 — Mature gentrification เป็นระยะที่การลงทุนในย่านได้ผลตอบแทนกลับมาสูงและคงที่ ทำให้การพัฒนาเน้นไปเพื่อการพาณิชย์กรรมและตอบสนองต่อกำไรที่สูงขึ้น ในขณะที่กลุ่มทุนบางกลุ่มเริ่มขาย

อสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่เพื่อทำกำไรส่งผลให้เกิดการแทนที่ของกลุ่มผู้อยู่อาศัยในรุ่น Pioneer ด้วยกลุ่มอภิสีทธิชนใหม่

การแบ่งวิวัฒนาการโดยทฤษฎีของ Clay (1979) นั้นทำให้สามารถเห็นภาพลำดับการเปลี่ยนแปลงของย่านจากย่านเสื่อมโทรมไปสู่การพัฒนาเป็นย่านที่ถูกพัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตาม Hackworth & Smith (2001) ได้ให้รายละเอียดเพิ่มเติมถึงปัจจัยการเกิด Gentrification และแรงผลักดันที่สำคัญของการพัฒนาของกระบวนการ Gentrification ในย่านใจกลางเมือง โดยสามารถแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนการพัฒนา⁹ ดังนี้

การเปลี่ยนแปลงระลอกที่ 1 (First wave) Sporadic and State-Led (1950-1973)

การสนับสนุนจากทางภาครัฐทำให้เกิดการลงทุนใหม่ในย่านเสื่อมโทรมใจกลางเมือง และสนับสนุนการย้ายถิ่นฐานเข้ามาสู่ย่านใจกลางเมืองของกลุ่มคนผู้บุกเบิกต่างๆ เช่น กลุ่มคนสร้างสรรค์รายย่อย กลุ่มศิลปิน คนชนชั้นกลางที่เริ่มต้นครอบครัวใหม่ ซึ่งยังมีเงินทุนน้อย การเข้ามาช่วยเหลือของภาครัฐนั้นเนื่องจากการลงทุนในพื้นที่ใจกลางเมืองในระยะเริ่มต้นยังมีความเสี่ยงอยู่มาก รัฐจึงออกนโยบายในการให้กู้เงิน การลดภาษี การกระตุ้นการลงทุนในพื้นที่ การพัฒนาพื้นที่สาธารณะ โดยมองว่ามาตรการและการให้สิทธิประโยชน์เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาพื้นที่เมือง และมักจะเกิดขึ้นเมื่อปรากฏการณ์ Gentrification และการพัฒนาพื้นที่โดยกลุ่มผู้บุกเบิกได้ทำสำเร็จไปแล้วบางส่วน อาจกล่าวได้ว่า Gentrification ในยุคแรกถูกกำกับโดยรัฐผ่านเงื่อนไขการให้ทุนสนับสนุนภาคเอกชนในรูปแบบต่างๆ

การเปลี่ยนแปลงระลอกที่ 2 Expansion and Resistance (1970's and 80's)

เป็นช่วงที่การเกิดขึ้นของ Gentrification กระจายออกไปยังหลายพื้นที่ โดยรัฐเข้ามามีบทบาทโดยตรงน้อยลง และการพัฒนาขับเคลื่อนโดยภาคเอกชนมากยิ่งขึ้น โดยรัฐหันมาพัฒนาพื้นที่เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ใกล้เคียงกับย่านที่มีการ Gentrified แล้ว การจัดให้เกิดการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ (enterprised zone) และเริ่มเกิดการหลั่งไหลของเงินทุนต่างชาติเข้ามาในพื้นที่

การเปลี่ยนแปลงระลอกที่ 3 Further Expansion (1990's-2000's)

ภาครัฐจับมือกับภาคเอกชนขนาดใหญ่ในการพัฒนาและกระจายเงินทุนลงในพื้นที่โดยพยายามดึงดูดกลุ่มทุนต่างชาติเข้ามาในพื้นที่ และพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับ “Global elites” โดยมีคุณลักษณะของสภาพแวดล้อมของเมืองระดับโลก หรือ Gentrification generalised ทิศทางการพัฒนาของพื้นที่เริ่มหลุดออกจากรากเหง้าของกลุ่มคนและวัฒนธรรมดั้งเดิมสู่การพัฒนาของต่างชาติและในระดับ World-class city

⁹ สรุปจาก <https://loweringthetonomelbourne.wordpress.com/tag/4-stages-of-gentrification/>

จากการวิเคราะห์ลำดับการเปลี่ยนแปลงโดย Hackworth & Smith พบว่า การแรงผลักดันจากภาครัฐเป็นส่วนสนับสนุนสำคัญที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นธรรมชาติโดยกลุ่มคนสร้างสรรค์และชนชั้นกลางใหม่ มีรูปแบบการพัฒนาในลักษณะการฟื้นฟูปรับปรุงเมือง (Urban regeneration) โดยดึงกลุ่มทุนภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศ ทำให้อ่านุญญกระดับ (Upgrade) จนกระทั่งกลายเป็นพื้นที่เพื่อลงทุนเชิงพาณิชย์กรรม (อาจอ้างอิงบนฐานวัฒนธรรมที่มีแต่เดิมของย่าน เช่น สถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า) ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างภาครัฐและกลุ่มทุนใหญ่ในภายหลัง แนวทางการเติบโตดังกล่าวส่งผลกระทบอย่างมากต่อความสามารถในการอยู่อาศัยในพื้นที่ของกลุ่มผู้อยู่อาศัยดั้งเดิมตลอดจนกลุ่มผู้บุกเบิกเข้ามาอยู่ในพื้นที่ในช่วงเริ่มเกิดปรากฏการณ์ Gentrification

Gentrification as a process

Stages of Gentrification

Good gentrification is where creativity is alive

Pioneers	2nd wave	3rd wave
Artist / Bohemians Students / Teachers move to dilapidated, underdevelopment or abandoned areas in search of cheaper rents Develop the area into a better environment, with aesthetic capital Mingle with local population	Middle class Follows Follows the specific urban living Matching lifestyle and develop by the private sectors Mingle with local population	Fully displacement Of original population Super gentrification Gentrification as a urban regeneration strategy Tourism leads the way Class-based area

รูป 12 สรุปพัฒนาการของกระบวนการ Gentrification จากแนวคิดของ Clay และ Hackworth & Smith

ที่มา: พีรียา (2561)

โดยสรุปแล้วองค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการเกิด Gentrification ในเมืองนั้น ได้แก่

- 1) การฟื้นฟูของย่านที่เคยเสื่อมโทรมใจกลางเมืองที่ไม่ได้ถูกพัฒนาอย่างเต็มประสิทธิภาพโดยการยกระดับของอสังหาริมทรัพย์ในย่านและเพิ่มพื้นที่ในการพัฒนา (Smith, 1982)

- 2) การลงทุนซึ่งสร้างความต้องการเฉพาะทางผ่านรูปแบบการดำรงชีวิตใหม่ และการใช้ประโยชน์ที่ดินในอาคารดั้งเดิมโดยการปรับเปลี่ยนการใช้งานทั้งเพื่อการพาณิชย์กรรมและการอยู่อาศัยของคนเฉพาะกลุ่ม (Adaptive reuse/ *gentrifiable housing*) ในพื้นที่ต่างๆ ในเมือง (Beauregard, 1986)
- 3) การขับเคลื่อนทางวัฒนธรรมซึ่งสร้างแนวคิดสาธารณะต่อการก่อรูปของย่านและสถาปัตยกรรมที่แสดงตัวตนของชนชั้นและกลุ่มคนเฉพาะทาง โดยเฉพาะในย่านประวัติศาสตร์ในเมือง เช่น การดัดแปลงอาคารประวัติศาสตร์เพื่อการใช้งานใหม่เป็นรูปแบบ Loft (Zukin, 2010)
- 4) มีกลุ่มคนที่มีฐานะค่อนข้างดีอยู่ร่วมกันอย่างหนาแน่น ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีต้นทุนทางความรู้ และสรรสร้างนวัตกรรมให้เกิดในพื้นที่ (Florida, 2010)
- 5) ย่านที่มีโครงสร้างพื้นฐานดี สามารถเข้าถึงได้ด้วยระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ (Florida, 2010)

แม้ว่า Gentrification จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ให้เกิดการใช้งานได้หลากหลาย โดยช่วยฟื้นฟูพื้นที่ให้กลับมามีชีวิตชีวา การย้ายถิ่นฐานเข้ามาในพื้นที่ของกลุ่มนักลงทุนใหม่ก็สร้างผลกระทบต่อผู้อยู่อาศัยเดิมจากการเปลี่ยนแปลงราคาของที่ดิน ค่าเช่า และค่าครองชีพของกลุ่มชนชั้นแรงงานจนไม่สามารถจะอยู่ในพื้นที่เดิมได้ในที่สุด ในแง่หนึ่งกระบวนการการเปลี่ยนแปลงของ Gentrification จึงส่งผลให้เกิดการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เอื้อต่อคนเฉพาะกลุ่ม และการย้ายออกของคนกลุ่มเดิม (Social displacement) อย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งถือเป็นข้อโต้แย้งอย่างกว้างขวางของกระบวนการเป็นเมืองของ Gentrification จึงเป็นประเด็นที่ท้าทายในการสร้างความสมดุลในการพัฒนาของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง-คลองสานระหว่างการพัฒนาสนับสนุนการดึงดูดการลงทุนใหม่จากภาครัฐ การเข้ามาของกลุ่มทุนภาคเอกชนและการพยายามรักษาและช่วยเหลือให้กลุ่มผู้อยู่อาศัยดั้งเดิมและกลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์รายย่อยให้สามารถอยู่ในพื้นที่ได้ต่อไป ซึ่งแนวทางหนึ่งในการรักษาสมดุลของ Gentrification คือการรักษาความหลากหลายของกิจกรรมเมืองที่ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมลงทุนใหม่เชิงพาณิชย์กรรมร่วมสมัย กิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรมจำเป็นเพื่อการดำรงการอยู่อาศัย และการรักษาความจริงแท้ (Urban authenticity) ของย่านนั้นๆ ทั้งจากกลุ่มคนเดิมคุณค่าเชิงวัฒนธรรมของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในย่าน รวมไปถึงสถาปัตยกรรมที่สะท้อนประวัติศาสตร์ของชุมชน

3.4 กรอบแนวคิดการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษาทบทวนกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่ ทั้งในแนวคิดองค์ประกอบของระบบนิเวศสร้างสรรค์ ธรรมชาติของธุรกิจสร้างสรรค์ แนวทางการศึกษา

เปรียบเทียบระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับอุตสาหกรรมอื่นๆ และแนวคิดการพัฒนา และเปลี่ยนแปลงเมืองตามปรากฏการณ์ชนชั้นกลางก้าวหน้า (Gentrification) นำมาสู่กรอบแนวคิดในการจัดทำ มาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง ดังนี้

- 1) การสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านต่างๆ ขึ้นกับสถานการณ์และความท้าทายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าอยู่ในระยะของการพัฒนาระยะใด สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง- คลองสาน หากมองจากแนวโน้มการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเมืองในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา อาจเรียกได้ อยู่ในระยะที่ 2 Expand & Resistance ที่มีลักษณะของการเกิดขึ้นของ Gentrification กระจ่าย ออกไปในหลายพื้นที่แล้วโดยการขับเคลื่อนของภาคเอกชน ความท้าทายของระยะนี้จึงอยู่ที่การ ส่งเสริมธุรกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่ยังรักษาทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ไว้ เพื่อ การพัฒนาย่านสู่ระยะที่ 3 Future expansion สร้างสภาพแวดล้อมเมืองสร้างสรรค์ ดึงดูดให้มีการ ลงทุนใหม่ทั้งจากในและต่างประเทศต่อไป
- 2) เพื่อใช้ประโยชน์จากเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) เป็นเครื่องมือทางนโยบายที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ควรมีแนวทางการสนับสนุนเชิงนโยบายในทั้ง 3 มิติของ เครือข่าย ได้แก่ บริบทรอบการพัฒนา ผู้ประกอบการธุรกิจที่เข้าร่วม และองค์กรบริหารจัดการ เครือข่าย ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของผู้ประกอบการธุรกิจ ความสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการแข่งขัน และเอื้ออำนวยความสะดวกการทำงานร่วมกันเป็นหัวใจสำคัญ โดยใช้เครือข่ายวิสาหกิจเป็นช่องทางในการเพิ่ม ทักษะความรู้ การเงินและการตลาด เป็นต้น
- 3) แนวทางการสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควรสอดคล้องกับ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย คำนึงถึงประโยชน์ต่อเครือข่ายวิสาหกิจและผลกระทบจากการ พัฒนา ดังนี้
 - ผู้ประกอบการธุรกิจในย่าน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) – เน้นประโยชน์ของทั้ง ผู้ประกอบการในย่านและเครือข่ายวิสาหกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ของธุรกิจสร้างสรรค์ และเอื้อให้ธุรกิจดั้งเดิมในพื้นที่ได้ประโยชน์จากการพัฒนา
 - ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน - เน้นการสนับสนุนความร่วมมือเครือข่ายภายในเพื่อรักษา วัฒนธรรมในพื้นที่ และเอื้อให้ชุมชนได้ประโยชน์จากการพัฒนา
 - ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน – เน้นการจูงใจให้เข้ามาเปิดธุรกิจในย่านด้วยศักยภาพ ย่านมีมีเอกลักษณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน สนับสนุนความร่วมมือกับ ผู้ประกอบการดั้งเดิมภายในย่านเพื่อใช้ประโยชน์จากเครือข่ายวิสาหกิจ
 - ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) – เน้นการจูงใจ ให้มาพัฒนาและกระจายเงินทุนในพื้นที่ ด้วยสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจเป็น ระบบนิเวศสร้างสรรค์ ภายใต้เงื่อนไขการลดผลกระทบจากการพัฒนา

บทที่ 4 ศึกษาทบทวนนโยบาย แผนพัฒนาและมาตรการสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

บทนี้เป็นการศึกษาทบทวนนโยบาย ความเชื่อมโยงของแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติและแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ในแง่มุมต่างๆที่ภาครัฐหรือภาคส่วนอื่นๆ จัดทำขึ้นสำหรับทั้งในระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อเป็นข้อมูลตั้งต้นในการวิเคราะห์ช่องว่างของการสนับสนุนที่มีในปัจจุบัน กับผลสำรวจความต้องการสนับสนุนของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

- 1) กรอบยุทธศาสตร์และแผนพัฒนา
- 2) มาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระดับทั่วไป
- 3) มาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจง ระดับพื้นที่ (Area-based)

4.1 กรอบยุทธศาสตร์และแผนพัฒนา

4.1.1 ความเชื่อมโยงของแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติและแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ได้เรียบเรียงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย เพื่อการผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นตัวกระตุ้นหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ครอบคลุมแนวทางการดำเนินงานและความต่อเนื่องของนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไว้ดังนี้

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) โมเดลประเทศไทย 4.0 แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และนโยบายของรัฐบาล (พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา) รวมถึงแผนปฏิรูปเศรษฐกิจกระแส ใหม่ของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) จะเห็นได้ว่า แนวทางการพัฒนาและการดำเนินงานของประเทศใน ภาพรวม และการวางนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขัน การพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ และการสร้างสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก เนื่องจากสภาวะ การแข่งขันที่รุนแรง และปัญหาของภาวะเศรษฐกิจซบเซาและชะลอตัวในช่วงที่ผ่านมา ทำให้การกำหนดนโยบายจาก ภาครัฐมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกันในเรื่องของ การเพิ่มขีดความสามารถและการสร้างความ เข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการพัฒนาทั้งในภาคการผลิตและบริการ เพื่อเพิ่มผลผลิตการผลิต (Productivity) และการยกระดับภาคบริการให้เป็นการบริการมูลค่าสูงจากความคิดสร้างสรรค์ (High value service) เพื่อเป็นฐานรายได้ ใหม่ พร้อมทั้งต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมไทยที่มีศักยภาพในปัจจุบัน ด้วยการสร้าง

มูลค่าเพิ่มจากนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ (Value creation) และยกระดับไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถแข่งขันได้ใน ระดับโลกอย่างมั่นคงและยั่งยืน¹⁰

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

การจัดทำ “แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)” มีความสำคัญในฐานะของการเป็นแผนที่มุ่งเน้นการยกระดับการพัฒนาและการแข่งขันให้กับเศรษฐกิจไทย ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมทั้งในภาคการผลิตและบริการ ผ่านกระบวนการความคิดเชิงสร้างสรรค์ ควบคู่กับการ พัฒนาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทั้งนี้ กลไกการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจกรรมทางเศรษฐกิจ ผ่านกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ยังถือเป็นกระบวนการหนึ่งที่มีศักยภาพและความจำเป็นใน การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์สามารถช่วยให้เกิดการพัฒนาหรือ วิธีการแก้ไขปัญหาแบบเดิมไปสู่รูปแบบงานหรือวิธีการแก้ไขปัญหาในรูปแบบใหม่ได้

1) วิสัยทัศน์ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วิสัยทัศน์ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ถือว่าเป็นการวางเป้าหมายในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะนำพาประเทศไทยไปสู่การเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน จากการขับเคลื่อนด้วยกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมในระดับสากล

“ประเทศไทยเป็นแหล่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และนวัตกรรมของโลก”¹¹

อย่างไรก็ตาม แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) ถือเป็นแผนส่งเสริมระยะสั้น ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ภายในสังคม รวมถึงการเตรียมความพร้อมในการแปลงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม องค์ความรู้และภูมิปัญญา ให้พร้อมใช้เป็นเครื่องมือ ในการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและความคิด สร้างสรรค์ พร้อมทั้งสร้างระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ในการอำนวยความสะดวกต่อการขยายตัว ของกลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในอนาคตต่อไป โดยมี วิสัยทัศน์และเป้าหมายในระยะสั้น สำหรับแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) คือ

¹⁰ แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565)

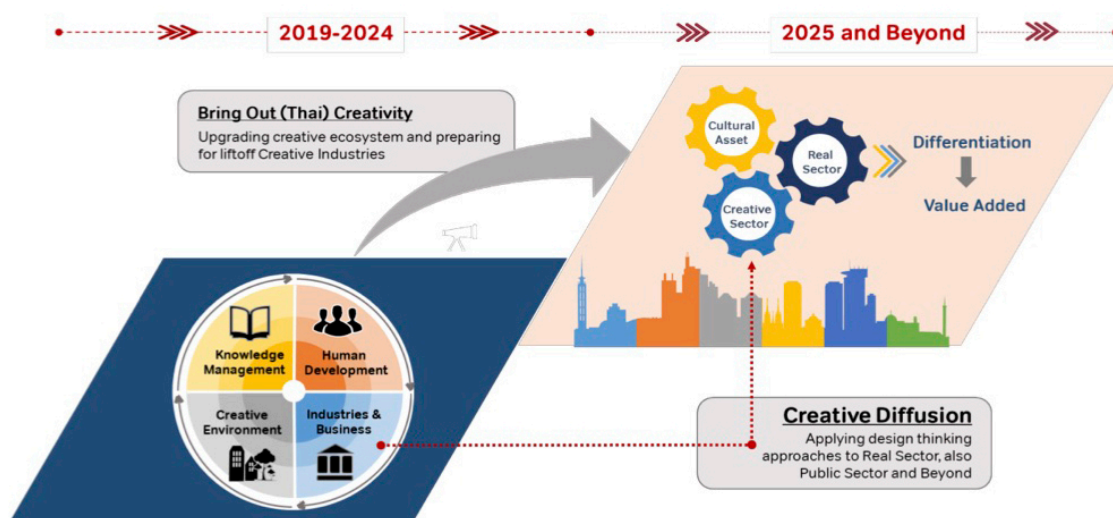
¹¹ กำหนดโดยคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

“ต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ด้วยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศไทย”

2) เป้าหมาย

ในช่วงแรกของการส่งเสริม (3 ปีแรก) จะมุ่งเน้นการสร้างความแข็งแกร่งจากภายใน พร้อมทั้งกระตุ้นกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ในสังคม โดยเน้นการเติบโตของกลุ่มอุตสาหกรรมและกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Industries) ควบคู่กับการพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนปัจจัยขั้นพื้นฐานทั้งทางด้าน การจัดทำ ฐานข้อมูล การเข้าถึงแหล่งข้อมูลและองค์ความรู้ แรงงานสร้างสรรค์ที่พร้อมรองรับต่อการเติบโตของอุตสาหกรรม รวมถึงการพัฒนาในเชิงพื้นที่ เพื่อเปิดโอกาสและสนับสนุนกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ในเวทีระดับประเทศและสากล พร้อมทั้งสร้างการตระหนักรู้ถึงความสำคัญและมูลค่าของความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างผลกระทบทั้งต่อ เศรษฐกิจและสังคม จากการประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนของภาครัฐ

สำหรับในช่วงต่อไปของการพัฒนา จะมุ่งเน้นการกระตุ้นและดึงศักยภาพของความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่ม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เป็น Creative Services มาต่อยอดและผสมผสานกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ในภาคการผลิต (Real Sectors) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมของประเทศไทยในภาพรวมต่อไป



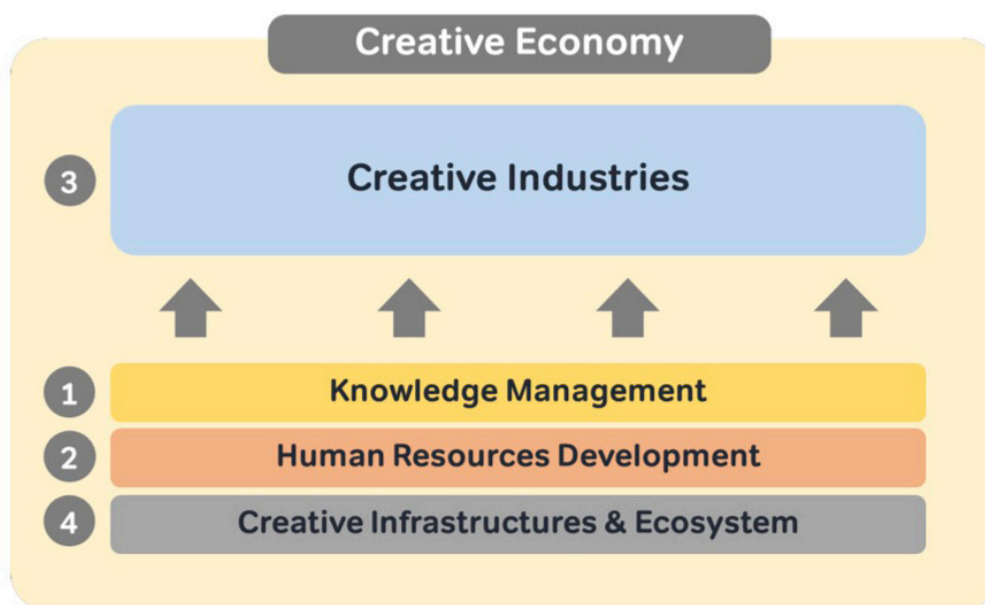
รูป 13 เป้าหมายการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์, สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2562)

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

3) ยุทธศาสตร์

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

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับทักษะและความสามารถบุคลากรในธุรกิจสร้างสรรค์และกระตุ้นกระบวนการคิด เชิงสร้างสรรค์แก่คนไทย
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และสนับสนุนการขยายตัว (Scale-Up) ของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาเมืองและระบบนิเวศสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับแนวคิด เชิงสร้างสรรค์



รูป 14 ประเด็นยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1, สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2562)

4.2 มาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ระดับทั่วไป

จากรายงานการวิเคราะห์และรวบรวมมาตรการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ (บริษัท บริดจ์ อินทิเกรชั่น จำกัด, 2563) ได้รวบรวมมาตรการ ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งจากภาครัฐและเอกชน จำนวน 32 หน่วยงาน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนครอบคลุมทุกกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- 2) หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนเป็นการเฉพาะในบางสาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

4.2.1 หัวข้อมาตรการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้วิจัยได้แบ่งมาตรการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ออกเป็น 9 หัวข้อหลักและแยกออกเป็นหัวข้อย่อย ดังนี้

1) การเข้าถึงแหล่งทุน

- สินเชื่อ / Factoring / Leasing
- การค้ำประกันสินเชื่อ / หลักประกัน
- Financial Literacy
- แหล่งเงินทุนประเภททุน (VC/CrowdF/P2P)

2) การพัฒนาผลิตภาพ / ประสิทธิภาพ

- การปรับปรุงกระบวนการผลิต
- การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต
- การพัฒนาการใช้ดิจิทัล
- การพัฒนาทักษะบุคลากร
- การพัฒนาการบริหารจัดการ
- การพัฒนาการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์

3) การพัฒนานวัตกรรม

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

- การทดสอบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์
- การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา
- การส่งเสริมการตลาดให้สินค้าเทคโนโลยีและนวัตกรรม

4) การพัฒนามาตรฐาน

- การพัฒนาสินค้า/บริการให้ได้มาตรฐาน
- การตรวจและการรับรองมาตรฐาน

5) การเข้าสู่สากล

- การให้ความรู้ผู้ส่งออกกรายใหม่
- การสนับสนุนการขยายตลาดต่างประเทศ
- การพัฒนา E-Commerce Platform
- การพัฒนาสินค้า/บริการให้ได้มาตรฐานสากล
- การลงทุนในต่างประเทศ
- การเชื่อมโยงกับ MNC/LE
- แหล่งเงินทุนเพื่อการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ

6) การส่งเสริมการตลาด

- การให้ความรู้ด้านการตลาด
- การขยายตลาดด้วยการค้าออนไลน์
- การพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์

7) การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ

- การเตรียมความพร้อมให้เยาวชน
- การให้ความรู้พื้นฐานการเริ่มต้นธุรกิจ

8) การเข้าถึงข้อมูล

- ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- เว็บไซต์ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

9) ข้อเสนอแนะจากหน่วยงานส่งเสริม

4.2.2 การวิเคราะห์ตามประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สรุปการวิเคราะห์มาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3 ด้าน ดังนี้

ตาราง 6 มาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแนวคิด 3 ด้าน

ประเด็นการสนับสนุน	ตัวอย่างมาตรการ/ โครงการ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	
ด้านการบริหารจัดการ	การพัฒนาการบริหารจัดการ การให้ความรู้พื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาและวางแผนระบบโครงสร้างองค์กร ที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย
ด้านการผลิตหรือการดำเนินการ	การปรับปรุงการผลิต การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาการใช้ดิจิทัล
ด้านการตลาด	การให้ความรู้ผู้ส่งออกรายใหม่ การให้ความรู้ด้านการตลาด การขยายตลาดด้านการค้าออนไลน์ และการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์
ด้านการเงิน	Financial Literacy
แหล่งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร	ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เว็บไซต์ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
การพัฒนาทักษะบุคลากรเฉพาะทาง	คนในย่านเพื่อรองรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การเตรียมความพร้อมให้เยาวชน การแนะแนวและพัฒนาเส้นทางอาชีพ การจัดหาแรงงานหรือฝึกงาน
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง	
การจัดหาแหล่งเงินทุน	สินเชื่อ/การกู้ยืมในดอกเบี้ยต่ำ การค้าประกันสินเชื่อ/หลักประกันความเสี่ยง จับคู่แหล่งเงินทุนประเภททุน (VC/ Crowd Funding/ p2p)
การส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมาตรฐานการพัฒนาสินค้าและบริการ การสิทธิบัตร (IP) การจดทะเบียนธุรกิจ การส่งเสริมการลงทุน การส่งเสริมการตลาดและการส่งออก (การส่งเสริมตลาดเทคโนโลยีและนวัตกรรม การพัฒนาการใช้ E-commerce Platform การเชื่อมโยงกับ Multinational Corporation)
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์แก่ชุมชนและสาธารณชน	
	พิจารณาเป็นรายหน่วยงานที่มีศักยภาพในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงพื้นที่เท่านั้น

จากการศึกษาทบทวนมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พบว่า ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์แก่ชุมชนและสาธารณชน ยังขาดความชัดเจนของการสนับสนุน โดยระบุให้พิจารณาเป็นรายหน่วยงานที่มีศักยภาพในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงพื้นที่เท่านั้น

4.3 มาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงระดับพื้นที่ (Area-based)

ทั้งนี้ เนื่องจากการดำเนินนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ระดับพื้นที่อยู่ในช่วงเริ่มต้น การศึกษามาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงใช้วิธีศึกษาเปรียบเทียบโครงการย่านเศรษฐกิจที่มีการสนับสนุนการพัฒนาเชิงพื้นที่ในอุตสาหกรรมอื่น เพื่อศึกษารูปแบบมาตรการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ว่ามีการสนับสนุนด้านใดและมีแผนการมุ่งใจเพื่อดีกลุ่มเป้าหมายเข้ามาลงทุนในพื้นที่อย่างไร การศึกษาการสนับสนุนย่านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย

- 1) โครงการเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์การมหาชน (CEA)
- 2) โครงการย่านนวัตกรรม โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ องค์การมหาชน (NIA)
- 3) โครงการเมืองอัจฉริยะ โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล องค์การมหาชน (DEPA)
- 4) โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) โดยกระทรวงอุตสาหกรรม

4.3.1 โครงการเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย (TCDN)

นิยาม

เครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทยหรือ Thailand Creative District Network (TCDN) เป็นแพลตฟอร์มสำหรับพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศที่มีศักยภาพและมีสินทรัพย์ที่สามารถต่อยอดได้ โดยคนในพื้นที่มีความพร้อมและเชื่อมั่นว่าพื้นที่ชุมชน ย่าน เมืองของตน สามารถพัฒนาให้กลายเป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2563)

ผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อค้นหาจุดเด่น สร้างมูลค่าให้กับสินทรัพย์และวัฒนธรรมท้องถิ่นเดิมที่มีอยู่ไปจนถึงยกระดับคุณภาพชีวิต ภายใต้หัวใจสำคัญของการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยที่การพัฒนาจะไม่จบแค่พื้นที่เล็กๆ แต่จะนำไปสู่การเชื่อมโยงถึงกัน เป็น “เครือข่ายความร่วมมือ” ระหว่างย่านไปจนถึงระหว่างเมือง เพื่อเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์สู่การขับเคลื่อนจังหวัดต่างๆ ให้กลายเป็น “เมืองสร้างสรรค์” ในเวทีโลกต่อไป

นโยบายสนับสนุน

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเข้าไปสนับสนุนและเตรียมความพร้อมเบื้องต้นให้กับสมาชิกเครือข่ายในมิติต่างๆ เพื่อการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่เมืองสร้างสรรค์ต่อไป และได้กำหนดหลักเกณฑ์การคัดเลือกย่านที่จะเข้าร่วมเครือข่ายฯ ว่าควรมีศักยภาพและความพร้อมด้านต่างๆ สะท้อนถึงสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้นๆ ดังนี้

- 1) มีสาขาสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่โดดเด่นเฉพาะตัว ในสาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม สาขาใดสาขาหนึ่ง ดังนี้ ทัศนศิลป์ หัตถกรรม การแสดง ภาพยนตร์ ดนตรี แฟชั่น อาหาร แพทย์แผนไทย การออกแบบและอื่นๆ
- 2) มีความพร้อมด้านอื่นๆ ดังนี้

(ด้านสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในย่าน)

- มีเป้าหมายในการพัฒนาย่านตามสาขาสร้างสรรค์ที่ชัดเจน
- มีต้นทุนทางวัฒนธรรมหรือมีกลุ่มคนที่มีทักษะและภูมิปัญญาดั้งเดิม
- มีอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น
- มีพื้นที่ องค์กร สถาบันกิจกรรม หรือโครงการที่ส่งเสริมวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์

(ด้านกลุ่มทำงานและการทำงานร่วมกัน)

- มีคณะทำงานกลางที่พร้อมขับเคลื่อน
- มีการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา ภาควิชาชีพและภาคประชาชน

(ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบุคลากรสร้างสรรค์ในย่าน)

- มีการกระจุกตัวและรวมกลุ่มของคนสร้างสรรค์ในสาขาที่เลือกหรือเกี่ยวข้อง

(ด้านนโยบายและงบประมาณ)

- สามารถบริหารจัดการโครงการและกิจกรรมต่างๆ ได้ด้วยตนเอง

เป้าหมาย

ประเทศไทยมีเมืองที่ได้รับการคัดเลือกและประกาศให้เป็น เมืองสร้างสรรค์ จาก UNESCO 1 เมือง

การสนับสนุน

สศส.จะเข้าไปสนับสนุนและเตรียมความพร้อมเบื้องต้นให้กับสมาชิกเครือข่ายในมิติต่างๆ เพื่อสร้างโอกาสในการสนับสนุนจากภาคส่วนอื่นๆ ในอนาคต ที่จะเป็นประโยชน์กับทั้งย่านและจังหวัดนั้นในระยะยาวได้แก่

- 1) ด้านกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนา เช่น ร่วมศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของย่านและจังหวัด สร้างเรื่องราวเพื่อสื่ออัตลักษณ์ที่โดดเด่นของย่าน และร่วมกำหนดแนวทางการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2) ด้านความรู้และทักษะ เช่น การอบรมและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การเพิ่มศักยภาพและทักษะให้กับช่างฝีมือท้องถิ่น

- 3) ด้านการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ช่วยประชาสัมพันธ์ย่านและจังหวัดผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ให้คำปรึกษาและแนะแนวทางในการจัดกิจกรรม/ เทศการประจำปี
- 4) ด้านเครือข่ายความร่วมมือ เช่น โอกาสในการเข้าถึงการสนับสนุนและความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผสานความร่วมมือระหว่างเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์
- 5) ด้านนโยบายสร้างสรรค์ ครอบคลุมถึงโอกาสและช่องทางเข้าถึงสิทธิพิเศษ (Incentives)

ตัวอย่างย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเครือข่ายฯ

ความคืบหน้าในปี 2563 สศส.ได้คัดเลือกจังหวัดที่มีศักยภาพและความพร้อมเข้าร่วมโครงการเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศไทย จำนวน 28 จังหวัด จากทุกภาค ได้แก่

- ภาคเหนือ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน พะเยา ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์
- ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร นครปฐม พิจิตร สมุทรปราการ สมุทรสาคร สุพรรณบุรี สุโขทัย
- ภาคตะวันออก-ตะวันตก ระยอง สระแก้ว
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขอนแก่น นครราชสีมา บึงกาฬ ร้อยเอ็ด เลย สกลนคร อุบลราชธานี
- ภาคใต้ นครศรีธรรมราช ปัตตานี พัทลุง ภูเก็ต สงขลา

4.3.2 โครงการย่านนวัตกรรม (Innovation District) โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

นิยาม

ย่านนวัตกรรม คือ พื้นที่ที่มีการเกิดนวัตกรรมหรือการใช้นวัตกรรมอย่างเข้มข้น โดยมีนวัตกรรม (Innovator) ร่วมรังสรรค์นวัตกรรมให้ตรงความต้องการของคนภายในย่าน สร้างมูลค่าเพิ่ม จัดสรรทรัพยากร และมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ เพื่อสร้างนิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) ซึ่งประกอบด้วยสินทรัพย์ 3 ประเภท ได้แก่ สินทรัพย์ทางกายภาพ (Physical Assets) โครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้พักอาศัยและผู้ดำเนินกิจกรรมในย่าน, สินทรัพย์ทางเศรษฐกิจ (Economic Assets) กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย และสินทรัพย์ทางเครือข่าย (Networking Assets) ระหว่างบุคคลและหน่วยงานในพื้นที่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2562)

นโยบายสนับสนุน

โครงการย่านนวัตกรรม (Innovative district) ตอบเป้าหมายการพัฒนาเชิงพื้นที่เป็นหลัก โดยสนช. บริการแผนพัฒนาย่านนวัตกรรม ผ่านโปรแกรมสนับสนุนต่างๆ เช่น Innovation corridor, Innovaton

District, Regional connect เพื่อผลลัพธ์การพัฒนาอย่างเท่าเทียม (Inclusive growth) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับบริการด้านอื่นๆ ดังนี้

(การสนับสนุนหลัก)

- 1) การพัฒนาเชิงพื้นที่ ผ่านโปรแกรม Innovation corridor, Innovation District, Regional connect

(การสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง)

- 1) กิจกรรมเครือข่ายและความร่วมมือ ผ่านโปรแกรม Networking program, Innovation Communication, Innovation
- 2) บริการฝึกอบรมให้คำปรึกษาทางนวัตกรรม ผ่านโปรแกรม Capability Dev., Total innovation management (Startup Thailand, NIA academy STEMS)
- 3) การสนับสนุนทางการเงิน เช่น industry dev. program SE/community program (Innovation coupon) Startup Program (NIA venture)

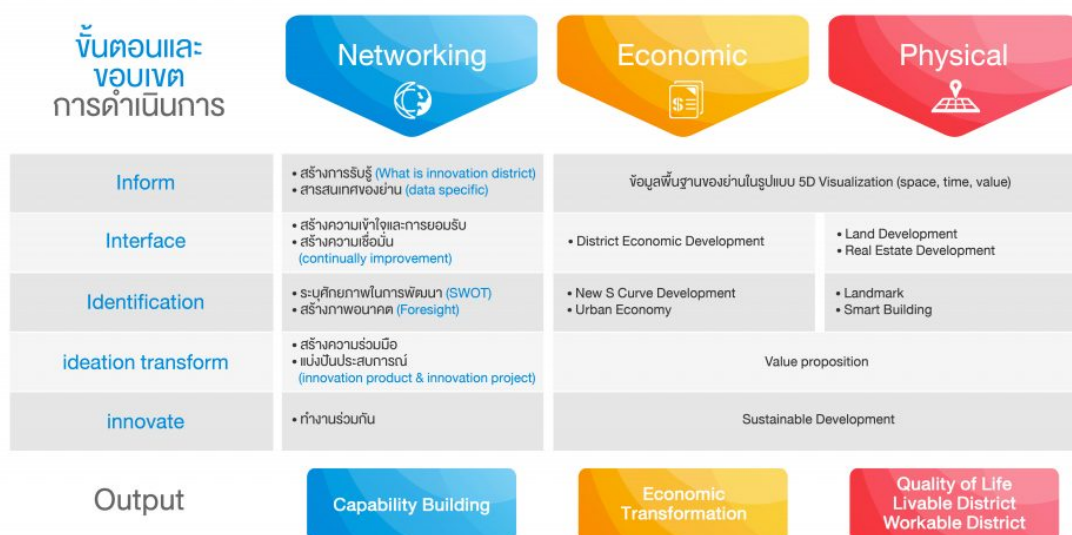
เป้าหมาย

- ระยะสั้น 5 ปี เริ่มต้นจากการพัฒนาสินทรัพย์ทางเครือข่ายของกลุ่มคน นวัตกรรมและภาคส่วนต่างๆในพื้นที่ พร้อมกับการสร้างสินทรัพย์ทางเศรษฐกิจ Innovation Drivers & incubators
- ระยะกลาง 10 ปี ยังคงพัฒนาสินทรัพย์ทางเครือข่ายและสินทรัพย์ทางเศรษฐกิจ ประกอบกับการพัฒนาสินทรัพย์ทางกายภาพมากขึ้น เช่น การพัฒนาพื้นที่สาธารณะ พื้นที่ทำงานหรือห้องทดลอง
- ระยะยาว 20 ปี เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับย่านนวัตกรรมอื่นๆในระดับภูมิภาคและระดับโลก

ตัวอย่างย่านนวัตกรรม

- ย่านนวัตกรรมในกรุงเทพฯ 8 แห่ง ได้แก่ โยธีย่านนวัตกรรมเพื่อวิทยาศาสตร์การแพทย์, ปทุมวัน ย่านนวัตกรรมเพื่อธุรกิจการค้า, รัตนโกสินทร์ ย่านนวัตกรรมเพื่อการสืบสานและสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว, กล้วยน้ำไท ย่านนวัตกรรมเพื่อธุรกิจการค้า, คลองสาน ย่านนวัตกรรมเพื่อการสืบสานและสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรม, ปุณณวิถี ย่านดิจิทัลและไลฟ์สไตล์คนเมืองยุคใหม่, ลาดกระบัง ย่านนวัตกรรมเพื่อการขนส่งและโลจิสติกส์ และบางซื่อ ย่านนวัตกรรมการอยู่อาศัยและทำงานอัจฉริยะ

- ย่านนวัตกรรมในเขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ 4 แห่ง ได้แก่ อุตะเภ-บ้านฉาง เป็นย่านการศึกษาและเมืองมหาวิทยาลัยที่ทันสมัย, ศรีราชา อนาคตย่านแห่งนวัตกรรมเชิงนิเวศ, พัทยา ย่านนวัตกรรมเมืองน่าอยู่ และบางแสน เมืองต้นแบบการบริหารจัดการเมืองทันสมัย
- ย่านนวัตกรรมระดับภูมิภาค 3 แห่ง ได้แก่ ย่านนวัตกรรมเชียงใหม่ ย่านนวัตกรรมขอนแก่น และย่านนวัตกรรมภูเก็ต



รูป 15 ขั้นตอนและขอบเขตการดำเนินงานย่านนวัตกรรม, ที่มา: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)

4.3.3 โครงการเมืองอัจฉริยะ โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA)

นิยาม

“เมืองอัจฉริยะ” หมายความว่า เมืองที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและชาญฉลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการและการบริหารจัดการเมือง ลดค่าใช้จ่ายและการใช้ทรัพยากรของเมืองและประชากรเป้าหมาย โดยเน้นการออกแบบที่ดี และการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจและภาคประชาชนในการพัฒนาเมือง ภายใต้แนวคิดการพัฒนา เมืองน่าอยู่ เมืองทันสมัย ให้ประชาชนในเมืองมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุขอย่างยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2563)

นโยบายสนับสนุน

คณะกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อจัดทำแผนนโยบายและการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะระดับพื้นที่ โดยได้กำหนดหลักเกณฑ์ขององค์ประกอบของแผนการพัฒนา ประกอบไปด้วย 5 เสาหลัก ดังนี้

- 1) กำหนดพื้นที่และเป้าหมายชัดเจน หมายรวมถึงวัตถุประสงค์ ประเภทและลักษณะของเมืองอัจฉริยะ
- 2) ต้องมีแนวทางพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเมือง ทั้งด้านดิจิทัลและโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ เช่น คมนาคม พลังงาน สาธารณูปโภคหรืออื่นๆที่สอดคล้องกับเป้าหมาย
- 3) ระบบจัดเก็บและบริหารข้อมูลเมืองที่ปลอดภัย ที่เกี่ยวข้องกับระบบต่างๆของเมืองและบุคคล
- 4) บริการเมืองอัจฉริยะ กิจกรรมหรือโครงการที่เสนอตามประเภทของเมืองอัจฉริยะ ตามลักษณะ 7 ด้าน ได้แก่ Smart Mobility, Smart People, Smart Living, Smart Economy, Smart Governance, Smart Energy และ Smart Environment
- 5) การบริหารจัดการและการมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินงาน

เป้าหมาย

ภายในปี พ.ศ. 2563-2564 มีเมืองอัจฉริยะ 60 เมือง ใน 30 จังหวัด ภายในปี พ.ศ. 2565 เมืองอัจฉริยะ 100 เมือง ใน 76 จังหวัด และกรุงเทพมหานครสามารถให้บริการ City Data Platform ครอบคลุมทุกพื้นที่ในประเทศ มีบริการเมืองอัจฉริยะของภาครัฐและภาคเอกชนไม่น้อยกว่า 100 บริการ และเมืองอัจฉริยะได้รับการยอมรับระดับโลก 3 เมือง

มาตรการสิทธิประโยชน์และการสนับสนุน

มาตรการสิทธิประโยชน์และการสนับสนุนเป็นการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และดิจิทัล โดยคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ตามเงื่อนไขการส่งเสริมกิจการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart City) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการลงทุนพัฒนาทั้งพื้นที่ ระบบ และนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมเมืองอัจฉริยะ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทกิจการ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2563) ได้แก่

1) กิจการพัฒนาพื้นที่เมืองอัจฉริยะ

กำหนดเงื่อนไขสำคัญ คือจะต้องจัดให้มีบริการระบบอัจฉริยะด้านสิ่งแวดล้อม (Smart Environment) และจะต้องลงทุนจัดให้มีบริการระบบอัจฉริยะด้านอื่นๆ อีกอย่างน้อย 1 ด้าน จาก 6 ด้าน โดยจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่างกันตามกรณี

- หากผู้ลงทุนสามารถจัดให้มีบริการระบบอัจฉริยะครบทั้ง 7 ด้านข้างต้นจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี (จำกัดวงเงิน)
- หากดำเนินการไม่ครบทั้ง 7 ด้าน จะให้ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 5 ปี

- ในกรณีที่ตั้งโครงการอยู่ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 50 เป็นระยะเวลา 5 ปี ภายหลังการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสิ้นสุดลง

2) กิจการพัฒนาระบบเมืองอัจฉริยะ

กำหนดเงื่อนไขสำคัญ คือโครงการพัฒนาระบบเมืองอัจฉริยะที่จะขอรับการส่งเสริมจะต้องเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาเมืองอัจฉริยะที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาเมืองอัจฉริยะโดยจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 5 ปี (จำกัดวงเงิน)

- ในกรณีที่เป็นการพัฒนาระบบให้กับเมืองอัจฉริยะหรือนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้สิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้ 8 ปี ผู้พัฒนาระบบดังกล่าวจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ 8 ปี เช่นกัน
- หากตั้งโครงการอยู่ในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จะได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิร้อยละ 50 เป็นระยะเวลา 5 ปี ภายหลังการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสิ้นสุดลง

3) กิจการพัฒนานิคมหรือเขตอุตสาหกรรมอัจฉริยะ

กำหนดเงื่อนไขสำคัญ คือต้องจัดให้มีบริการระบบอัจฉริยะภายในพื้นที่ครบทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ Smart Mobility, Smart People, Smart Living, Smart Economy, Smart Governance, Smart Energy และ Smart Environment โดยจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 8 ปี (จำกัดวงเงิน) และจะต้องมีผู้มีสัญชาติไทยถือหุ้นข้างมาก

4.3.4 โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

นิยาม

หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village: CIV) หมายถึงหมู่บ้านแห่งความสมดุลที่นำทุนทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ชุมชน มาผนวกกับความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของชุมชน เชื่อมโยงกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนแนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2561)

นโยบายสนับสนุน

นโยบายขยายผลโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมเพื่อการท่องเที่ยวในทุกจังหวัด ตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่มีมูลค่าสูง ดำเนินการโดยหน่วยงานบูรณา

การระหว่างคณะกรรมการส่วนกลางและคณะทำงานระดับจังหวัด ในขั้นตอนการดำเนินงานระดับต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

- 1) ต้นน้ำ – คัดเลือกหมู่บ้านที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว จัดทำประชาคมหมู่บ้านค้นหาความต้องการและการมีส่วนร่วมของชุมชน
- 2) กลางน้ำ – การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์รองรับการท่องเที่ยว การส่งเสริมกิจกรรมการให้บริการทางการท่องเที่ยว
- 3) ปลายน้ำ – การประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว การจัด route ท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

เป้าหมาย

เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากจากการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการชุมชน พัฒนาเศรษฐกิจฐานชุมชนสามารถเติบโตได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน โดยคาดหวังผลที่จะได้รับ คือ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น จากการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการตามความถนัด อัตลักษณ์ชุมชนและจุดเด่นของตนเองและมีศักยภาพในการบริหารจัดการ

เป้าหมายการพัฒนาปี 2563 แยกเป็นการพัฒนาหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 27 หมู่บ้าน (ปี 2561) และการยกระดับอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว (CIV 4.0) จำนวน 138 ชุมชน รวมเป็น 160 ชุมชน ในพื้นที่ 76 จังหวัดทั่วประเทศ

มาตรการและสิทธิประโยชน์สนับสนุน

รูปแบบการดำเนินงานแบ่งเป็น 3 กลุ่ม Pre-CIV CIV ระยะที่ 1 และ CIV ระยะที่ 2 ผ่านการสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาตามระดับของความต้องการของแต่ละกลุ่ม โดยการพัฒนาส่งเสริมผู้ประกอบการชุมชนใน 3 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านคุณภาพมาตรฐานและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และด้านการตลาดออนไลน์ ตามขั้นตอนการดำเนินการกิจกรรมพัฒนาหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดังนี้

- 1) คัดเลือกหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จังหวัดละ 1 หมู่บ้าน
- 2) ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการชุมชน
- 3) ร่วมวางแผนยุทธศาสตร์ (Road map) การพัฒนาหมู่บ้านฯ
- 4) ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ
- 5) ปรับปรุงภูมิทัศน์ในจุดที่นักท่องเที่ยวสัมผัส

- 6) พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยว
- 7) ประชาสัมพันธ์ทางการตลาด แสดงผลงานและทดสอบตลาด



รูป 16 ขั้นตอนการดำเนินการกิจกรรมพัฒนาหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ , ที่มา: วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2561

4.3.5 สรุปแนวทางสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ ระดับพื้นที่

จากการศึกษาทบทวนมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจ ทั้งย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ย่านนวัตกรรม (Innovation district) เมืองอัจฉริยะ (Smart city) และหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) และวิเคราะห์การสนับสนุนเชิงนโยบายตามมิติเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ในมิติบริบทรอบการพัฒนา ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์และการจัดการคลัสเตอร์ พบว่า

1) การสนับสนุนการบริหารจัดการคลัสเตอร์เป็นส่วนสำคัญในทุกย่านเศรษฐกิจ ขับเคลื่อนโดยหน่วยงานภาครัฐที่มีพันธกิจในการส่งเสริมการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์และมีการให้บริการกลุ่มสมาชิกที่คล้ายคลึงกัน ประกอบด้วย การวางกลยุทธ์จัดทำแผนนโยบายของย่าน บริการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ/ประกอบการ เช่น การพัฒนาความรู้และทักษะ การฝึกอบรมให้คำปรึกษา บริการข้อมูลและองค์ความรู้ City Data Platform และการผลักดันให้ย่าน/เมืองได้รับการยอมรับระดับโลก ส่วนการบริการที่แตกต่างได้แก่ บริการจัดหาแหล่งเงินทุนภายนอกและบริการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้าสำหรับย่านนวัตกรรม

2) การสนับสนุนบริบทรอบการพัฒนา (Framework condition) มีความชัดเจนในโครงการเมืองอัจฉริยะ สนับสนุนภาครัฐ/เอกชนที่ดำเนินการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทั้งด้านดิจิทัลและโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ รวมถึงระบบจัดเก็บและบริหารข้อมูลเมือง ตามเกณฑ์องค์ประกอบการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ กำหนดโดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล โดยการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร ผ่านทางคณะกรรมการ

ส่งเสริมการลงทุน (BOI) แบ่งออกเป็น 3 ประเภทกิจการ ได้แก่ กิจการพัฒนาพื้นที่เมืองอัจฉริยะ กิจการพัฒนาระบบเมืองอัจฉริยะ และกิจการพัฒนานิคมหรือเขตอุตสาหกรรมอัจฉริยะ

3) การสนับสนุนผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์ (Actors) มีความชัดเจนในโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และย่านนวัตกรรม ย่านนวัตกรรมสนับสนุนกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs Social Enterprise/ Community Startups และคน/องค์กรในพื้นที่ ผ่านกิจกรรมเครือข่ายและความร่วมมือ และเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านโปรแกรมที่สนับสนุนแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ส่วนโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สนับสนุนกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการชุมชน SMEs และคน/องค์กรในพื้นที่ ผ่านการจัดกิจกรรมพัฒนาให้ความรู้ผู้ประกอบการชุมชน ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว

โดยสรุปแล้วสามารถสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ระดับพื้นที่ ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ใน 2 แนวทาง คือ การสนับสนุนผู้ดำเนินการโครงสร้างพื้นฐาน โดยการกำหนดหลักเกณฑ์ขององค์ประกอบการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และดำเนินการผ่านหน่วยงานอื่น เช่น คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ในการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร หรือแนวทางที่สองการสนับสนุนผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์ ผ่านการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้เข้าร่วมและพันธมิตรอื่นๆ เช่น ธุรกิจทั่วไป หน่วยงาน R&D และมหาวิทยาลัย เพื่อการสนับสนุนการจัดหาเงินทุน และการจัดหาพื้นที่ทำงาน เป็นต้น

ตาราง 7

มิติการพัฒนาเครือข่าย วิสาหกิจ	นโยบายและกลุ่มเป้าหมาย	มาตรการสนับสนุน บริบทรอบการพัฒนา	มาตรการสนับสนุน ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	มาตรการสนับสนุน การจัดการคลัสเตอร์
<i>ประเด็นย่อย</i>		นโยบายสนับสนุน /โครงสร้างพื้นฐาน/ เครื่องมือสนับสนุน (เช่น ซอฟต์แวร์)/ ทักษะแรงงาน/ องค์กร/ กฎระเบียบ	โครงสร้าง, ประเภท/ ความร่วมมือ/ ประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์/ ประโยชน์ต่อคลัสเตอร์	1. กลยุทธ์และการกำกับดูแล 2. การจัดหาเงินทุนภายนอก 3. บริการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ 4. ความสำเร็จและการยอมรับ
เครือข่ายย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ประเทศไทย (Thailand Creative District Network)	แพลตฟอร์มสำหรับพื้นที่ทุกจังหวัด ทั่วประเทศไทยที่มีศักยภาพและมี สินทรัพย์ที่สามารถต่อยอดได้ โดยคน ในพื้นที่มีความพร้อมในการพัฒนาให้ กลายเป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ กลุ่มเป้าหมายการสนับสนุน : Creative SMEs คน/องค์กรในพื้นที่		โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ และสร้าง เครือข่ายความร่วมมือ	โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) - คัดเลือกย่านเข้าร่วมเครือข่าย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ - สนับสนุนและเตรียมความพร้อม เบื้องต้นให้กับสมาชิกเครือข่าย เพื่อ จัดทำนโยบายสร้าง โอกาสและ ช่องทางเข้าถึงสิทธิพิเศษ (Incentives) - ช่วยวางกลยุทธ์และแนวทางการ พัฒนา - บริการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การพัฒนาความรู้และทักษะ การ ประชาสัมพันธ์
โครงการหมู่บ้าน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	หมู่บ้านแห่งความสมดุลที่นำทุนทาง วัฒนธรรม วิถีชีวิต และอัตลักษณ์	โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมร่วมกับ คณะทำงานระดับจังหวัด	โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมร่วมกับ คณะทำงานระดับจังหวัด	โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมร่วมกับ คณะทำงานระดับจังหวัด

มิติการพัฒนาเครือข่าย วิสาหกิจ	นโยบายและกลุ่มเป้าหมาย	มาตรการสนับสนุน บริบทรอบการพัฒนา	มาตรการสนับสนุน ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	มาตรการสนับสนุน การจัดการคลัสเตอร์
โดยกรมส่งเสริม อุตสาหกรรม กระทรวง อุตสาหกรรม	ชุมชน มาผนวกกับความคิด สร้างสรรค์และการออกแบบ เพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและ บริการของชุมชน เชื่อมโยงกับการ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนแนวคิด อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กลุ่มเป้าหมายการสนับสนุน : ผู้ประกอบการชุมชน SMEs คน/ องค์กรในพื้นที่	ปรับปรุงภูมิทัศน์ในจุดที่นักท่องเที่ยว สัมผัส	- ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการชุมชน - ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อเพิ่ม มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ - พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อ รองรับการท่องเที่ยว	- คัดเลือกหมู่บ้านอุตสาหกรรม สร้างสรรค์จังหวัดละ 1 หมู่บ้าน - ร่วมวางแผนยุทธศาสตร์ (Road map) การพัฒนาหมู่บ้าน - ประชาสัมพันธ์ทางการตลาด แสดง ผลงานและทดสอบตลาด
ย่านนวัตกรรม (Innovation district)	การพัฒนาเชิงพื้นที่ที่มีการเกิด นวัตกรรมหรือการใช้นวัตกรรมอย่าง เข้มข้น โดยมีนวัตกรรม(Innovator) ร่วมรังสรรค์นวัตกรรมให้ตรงความ ต้องการของคนภายในย่าน สร้าง มูลค่าเพิ่ม จัดสรรทรัพยากรและการ มีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ เพื่อสร้าง นิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) กลุ่มเป้าหมายการสนับสนุน : SMEs SE/community Startups คน/ องค์กรในพื้นที่		โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) (การสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง) - กิจกรรมเครือข่ายและความร่วมมือ ผ่านโปรแกรม Networking program, Innovation Communication, Innovation Park - การสนับสนุนทางการเงิน เช่น <u>industry dev. program</u> <u>SE/community program</u> (Innovation coupon) <u>Startup</u> Program (NIA venture)	โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) (การสนับสนุนหลัก) - กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ ผ่าน โปรแกรม Innovation corridor, Innovation District, Regional connect (การสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง) - บริการฝึกอบรมให้คำปรึกษาทาง นวัตกรรม - บริการข้อมูลและองค์ความรู้

มิติการพัฒนาเครือข่าย วิสาหกิจ	นโยบายและกลุ่มเป้าหมาย	มาตรการสนับสนุน บริบทรอบการพัฒนา	มาตรการสนับสนุน ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	มาตรการสนับสนุน การจัดการคลัสเตอร์
เมืองอัจฉริยะ (Smart city)	เมืองที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและชาญฉลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการและการบริหารจัดการเมือง ลดค่าใช้จ่ายและการใช้ทรัพยากรของเมืองและประชากรเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายการสนับสนุน : ผู้ดำเนินการรัฐ/เอกชนที่ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน	ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และดิจิทัล โดย BOI ตามเงื่อนไขการส่งเสริมกิจการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) กิจการพัฒนาพื้นที่เมืองอัจฉริยะ 2) กิจการพัฒนาระบบเมืองอัจฉริยะ 3) กิจการพัฒนานวัตกรรมหรือเขตอุตสาหกรรมอัจฉริยะ		โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA) ● ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดทำแผนนโยบายและการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะระดับพื้นที่ ● ให้บริการ City Data Platform ครอบคลุมทุกพื้นที่ในประเทศ ● บริการเมืองอัจฉริยะของภาครัฐและภาคเอกชน ● ผลักดันให้เมืองอัจฉริยะได้รับการยอมรับระดับโลก

บทที่ 5 กรณีศึกษาต้นแบบมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงพื้นที่

การศึกษารูปแบบมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงในระดับพื้นที่จากกรณีศึกษาในประเทศและต่างประเทศเป็นการทบทวนเพื่อให้เห็นแนวทางการดำเนินการที่ภาครัฐหรือภาคส่วนอื่นจัดทำในระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และระดับอุตสาหกรรมอื่นๆ ทั้งในแง่นโยบาย เป้าหมายและความท้าทาย มาตรการและสิทธิประโยชน์และผู้ดำเนินการ และศึกษาเปรียบเทียบระหว่างย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และย่านอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ ประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วนดังนี้

- 1) กรณีศึกษาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศ
- 2) กรณีศึกษาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในประเทศ
- 3) การศึกษาเปรียบเทียบกรณีศึกษาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และย่านอื่นๆทั้งในและต่างประเทศ

5.1 กรณีศึกษาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศ

5.1.1 Creative Enterprise Zone- case of Tottenham, London, UK

นโยบายและเป้าหมาย

โครงการใหม่ของลอนดอนเป็นหนึ่งในนโยบายหลักของนายกเทศมนตรีลอนดอน ซาดิก ข่าน เพื่อสนับสนุนให้ลอนดอนยังคงเป็นมหานครแห่งความสร้างสรรค์และวัฒนธรรมของโลกต่อไป โดยเป็นนโยบายเพื่อกำหนดพื้นที่ของกรุงลอนดอนที่ศิลปินและธุรกิจสร้างสรรค์สามารถหาพื้นที่ทำงาน ราคาไม่แพง ได้รับการสนับสนุนเพื่อเริ่มต้นและเติบโต และสถานที่ที่คนในท้องถิ่นได้รับความช่วยเหลือในการเรียนรู้ทักษะสร้างสรรค์และโอกาสงานใหม่ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร (Mayor of London, 2017)

ความท้าทาย

ความท้าทายของลอนดอนอยู่ที่การจัดหาพื้นที่ทำงานในราคาที่จ่ายได้สำหรับนักสร้างสรรค์ ในย่านที่มีราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งที่ธุรกิจสร้างสรรค์ช่วยส่งเสริมการเติบโตของย่าน นำโอกาสมาสู่พื้นที่และดึงดูดการพัฒนาใหม่แต่นักสร้างสรรค์ไม่สามารถอยู่ในพื้นที่ได้นาน และการส่งเสริมย่านสร้างสรรค์ให้มีโอกาสงานและการฝึกงานที่ชุมชนได้ประโยชน์จากการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์

พื้นที่ที่ถูกคัดเลือกเป็น Creative Enterprise Zone เมื่อปลายปี 2016 มี 6 ย่าน ได้แก่ Haringey : Tottenham, Croydon : Croydon Creatives, Hounslow: Great West Creatives, Lambeth: Brixton, Lewisham : SHAPES Lewisham, Tower Hamlets: Hackney Wick โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจาก Creative Enterprise Zone มีทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

- Space - พื้นที่ทำงานถาวร ราคาไม่แพงสร้างสรรค์และพื้นที่ทำงาน/อยู่อาศัยที่ราคาต่ำกว่าราคาตลาด
- Skills and support - สร้างทักษะผู้ประกอบการและให้การสนับสนุนทางธุรกิจแก่ศิลปินผู้เริ่มธุรกิจผู้ค้ารายเดียวธุรกิจขนาดเล็กและขนาดเล็การพัฒนาเส้นทางอาชีพและโอกาสในการพัฒนาสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และภาคสนับสนุน
- Policy - แผนการท้องถิ่นที่มีนโยบายเชิงวัฒนธรรมในการวางแผนที่อยู่อาศัยการพัฒนาธุรกิจเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานและนโยบายอัตราธุรกิจที่สนับสนุน
- Community - การผลิตที่สร้างสรรค์ในชุมชน สร้างสถานที่รวมสังคมและเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งกับผู้ให้บริการการศึกษา

มาตรการและสิทธิประโยชน์

มาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านต่างๆที่คาดว่าจะดำเนินการในอนาคต ได้แก่ การมอบสิทธิลดหย่อนภาษี สิทธิติดตั้งบริการเครือข่าย 5G รวมถึงการออกกฎควบคุมการพัฒนาที่มีเงื่อนไขสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ เป็นต้น หนึ่งในกลไกสำคัญในการดำเนินมาตรการ คือ “Creative Land Trust” (creative land trust, 2017) ซึ่งเกิดจากการร่วมมือกันของสภาเมืองลอนดอน กองทุนด้านศิลปะ และองค์กรการกุศล เพื่อทำหน้าที่เข้าซื้อที่ดินของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีความเสี่ยงว่ากำลังจะถูกขายออกไปเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอื่น และจะควบคุมราคาและปล่อยเช่าให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เท่านั้น โดยตั้งเป้าว่าจะออกกฎหมายให้มีระยะเวลาคุ้มครองยาวนานถึง 100 ปี

การดำเนินการ

พื้นที่ต้นแบบย่านสร้างสรรค์ Tottenham ได้เริ่มทดลองแนวคิด Creative Enterprise Zone โดยการสนับสนุนของเทศบาลเมืองลอนดอนเพื่อตอบสนองกับความต้องการเฉพาะของคนในย่าน Tottenham เป็นย่านที่มีนักสร้างสรรค์รวมกลุ่มอยู่มากโดยเฉพาะใน 4 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ ดนตรี ภาพยนตร์ ออกแบบกราฟฟิก ทัศนศิลป์และแฟชั่น เสนอสิทธิประโยชน์ให้กับศิลปินและนักสร้างสรรค์และแผนส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ตัวอย่างข้อเสนอและสิทธิประโยชน์แบ่งตามวัตถุประสงค์ด้านต่างๆ ดังนี้

- 1) รักษาและส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ในพื้นที่ ผ่านสิทธิประโยชน์ เช่น กองทุนการลงทุน โอกาสที่ออกแบบเพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ท้องถิ่น, ปรับโครงสร้างพื้นฐานบรอดแบนด์ ความเร็วสูง, การปรับปรุงพื้นที่สาธารณะและการนำทาง
- 2) พัฒนาทักษะและสร้างงานสำหรับชุมชน ผ่านสิทธิประโยชน์ เช่น โอกาสเรียนรู้ทักษะและฝึกอบรม สำหรับชุมชนท้องถิ่น เชื่อมโยงกับโรงเรียนและการศึกษาเพิ่มเติมกับมหาวิทยาลัย แห่งชาติ
- 3) รับประกันและขยายพื้นที่ทำงานสร้างสรรค์ ผ่านสิทธิประโยชน์ เช่น คำแนะนำการวางแผน เพื่อรับประกันว่าจะไม่มีลดพื้นที่ทำงานภายในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 4 กลุ่ม, สํารวจ การใช้งานสินทรัพย์ของเขตเพื่อสร้างพื้นที่การจ้างงานใหม่
- 4) สนับสนุนและใช้ประโยชน์ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ผ่านสิทธิประโยชน์ เช่น 'Tottenham Showroom' พร้อมเปิดสตูดิโอและอีเวนต์
- 5) ส่งเสริมและนำเสนอการผลิตขนาดเล็ก ผ่านสิทธิประโยชน์ เช่น เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ที่ธุรกิจเข้าถึงและแบ่งปันอุปกรณ์กันได้

ตัวอย่างการสนับสนุนสถานที่และการรวมกลุ่ม

Creative land Trust

ความท้าทายของลอนดอนอยู่ที่การจัดหาพื้นที่ทำงานระยะยาวในราคาที่จ่ายไหวสำหรับนักสร้างสรรค์ ในขณะที่ราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว - mayor of London

โดยมีเป้าหมายเพื่อ

- พื้นที่ทำงานเพิ่มเติม 3,000 ตารางเมตร
- พื้นที่ทำงานที่สามารถจ่ายได้ 9,000 ตารางเมตร จาก การวางแผนและนโยบายอื่นๆ ของสภาเมือง
- พื้นที่ทำงานใหม่สำหรับศิลปินและผู้สร้างเพิ่มเติม 200 คน
- รองรับธุรกิจ 200 แห่งและเพิ่มงานใหม่อีก 300 ตำแหน่ง
- 200 ตำแหน่งงานสำหรับคนหนุ่มสาวและคำแนะนำด้านอาชีพสำหรับ 1,000 คนในท้องถิ่น



รูป 17 Creative Land Trust ตัวอย่างการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม, ที่มา: Creative land trust, 2017

CASE STUDY

A successful Creative Enterprise Zone supported by the Mayor of London will respond to the local needs of an area, offer incentives to artists and creative businesses and include a pro-culture Local Plan. It will be underpinned by research and mapping, with existing local activity forming the basis of a longer-term strategy. The Mayor worked with Haringey Council on a Pathfinder research project. The Tottenham Case Study has been developed to inform what a Creative Enterprise Zone could look like.

A number of London Boroughs are already experimenting with this concept including Barking Artist Enterprise Zone, the Blackhorse Lane Creative Enterprise Zone and a digital hub in White City. In Hackney Wick, where there is rapid development and a high concentration of artists and creative businesses, the Local Masterplan secures no net loss of workspace and caps rent at £8 per square foot.

The Tottenham Pathfinder Research is aimed at providing guidance to London Boroughs.

20



รูป 18 Creative Land Trust ตัวอย่างการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม, ที่มา: Creative land trust, 2017

5.1.2 Community Arts Stabilization Trust เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา

ความท้าทาย

จากข้อมูลของศูนย์การพัฒนาเศรษฐกิจซานฟรานซิสโก ระบุว่า การเติบโตของอุตสาหกรรมศิลปะเป็นลำดับที่สี่ในเมืองและองค์กรศิลปะและวัฒนธรรมมีส่วนช่วยอย่างมากต่อเศรษฐกิจนวัตกรรมที่เฟื่องฟูของซานฟรานซิสโก ศิลปะช่วยเร่งความพยายามฟื้นฟูพื้นที่ใกล้เคียงสร้างผลประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจจำนวนมาก เช่น

- ศิลปะเป็นแม่เหล็กดึงดูดธุรกิจและทำให้พวกเขายู่นี่สร้างงานและสร้างความมั่นคงให้คุณค่าของทรัพย์สิน
- ศิลปะสร้างรายได้ด้วยการต้อนรับการท่องเที่ยวและดึงดูดฝูงชนสู่กิจกรรมจากภายในและรอบ ๆ ชุมชน
- ศิลปะช่วยให้เราก้าวข้ามอุปสรรคทางเชื้อชาติวัฒนธรรมเศรษฐกิจและการเมืองและสร้างการเชื่อมต่อข้ามชุมชนและผู้คนที่หลากหลาย

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของเมืองซานฟรานซิสโกอยู่ที่การรักษาสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและองค์กรทางศิลปะให้สามารถอยู่ได้ในย่านที่ราคาที่ดินเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กลไกทางอสังหาริมทรัพย์ที่มีความซับซ้อน โดยความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่น ธุรกิจ ผู้นำของเทศบาล ผู้สนับสนุนเงินและศิลปิน (Community Art Stabilization Trust, 2020)

เป้าหมาย

CAST ก่อตั้งขึ้นในปี 2556 จากความเชื่อที่ว่าศิลปะเป็นตัวขับเคลื่อนชุมชนที่เข้มแข็งมีชีวิตชีวาและมีความหลากหลาย เป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ไม่แสวงหาผลกำไรเพื่อศิลปะบริการจัดหาพื้นที่และทำงานที่มั่นคงและอยู่ในราคาที่ซื้อได้สำหรับองค์กรศิลปะและศิลปินในใจกลางเมือง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ซานฟรานซิสโกเป็นบ้านที่มีชีวิตชีวาสำหรับองค์กรศิลปะที่จะส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์การมีส่วนร่วมของชุมชนการพัฒนาเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดี

มาตรการและสิทธิประโยชน์

CAST ดำเนินการผ่านการเช่าซื้ออสังหาริมทรัพย์ที่ตั้งขององค์กรศิลปะเพื่อรักษาสินทรัพย์ในระแวกย่านซานฟรานซิสโก การเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรทางวัฒนธรรมเพื่อให้เช่าหรือเป็นเจ้าของทรัพย์สินนั้นได้ในภายหลัง การเช่าซื้อแบบมัดรวม (Bundling Leases) เพื่อรักษาค่าเช่าที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ไม่ได้เตรียมซื้อ และใช้ประโยชน์จากเงินทุนเพื่อเป้าหมาย ผ่านกลยุทธ์ 3 ด้าน ได้แก่

1) Real estate

ภายใต้กลไกทางอสังหาริมทรัพย์ CAST หาทางออกระยะยาวในการจัดหาพื้นที่และทำงานที่มั่นคงและอยู่ในราคาที่ซื้อได้สำหรับองค์กรศิลปะและศิลปิน ดำเนินการใน 2 โมเดล ได้แก่

A. Acquisition/ Ownership model โมเดลการซื้ออาคารเพื่อหยุดราคาอสังหาริมทรัพย์ไว้ รอการซื้อคืนจากองค์กรศิลปะให้ได้เป็นเจ้าของพื้นที่ทางศิลปะในราคาที่ต่ำกว่าตลาด ตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จของโมเดลนี้มี

- **Luggage Store gallery** ชุมชนศิลปะ ที่มีการจัดโปรแกรมนำเสนอศิลปะสะท้อนความหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้อยู่อาศัยในย่าน Bay area อย่างต่อเนื่องมากกว่า 25 ปี ในปี 2558 CAST ร่วมกับมูลนิธิ Kenneth Rainin ได้ซื้ออาคาร Walker ซึ่งเป็นที่ตั้งของแกลเลอรีเพื่อรักษาพื้นที่ไว้จากการขายให้กับนักลงทุนเอกชนช่วยให้แกลเลอรียังคงอยู่ในตลาดกลางในฐานะองค์กรศิลปะชุมชนได้ โดยได้ปรับปรุงขยายพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐานและสร้างขีดความสามารถของแกลเลอรีเพื่อซื้ออาคารคืนหลังจากระยะเวลาเจ็ดถึงสิบปี
- **CounterPulse** โรงละครที่ถูกทิ้งร้างบนบลิ๊กถนน Turk Street ถูกซื้อเพื่อการรักษาพื้นที่ศิลปะในตลาดกลางกลางย่าน Tenderloin เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพเป็นบ้านใหม่สำหรับ CounterPulse องค์กรศิลปะชุมชนที่มีชีวิตชีวาที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนศิลปะและเปิดรับความคิดใหม่ๆ

B. Multi-tenant model โมเดลร่วมเช่าพื้นที่ระยะยาวกับองค์กร/ ธุรกิจศิลปะในอัตราค่าเช่าต่ำกว่าตลาด โดย CAST รับผิดชอบจัดการพื้นที่ที่ได้รับจากเจ้าของ ให้กลายเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมและเป็นชุมชนที่มีชีวิตชีวา

- **The 447 Minna project** โครงการพัฒนาพื้นที่อาคารอิฐเก่าแก่ขนาด 12,000 ตารางฟุตใน 5M Mix-use development ร่วมกับบริษัท พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ระดับชาติ เพื่อเป็นพื้นที่ทางศิลปะ สำหรับย่านที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว คาดว่าจะเปิดใช้งานในปี 2563
- **the Geneva Car Barn** เป็นหุ้นส่วนระยะยาวกับแผนกนันทนาการและสวนสาธารณะของเมืองซานฟรานซิสโก เพื่อเปิดใช้งาน “ซากอันทรงงาม” ที่ถูกทอดทิ้งในระยะยาว เป็นศูนย์เยาวชนและครอบครัวสำหรับ ศิลปะ เปิดใช้งานในปี 2562

2) Keep Space – Cultural Space Ambassador

โครงการหนึ่งของ CAST เป็นแพลตฟอร์มสำหรับการแบ่งปันความรู้แบบ peer to peer แลกเปลี่ยนความรู้ในการรักษาพื้นที่ทางศิลปะวัฒนธรรมไว้ เพื่อฝึกอบรมและระดมทุนสำหรับ

องค์กรศิลปะและวัฒนธรรมในย่านที่ต้องการประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจในเชิง
อสังหาริมทรัพย์ ผ่านการสนับสนุนด้าน

- เงินทุนช่วยเหลือ
- ให้คำปรึกษาทางธุรกิจ
- การฝึกอบรมด้านอสังหาริมทรัพย์

โดยร่วมมือกับกลุ่มศิลปินและนักออกแบบ ที่มีอิทธิพลในการสร้างและรักษาพื้นที่ทาง
วัฒนธรรมในเมืองไว้ โดยการใช้ความรู้ของชุมชนที่มีอยู่เพื่อบ่มเพาะย่านศิลปะให้คงอยู่

3) Culture Compass - Cultural asset map

แผนที่ออนไลน์แบบใหม่ que แสดงพื้นที่ว่างที่มีอยู่และพื้นที่ที่มีศักยภาพสำหรับกิจกรรม
ศิลปะและวัฒนธรรมที่ไม่แสวงหาผลกำไรในซานฟรานซิสโก แสดงข้อมูลประชากร กฎหมายผังส
การขนส่งและข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

ผู้ใช้สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับภาคศิลปะและวัฒนธรรมของซานฟรานซิสโกอย่างรวดเร็ว
และมีประสิทธิภาพ พร้อมข้อมูลสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน นโยบาย การซื้อ
ทรัพย์สิน และการครอบครอง

ตัวอย่างการสนับสนุนสถานที่และการรวมกลุ่ม

Real estate - San Francisco

CAST เป็นนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่ไม่แสวงหาผลกำไรและเป็นบริษัทเพื่อศิลปะ บริหารจัดหาและจัดหาพื้นที่ทำงานที่มั่นคงและราคาไม่แพงสำหรับองค์กรศิลปะและศิลปะในใจกลางเมือง เป็นทางออกระยะยาวสำหรับประเด็น affordability โดยมี 2 โมเดล

- Acquisition/ Ownership model : โมเดลการซื้ออาคารเพื่อรอกการซื้อคืนจากองค์กรศิลปะ ให้ได้เป็นเจ้าของพื้นที่ทางศิลปะในราคาที่ต่ำกว่าตลาด*
- CounterPulse พื้นที่ทดลองทางศิลปะการแสดง
- Luggage Store gallery จุดรวมชุมชนศิลปะ



รูป 19 กลไกทางอสังหาริมทรัพย์โมเดล Acquisition/ Ownership ตัวอย่างการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม, ที่มา : <https://cast-sf.org/strategies/realestate/>

ตัวอย่างการสนับสนุนสถานที่และการรวมกลุ่ม

Real estate - San Francisco

- Multi-tenant model : โมเดลร่วมเช่าพื้นที่ระยะยาวกับองค์กร/ธุรกิจศิลปะในอัตราค่าเช่าต่ำกว่าตลาด โดย CAST บริหารจัดการพื้นที่ที่ได้รับจากเจ้าของพื้นที่ให้เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมและเป็นชุมชนที่มีชีวิตชีวา
- The 447 Minna project - โครงการพัฒนาพื้นที่อาคารอิฐเก่าแก่ขนาด 12,000 ตารางฟุตใน 5M Mix-use development ร่วมกับบริษัท พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ระดับชาติ เพื่อเป็นพื้นที่ทางศิลปะสำหรับย่านที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว คาดว่าจะเปิดใช้งานในปี 2563
- the Geneva Car Barn - เป็นหุ้นส่วนระยะยาวกับแผนกนั้น ทนาการและสวนสาธารณะของเมืองซานฟรานซิสโก เพื่อเปิดใช้งาน "ซากอันทรงงาม" ที่ถูกทอดทิ้งในระยะยาว เป็นศูนย์เยาวชนและครอบครัวสำหรับ ศิลปะ เปิดใช้งานในปี 2562



รูป 20 กลไกทางอสังหาริมทรัพย์โมเดล Multi-tenant model, ตัวอย่างการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม, ที่มา : <https://cast-sf.org/strategies/realestate/>

ตัวอย่างการสนับสนุนด้านการพัฒนาธุรกิจ

Keep Space - Oakland

โครงการของ CAST เพื่อฝึกอบรมและระดมทุนสำหรับองค์กรศิลปะและวัฒนธรรมในย่านที่ต้องการประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจในเมืองโอซังฮาร์มทรีพีย์ ผ่านการสนับสนุน

- เงินทุนช่วยเหลือ
- ให้คำปรึกษาทางธุรกิจ
- การฝึกอบรมด้านอสังหาริมทรัพย์

Cultural Space Ambassador - การรวมกลุ่มศิลปินและนักออกแบบที่มีอิทธิพลในการสร้างและรักษาพื้นที่ทางวัฒนธรรมในเมืองไว้ โดยการใช้ความรู้ของชุมชนที่มีอยู่เพื่อปกป้องเพื่อย่านศิลปะให้คงอยู่



รูป 21 โครงการ Keep Space ตัวอย่างการสนับสนุนด้านการพัฒนาธุรกิจ, ที่มา : <https://cast-sf.org/strategies/keeping-space-oakland-2-2/cultural-space-ambassadors/>

ตัวอย่างการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน

Culture Compass - Cultural asset map

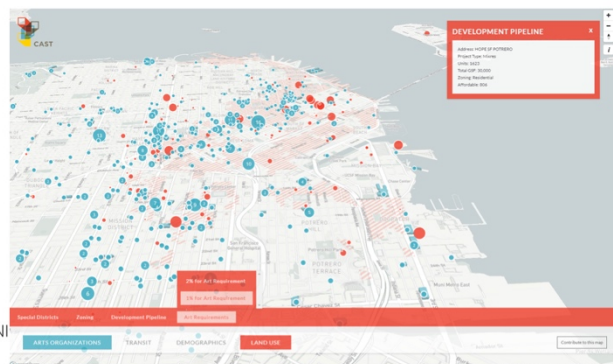
แผนที่ออนไลน์แบบใหม่ที่แสดงพื้นที่ว่างที่มีอยู่และพื้นที่ที่มีศักยภาพสำหรับกิจกรรมศิลปะและวัฒนธรรมที่ไม่แสวงหาผลกำไรในซานฟรานซิสโก แสดงข้อมูลประชากร กฎหมายผังเมือง การขนส่งและข้อมูลอสังหาริมทรัพย์

ผู้ใช้สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับภาคศิลปะและวัฒนธรรมของซานฟรานซิสโกอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ พร้อมข้อมูลสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน นโยบาย การซื้อทรัพย์สิน และการครอบครอง



OP-PORTUNI

- Arts and Culture Organizations
- Funders
- Policy Makers
- Urban Planners



รูป 22 โครงการ Cultrue Compass ตัวอย่างการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน, ที่มา : <https://cast-sf.org/strategies/culture-compass/>

5.1.3 Urban Regeneration Station เมืองไทเป ประเทศไต้หวัน

นโยบายและเป้าหมาย

ในปี 2009 แคมเปญ "Creative Taiwan" (2009-2013) ตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนา CCI ผ่านสองกลยุทธ์หลัก คือ การสร้างโครงสร้างพื้นฐานและการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สำคัญ ตามมาด้วยการออกกฎหมายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในปี 2010 ให้อำนาจแก่ท้องถิ่นเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามแนวทางการพัฒนา CCI ระดับชาติเพื่อเพิ่มมูลค่าการผลิตเชิงพาณิชย์: การก่อสร้างและนวัตกรรมของโครงการห่วงโซ่คุณค่า CCI (2013-2016) ในอุตสาหกรรม flagship

เพื่อผลักดันการพัฒนาทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมจึงมีการผลักดัน 6 เทศบาลหลักของไต้หวันให้เป็น CCI ภายในสิ้นปี 2557 เทศบาลเหล่านี้ ได้แก่ ไทเปเมืองหลวงของไต้หวัน เมืองนิวไทเป (เดิมชื่อเขตไทเป) เมืองเถาหยวน (ก่อนมณฑลเถาหยวน), เมืองไถจง (เกิดจากการรวมเมืองและติดกับมณฑลไถจง), ไถหนาน (ก่อตั้งจากการรวมเมืองและติดกับมณฑลไถหนาน) และเกาสง (ขึ้นอยู่กับารรวมเมืองและมณฑลเกาสง) 6 เมืองเหล่านี้มีความสำคัญต่อการพัฒนา CCI ร่วมกันคิดเป็นประมาณ 80% ของการเข้าร่วม CCI ทั้งหมดและสร้างมากกว่า 90% ของรายได้รวมจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ (Taipei Culture Foundation-Songshan Culture & Creative Park, 2016)

ความท้าทาย

โจทย์สำคัญของเมืองไทเปหลังจากได้เป็นเมืองหลวงแห่งการออกแบบโลกประจำปี 2559 ภายใต้หัวข้อ “Adaptive City - Design in Motion” ไทเปแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนโดยเปิดใช้งานขบวนการ “Design is People” ทั่วเมืองในหัวข้อต่างๆเช่นการปฏิรูปเมืองการปรับปรุงชีวิตและสุนทรียภาพ ด้วยแนวคิดของการปกครองแบบเปิดและการมีส่วนร่วมของประชาชน

สอดคล้องกับนโยบาย CCI รัฐบาลเมืองไทเปมีเป้าหมายที่จะส่งเสริม CCI และการท่องเที่ยวในไทเปผ่านการให้ความสำคัญกับการออกแบบทางสังคมรวมถึง (1) The old house cultural movement ให้เกิดการใช้ประโยชน์ในอาคารเก่า (2) การสร้างย่านสร้างสรรค์ทั่วทั้งเมืองไทเป (3) การเพิ่มคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นและสินทรัพย์ชุมชนเพื่อเชื่อมต่อโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่เป็นจุดบริการแพลตฟอร์มเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและใช้ประโยชน์ CCI

มาตรการและสิทธิประโยชน์

โครงการ Urban Regeneration Station (URS) เป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากเมืองไทเปในปี 2010 เพื่อทำหน้าที่จัดหาพื้นที่สำหรับองค์กรพัฒนาเอกชนส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์สร้างความสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่นและสร้างประโยชน์ทางสังคมและรูปแบบการพัฒนาที่ยั่งยืน รัฐท้องถิ่นอนุญาตให้ใช้ประโยชน์อาคารอนุรักษ์ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ในระยะสั้น 2-3 ปี เพื่อสร้างแรงบันดาลใจจากย่านใกล้เคียงปฏิสัมพันธ์กับผู้อยู่อาศัยและธุรกิจท้องถิ่น

การดำเนินการ

ตัวอย่างการดำเนินการ URS 155, Taiwan Dadaocheng เคยเป็นเมืองท่าการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญซึ่งครั้งหนึ่งเคยมีประสบการณ์การตกต่ำอย่างรวดเร็ว URS155 ตั้งอยู่บนถนน Dihua ตั้งอยู่ในอาคารสามชั้นสไตล์ญี่ปุ่นทางใต้ที่มีร้านขายของแห้งและร้านขายยาสมุนไพรจีนมานานกว่าหนึ่งร้อยปี วันนี้ถนนมีกลิ่นหอมพร้อมอาหารแบบดั้งเดิม โดยมีจุดขายอยู่ที่ “การปรุงอาหารด้วยกัน” ซึ่งมีอาหารเดือนละหนึ่งครั้งที่ถนน Dihua เตรียมพร้อมสำหรับสาธารณชน

ตัวอย่างการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน

Urban Regeneration Station

โจทย์สำคัญของเมืองไทเปอยู่ที่การฟื้นฟูและใช้ประโยชน์อาคาร under-used โดยโครงการ URS ทำหน้าที่จัดหาพื้นที่สำหรับ Ngos หรือองค์กรเอกชนที่ทำงานสร้างสรรค์ ส่วนมากเป็นอาคารอนุรักษ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของย่าน สร้างความสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่นและสร้างประโยชน์ทางสังคม

- URS 155, Dadaocheng, Taiwan

โดย อนุญาตให้ใช้ประโยชน์อาคารอนุรักษ์ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ในระยะสั้น 2-3 ปี เพื่อสร้างแรงบันดาลใจจากย่านใกล้เคียงปฏิสัมพันธ์กับผู้อยู่อาศัยและธุรกิจท้องถิ่น

ข้อดี รัฐบาลลงทุนไม่มาก และได้กระตุ้นการใช้ประโยชน์อาคารเก่า

ข้อเสีย เน้นการปรับกายภาพและการสนับสนุนในระยะสั้น ทำให้ผู้ประกอบการขาดความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจระยะยาว



Figure 3.9 Brochure of URS 155: Introduction of Cultural Activities

Source: C+ Culture Co. Ltd.

01. Local shops work together in selecting and preparing the right and creative ingredients, so you can savor the taste of homemade and hidden treasures only to be found in the alleys of Taipei's older districts.
02. C+ Culture Co. has entered URS155 to connect Dadaocheng and people with food, and "Tuanyuan" brand was born to present the neighborhood's historical characteristics.
03. A century old house, which used to be a Chinese medicine shop, is now renovated and re-decorated to show the its beauty and creativity through food.

OP-PORTUNIST

รูป 23 URS 155 Dadaocheng ตัวอย่างการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน, ที่มา: Taipei Culture Foundation-Songshan Culture & Creative Park, 2016

มิติการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจ	นโยบายและเป้าหมาย	มาตรการสนับสนุน บริบทกรอบการพัฒนา	มาตรการสนับสนุน ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	มาตรการสนับสนุน การจัดการคลัสเตอร์
ประเด็นย่อย		1. นโยบายสนับสนุน 2. โครงสร้างพื้นฐาน 3. เครื่องมือสนับสนุน (เช่น ซอฟต์แวร์) 4. ทักษะแรงงาน 5. องค์กร 6. กฎระเบียบ	1. โครงสร้าง, ประเภท 2. ความร่วมมือ 3. ประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์ 4. ประโยชน์ต่อคลัสเตอร์	1. กลยุทธ์และการกำกับดูแล 2. การจัดหาเงินทุนภายนอก 3. บริการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ¹² 4. ความสำเร็จและการยอมรับ
กรณีศึกษา Creative Enterprise Zone Haringey Tottenham	นโยบายเพิ่มพื้นที่ทำงานกว่า 3000 ตรม. พื้นที่ทำงานที่สามารถจ่ายได้ (Affordable) 9000 ตรม.จากการวางแผนและนโยบายของสภาเมือง เป้าหมาย: เพิ่มพื้นที่ทำงานใหม่สำหรับ ศิลปิน 200 คน/ รอปรับธุรกิจ 200 แห่ง เพิ่มงานใหม่อีก 300 ตำแหน่ง และคำแนะนำอาชีพสำหรับคนในท้องถิ่น 1000 คน	โครงสร้างพื้นฐาน • สำรองการใช้งานสินทรัพย์ของเขต เพื่อสร้างพื้นที่การจ้างงานใหม่ • สนับสนุนและใช้ประโยชน์ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น 'Tottenham Showroom' พร้อมเปิดสตูดิโอและอีเวนต์ • การปรับโครงสร้างพื้นฐานบรอดแบนด์ความเร็วสูง • การปรับปรุงพื้นที่สาธารณะและการนำทาง	การเข้าถึงแหล่งเงินทุน • กองทุนการลงทุนโอกาสที่ออกแบบเพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ท้องถิ่น • การรับประกันพื้นที่ทำงานภายในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 4 กลุ่ม ทักษะความรู้ • โอกาสเรียนรู้ทักษะและฝึกอบรมสำหรับชุมชนท้องถิ่น	กลยุทธ์และกำกับดูแล • London Boroughs เป็นผู้นำของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ในท้องถิ่น, ศิลปิน, กลุ่มชุมชนในพื้นที่, ผู้พัฒนา, ผู้ให้บริการพื้นที่ทำงาน สถาบันการศึกษาชั้นสูง จัดหาเงินทุนภายนอก • Creative Land Trust เกิดจากการร่วมมือกันของสภาเมืองลอนดอน กองทุนด้านศิลปะ และองค์กรการกุศล

¹² บริการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจส่วนมากครอบคลุม การพัฒนาบุคคล การส่งเสริมด้านการประกอบการ แลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ภายในกลุ่ม จับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอก การทำให้เป็นนานาชาติ และการร่วมพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยี เป็นต้น

มิติการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจ	นโยบายและเป้าหมาย	มาตรการสนับสนุน บริบทรอบการพัฒนา	มาตรการสนับสนุน ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	มาตรการสนับสนุน การจัดการคลัสเตอร์
		เครื่องมือสนับสนุน เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ที่ธุรกิจเข้าถึงและแบ่งปันอุปกรณ์กันได้	เชื่อมโยงกับโรงเรียนและการศึกษาเพิ่มเติมกับมหาวิทยาลัยแห่งชาติ	
กรณีศึกษา Community art stabilization Trust (CAST) :	CAST เป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อศิลปะ บริการจัดหาพื้นที่และทำงานที่มั่นคงและอยู่ในราคาที่ซื้อได้สำหรับองค์กรศิลปะและศิลปินในใจกลางเมือง เป้าหมาย: เพื่อรักษาและจัดหาพื้นที่ทำงานสำหรับองค์กรศิลปะและศิลปินในใจกลางเมือง		พื้นที่ทำงาน - Acquisition/ Ownership model โมเดลการซื้ออาคารเพื่อหยุดราคาอสังหาริมทรัพย์ไว้ โดยใช้กลไกทางอสังหาริมทรัพย์ - Multi-tenant model โมเดลร่วมเช่าพื้นที่ระยะยาวกับองค์กร/ธุรกิจศิลปะในอัตราค่าเช่าต่ำกว่าตลาด ความร่วมมือ - โครงการ Cultural space Ambassador การรวมกลุ่มศิลปินต้นแบบ เพื่อรักษาและพัฒนาทุนทางศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่เอาไว้ได้	การจัดหาเงินทุนภายนอก - จัดหาเงินทุนช่วยเหลือในรูปแบบ Trust และเงินจากมูลนิธิ บริการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ - แพลตฟอร์ม peer to peer แลกเปลี่ยนความรู้ ให้คำปรึกษาทางธุรกิจ และการฝึกอบรมด้านอสังหาริมทรัพย์ - ร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่น ธุรกิจ ผู้นำของเทศบาล ผู้สนับสนุนเงินและศิลปิน

5.2 กรณีศึกษาการส่งเสริมย่านเศรษฐกิจในประเทศ

ตามที่ได้ศึกษามาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงระดับพื้นที่ ในประเทศไทยในบทที่ 4 แล้ว กรณีศึกษาในประเทศ จึงเลือกจากตัวอย่างย่าน/เมืองเศรษฐกิจที่มีการสนับสนุนการพัฒนาเชิงพื้นที่ในอุตสาหกรรมอื่น และศึกษาวิเคราะห์การดำเนินการในพื้นที่ที่มีการสนับสนุนด้านใดและมีแผนการมุ่งใจเพื่อดึงกลุ่มเป้าหมายเข้ามาลงทุนในพื้นที่อย่างไร ทั้งย่านนวัตกรรม สนับสนุนโดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) เมืองอัจฉริยะสนับสนุนโดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA) ดังนี้

- 1) ย่านนวัตกรรมการแพทย์โยธี กรุงเทพมหานคร
- 2) ย่านนวัตกรรมรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร
- 3) เมืองนวัตกรรมแห่งสยาม กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
- 4) เมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis) อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย จังหวัดปทุมธานี ประเทศไทย
- 5) เขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก วังจันทร์วัลเลย์ อำเภอลำลูกเกด จังหวัดระยอง ประเทศไทย
- 6) พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม ประเทศไทย

5.2.1 ย่านนวัตกรรมการแพทย์โยธี (Yothi Innovation District, YMID) กรุงเทพมหานคร

บทบาทของย่าน

ย่านโยธีเป็นย่านราชการและศูนย์รวมการแพทย์ที่มีการให้บริการสาธารณะในระดับประเทศ ที่มีศักยภาพในการเป็นในการเป็นย่านนวัตกรรมบุกเบิกในระดับกรุงเทพมหานคร และมีบทบาทตามวิสัยทัศน์เป็น “ศูนย์กลางการแพทย์และหน่วยงานรัฐ” (Medical & Governmental Hub)

ศักยภาพของย่านโยธีตามองค์ประกอบของนิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) ทางสินทรัพย์กายภาพ (Physical Assets) มีการกระจุกตัวของโรงพยาบาลและศูนย์กลางทางการแพทย์ที่ครบวงจร และมีกิจกรรมการวิจัยและพัฒนา R&D ระดับประเทศ ในตำแหน่งศูนย์กลางระบบการเดินทางที่สำคัญ ทางเศรษฐกิจ (Economic Assets) พื้นที่ใจกลางเมืองมีศักยภาพในการเติบโต และมีการใช้งานโดยประชาชนจำนวนมาก และมีสินทรัพย์ทางเครือข่าย (Networking Assets) มีหน่วยงาน/สถาบันที่มีองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์และการสาธารณสุข และหน่วยงานและสถาบันราชการอยู่ในพื้นที่

เป้าหมาย

ย่านนวัตกรรมทางการแพทย์โยธินีมีเป้าหมายในการเป็น ‘ศูนย์กลางพัฒนานวัตกรรม ด้านการแพทย์และการวิจัย’ ประกอบไปด้วย 2 เป้าประสงค์ ได้แก่

- 1) เป้าหมายด้านการให้บริการการแพทย์สาธารณะ (public welfare services) : การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเป็นสื่อกลางในการให้บริการข้อมูล (data service platform) และการเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางการแพทย์ (medical service center)
- 2) เป้าหมายด้านการลงทุนเพื่อสนับสนุนนวัตกรรม และการวิจัย (innovation investments) : การพัฒนาศูนย์กลางการวิจัยและพัฒนาธุรกิจ สตาร์ทอัพที่เกี่ยวข้องทางการแพทย์และสุขภาพ (medical research & start up) และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการใช้งานที่หลากหลาย (mixed use)

มาตรการสิทธิประโยชน์และการสนับสนุน

การสนับสนุนเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรมทางการแพทย์ในพื้นที่ย่านนวัตกรรมโยธินี ประกอบด้วย

- 1) สนับสนุนและขยายโอกาส ทางการศึกษาวิจัยแบบครบวงจร พัฒนาพื้นที่และระบบนิเวศ (EcoSystem) ที่เอื้อต่อการ ศึกษาวิจัยพัฒนา และทดลองนวัตกรรมด้านการแพทย์ ภายในให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ พร้อมเป็นศูนย์ กลางการบริการ (Medical Hub) การศึกษาวิจัยพัฒนาและ ทดลอง
- 2) สนับสนุนและขยายโอกาสทางการวิจัยแบบครบวงจร ผลักดันและส่งเสริมการลงทุนโดยร่วมมือกับ Startup นักลงทุนในสาขาต่างๆ นักพัฒนาด้านเทคโนโลยีและเครื่องมือแพทย์ เพื่อลดต้นทุนในการนำเข้ายาและเครื่องมือทางการแพทย์จากต่างประเทศพร้อมปรับเปลี่ยน ภาวลักษณ์และยกระดับมุมมองของมาตรฐานการแพทย์ไทย
- 3) สนับสนุนและขยายโอกาสทางการวิจัยแบบครบวงจร ยกระดับการบริการทางการแพทย์เพื่อ ประชาชนวางแผน และพัฒนาการเชื่อมต่อฐานข้อมูล บริการทางการแพทย์ การให้บริการ ด้านการแพทย์ ที่มีการนำนวัตกรรมและ ระบบประมวลผลที่ทันสมัยสำหรับการรักษา และ ดูแล สุขภาพแก่ประชาชนที่เข้ารับการรักษาภายใน

มาตรการและสิทธิประโยชน์ในย่านนวัตกรรมโยธินี ในรูปแบบ One Stop Service ให้บริการ ดังนี้

- 1) FUNDING & INCENTIVE สนับสนุนทุนวิจัยและสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมทั้งภาครัฐและเอกชน ที่สนใจเข้า ร่วมพัฒนางานวิจัยนวัตกรรมทางการแพทย์กับหน่วยงานภายในย่าน เพื่อสร้างสรรค์ แนวคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ ทางแพทย์ให้เกิดขึ้นในประเทศ

- 2) STARTUP SUPPORT สนับสนุนความคิดตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงความสำเร็จสำหรับบริษัท Startup และผู้ ประกอบการเชื่อมโยงและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายใน ย่านฯให้เกิด Deeptech Startup
- 3) SHARING IDEAS & PARTNERED PROJECTS พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง หน่วยงานภายในย่านและภายนอกส่งเสริมและ กระตุ้นแนวคิดใหม่ๆ ด้านนวัตกรรม การแพทย์
- 4) CONSULTING ให้คำปรึกษาภาครัฐและเอกชนที่มีความสนใจในการพัฒนางานวิจัยและ ธุรกิจด้านการ แพทย์กับหน่วยงานเครือข่ายภายในย่าน
- 5) INTERNATIONAL SERVICE ประสานงานความร่วมมือเครือข่ายต่างประเทศเพื่อเพิ่ม ศักยภาพการพัฒนาธุรกิจและ นวัตกรรมทางการแพทย์ภายในย่าน
- 6) DATABASE PROVIDER ให้ทุกการวิจัยและการลงทุนขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่องและมี ประสิทธิภาพผ่านฐาน ข้อมูลขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงข้อมูลร่วมกัน

ผู้ดำเนินการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

5.2.2 ย่านนวัตกรรมรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

บทบาทของย่าน

การพัฒนาเครือ ข่ายภายในย่าน และชุมชน สืบสานและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบ นวัตกรรม การส่งเสริมสภาพแวดล้อมเพื่ออํารัง คุณค่าของแหล่งประวัติศาสตร์ (สำนักงานนวัตกรรม แห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2562)

ระยะการพัฒนาที่ 1: การพัฒนาระเบียงสร้างสรรค์ ย่านนวัตกรรม

- โครงการที่ 1.1: การพัฒนาระเบียงสร้างสรรค์มหาราช (Maharaja Creative Corridor)
- โครงการที่ 1.2: การพัฒนาระเบียงสร้างสรรค์ ราชดำเนิน (Ratchadamneon Creative Corridor)
- โครงการที่ 1.3: การพัฒนาแกนพระนคร (Old Bangkok Axis)

ระยะการพัฒนาที่ 2: การพัฒนาย่าน ชุมชนและพื้นที่ สาธารณะ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในพื้นที่ พัฒนา

- โครงการที่ 2.1: การพัฒนาระเบียงสร้างสรรค์คลองรอบกรุง (Canal Creative Corridor)
- โครงการที่ 2.2: โครงการปรับปรุง อาคารริมคลองหลอด วัดเทพธิดาราม (ตรอกสาเก)

- โครงการที่ 2.3: โครงการปรับปรุงอาคารบริเวณ รอบสถานส ภาภาษาชาติ2 สวนสาธารณะ และถนนแพรงภูธร
- โครงการที่ 2.4: โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่บริเวณ ตรอกหม้อ และส่งเสริมธุรกิจชุมชน
- โครงการที่ 2.5: โครงการจัดระเบียบร้านค้าแผงลอย และพัฒนาพื้นที่เป็นถนนคนเดินในซอย

ระยะการพัฒนาที่ 3: การพัฒนาโครงข่ายระบบคมนาคม ขนส่ง

- โครงการที่ 3.1: การพัฒนาโครงข่ายระบบคมนาคมขนส่ง สาธารณะและทางเท้าชอยทิพย์ วารีและถนนบ้านหม้อ

เป้าหมาย

เป้าประสงค์หลักของแผนพัฒนาคือ การทำให้ ย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครมีคุณลักษณะ 3 ประการ ได้แก่

1) วัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Culture)

- แหล่งชุมนุมของคนทำงานและวิสาหกิจ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) คณะทำงานมุ่งหมายให้ คนทำงานในอุตสาหกรรม สร้างสรรค์เหล่านี้ อยู่อาศัยและใช้ชีวิตในย่านเป็น หลักด้วยตามแนวคิด Live/Work/Play/Create
- สังคมหรือเครือข่ายคนทำงานและวิสาหกิจ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ปฏิสัมพันธ์กัน อย่างแนบแน่นและสม่ำเสมอ
- แหล่งผลิตนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และมีการใช้ นวัตกรรมอย่างเข้มข้น
- วัฒนธรรมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Culture) บนฐานความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ยอมรับและเชิดชูความหลากหลายการแข่งขันและร่วมมือกันเพื่อ สร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลา
- การผสมผสานกัน ของสิ่งเก่า กับสิ่งใหม่ ทั้งในแง่ผู้คน เศรษฐกิจสังคม และกายภาพ
- เป็นย่านที่มีกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ อย่างต่อเนื่อง

2) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

- เป็นแหล่งรวมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) โดยวิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม
- มีพลวัตของการแลกเปลี่ยนความคิดใหม่ๆ ระหว่างนักตร (Innovators) การหมุนเวียน บุคลากรสร้างสรรค์ ระหว่างองค์กรธุรกิจ และถ่ายทอดนวัตกรรม

- สิ้นทรัพยากรวัฒนธรรมในย่านได้รับการต่อยอด เพื่อ การพาณิชย์และจรรโลงสังคม
- เป็นแหล่งบ่มเพาะและเร่งรัดวิสาหกิจเริ่มต้น (Startups) เกี่ยวกับการสร้างสรรค์
- เป็นแหล่งที่มีสินค้าและบริการเฉพาะตัวที่สอดคล้องกับ ความต้องการของกลุ่มคนทำงาน สร้างสรรค์ และกลุ่ม คนที่ต้องการบริโภคสินค้าและบริการสร้างสรรค์
- เป็นเขตที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบุคลากร สร้างสรรค์ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เป็นพิเศษ ผ่านมาตรการต่าง ๆ เช่น ภาษี เงินอุดหนุน เงินกู้และ ภาระเบี่ยง

3) เมืองสร้างสรรค์ (Creative Urban Environment)

- เป็นแหล่งที่มรดกทางวัฒนธรรมได้รับการอนุรักษ์และ มีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม
- มีลักษณะพิเศษที่ให้แรงบันดาลใจแก่การทำงาน สร้างสรรค์ และมีเสน่ห์ดึงดูดผู้มาเยือน
- มีพื้นที่ส่งเสริมให้เกิดการพบปะแลกเปลี่ยนความคิด ข้อมูลข่าวสาร ความรู้และ นวัตกรรม
- เป็นเมืองน่าอยู่ ยั่งยืนและเป็นธรรม (Livable, Sustainable and Just City) ทั้งในเชิง กายภาพ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- เป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) ที่มีโครงสร้าง พื้นฐานดิจิทัล (Digital Infrastructure) พร้อม

4) การสร้างสภาพแวดล้อมเมืองอยู่ดีมีสุข (Green and Happiness City)

- ยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในย่าน
- ส่งเสริมชุมชนดั้งเดิม
- ส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์โดยวิสาหกิจเริ่มต้น และ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและ การสร้างเครือข่าย ระหว่างกัน
- ส่งเสริมสภาพแวดล้อม ทั้งในแง่ความงาม การประหยัดพลังงาน และการควบคุม มลภาวะ
- อนุรักษ์และต่อยอดสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งที่ จับต้องได้และจับต้องไม่ได้
- ส่งเสริมการใช้พื้นที่แบบผสมผสาน
- ส่งเสริมการติดต่อเชื่อมโยงระหว่างผู้คน ธุรกิจและ องค์กรต่าง ๆ ทั้งทางออนไลน์และ ทางกายภาพ
- เพิ่มพื้นที่สาธารณะ พื้นที่สีเขียว และพื้นที่ทำกิจกรรมร่วม

5) ส่งเสริมธุรกิจบริการแบบไลฟ์สไตล์ที่ให้บริการ กลุ่มคนทำ งานสร้างสรรค์

ผู้ดำเนินการสำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) , มหาวิทยาลัยศิลปากร

5.2.3 เมืองนวัตกรรมแห่งสยาม กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

นโยบาย

การเป็นพื้นที่ศูนย์กลางการพัฒนา นวัตกรรม “Central Innovation District” ที่เชื่อมโยงกับบริบทของพื้นที่เดิมทั้งพื้นที่พาณิชยกรรมและ สถาบันการศึกษาซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของย่านปทุมวัน โดยสนับสนุน ให้เกิดธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้ผลิตผลงานเชิงนวัตกรรมสร้างสรรค์ โดยแนวทางการพัฒนา ตามการดำเนินโครงการของผู้วิจัยสามารถแบ่งออกได้ 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพ และด้านการบริหารจัดการซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเรื่องสินทรัพย์ทางเศรษฐกิจและสินทรัพย์เครือข่าย ตามองค์ประกอบของระบบนิเวศนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2562)

เป้าหมาย

- 1) การสร้างระบบนิเวศนวัตกรรม (Open- Innovation Ecosystem) ที่สนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ เช่น ธุรกิจเริ่มต้นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตั้งแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์การตลาด และช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงนวัตกรรมอย่าง มีประสิทธิภาพและยั่งยืน
- 2) การพัฒนานโยบายเชิงนวัตกรรม (platform for innovation system) ที่เชื่อมโยงผู้ประกอบการ ทางด้านการค้า (สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่าน ราชประสงค์ RSTA) และ ผู้ผลิตผลงานสร้างสรรค์ ประเภทอุตสาหกรรมศิลปะและการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Art & Craft) ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนานวัตกรรม การ ออกแบบเพื่อสังคมของหน่วยการศึกษา ภายในพื้นที่ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) ทั้งนี้ยังเป็นการเชื่อมโยง เครือข่ายทางสังคมเข้าด้วยกันของผู้ที่มีประสบการณ์ ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อการพัฒนาคุณภาพ ของพื้นที่ทั้งในด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้แก่ย่านนวัตกรรมปทุมวันต่อไป
- 3) การกำหนดทิศทางการพัฒนาพื้นที่ให้สอดคล้อง กับ นโยบายการพัฒนาพื้นที่และแผนการพัฒนา พื้นที่อื่นๆ ในย่านปทุมวัน ที่ส่งเสริม และสนับสนุน ให้เกิดการเป็น ย่านนวัตกรรม เช่น การพัฒนา Education and Continuous Learning Center ในพื้นที่บริเวณ สวนหลวงตามผังแม่บทพัฒนาพื้นที่จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย การพัฒนาศูนย์อุทยานนวัตกรรม การออกแบบเพื่อสังคมของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แผนพัฒนาโครงการ Ratchaprasong Walk หรือ R Walk (เดิมชื่อ “Bangkok Skyline”) ของสมาคมผู้ ประกอบการวิสาหกิจใน ย่านราชประสงค์ (RSTA)

มาตรการและสิทธิประโยชน์ทางการเงิน และการใช้พื้นที่

- 1) สร้างการเข้าถึงฐานข้อมูลของย่าน สำหรับคนทั่วไปหรือองค์กรต่างๆ
- 2) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการสื่อสาร บนโครงข่ายอิเล็กทรอนิกส์เพิ่ม สะดวกสบายในการการค้า ระหว่าง ผู้ค้าและผู้ซื้อ และระหว่างผู้ค้าด้วยกันเอง
- 3) สร้างความร่วมมือกันเป็นองค์กร สมาคม ผู้ประกอบวิสาหกิจใน ย่านราชประสงค์ (RSTA) เพื่อสนับสนุนความเป็นย่านการค้าที่เข้มแข็ง ส่งเสริม การเป็นย่านพาณิชย์กรรมและพื้นที่ สำนักงาน
- 4) ส่งเสริมระบบโครงข่ายการเชื่อมต่อภายในอาคารอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่าน ของการค้าและการบริการด้วยนวัตกรรมบนทางเชื่อมเกิดเป็น ระเบียงทางเศรษฐกิจการค้า และบริการ เชื่อมต่อการค้าโดยรอบ
- 5) เน้นการเชื่อมโยงด้วยทางเดินเท้าหลัก แนวทางเดินรอง และแนวทางเดินย่อย เชื่อมโยงกลุ่ม สินทรัพย์นวัตกรรมด้านศิลปะในพื้นที่เพื่อส่งเสริมพื้นที่นวัตกรรมด้านศิลปะและการออกแบบ และกลุ่มพาณิชย์กรรมหลักของย่าน

ผู้ดำเนินการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.2.4 เมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis) อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย จังหวัดปทุมธานี ประเทศไทย

นโยบาย

Food Innopolis มีบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ “เมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis)” ระหว่างหน่วยงานสนับสนุนภาครัฐ หน่วยงานสนับสนุนภาคเอกชน ภาคเอกชน และ มหาวิทยาลัย รวม 35 หน่วยงาน ซึ่งลงนามเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2559 เพื่อร่วมผลักดันให้ Food Innopolis เป็นเขตลงทุนวิจัย พัฒนา และนวัตกรรมของภาคเอกชน เพื่อยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหาร (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งชาติ, 2563)

เป้าหมาย

เพื่อให้เกิดระบบนิเวศน์การวิจัยที่เหมาะสมต่อการทำวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมด้านอาหาร นอกจากนี้เมืองนวัตกรรมอาหารยังให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (one stop service) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

รวมทั้งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรการวิจัย และบริการต่างๆ ของมหาวิทยาลัย และหน่วยงานภาครัฐได้สะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

มาตรการและสิทธิประโยชน์ทางการเงิน ทางการเงินที่ใช้พื้นที่

- 1) พื้นที่เช่าและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านวิจัย พัฒนาและนวัตกรรม (Research, Development and Innovation, RDI)
 - พื้นที่เช่าเพื่อการทำวิจัยและนวัตกรรม ทั้งในรูปแบบที่ให้บริษัทเข้ามาตกแต่งเอง (Modular Design) และแบบพร้อมใช้ (Ready-to-move-in lab) รวมทั้งมีที่ดินเปล่าสำหรับสร้างอาคาร/ศูนย์วิจัย และสร้างโรงงานต้นแบบเพื่อการวิจัยและพัฒนา (Pilot Plant)
 - ห้องปฏิบัติการศูนย์วิจัยแห่งชาติ 4 ศูนย์ : BIOTEC, MTEC, NANOTEC, NECTEC
 - Food & Feed Innovation Center, Thailand Bioresource Center, Central Lab, Sensory Evaluation Center, Food Quality and Safety Center, Food Packaging Research Center, Advanced Food Research and Innovation Center
 - สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ Co-Working Space และ Lifestyle Facility
- 2) ศูนย์อำนวยความสะดวกสิทธิประโยชน์ภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จ

บริการอำนวยความสะดวกการเข้ารับบริการ เพื่อลดระยะเวลาการติดต่อประสานงาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น BOI, กรมสรรพากร, ออย., สถาบันอาหาร, หน่วยงานที่ให้บริการทดสอบและรับรองมาตรฐาน, FoSTAT, มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยต่างๆ เป็นต้น

3) ทางธุรกิจ

- บ่มเพาะผู้ประกอบการเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจนวัตกรรมอาหารและประสานงานเพื่อจัดตั้งธุรกิจ
- บริการฐานข้อมูลด้านการตลาดเชิงลึก
- บริการการวิจัยผู้บริโภคและการวิจัยตลาด
- วางแผนธุรกิจและแผนการตลาด
- ประสานงานแหล่งเงินทุนวิจัยและเงินร่วมลงทุน

- ให้บริการและคำปรึกษาด้านการบริหารจัดการทรัพยากรทางปัญญา
- บริการในรูปแบบ Service Platform เพื่อสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมอาหารสำหรับบริษัทเอกชนโดยอาศัยกลไกความร่วมมือจากเครือข่ายเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมอาหารของ Food Innopolis จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ผู้ดำเนินการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

5.2.5 เขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก วังจันทร์วัลเลย์ อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง ประเทศไทย

นโยบาย

การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม)มุ่งเน้นถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับภาคอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนา 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ด้วยการยกระดับอุตสาหกรรมเดิมและสร้างอุตสาหกรรมใหม่ สร้างความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรมในพื้นที่ควบคู่ไปกับการสร้างอุตสาหกรรมใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับเป็นพื้นฐานรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ทั้งอุตสาหกรรมในระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ทั่วประเทศ (เขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก, 2563)

กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมายของเขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

- 1) ARIPOLIS: ศูนย์กลางการวิจัยและนวัตกรรมด้านระบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ และระบบอัจฉริยะ
- 2) BIOPOLIS: ศูนย์กลางการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio-Economy) ใช้ประโยชน์จากฐานเกษตรกรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ
- 3) SPACE KRENOVAPOLIS: ศูนย์กลางและฐานในการรังสรรค์นวัตกรรมจากเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ

เป้าหมาย

- 1) ยกระดับเทคโนโลยีและพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดิมให้มีการนำเทคโนโลยีมาสร้างนวัตกรรมที่เพิ่มมูลค่าหรือช่วยลดต้นทุน รวมถึงทำให้ผลิตภัณฑ์ไทยมีมาตรฐานและเพิ่มมูลค่าการส่งออก
- 2) เป็นฐานเชื่อมโยงงาน ถ่ายทอดวิจัยและนวัตกรรมในสาขาที่มุ่งเน้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ บูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐกิจ สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และหน่วยงานรัฐ ตามแนวคิด Triple Helic Model และ Quadruple Helix Model เพื่อสร้างนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์
- 3) เป็นแหล่งลงทุนวิจัยนวัตกรรมทั้งภาครัฐ สถาบันการศึกษา และเอกชนทั้งของไทย และต่างชาติ ซึ่งจะส่งผลให้บรรลุเป้าหมายของประเทศไทยในการเพิ่มจำนวนนักวิจัยและค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาให้เพิ่มขึ้น
- 4) เป็นการสร้างให้เกิดผู้ประกอบการฐานนวัตกรรมทางด้าน
 - ทุนยนต์และระบบอัตโนมัติ
 - ผู้ประกอบการนวัตกรรมจากวัตถุดิบและของเหลือทิ้งจากภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และฐานทรัพยากรชีวภาพของประเทศ
 - ผู้ประกอบการนวัตกรรมเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศที่สร้างมูลค่าเพิ่มและการเติบโตให้แก่เศรษฐกิจของประเทศ
- 5) เป็นแหล่งจ้างงานของนักวิจัยและนวัตกรรมทั้งไทยและต่างประเทศมากกว่า 10,000 คน ในสาขาที่ตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม

มาตรการและสิทธิประโยชน์ทางการเงิน ทางการใช้พื้นที่

- 1) สิทธิการเช่าที่ดินระยะยาวสำหรับจัดตั้งศูนย์วิจัย และ การเช่าพื้นที่ในอาคารเพื่อการวิจัยและพัฒนา
- 2) โครงสร้างพื้นฐานที่สามารถใช้สอยร่วมกัน อาทิ อุปกรณ์/เครื่องมือวิเคราะห์ทดสอบ โรงผลิตชิ้นงานต้นแบบ โคเวิร์คกิ้งสเปซ สนามทดลองและทดสอบ
- 3) ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสูงสุด 13 ปี
- 4) อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 17% คงที่ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ
- 5) ยกเว้นอากรนำเข้าวัตถุดิบสำหรับการทำวิจัยและพัฒนา
- 6) วิชาทำงานสำหรับผู้เชี่ยวชาญต่างชาติ
- 7) พื้นที่ผ่อนปรนกฎระเบียบในการทำนวัตกรรม (Regulatory Sandbox) และเป็นแหล่งรวมนักวิทยาศาสตร์ นักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญ

ผู้ดำเนินการ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

5.2.6 พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม ประเทศไทย

นโยบาย

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม จัดตั้งขึ้นเพื่อขยายขอบเขตของการพัฒนาพื้นที่จากภาคอุตสาหกรรมสู่ภาคบริการ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาและจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมโดยจัดพื้นที่สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมให้เข้าไปอยู่ร่วมกันอย่างมีระบบและมีระเบียบและเป็นกลไกของรัฐบาลในการกระจายการพัฒนาอุตสาหกรรมออกสู่ภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมี "นิคมอุตสาหกรรม" เป็นเครื่องมือดำเนินการ

เป้าหมาย

นิคมอุตสาหกรรม จำแนกออกเป็น 2 เขต คือ เขตอุตสาหกรรมทั่วไป (General Industrial Zone: GIZ) และเขตประกอบการเสรี (I-EA-T Free Zone)

มาตรการและสิทธิประโยชน์ในเขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม

- 1) สิทธิประโยชน์ทั้งทางการเงิน
 - ผู้ประกอบกิจการอุตสาหกรรม ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมพิเศษสำหรับเครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องใช้ รวมทั้งส่วนประกอบของสิ่งดังกล่าวที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิตสินค้า หรือเพื่อพาณิชยกรรมและของที่ใช้ในการสร้าง ประกอบ หรือติดตั้งในโรงงานหรืออาคาร
 - ผู้ประกอบกิจการอุตสาหกรรม ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมพิเศษ สำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าหรือเพื่อพาณิชยกรรม สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรที่เกิดขึ้นให้กับของ ไม่ผูกพัน ความเป็นเจ้าของของผู้ประกอบการ
 - ได้รับการยกเว้นอากรขาออก ภาษีมูลค่าเพิ่ม และภาษีสรรพสามิต สำหรับวัตถุดิบ รวมทั้งผลิตภัณฑ์สิ่งพลอยได้ และสิ่งอื่นที่ได้จากการผลิต
 - ได้รับการยกเว้นหรือคืนค่าภาษีอากร สำหรับของที่มีบทบัญญัติแห่งกฎหมายให้ได้รับยกเว้นหรือคืนค่าภาษีอากร เมื่อได้ส่งออกไปนอกราชอาณาจักร หรือได้เป็นการนำเข้าไปในเขตประกอบการเสรี สำหรับเครื่องจักร อุปกรณ์ฯ และวัตถุดิบ
 - ของที่นำเข้าไปในเขตประกอบการเสรี ได้รับสิทธิประโยชน์เช่นเดียวกับเขตปลอดอากร

- ของที่นำเข้ามาในราชอาณาจักรหรือนำวัตถุดิบ ภายในราชอาณาจักรเข้าไปในเขตประกอบการเสรีเพื่อผลิต ผสม ประกอบบรรจุ หรือดำเนินการอื่นใดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งออก ให้ยกเว้นไม่อยู่ภายในบังคับของกฎหมายว่าด้วยการควบคุมการนำเข้า การส่งออกไปนอกราชอาณาจักร การครอบครองหรือการใช้ประโยชน์ การควบคุมมาตรฐานหรือคุณภาพ การประทับตราหรือเครื่องหมายใด ๆ แก่ของนั้น
 - การขายผลิตภัณฑ์จากเขตประกอบการเสรีเข้ามาในประเทศ สามารถนำราคาวัตถุดิบที่ไม่มีสิทธิคืน หรือยกเว้นอากร หักจากราคาผลิตภัณฑ์ก่อนคำนวณราคาภาษีอากร
- 2) สิทธิประโยชน์ในการใช้พื้นที่
- ผู้ประกอบอุตสาหกรรม หรือการบริการ หรือผู้ประกอบพาณิชยกรรม ทั้งที่เป็นคนไทยและคนต่างด้าว อาจได้รับอนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ในที่ดินในนิคมอุตสาหกรรม เพื่อประกอบกิจการได้ตามจำนวนเนื้อที่ ที่คณะกรรมการ กนอ. เห็นสมควร แม้ว่าจะเกินกำหนดที่จะพึงมีได้ตามกฎหมายอื่น
- 3) สิทธิประโยชน์บุคคลที่เกี่ยวข้อง
- ผู้ประกอบอุตสาหกรรม หรือการบริการ หรือผู้ประกอบพาณิชยกรรม จะได้รับอนุญาตให้นำคนต่างด้าว ซึ่งเป็นช่างฝีมือ ผู้ชำนาญการ คู่สมรส และบุคคลซึ่งอยู่ในอุปการะ เข้ามาและอยู่ในราชอาณาจักร ตามจำนวนและภายในกำหนดระยะเวลาที่คณะกรรมการ กนอ. เห็นสมควร
 - คนต่างด้าวซึ่งเป็นช่างฝีมือหรือผู้ชำนาญการ ซึ่งได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร ได้รับอนุญาตให้ทำงานเฉพาะตำแหน่งที่คณะกรรมการ กนอ. ให้ความเห็นชอบ ตลอดระยะเวลาที่ได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักร
 - ผู้ประกอบกิจการอุตสาหกรรม หรือการบริการ หรือผู้ประกอบพาณิชยกรรม ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่นอกราชอาณาจักร จะได้รับอนุญาตให้ส่งเงินออกไปนอกราชอาณาจักรเป็นเงินตราต่างประเทศได้ เมื่อเงินนั้นเป็นเงินทุนที่นำเข้ามา เงินปันผลหรือผลประโยชน์ที่เกิดจากเงินทุนนั้น เงินกู้ต่างประเทศ และเงินที่ผู้ประกอบอุตสาหกรรม หรือการบริการหรือผู้ประกอบพาณิชยกรรมมีข้อผูกพันกับต่างประเทศสิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรและการอำนวยความสะดวกในเขตประกอบการเสรี

ผู้ดำเนินการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม

ตาราง 8 การศึกษาเปรียบเทียบกรณีศึกษาย่านเศรษฐกิจในประเทศ ตามมิติของเครือข่ายวิสาหกิจ, ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2563

มิติการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจ	นโยบายและเป้าหมาย	มาตรการสนับสนุน บริบทรอบการพัฒนา	มาตรการสนับสนุน ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	มาตรการสนับสนุน การจัดการคลัสเตอร์
<i>ประเด็นย่อย</i>		1. นโยบายสนับสนุน 2. โครงสร้างพื้นฐาน 3. เครื่องมือสนับสนุน (เช่น ซอฟต์แวร์) 4. ทักษะแรงงาน 5. องค์กร 6. กฎระเบียบ	1. โครงสร้าง, ประเภท 2. ความร่วมมือ 3. ประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์ 4. ประโยชน์ต่อคลัสเตอร์	1. กลยุทธ์และการกำกับดูแล 2. การจัดหาเงินทุนภายนอก 3. บริการส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจ¹³ 4. ความสำเร็จและการยอมรับ
ย่านนวัตกรรม การแพทย์โยธี กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย	Yothi Medical Innovation District (YMID) มีพันธกิจสำคัญ 5 ด้าน คือ 1) พื้นที่สำหรับการวิจัยพัฒนา 2) สนับสนุนการลงทุนนวัตกรรม 3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน 4) ฐานข้อมูลเพื่อการบริหารด้านการแพทย์ 5) ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจจากการพัฒนาย่านนวัตกรรม	โครงสร้างพื้นฐาน ยกระดับการบริการทางการแพทย์ โดยนำนวัตกรรมและระบบประมวลผลสำหรับการรักษาและดูแลสุขภาพแก่ประชาชนที่รับการรักษาภายในย่าน	การจัดหาและเข้าถึงเงินทุน ผลักดันและส่งเสริมการลงทุนร่วมกับ Startup และนักลงทุนในสาขาต่างๆ เพื่อพัฒนาด้านเทคโนโลยีและเครื่องมือแพทย์ ลดต้นทุนการนำเข้าจากต่างประเทศ	กลยุทธ์และการกำกับดูแล • สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) บริการส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจ และจัดหาเงินทุนภายนอก • Funging & Incentive สนับสนุนทุนวิจัยและสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมในการร่วมพัฒนาวิจัย

¹³ บริการส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจส่วนมากครอบคลุม การพัฒนาบุคคล การส่งเสริมด้านการประกอบการ แลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ภายในกลุ่ม จับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอก การทำให้เป็นนานาชาติ และการร่วมพัฒนาสินค้าและเทคโนโลยี เป็นต้น

มิติการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจ	นโยบายและเป้าหมาย	มาตรการสนับสนุน บริบทรอบการพัฒนา	มาตรการสนับสนุน ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	มาตรการสนับสนุน การจัดการคลัสเตอร์
	เป้าหมาย: เป็นศูนย์กลางพัฒนา นวัตกรรม ด้านการแพทย์และการวิจัย และมีเป้าประสงค์ด้านการให้บริการ การแพทย์สาธารณะ และด้านการ ลงทุนเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมและการ วิจัย			- Startup Support ตั้งแต่เริ่มต้น จนสำเร็จ เชื่อมโยงประสานความ ร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายใน ย่าน - Sharing ideas & partnered projects พัฒนาเครือข่ายความ ร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายใน ภายนอก - Consulting ให้คำปรึกษาเพื่อ ร่วมงานกับเครือข่ายภายในย่าน Database provider ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ สำหรับการวิจัยและการลงทุน
ย่านนวัตกรรม รัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย	การพัฒนาเครือข่ายภายในย่าน และ ชุมชน สืบสานและต่อยอดภูมิปัญญา ท้องถิ่นในรูปแบบนวัตกรรม การ ส่งเสริมสภาพแวดล้อมเพื่ออ้าง คุณค่า ของแหล่งประวัติศาสตร์ เป้าหมาย : เพื่อให้ย่านเมืองเก่ากทม.มี คุณลักษณะ 3 ประการ ดังนี้ 1) วัฒนธรรมสร้างสรรค์ 2) เศรษฐกิจ		มาตรการสนับสนุนยังไม่ชัดเจน แต่มี โครงการส่งเสริมสนับสนุน (ที่ผ่านมาถึง ปี 2562) ดังนี้ - กิจกรรมพัฒนาทักษะ โดย ผู้ประกอบการชุมชน - กิจกรรมการรวมกลุ่ม เพื่อพัฒนา ชุมชนและผู้ประกอบการ - การจัดงานนิทรรศการออกงาน ภายในย่าน	กลยุทธ์และการกำกับดูแล สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) , มหาวิทยาลัย ศิลปากร

มิติการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจ	นโยบายและเป้าหมาย	มาตรการสนับสนุน บริบทรอบการพัฒนา	มาตรการสนับสนุน ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	มาตรการสนับสนุน การจัดการคลัสเตอร์
	สร้างสรรค์ 3) เมืองสร้างสรรค์ 4) การ สร้างสภาพแวดล้อมเมืองอยู่ดีมีสุข		กิจกรรมพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ร่วมกับมหาวิทยาลัย	
เขตนวัตกรรม ระเบียงเศรษฐกิจ พิเศษภาค ตะวันออก วัง จันทร์วัลเลย์ อำเภอวังจันทร์ จังหวัดระยอง ประเทศไทย	การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและ นวัตกรรมมุ่งเน้นถ่ายทอดเทคโนโลยี ให้กับภาคอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนา 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ เป้าหมาย: ยกระดับเทคโนโลยี อุตสาหกรรม สร้างมาตรฐานสินค้าและ เพิ่มมูลค่าส่งออก/ เป็นฐานเชื่อมโยง งานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการใช้ ประโยชน์เชิงพาณิชย์/ แหล่งทุนวิจัย นวัตกรรม/ สร้างผู้ประกอบการ/ แหล่ง จ้างงานนักวิจัยและนวัตกรรมมากกว่า 10,000 คน	โครงสร้างพื้นฐาน - โครงสร้างพื้นฐานที่สามารถใช้ สอยร่วมกัน อาทิ อุปกรณ์/ เครื่องมือวิเคราะห์ทดสอบ โรง ผลิตชิ้นงานต้นแบบ โคเวิร์ค กิ้งสเปซ สนามทดลองและ ทดสอบ กฎระเบียบ - พื้นที่ผ่อนปรนกฎระเบียบในการ ทำนวัตกรรม (Regulatory Sandbox) และเป็นแหล่งรวมนัก วิทยาศาสตร์ นักวิจัย และ ผู้เชี่ยวชาญ	พื้นที่ทำงาน - สิทธิการเช่าที่ดินระยะยาวสำหรับ จัดตั้งศูนย์วิจัย และ การเช่าพื้นที่ ในอาคารเพื่อการวิจัยและพัฒนา แผนธุรกิจในทางการเงิน - ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สูงสุด 13 ปี - อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 17% คงที่ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ - ยกเว้นอากรนำเข้าวัตถุดิบ สำหรับการทำวิจัยและพัฒนา - วิชาทำงานสำหรับผู้เชี่ยวชาญ ต่างชาติ	กลยุทธ์และการกำกับดูแล สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

มิติการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจ	นโยบายและเป้าหมาย	มาตรการสนับสนุน บริบทกรอบการพัฒนา	มาตรการสนับสนุน ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	มาตรการสนับสนุน การจัดการคลัสเตอร์
เมืองนวัตกรรม อาหาร (Food Innopolis) อุทยาน วิทยาศาสตร์ ประเทศไทย จังหวัดปทุมธานี	Food Innopolis เป็นเขตลงทุนวิจัย พัฒนา และนวัตกรรมของภาคเอกชน เพื่อยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหาร เป้าหมาย: เพื่อให้เกิดระบบนิเวศการ วิจัยที่เหมาะสมต่อการทำวิจัยพัฒนา และนวัตกรรมด้านอาหาร	โครงสร้างพื้นฐาน - ห้องปฏิบัติการศูนย์วิจัยแห่งชาติ 4 ศูนย์ - Food & feed innovation center+ - Co- working space และ lifestyle facility	พื้นที่ทำงาน - พื้นที่เช่าเพื่อการทำวิจัยและ นวัตกรรม ในรูปแบบต่างๆ เช่น อาคาร หรือที่ดินเปล่า แผนธุรกิจในทางการเงิน การจัดหาและเข้าถึงเงินทุน - ประสานงานแหล่งเงินทุนวิจัย และเงินร่วมลงทุน เพิ่มความสามารถทางธุรกิจ - บ่มเพาะผู้ประกอบการ เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจ นวัตกรรมอาหารและ ประสานงานเพื่อจัดตั้งธุรกิจ - บริการฐานข้อมูลด้านการ ตลาดเชิงลึก - บริการการวิจัยผู้บริโภคและ การวิจัยตลาด - วางแผนธุรกิจและแผนการ ตลาด	กลยุทธ์และการกำกับดูแล - สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) บริการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ - One Stop service เพื่อลด ระยะเวลาการติดต่อประสานงาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น BOI, กรมสรรพากร, ออย., สถาบัน อาหาร, หน่วยงานที่ให้บริการ ทดสอบและรับรองมาตรฐาน, FoSTAT, มหาวิทยาลัย และ สถาบันวิจัยต่างๆ เป็นต้น - บริการในรูปแบบ Service Platform เพื่อสนับสนุนการ พัฒนานวัตกรรมอาหารสำหรับ บริษัทเอกชนโดยอาศัยกลไกความ ร่วมมือจากเครือข่ายเชี่ยวชาญ ด้านนวัตกรรมอาหารของ Food Innopolis จากทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ

มิติการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจ	นโยบายและเป้าหมาย	มาตรการสนับสนุน บริบทรอบการพัฒนา	มาตรการสนับสนุน ผู้เข้าร่วมคลัสเตอร์	มาตรการสนับสนุน การจัดการคลัสเตอร์
			ให้บริการและคำปรึกษาด้าน การบริหารจัดการทรัพยากร ทางปัญญา	
ทรู ดิจิทัล พาร์ค (True Digital park) กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย	วิสัยทัศน์: เป็นระบบนิเวศครบวงจร และเปิดกว้างสำหรับสตาร์ทอัพและ ผู้ประกอบการด้านดิจิทัล ที่ผลักดันให้ ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลาง นวัตกรรมดิจิทัลระดับโลก	โครงสร้างพื้นฐาน - ระบบสื่อสารและโทรคมนาคม เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 1 Gbps และ Wifi - Innovation Space ศูนย์ทดลอง นวัตกรรมและการเรียนรู้จาก หน่วยงานภาครัฐ บริษัทต่างๆและ องค์กรชั้นนำของโลก สิ่งอำนวยความสะดวก - Event and Business Services Space พื้นที่สำหรับจัดประชุม สัมมนา	พื้นที่ทำงาน โซนทำงานพื้นที่รวม 77,000 ตรม. แบ่งเป็น Co-working space และ Office space Innovation Space Event and Business Services Space	กลยุทธ์และการกำกับดูแล - บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น บริการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ - ศูนย์บริการทางธุรกิจ - ศูนย์บริการครบวงจรจากภาครัฐ

บทที่ 6 การศึกษาวิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

บทนี้เป็นเนื้อหาจากผลการสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน ทั้งบุคลากรสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการธุรกิจ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์ที่ต้องการจะได้รับ และนำไปวิเคราะห์ความเหมือนและความแตกต่างของความต้องการของแต่ละสาขาอุตสาหกรรมทั้ง 15 สาขา ผ่านวิธีการสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ ประกอบด้วยเนื้อหา 2 ส่วนดังนี้

- 1) ผลการสำรวจความต้องการสนับสนุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- 2) การวิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมาย

6.1 ผลการสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ผลการสำรวจความคิดเห็นเป็นการประเมินเชิงปริมาณของทัศนคติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการสามารถประเมินสัดส่วนของความเห็นของกลุ่มเป้าหมายในเชิงประเด็น เป็นการสรุปความคืบหน้าในเดือนกรกฎาคม จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 204 คน โดยผลการสำรวจความคิดเห็นแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลทางธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

ส่วนที่ 3 ความต้องการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์

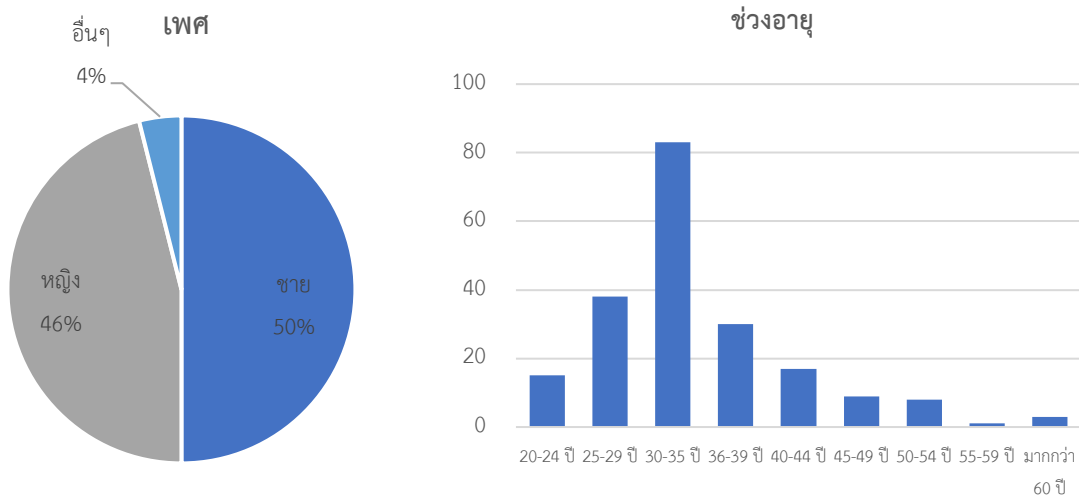
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะด้านมาตรการและสิทธิประโยชน์อื่นๆ

6.1.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลทางธุรกิจ

ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลทางธุรกิจ เพื่อทำความเข้าใจ ลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ และการดำเนินการของธุรกิจสร้างสรรค์ตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain)

1) ข้อมูลทั่วไปและลักษณะสำคัญ

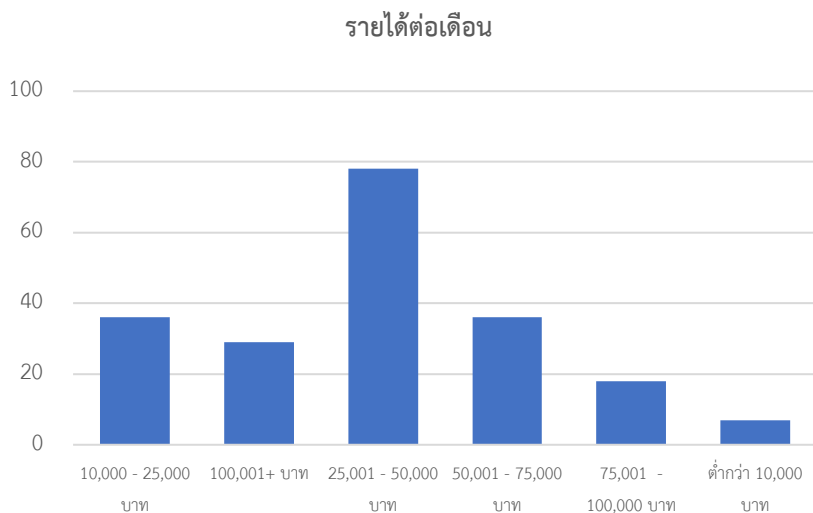
● เพศ/ อายุ



รูป 24 แผนภูมิแสดงผลสำรวจข้อมูลด้านเพศและอายุของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านเพศและอายุ มีสัดส่วนดังนี้ เพศชาย 102 คน (50%) เพศหญิง 94 คน (46%) อื่นๆ 8 คน (4%) และมีสัดส่วนของช่วงอายุ ดังต่อไปนี้ จำนวนช่วงอายุที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 30-35 ปี 83 คน (41%) รองลงมา ได้แก่ 25-29 ปี 38 คน (19%) และ 36-39 ปี 30 คน (15%)

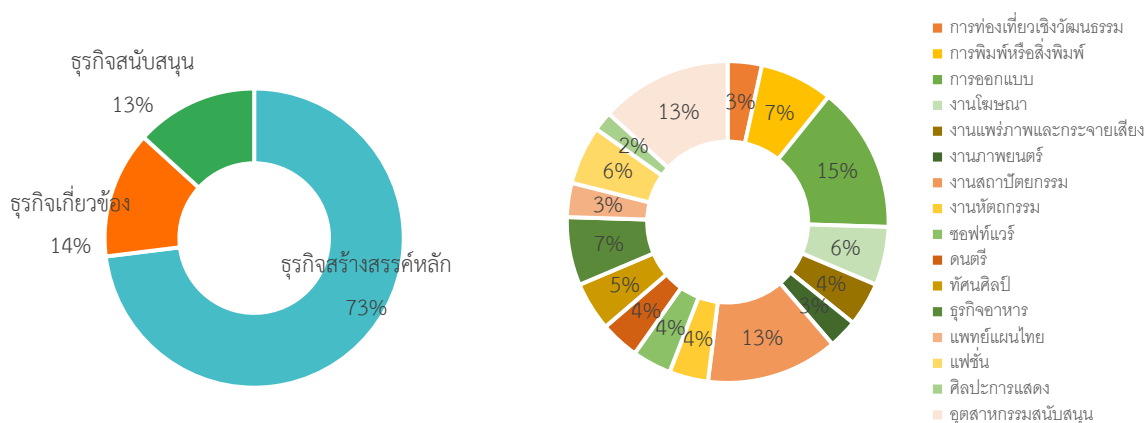
● รายได้ต่อเดือน



รูป 25 แผนภูมิแสดงผลสำรวจข้อมูลรายได้ต่อเดือนของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านรายได้ต่อเดือนที่มีตอบแบบสอบถามมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 25,001-50,000 บาท จำนวน 78 คน (38%) รองลงมา ได้แก่ 10,000-25,000 บาท 36 คน (18%) และ 50,000-75,000 บาท 36 คน (18%)

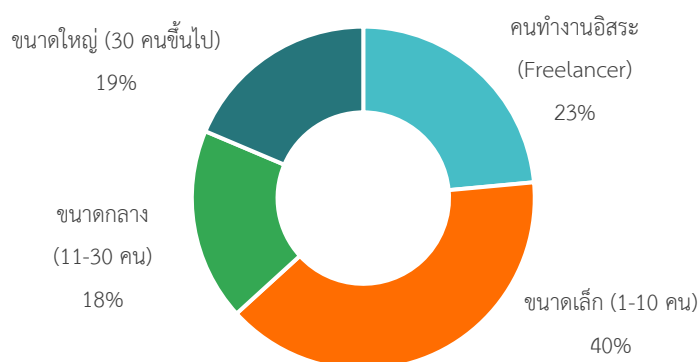
- สัดส่วนธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจทั่วไปที่เกี่ยวข้อง



รูป 26 แผนภูมิแสดงผลสำรวจข้อมูลทั่วไปและข้อมูลทางธุรกิจของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

สัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์หลัก จำนวน 149 คน (73%) ประกอบด้วย ธุรกิจ การพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ การออกแบบ งานโฆษณา งานแพร่ภาพและกระจายเสียง งานภาพยนตร์ งานสถาปัตยกรรม งานหัตถกรรม ซอฟต์แวร์ ดนตรี ทัศนศิลป์ แฟชั่น ศิลปะการแสดง, กลุ่มธุรกิจเกี่ยวข้อง จำนวน 28 คน (14%) ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธุรกิจอาหาร และแพทย์แผนไทย, กลุ่มธุรกิจสนับสนุน จำนวน 27 คน (13%) เช่น ธุรกิจที่ขายวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์และบริการให้กับธุรกิจสร้างสรรค์หลัก เป็นต้น

- ขนาดองค์กร



รูป 27 แผนภูมิแสดงผลสำรวจข้อมูลขนาดองค์กรของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

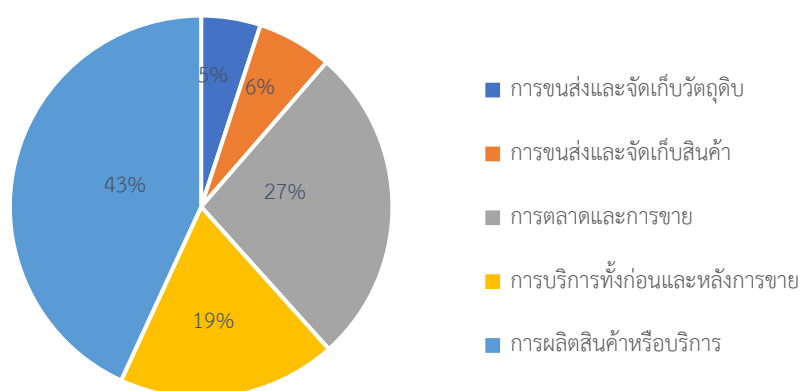
จากผลสำรวจขนาดองค์กรมีสัดส่วนของ ธุรกิจขนาดเล็ก (1-10 คน) จำนวน 81 คน (40%) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมา ได้แก่ กลุ่มคนทำงานอิสระ จำนวน 48 คน (23%) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับลักษณะสำคัญของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Key Characteristic of CCI cluster) ในเนื้อหาบทที่ 3.2.3 ที่ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมว่าเป็นสาขาที่มีธุรกิจขนาดเล็กและคนทำงานอิสระจำนวนมากทำงานอยู่ มีบริษัทขนาดเล็กมีจำนวนมาก

สัดส่วนขนาดองค์กรอื่นๆจากผลสำรวจ ได้แก่ ธุรกิจขนาดใหญ่ (30 คนขึ้นไป) จำนวน 38 คน (19%) และ ธุรกิจขนาดกลาง (11-30 คน) จำนวน 37 คน (18%)

2) การดำเนินการของธุรกิจสร้างสรรค์ตามกรอบแนวคิดห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value chain)

ห่วงโซ่คุณค่าสามารถวัดได้จากคุณค่าที่ลูกค้าได้รับและยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัท มากน้อยเพียงใดผ่านกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน

- ภาพรวมของกิจกรรมหลักในแต่ละสาขาอุตสาหกรรม

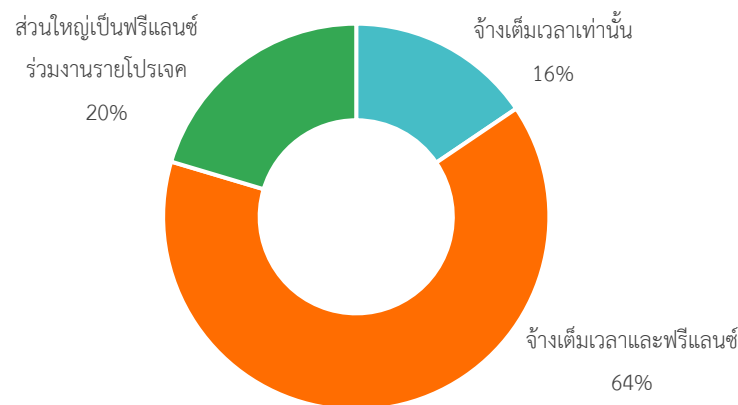


รูป 28 แผนภูมิแสดงผลสำรวจภาพรวมของกิจกรรมหลักในแต่ละสาขาอุตสาหกรรมของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลสำรวจของทุกสาขาอุตสาหกรรม พบว่าลักษณะกิจกรรมของธุรกิจที่เกิดขึ้นมี 5 ประเภท ได้แก่ การผลิตสินค้าหรือบริการ (43%) การตลาดและการขาย (27%) การบริการทั้งก่อนและหลังการขาย (19%) การขนส่งและจัดเก็บสินค้า (6%) การขนส่งและจัดเก็บวัตถุดิบ (5%) กิจกรรมที่หลากหลายและแตกต่างกันนี้เป็นลักษณะที่สำคัญของกลุ่มเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การเชื่อมโยงกันในเครือข่ายจะช่วยส่งเสริมให้

ความแตกต่างทั้งในรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) นำมาซึ่งการพัฒนาให้เกิดสินค้าและบริการเชิงพาณิชย์ได้ สอดคล้องกับข้อมูลแกนหลักที่กำหนดความเชี่ยวชาญของเครือข่ายวิสาหกิจ (The core and defining specialisation of clusters) ตามลักษณะสำคัญของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Key Characteristic of CCI cluster) ในหัวข้อ 3.2.3

- โครงสร้างพื้นฐานองค์กร

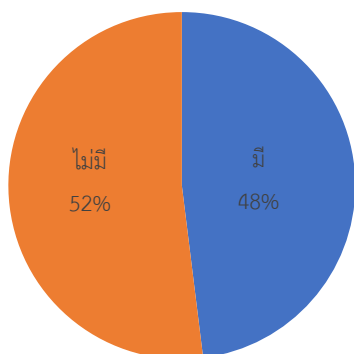


รูป 29 แผนภูมิแสดงผลสำรวจโครงสร้างพื้นฐานองค์กรของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

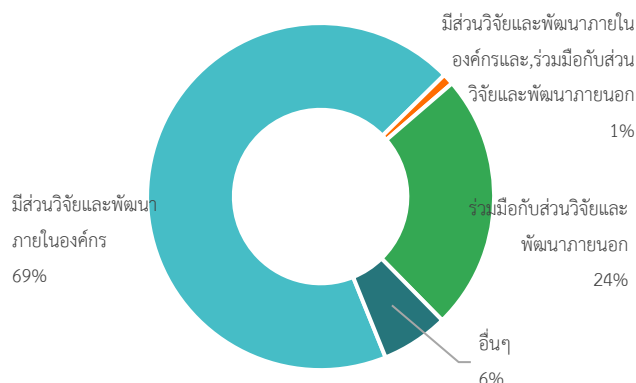
ข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานองค์กร เป็นการเก็บข้อมูลสำรวจจากกลุ่มเจ้าของกิจการธุรกิจสร้างสรรค์ คิดเป็นจำนวน 103 คน (50.49%) จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ผลสำรวจพบว่าส่วนใหญ่มีการจ้างพนักงานเต็มเวลาร่วมกับฟรีแลนซ์ จำนวน 66 คน (64%) รองลงมาได้แก่ ส่วนใหญ่เป็นฟรีแลนซ์ร่วมงานรายโปรเจค จำนวน 21 คน (20%) และจ้างเต็มเวลาเท่านั้น 16 คน (16%) ข้อมูลจากผลสำรวจดังกล่าวจะเห็นได้ว่ารูปแบบการทำงานในโครงสร้างส่วนใหญ่ของกลุ่มสำรวจ มีรูปแบบโครงสร้างการทำงานเป็นทีมที่ยืดหยุ่น เกิดความร่วมมือในระดับบุคคลมากกว่าองค์กร ซึ่งนับเป็นพลวัตพลวัตของการปฏิสัมพันธ์และการเชื่อมโยง (Dynamics and linkages)) ในหัวข้อ 3.2.3

- กระบวนการวิจัย

กระบวนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี
ในการประกอบธุรกิจ



รูปแบบกระบวนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีภายในองค์กร



รูป 30 แผนภูมิแสดงผลสำรวจกระบวนการวิจัยในการประกอบธุรกิจของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลสำรวจพบว่า กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์มีสัดส่วนของกระบวนการใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการประกอบธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน โดยจำนวน 106 คน (52%) ไม่มีการวิจัยและพัฒนา (R&D) และ 98 คน (48%) มีการวิจัยและพัฒนา (R&D) เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ และภายในกลุ่มผู้มีการวิจัยและพัฒนา มีส่วนวิจัยพัฒนาภายในองค์กรเอง 69% รองลงมา ได้แก่ การร่วมมือกับส่วนวิจัยพัฒนาภายนอก 24% อื่นๆ 6% (ศึกษาหาความรู้เรื่องวิธีการวิจัยและนำกลับมาใช้งาน, ร่วมมือกับแหล่งทุนและมหาวิทยาลัยต่างประเทศ) และมีเพียง 1% ที่มีส่วนวิจัยพัฒนาภายในองค์กรและร่วมมือกับภายนอก

ทั้งนี้จากข้อมูลผลสำรวจพบว่า กลุ่มผู้ผลิตงานธุรกิจสร้างสรรค์ยังคงมีความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลและและใช้ประโยชน์จากการวิจัยจากความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆอยู่มาก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานอิสระ กลุ่มธุรกิจขนาดเล็กและกลาง

3) ลักษณะสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย “ผู้ที่น่าจะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน” ตามลักษณะที่คาดว่าจะมีแนวโน้มในการย้ายสถานที่ประกอบธุรกิจมาในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

- กลุ่มผู้ประกอบการหรือคนทำงานที่มีอายุงานหรือการประกอบธุรกิจในระยะเริ่มต้น (0-5 ปี)
- กลุ่มผู้ประกอบการหรือคนทำงานที่มีอายุน้อย (20-35 ปี)
- กลุ่มผู้ประกอบการหรือคนทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำ-ปานกลาง (ต่ำกว่า 10,000-50,000 บาท)
- กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (1-10 คน)
- กลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้พื้นที่ในการประกอบการขนาดเล็ก (ไม่เกิน 150 ตารางเมตร)

สัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายตามปัจจัยแนวโน้มการย้ายสถานที่ประกอบธุรกิจมาในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ข้างต้น มีจำนวน 41 คน (20.09%) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 204 คน ซึ่งในสัดส่วนดังกล่าว ประกอบด้วยกลุ่มสาขาธุรกิจสร้างสรรค์ที่หลากหลาย

กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์หลัก 12 สาขา ได้แก่ การออกแบบ (9), งานสถาปัตยกรรม (7), การพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์ (5), งานโฆษณา (3), งานภาพยนตร์ (2), งานหัตถกรรม (2), ศิลปะการแสดง (2), ดนตรี (2), ทักษะศิลป์ (2), ซอฟต์แวร์ (1), งานแพร่ภาพและกระจายเสียง (1), แฟชั่น (1),

กลุ่มธุรกิจเกี่ยวข้อง 2 สาขา ได้แก่ ธุรกิจอาหาร (1), แพทย์แผนไทย (1)

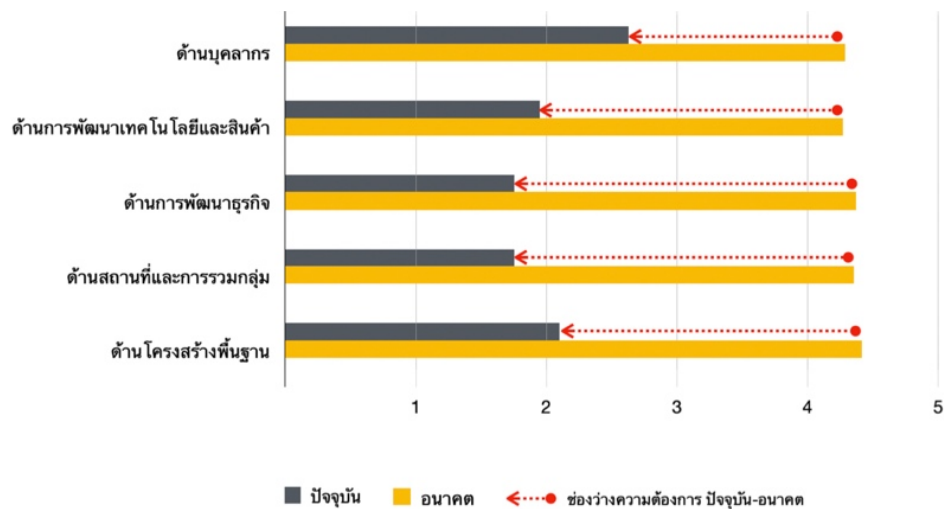
6.1.2 ส่วนที่ 2 ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์

ความท้าทายในการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์สู่เป้าหมาย เพื่อระบุความท้าทายจากช่องว่างระหว่างความคาดหวังการสนับสนุนจากย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความเป็นจริงในด้านต่างๆ 5 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านบุคลากร
- 2) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า
- 3) ด้านธุรกิจสร้างสรรค์
- 4) ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม
- 5) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ด้านการพัฒนาบุคลากร	ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า	ด้านการพัฒนาธุรกิจ	ด้านสถานที่/การรวมกลุ่ม	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน
การพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ เพื่อส่งเสริมศักยภาพการทำงาน	ทุนวิจัยและพัฒนา	การจดสิทธิบัตร หรือการออกใบอนุญาตในการประกอบธุรกิจ	การเข้าถึงพื้นที่สนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้
การจัดหาแรงงานหรือทีมงาน ที่มีทักษะเฉพาะ	จับคู่แหล่งเงินทุน และการระดมทุนสนับสนุน	การเข้าถึงทางการเงิน	สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์	สาธารณูปการสำหรับการใช้ชีวิตประจำวัน
การแนะแนวและพัฒนาเส้นทางอาชีพในธุรกิจสร้างสรรค์	ความร่วมมือพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า ร่วมกับมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม	การให้บริการคำปรึกษาด้านทางประกอบการ	การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคภายนอก	สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ
ส่งเสริมการฝึกทักษะเฉพาะให้คนในย่านเพื่อรองรับธุรกิจสร้างสรรค์	เครื่องมือสนับสนุนด้านการผลิตเทคโนโลยีและสินค้า	การส่งเสริมการส่งออกสินค้า	การเชื่อมโยงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องและชุมชน ภายในย่าน	การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน
	การเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ	การเข้าถึงแหล่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในราคาพิเศษ	การแลกเปลี่ยนข้อมูล อุปกรณ์การผลิต วัตถุดิบ ภายในกลุ่มธุรกิจ	การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน
	การเข้าถึงเทคโนโลยีและเครื่องมือเพื่อส่งเสริมกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ			การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เชิงกายภาพ

ตาราง 9 สรุปการสนับสนุนจากย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความเป็นจริงในด้านต่างๆ 5 ด้าน



รูป 31 แผนภูมิแสดง ผลสำรวจช่องว่างระหว่างความคาดหวังการสนับสนุนจากย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความเป็นจริงในด้านต่างๆ 5 ด้าน

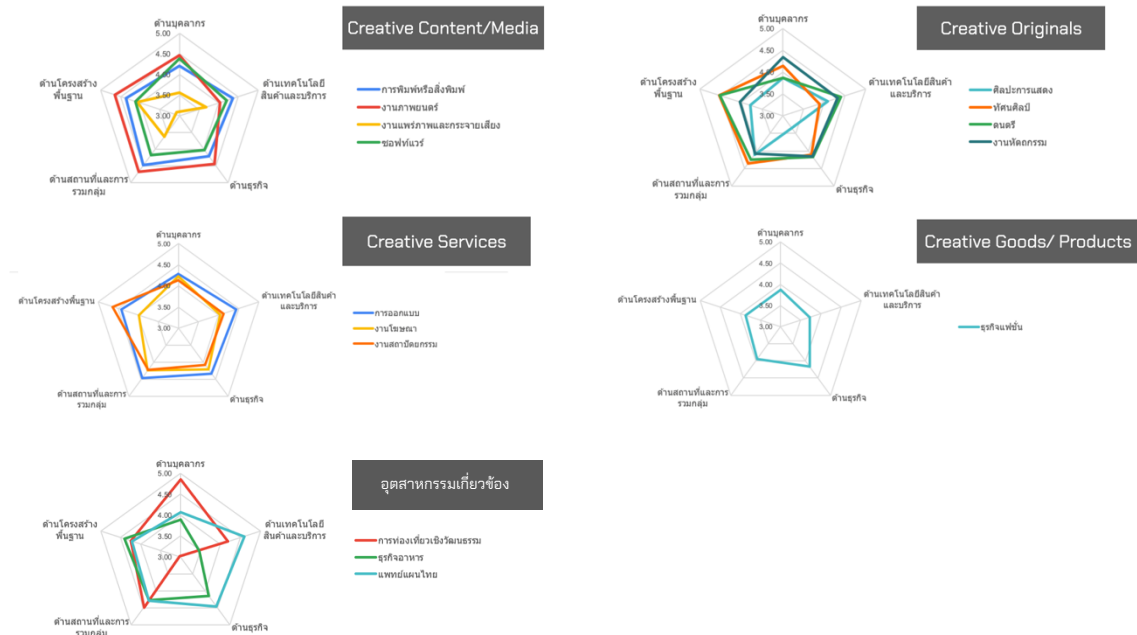
ข้อมูลผลสำรวจพบว่าช่องว่างระหว่างความคาดหวังด้านการสนับสนุนที่มีมากที่สุด ได้แก่ ความต้องการการสนับสนุนด้านการพัฒนาธุรกิจ และด้านสถานที่และการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินธุรกิจ

6.1.3 ส่วนที่ 3 ความต้องการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์

1) ภาพรวมความต้องการสนับสนุนของผู้ประกอบการธุรกิจ (204)

ความต้องการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ เพื่อรับทราบความเหมือนและความแตกต่างของความต้องการสนับสนุนของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้ง 15 อุตสาหกรรม ตามกลุ่มตามลักษณะและรูปแบบของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่

- Creative Original (หัตถกรรม, ดนตรี, ศิลปะการแสดง, ทัศนศิลป์)
- Creative Content/ Media (ภาพยนตร์, การพิมพ์, งานแพร่ภาพและกระจายเสียง, ซอฟต์แวร์)
- Creative Services (งานโฆษณา, การออกแบบ, สถาปัตยกรรม)
- Creative Goods/ Products (แฟชั่น)
- อุตสาหกรรมเกี่ยวข้อ (แพทย์แผนไทย, การท่องเที่ยว, ธุรกิจอาหาร)



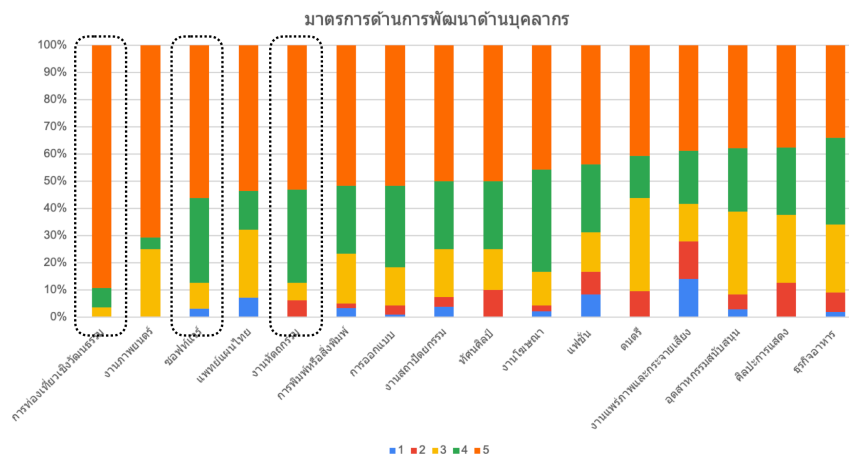
รูป 32 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ในภาพรวม

จากผลสรุปภาพรวมความต้องการในด้านต่างๆ 5 ด้าน แบ่งตามประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างและความสอดคล้องด้านความต้องการที่หลากหลายของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม จากข้อมูลค่าเฉลี่ยพบว่าในบางกลุ่มอุตสาหกรรมมีความต้องการต่ำในบางมาตรการ เช่น งานแพร่ภาพกระจายเสียง/การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ ศิลปะการแสดง มีความต้องการด้านการพัฒนาธุรกิจต่ำกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆ ในขณะที่เดียวกันบางกลุ่มอุตสาหกรรม มีความต้องการสูงในบางมาตรการ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีความต้องการการพัฒนาด้านบุคลากรที่สูง, งานภาพยนตร์มีความต้องการการพัฒนาด้านสถานที่และการรวมกลุ่มสูงกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆ

ความต้องการสนับสนุนแต่ละด้าน

● ด้านบุคลากร

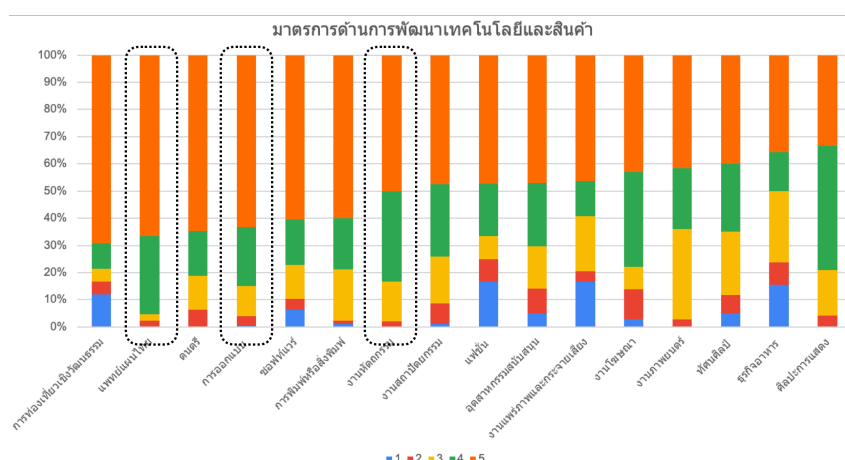
กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ อุตสาหกรรมหัตถกรรม มีความต้องการมาตรการด้านการพัฒนาบุคลากรมากเป็นอันดับต้นๆ ตัวอย่างมาตรการด้านการพัฒนาบุคลากร เช่น การพัฒนาทักษะหรือส่งเสริมความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ การจัดหาแรงงานที่มีทักษะเฉพาะและตรงความต้องการของประเภทธุรกิจ



รูป 33 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านบุคลากร

- **ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า**

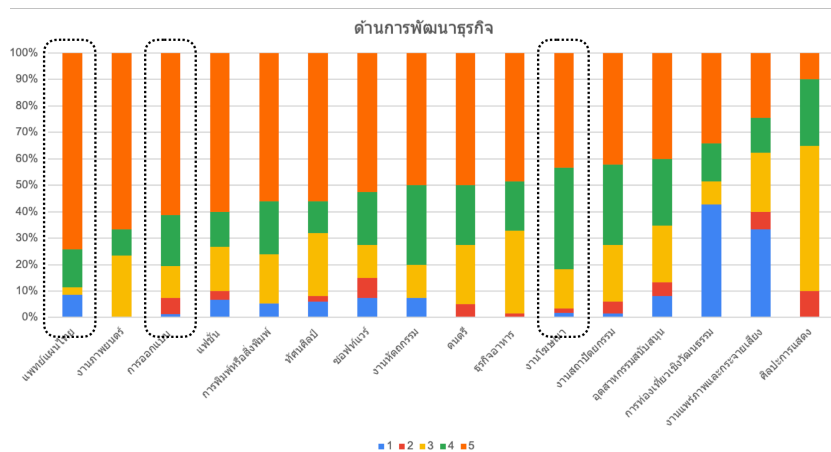
กลุ่มอุตสาหกรรมแพทย์แผนไทย/ การออกแบบ/ หัตถกรรม มีความต้องการมาตรการ ด้านการพัฒนาด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้ามากเป็นอันดับต้นๆ ตัวอย่างมาตรการด้านการพัฒนาบุคลากร เช่น ทุนการวิจัยและพัฒนาสินค้า การจับคู่แหล่งเงินทุนเพื่อการผลิต การเข้าถึงเทคโนโลยีและเครื่องมือเพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าหรือบริการ



รูป 34 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า

- **ด้านการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์**

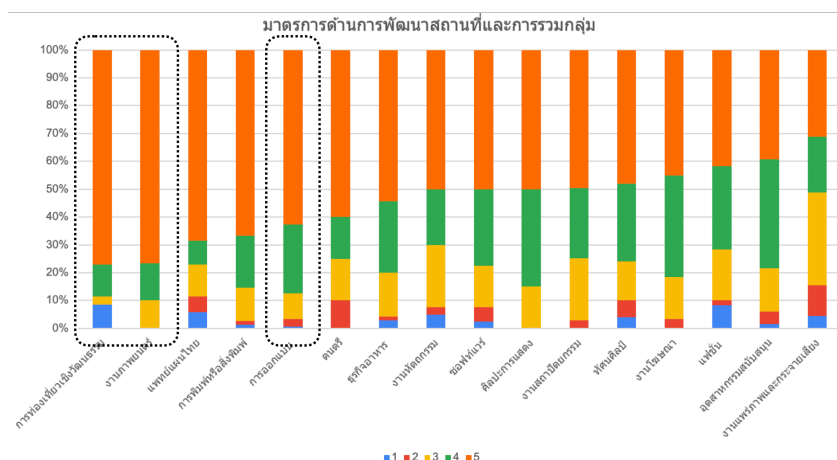
กลุ่มอุตสาหกรรมแพทย์แผนไทย/ การออกแบบ/ งานโฆษณา มีความต้องการมาตรการ ด้านการพัฒนาธุรกิจมากเป็นอันดับต้นๆ ตัวอย่างมาตรการด้านการพัฒนาธุรกิจ เช่น การกู้ยืมในดอกเบี้ยต่ำ การลดหย่อนภาษีเงินได้ ที่ปรึกษาด้านการพัฒนาโครงสร้างองค์กร การส่งเสริมการส่งออกสินค้า



รูป 35 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์

● ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม

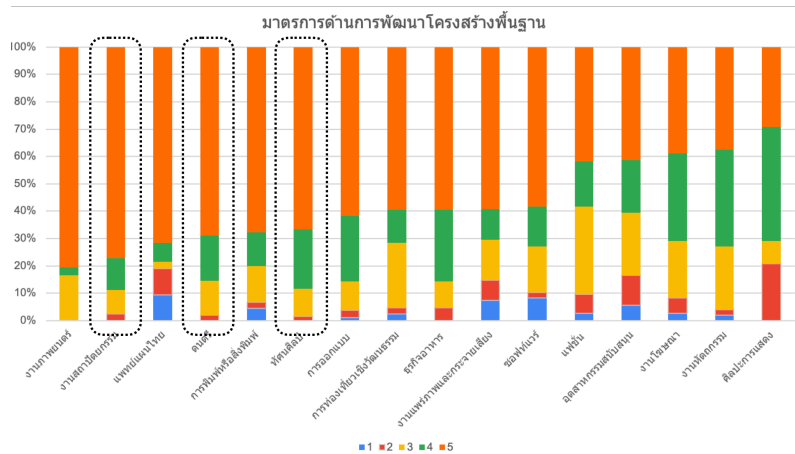
กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ งานภาพยนตร์/ การออกแบบ มีความต้องการมาตรการ ด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่มมากเป็นอันดับต้นๆ ตัวอย่างมาตรการด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม เช่น การเข้าถึงพื้นที่ส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ (พื้นที่จัดกิจกรรม, พื้นที่แสดงผลงาน/ พื้นที่ผลิตผลงาน) การลดหย่อนค่าเช่าพื้นที่ การจับคู่ธุรกิจและสร้างเครือข่ายธุรกิจสร้างสรรค์



รูป 36 แผนภูมิแสดง ผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม

● ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

กลุ่มอุตสาหกรรมงานสถาปัตยกรรม/ ดนตรี/ ทัศนศิลป์ มีความต้องการมาตรการ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานมากเป็นอันดับต้นๆ ตัวอย่างมาตรการด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ทางเดินเท้าที่ดี การพัฒนาระบบขนส่งและการสัญจรภายในย่าน การสร้างความปลอดภัยในย่าน โครงข่ายความเร็วสูง สวนสาธารณะ การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่านให้ชัดเจน ห้องสมุดและพิพิธภัณฑ์



รูป 37 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน

6.1.4 ข้อเสนอแนะด้านมาตรการและสิทธิประโยชน์อื่นๆ

ด้านบุคลากร

- การส่งเสริมการจัดอบรมเพื่อส่งเสริมธุรกิจ
- มาตรการกระจายการจ้างงานในธุรกิจสร้างสรรค์
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็ก เนื่องจากผู้ประกอบการกลุ่มนี้มักจะมีแนวคิดในการผลิตสินค้าที่สร้างสรรค์และหลากหลาย แต่ขาดทั้งเงินทุนสนับสนุน ความรู้ในการจัดการธุรกิจ และมีกำลังการผลิตต่ำ ทำให้ส่วนใหญ่มักจะทำธุรกิจไปได้ไม่นานก็ต้องเลิกไป เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันกับเจ้าของธุรกิจรายใหญ่ที่มีกำลังการผลิตสูงกว่าและมีเงินทุนมากกว่าได้
- การสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น

ด้านธุรกิจ

- นโยบายส่งเสริม/ช่วยเหลือ ในช่วงวิกฤตการณ์ เช่น การส่งเสริมธุรกิจหลังสถานการณ์ Covid-19
- นโยบายช่วยเหลือด้านผลตอบแทน/รายได้ ในกลุ่มทำงานผู้ประกอบการสร้างสรรค์ขนาดเล็กและฟรีแลนซ์
- ลดหย่อนภาษีสองเท่าเมื่อทำกิจกรรมเชิงสังคม หรือเกี่ยวข้องกับด้านการศึกษา เช่น โรงเรียน
- ลดภาษีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- การเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ
- โครงการสนับสนุนด้านทุนเพื่อธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อชุมชนและภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อให้ได้รับการต่อยอดและเป็นรายได้กลับสู่ชุมชน ท้องถิ่น และรักษานวัตกรรมทางภูมิปัญญาให้ไม่หายไป

- การให้สิทธิตามกลุ่มช่วงอายุและรายได้
- tax break/tax incentive สำหรับการซื้อขายงานสร้างสรรค์ในย่าน
- ให้ความรู้ผู้ประกอบการ, เจ้าของแบรนด์เรื่องการจดทะเบียนการค้า, สิทธิบัตรต่างๆ ความรู้ด้านกฎหมาย สร้าง database ของ brand ที่ register กับ CEA เอาไว้
- ยกเว้นการเข้าระบบภาษีมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ส่งออก
- สิทธิพิเศษด้านภาษีสำหรับผู้ประกอบการหรือกลุ่ม Start-up ที่สร้างนวัตกรรม
- ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระเบียบการจ่ายเงินระหว่างบริษัทคู่ค้า ระบบการวางบิลต่างๆ เช่น การ hold เช็ค, ยกเลิกการให้เสนองานฟรี, รวมไปถึงปรับปรุงระบบวางบิล 60-90 วันขึ้นไป

ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า

- การเข้าถึงฐานข้อมูลส่วนกลาง ที่รวบรวมข้อมูลจำเป็นในการทำธุรกิจ ข้อมูลสาธารณะและข้อมูลเชิงพื้นที่ เพื่อให้ผู้ประกอบการนำข้อมูลไปใช้ในการทำงานได้สะดวก
- การเข้าถึงงานวิจัยหรือข้อมูลด้านการสร้างสรรค์ในไทย โดยเฉพาะข้อมูลด้านงานศิลปะต่างๆ และข้อมูลเชิงลึกในด้านพฤติกรรมและประสบการณ์ของกลุ่มคนไทย ที่ควรศึกษาและนำมาพัฒนาให้เกิดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคนไทยจริงๆ
- แหล่งข้อมูลสำหรับค้นคว้า/เข้าถึงข้อมูลผู้ผลิตสินค้า, แหล่งวัตถุดิบ เครือข่าย
- สนับสนุนด้านการเข้าถึงข้อมูลทางวัฒนธรรม (localisation)
- การส่งเสริมให้มีโปรเจกต์เชื่อมต่อระหว่างดีไซเนอร์-ผู้ประกอบการ-ผู้ผลิต-ผู้ลงทุน-ชุมชน เช่น ใน design week เพื่อเป็น showcase แห่งปีที่สามารถกลายเป็น trend référence ได้
- ลดต้นทุนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก
- ส่วนลดต้นทุนการผลิตต้นแบบสินค้า
- สิทธิประโยชน์เกี่ยวกับการขนส่งที่ได้มาตรฐานและราคาประหยัด

สถานที่และการรวมกลุ่ม

- สร้างความมีส่วนร่วมของเครือข่ายชุมชนให้มากขึ้น คิดถึงผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม
- การดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่
- การรวมกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดเล็กและฟรีแลนซ์
- การรวมกลุ่มเพื่อการตลาดและประกันภัย

- โครงการที่เชื่อมโยง supply chain นักออกแบบ ผู้ผลิต ผู้ขาย ที่มีอยู่แล้ว ให้แข็งแรง เพราะการสร้างผู้ประกอบการใหม่ขึ้นมา อาจจะสำเร็จได้ยากกว่า การช่วยพัฒนา support กลุ่มคนที่มีอยู่เดิม ให้แข็งแรงขึ้น ยั่งยืนขึ้น โดยต้องดูการช่วยเหลือเป็น case by case ไป และต้องมีการติดตามโครงการ เพราะการทำธุรกิจสร้างสรรค์ ไม่ได้ทำสำเร็จใน 1 ปีงบประมาณ ต้องมีโครงการต่อเนื่อง มีการวัดผล ถ้ามีผลลัพธ์ที่ดี ก็ควรส่งเสริมต่อไป จนเป็น country brand, country designer ที่จะกลับมาสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศ
- การสร้างพื้นที่ให้ผู้ประกอบการมีโอกาสลงตลาดจริง, พบปะลูกค้าจริง, ผู้ใช้งานจริง
- ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ มีพื้นที่ขายและแสดงให้สาธารณะได้รู้จักง่ายขึ้น หรือทำแหล่งรวมขายของออนไลน์จับกลุ่มเครือข่ายเพื่อนบ้านใกล้เคียงกัน

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

- การนำเทคโนโลยีหรือสินค้าที่พัฒนามาใช้ในย่านสร้างสรรค์ ทำให้ทุกคนเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น
- ส่งเสริมสถานที่ที่เอื้อให้คนทำงานสร้างสรรค์ได้หย่อนใจ และได้แรงบันดาลใจจากสถานที่นั้นๆ เพิ่มมากขึ้น
- ส่งเสริมให้ “ย่าน” เป็นชุมชนสังคมทาง online เนื่องจากบางทีการใช้สถานที่เป็นตัวกำหนดจะเป็นการตีกรอบชุมชนในยุคปัจจุบัน
- ส่งเสริมด้านเทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน เช่น การเดินทาง

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- เมืองครีเอทีฟจะรับคำร้องและข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปเสนอต่อรัฐสภาได้ เพื่อให้สามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว ทันท่วงทีเหตุการณ์
- ควรให้คนทำงานสร้างสรรค์มีสิทธิเสรีภาพในการสร้างสรรค์งานและเปลี่ยนมุมมองว่างานวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่มีมูลค่าทั้งในทางเศรษฐกิจและทางสังคม ดังนั้นรัฐจึงมีหน้าที่สนับสนุนให้เติบโต ควรสนับสนุนมากกว่านี้ และเปิดกว้างให้เนื้อหาที่หลากหลายและท้าทายกว่านี้ ยกเลิกการเซ็นเซอร์และบ่มเพาะวัฒนธรรมการเซ็นเซอร์ตัวเองในหมู่คนทำงานสร้างสรรค์
- อยากให้มีสิทธิประโยชน์ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมสมาชิกของ TCDC และ CEA
- การจัดซื้อจัดจ้างงานจากรัฐ ไม่ควรใช้เกณฑ์ในการจัดจ้างเกี่ยวกับการจัดหาครุภัณฑ์อื่นๆ ที่เน้นความสำคัญไปที่ราคาต่ำ เพราะธุรกิจสร้างสรรค์สามารถเพิ่มมูลค่าให้เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องได้มากมาย แต่ภาครัฐกลับไม่ส่งเสริมให้นักออกแบบที่มีผลงานที่ดีได้รับค่าตอบแทนที่สมเหตุผล กลับเลือกจากราคาค่าออกแบบที่ต่ำที่สุด ควรมีการปรับปรุงกฎระเบียบในส่วนนี้อย่างเร่งด่วน

- จำกัดความเหลื่อมล้ำของนักธุรกิจต่างชาติ เช่นชาวจีน เข้ามายังเครือข่ายธุรกิจชาวไทย ค้าขายในประเทศไทย คนไทยควรได้สิทธิประโยชน์ในการขายหรือซื้อในเครือข่ายมากกว่าชาวต่างชาติ
- รัฐบาลหน่วยงานกำกับดูแลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สื่อคอนเทนต์ และการเผยแพร่สื่อคอนเทนต์ ตามภารกิจในสมัยอนาคต ได้แก่
 - กระทรวงพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กรมทรัพย์สินทางปัญญา
 - กระทรวงวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม สำนักงานศิลปร่วมสมัย สำนักงานปลัดกระทรวง
 - กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กสทช DEPA สำนักงานปลัด
 - กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น
 - กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
 โดยแต่ละหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายที่สร้างภาระให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินการประกอบธุรกิจโดยถูกต้อง แต่ไม่สามารถบังคับผู้ประกอบการเถื่อนที่ทำผิดกฎหมายและระเบียบกฎหมายเป็นอุปสรรคล้ำสมัย ไม่เท่าทันเทคโนโลยี และมีความขัดกันเองในหลายฉบับลดขั้นตอน หรือกระชับขั้นตอน ให้เกิดความรวดเร็ว สะดวก และทุกคนเข้าถึงง่าย ไม่มีการปิดกั้นหรือเงื่อนไขที่บางครั้งเยอะเกินไป

6.2 การวิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมาย

การวิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมายที่จะสนใจในมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงระดับพื้นที่ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มที่มีแนวโน้มการย้ายเข้ามาเปิดธุรกิจ/ขยายธุรกิจ และกลุ่มที่อาศัยเครือข่ายวิสาหกิจและสภาพแวดล้อมที่มีเอกลักษณ์

6.2.1 กลุ่มที่มีแนวโน้มการย้ายเข้ามาเปิดธุรกิจ/ขยายธุรกิจ

มีสมมุติฐานของลักษณะการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

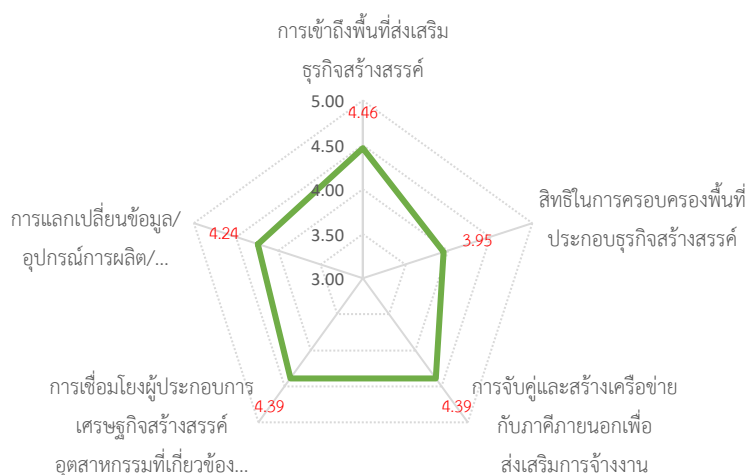
- กลุ่มเป้าหมาย “ผู้ที่น่าจะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน” ตามลักษณะที่คาดว่าจะมีแนวโน้มในการย้ายสถานที่ประกอบธุรกิจในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้
 - เป็นผู้ประกอบการหรือคนทำงานที่มีอายุงานหรือการประกอบธุรกิจในระยะเริ่มต้น ถึงระยะที่ต้องการขยายธุรกิจ (0-5 ปี)
 - ผู้ประกอบการหรือคนทำงานที่มีอายุน้อย (20-35 ปี)
 - ผู้ประกอบการหรือคนทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำ-ปานกลาง (ต่ำกว่า 10,000-50,000 บาท)
 - ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก (1-10 คน)
 - กลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้พื้นที่ในการประกอบการขนาดเล็ก (ไม่เกิน 150 ตารางเมตร)

โดยจากแบบสอบถามพบว่า มีความครอบคลุม กลุ่มจำนวน 41 คน (20.09%) ซึ่งมีผลสำรวจความต้องการสนับสนุนที่สัมพันธ์กับมาตรการเชิงพื้นที่ในรายละเอียด 2 ด้าน วิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยการให้คะแนนเกณฑ์ความต้องการ (1-5) ดังนี้

ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม

- การเข้าถึงพื้นที่ส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น พื้นที่สำหรับการประกอบกิจการหรือผลิตผลงาน พื้นที่สำหรับการแสดงผลงาน พื้นที่จัดกิจกรรม
- สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น การลดหย่อนค่าเช่า/ ซ้ำ (ห้อง, อาคาร, ที่ดิน) การลดหย่อนภาษีโรงเรือน การกำหนดเพดานค่าเช่า การประกันสัญญาเช่าระยะยาว
- การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคภายนอกเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน
- การเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน
- การแลกเปลี่ยนข้อมูล/ อุปกรณ์การผลิต/ วัตถุดิบ ภายในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์

จากแบบสอบถามพบว่า ความต้องการการส่งเสริมด้านสถานที่และการรวมกลุ่มมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ การเข้าถึงพื้นที่ส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์/ การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคภายนอกเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน และการเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน

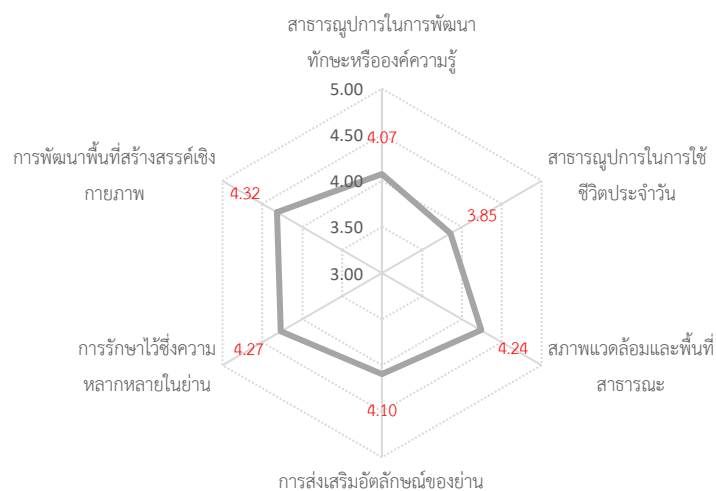


รูป 38 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่มของกลุ่มเป้าหมาย

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

- สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์
- สาธารณูปการในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ สาธารณูปโภคและการบริการสาธารณะ เช่น ระบบขนส่งและโครงข่ายการสัญจร บริการสาธารณสุข บริการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่
- สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียว
- การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน เช่น อนุรักษ์อาคารและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
- การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน เช่น การใช้ประโยชน์อาคารและที่ดินที่ผสมผสาน
- การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เชิงกายภาพ เช่น ถนนสร้างสรรค์

จากแบบสอบถามพบว่า ความต้องการการส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เชิงกายภาพ/ การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน และสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ



รูป 39 แผนภูมิแสดง ผลสรุปความต้องการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย

b) กลุ่มเป้าหมาย “ผู้ที่น่าจะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน” ตามลักษณะของกลุ่มคนที่มีแนวโน้มของรูปแบบการประกอบธุรกิจที่มีกิจกรรมและความสัมพันธ์เชิงเครือข่ายในพื้นที่ย่านสร้างสรรค์ โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีชื่อเสียงภายในย่านและเป็นกลุ่มที่มีความต้องการอยู่ในย่านที่มีเอกลักษณ์ โดยเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับคุณสมบัติดังต่อไปนี้

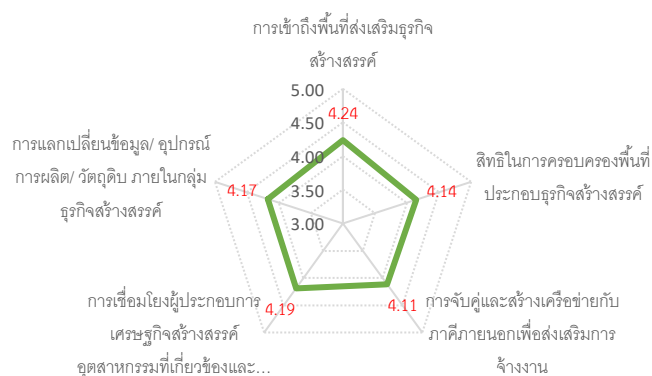
- กลุ่มที่มีความต้องการการสนับสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่มอยู่ในเกณฑ์มาก
- กลุ่มที่มีความต้องการการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในเกณฑ์มาก

จากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มเป้าหมาย b ประกอบไปด้วย ธุรกิจหัตถกรรม (จิวเวลรีและเครื่องเงิน) แฟชั่น ทักษะศิลป์ งานสถาปัตยกรรม งานภาพยนตร์และอาหาร จำนวน 63 คน (30.88%) มีผลสำรวจความต้องการสนับสนุนที่สัมพันธ์กับมาตรการเชิงพื้นที่ในรายละเอียด 2 ด้าน วิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยการให้คะแนนเกณฑ์ความต้องการ (1-5) ดังนี้

ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม

- การเข้าถึงพื้นที่ส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น พื้นที่สำหรับการประกอบกิจการหรือผลิตผลงาน พื้นที่สำหรับการแสดงผลงาน พื้นที่จัดกิจกรรม
- สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น การลดหย่อนค่าเช่า/ ซื้อ (ห้อง, อาคาร, ที่ดิน) การลดหย่อนภาษีโรงเรือน การกำหนดเพดานค่าเช่า การประกันสัญญาเช่าระยะยาว
- การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอกเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน
- การเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน
- การแลกเปลี่ยนข้อมูล/ อุปกรณ์การผลิต/ วัตถุดิบ ภายในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์

ความต้องการการส่งเสริมด้านสถานที่และการรวมกลุ่มมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ การเข้าถึงพื้นที่ส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์/ การเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน และการแลกเปลี่ยนข้อมูล/ อุปกรณ์การผลิต/ วัตถุดิบ ภายในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์

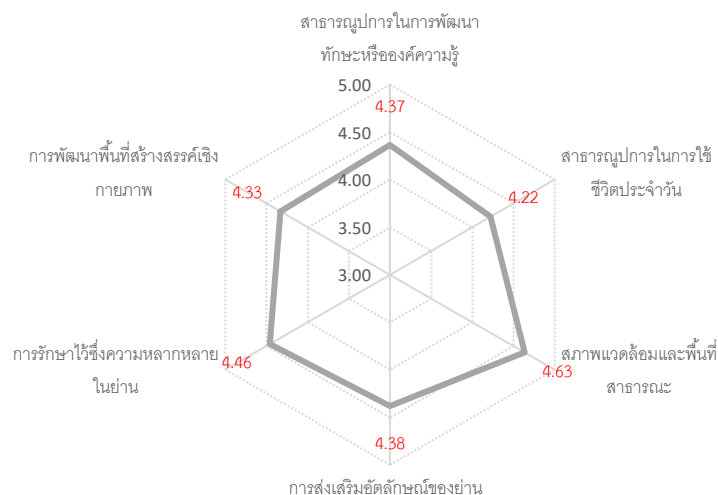


รูป 40 แผนภูมิแสดง ผลสรุปความต้องการสนันสนุนด้านสถานที่และการรวมกลุ่มของกลุ่มเป้าหมายเชิงพื้นที่

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

- สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์
- สาธารณูปการในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ สาธารณูปโภคและการบริการสาธารณะ เช่น ระบบขนส่งและโครงข่ายการสัญจร บริการสาธารณสุข บริการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่
- สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียว
- การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน เช่น อนุรักษ์อาคารและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
- การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน เช่น การใช้ประโยชน์อาคารและที่ดินที่ผสมผสาน
- การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เชิงกายภาพ เช่น ถนนสร้างสรรค์

ความต้องการการส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ/การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน และการส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน



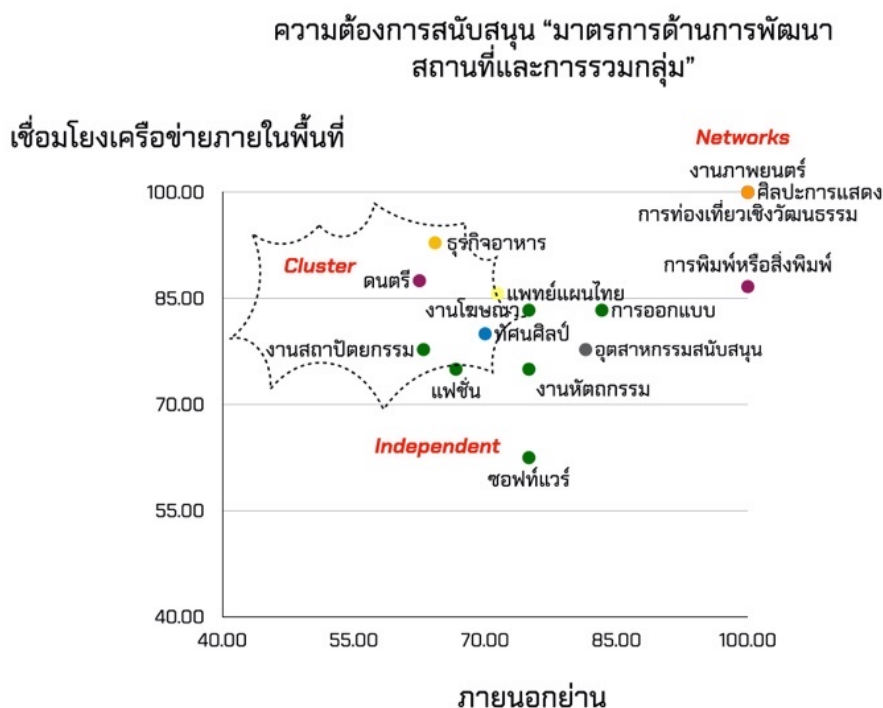
รูป 41 แผนภูมิแสดงผลสรุปความต้องการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมายเชิงพื้นที่

6.2.2 กลุ่มที่มีความต้องการเชิงพื้นที่ในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับศักยภาพและความพร้อมของย่านเจริญกรุง

จากการวิเคราะห์ศักยภาพและความท้าทายของย่านเจริญกรุงในหัวข้อ 2.1.3 นั้นพบว่า ย่านเจริญกรุงมีอัตลักษณ์ที่สำคัญ ได้แก่ 1) อัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของอาคารและสถาปัตยกรรมภายในย่านที่โดดเด่น 2) สภาพแวดล้อมของพื้นที่ริมน้ำที่มีมูลค่าสูง 3) มีโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงที่สะดวกจากระบบการขนส่งสาธารณะ 4) พื้นที่ว่างให้เช่าจำนวนกว่า 160 หน่วย โดยเฉพาะกลุ่มอาคารพาณิชย์ (116 อาคาร) และพื้นที่สำหรับออฟฟิศขนาดเล็ก 5) เป็นพื้นที่ที่มีต้นทุนของกลุ่มคลัสเตอร์กิจกรรมดั้งเดิมในสาขา Creative originals โดยเฉพาะสาขาจิ๋วเวลเลอร์ และสาขาทัศนศิลป์ 6) การเพิ่มขึ้นของการลงทุนของภาคเอกชนที่สนับสนุนงานศิลปะและวัฒนธรรม และ 7) แนวโน้มการเติบโตที่ก้าวกระโดดของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งจากศักยภาพและต้นทุนของย่านเจริญกรุงดังกล่าวมาแล้วนี้ สามารถดึงดูดกลุ่มธุรกิจที่มีความต้องการเชิงพื้นที่จากข้อมูลในแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความต้องการของกลุ่มธุรกิจต่างๆ โดยใช้เทคนิค Relational graphs ด้วย Scatter plots ได้ดังนี้

- 1) ความต้องการด้านการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ของกลุ่มธุรกิจ โดยมีต้นทุนเดิมในกลุ่มธุรกิจในสาขาอุตสาหกรรมที่มีจำนวนมากในย่านเจริญกรุงในปัจจุบัน เช่น จิ๋วเวลเลอร์และเครื่องเงิน ทัศนศิลป์ ธุรกิจอาหารและแฟชั่น เป็นต้น อย่างไรก็ตามจากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มที่มีความต้องการสร้างเครือข่ายภายในพื้นที่มาก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจอาหาร ดนตรี ทัศนศิลป์และสถาปัตยกรรม ในขณะที่กลุ่มที่ต้องการสร้างเครือข่ายทั้งในและนอกย่านซึ่งเกิดจากลักษณะตามธรรมชาติของการดำเนินธุรกิจห่วงโซ่แห่งคุณค่า ได้แก่ งานภาพยนตร์ การพิมพ์และ

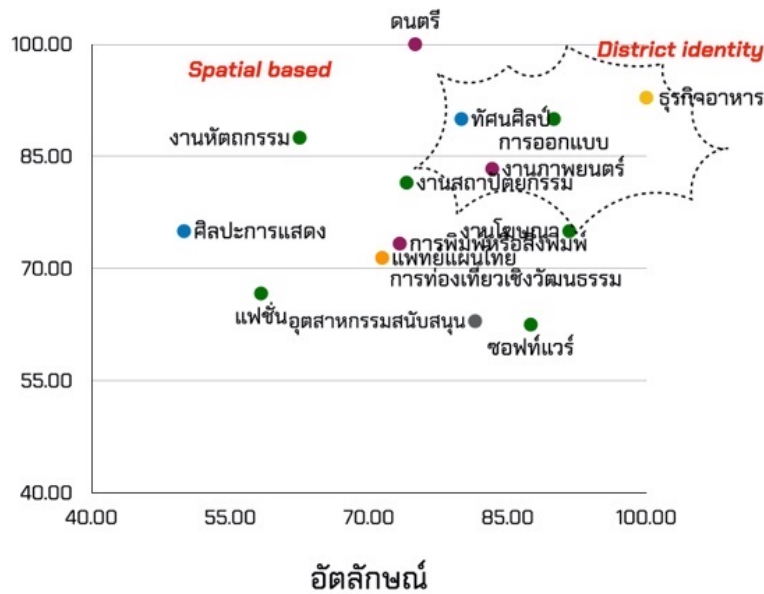
สิ่งพิมพ์ ศิลปะการแสดง ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ประกอบด้วยความเชี่ยวชาญหลากหลาย ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พึ่งพาการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจและชุมชน



รูป 42 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความต้องการมาตรการด้านสถานที่และการรวมกลุ่มของกลุ่มธุรกิจต่างๆ

- 2) ธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ต้องการครอบครองพื้นที่ในการดำเนินธุรกิจในย่านที่มีอัตลักษณ์ ซึ่งไม่ใช่การใช้งานพื้นที่ Co-working space ทั่วไป โดยจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความต้องการทั้งสองปัจจัยแล้ว ทำให้พบว่า กลุ่มธุรกิจอาหาร ที่คนศิลป์ การออกแบบ งานภาพยนตร์ และงานสถาปัตยกรรม จากรายละเอียดของการดำเนินธุรกิจในแบบสอบถาม พบว่า จำนวนประมาณ 80 % ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มธุรกิจการออกแบบ งานสถาปัตยกรรม กลุ่มธุรกิจอาหาร ใช้พื้นที่ในการดำเนินธุรกิจไม่เกิน 150 ตารางเมตร และปัจจุบันใช้พื้นที่ในลักษณะตึกแถวหรือบ้านพักอาศัยเป็นหลัก ซึ่งลักษณะการใช้พื้นที่ดังกล่าว สอดคล้องกับความพร้อมและศักยภาพของย่านเจริญกรุง และสามารถกำหนดให้เป็นกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมมาตรการในการช่วยเหลือให้สามารถเข้าใช้งานพื้นที่ในย่านเจริญกรุงได้ตามความต้องการ และส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่านทั้งทางสภาพแวดล้อมและสถาปัตยกรรมให้สวยงามและโดดเด่น

การครอบครองพื้นที่



รูป 43 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความต้องการมาตรฐานด้านสถานที่และโครงสร้างพื้นฐาน

จากการวิเคราะห์ลักษณะความสัมพันธ์ของความต้องการเชิงพื้นที่ทั้งสองประเด็นซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพและความพร้อมของย่านเจริญกรุง สามารถสรุปกลุ่มเป้าหมายในการดึงดูดให้เข้ามาประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ด้วยมาตรการเชิงพื้นที่จำนวน 4 กลุ่มธุรกิจได้แก่ กลุ่มธุรกิจอาหาร ธุรกิจการออกแบบ ธุรกิจกลุ่มทัศนศิลป์ และกลุ่มธุรกิจสถาปัตยกรรม

1) กลุ่มธุรกิจอาหาร มีศักยภาพในการเติบโตในย่านอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มธุรกิจคาเฟ่ และร้านอาหารที่ใช้กระบวนการความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจ โดยจากการสำรวจในการจัดทำฐานข้อมูลของย่านพบว่า กลุ่มธุรกิจอาหารบุกเบิกการเข้าลงทุนธุรกิจใหม่ตามตรอกซอยในย่านที่อยู่อาศัยของย่านเจริญกรุงเนื่องจากมีค่าเช่าที่ถูกกว่า ยึดโยงกับต้นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ใช้พื้นที่ขนาดเล็ก และประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์ในการทำการตลาดให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะปรากฏการณ์ instgramable เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า ลักษณะดังกล่าวส่งผลให้มีปัจจัยด้านความสวยงามและอัตลักษณ์ของย่านเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจกลุ่มอาหาร

2) กลุ่มธุรกิจการออกแบบ ใช้ปัจจัยภาพลักษณ์ของย่านในการสร้างอัตลักษณ์ของธุรกิจ มีความต้องการใช้พื้นที่ขนาดเล็ก สามารถเข้าถึงได้ง่าย จากแบบสอบถามพบว่าในปัจจุบันมีการปรับปรุงอาคารตึกแถวและบ้านพักอาศัยเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ

3) กลุ่มธุรกิจทัศนศิลป์มีความต้องการสร้างเครือข่ายภายในพื้นที่ย่านสูง และสอดคล้องกับต้นทุนธุรกิจที่มีอยู่ดั้งเดิมในย่านเจริญกรุงที่มีชื่อเสียง รวมทั้งในปัจจุบันกลุ่มทุนภาคเอกชนรายใหญ่ในย่าน เช่น ICONSIAM River City และกลุ่มโรงแรมริมน้ำมีแนวทางขับเคลื่อนธุรกิจทัศนศิลป์เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวและคนรุ่นใหม่ให้เข้ามาใช้พื้นที่เพื่อการสร้างสรรค์ด้านทัศนศิลป์มากยิ่งขึ้นจนกลายเป็นจุดหมายสำคัญของวงการศิลปะในกรุงเทพมหานคร

4) กลุ่มธุรกิจสถาปัตยกรรมมีแนวโน้มย้ายเข้ามาอยู่ในย่านเจริญกรุงอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และเกิดเป็นกลุ่มคลัสเตอร์จากการแนะนำกันเป็นทอดๆ โดยปัจจุบันตั้งอยู่ร่วมกันหลายกิจการบริเวณอาคารบริเวณ Prime hotel และพื้นที่ชุมชนย่านตลาดน้อยและนานา กลุ่มธุรกิจสถาปัตยกรรมมีเอกลักษณ์ในการดำเนินธุรกิจที่ใช้กระบวนการความคิดสร้างสรรค์ในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมได้ดี สามารถดัดแปลงใช้อาคารดั้งเดิมได้ และมีความต้องการพื้นที่ขนาดเล็ก

จากกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวนี้จะนำไปสู่การสร้างมาตรการและสิทธิประโยชน์ในการดึงดูดและส่งเสริมการเข้ามาดำเนินธุรกิจในย่านเจริญกรุง โดยการหาช่องว่างความต้องการของแต่ละกลุ่มธุรกิจและมาตรการที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างละเอียดต่อไปในบทที่ 8

บทที่ 7 ผลการสำรวจความต้องการสนับสนุนและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง

บทนี้เป็นผลสำรวจความต้องการและผลกระทบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุง มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ ความต้องการ รวมถึงผลกระทบจากมาตรการและสิทธิประโยชน์แบบเฉพาะเจาะจงพื้นที่ในมิติต่างๆ ต่อกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจภายในย่าน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจทั่วไป) ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชน และผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มย้ายเข้ามาในย่านเจริญกรุง ประกอบด้วยเนื้อหา 2 ส่วน ได้แก่

- 1) ผลการสำรวจความต้องการสนับสนุนและผลกระทบจากกระบวนการสนทนากลุ่ม (focus group)
- 2) การวิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)

7.1 ผลการสำรวจความต้องการสนับสนุนและผลกระทบจากกระบวนการสนทนากลุ่ม (focus group)

7.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อย

สนทนากลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการและธุรกิจอื่นทั่วไปที่เกี่ยวข้อง (Creative Enterprise Zone focus group) ในวันพฤหัสบดี 23 กรกฎาคม 2563 ณ ห้องออติทอเรียม 1 ชั้น M สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีผู้เข้าร่วม ทั้งหมด 32 คน ประกอบด้วย

- ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ จำนวน 14 คน นอกย่าน 5 คนและในย่านเจริญกรุง 9 คน
- ผู้ประกอบการธุรกิจอื่นทั่วไป จำนวน 5 คน ได้แก่ วิสาหกิจชุมชน และผู้ลงสมัครสภ.เขตคลองสาน
- ชุมชน จำนวน 9 คน ได้แก่ ชุมชนตลาดน้อย คณะทำงานกลุ่มคนรักตลาดน้อย ชุมชนโซภิฎก ชุมชนตรอกตัน
- หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน ได้แก่ เขตบางรัก เขตสัมพันธวงศ์

แบ่งกลุ่มเพื่อสนทนากลุ่มย่อยเป็น 5 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่ม จัดกลุ่มแบบคละประเภท ประกอบด้วย

- กลุ่ม 1 - ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ นอกพื้นที่ (ศิลปิน นักเขียน) ผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ (Co van Kessel Bangkok Tours) วิสาหกิจชุมชน (โรงแรมตะหลักเกียะ Rare rare)
- กลุ่ม 2 - ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ นอกพื้นที่ (จิ๋วเวลเลอร์ นักออกแบบ) วิสาหกิจชุมชน (ตลาดน้อย) ชุมชนโซภิฎก ชุมชนตรอกตัน

- กลุ่ม 3 – ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ (Tailor) ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ นอกพื้นที่ (นักดนตรี) ผู้ลงสมัครสภ.เขตคลองสาน สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์
- กลุ่ม 4 – ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ (ร้านเซรามิกซ์) สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ สถาบันกลุ่มบ้านเมือง ชุมชนโซภิฏิก
- กลุ่ม 5 - ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ (แกลอรี จิวเวลรี่)

7.1.2 ความท้าทายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง

จากกระบวนการสนทนากลุ่มในคำถามข้อแรก ถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของย่านเจริญกรุงในระยะ 10 ปี ที่ผ่านมา ที่คนส่วนมากเห็นว่าส่งผลกระทบมาก ได้แก่ แนวโน้มการยกเลิกกิจการเดิมและไม่เกิดกิจกรรมธุรกิจบริเวณริมถนนเจริญกรุง และการเพิ่มขึ้นของธุรกิจสร้างสรรค์ที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ เข้ามาในพื้นที่ และเสนอเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ

ตาราง 10 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงย่านเจริญกรุงที่ส่งผลกระทบมาก, คณะผู้วิจัย 2563

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงย่านเจริญกรุง ในระยะ 10 ปี	ผลกระทบ มาก	อธิบาย
การเพิ่มขึ้นของธุรกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในกลุ่ม 12 สาขา แทนที่ธุรกิจเดิม และทำให้มีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ เข้ามาในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น	//	- พื้นที่ขาดกิจกรรมและธุรกิจที่หลากหลาย ร้านกาแฟเพิ่มขึ้นมากแต่ไม่ส่งเสริมเอกลักษณ์ให้กับพื้นที่ - คนในชุมชนไม่ได้ประโยชน์จากการเข้ามาของธุรกิจใหม่ - นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น แต่ไม่ให้ความเคารพสถานที่และสร้างผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม
แนวโน้มการยกเลิกกิจการและไม่เกิดกิจกรรมธุรกิจบริเวณริมถนนเจริญกรุง	/////	- ช่องว่างระหว่าง ต้นทุนและกำไรของผู้ประกอบการในพื้นที่ไม่สมดุล หากสินค้าหรือบริการไม่ตอบโจทย์ ไม่เกิดมูลค่าเพิ่ม กลไกการผลิตสินค้าเป็นต้นทุน จะทำให้ธุรกิจเดิมในพื้นที่อยู่ไม่ได้ - จากปัจจัยจำนวนนักท่องเที่ยวในภาพรวมที่ลดลง ฐานลูกค้าของธุรกิจเดิมหาย การส่งต่อธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่น
การเริ่มเข้าไปบุกเบิกกิจกรรมธุรกิจใหม่ตามตรอกซอกซอยย่านที่พักอาศัย		

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงย่านเจริญกรุง ในระยะ 10 ปี	ผลกระทบ มาก	อธิบาย
การเพิ่มขึ้นของราคาค่าเช่าและค่าครองชีพ (จากแบบสอบถามโครงการจัดทำฐานข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์)	///	- ส่งผลกระทบต่อให้ธุรกิจไม่สามารถวางแผนสร้าง ความมั่นคงให้ธุรกิจได้
ปัญหาข้อจำกัดเชิงพื้นที่ในการขยายธุรกิจ (จากแบบสอบถามโครงการจัดทำฐานข้อมูลธุรกิจย่านสร้างสรรค์)	///	- หลายธุรกิจได้รับผลกระทบจากการไม่สามารถ ขยายธุรกิจได้

เพื่อทำความเข้าใจเหตุปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงจึงได้จัดกลุ่มปัจจัยเพื่อการวิเคราะห์ออกเป็น 6 กลุ่มปัจจัย (สังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม การเมือง/การบริหารจัดการ การให้คุณค่า) พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจถูกพูดถึงมากที่สุดตั้งแต่การเข้ามาของทุนใหญ่ การส่งต่อธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่น และสินค้าและบริการที่ไม่ตอบโจทย์ รองลงมาประเด็นทางการเมือง/การบริหารจัดการ ทั้งการขาดเจ้าภาพในการพัฒนาย่าน ขาดความเชื่อมต่อของกิจกรรม และอาคารถูกทิ้งร้างด้วยข้อจำกัดทางกฎหมายในการต่อเติมดัดแปลง และการให้คุณค่าของทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่เปลี่ยนไป เป็นต้น

ตาราง 11 ปัจจัยขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงย่านเจริญกรุง 6 ปัจจัย, คณะผู้วิจัย 2563

สังคม (S)	เทคโนโลยี (T)	เศรษฐกิจ (E)	สิ่งแวดล้อม (E)	การเมือง (P)	การให้คุณค่า (V)
จำนวน นักท่องเที่ยวใน ภาพรวมลดลง	เทคโนโลยี ปรับเปลี่ยน รูปแบบการ ดำเนินธุรกิจ	การเข้ามาของ ทุนใหญ่/ ทุน ต่างชาติ	ขยะจาก นักท่องเที่ยว รายวันเพิ่มขึ้น	ขาดแผนพัฒนา กายภาพย่านให้ เชื่อมต่อ	การให้คุณค่าต่อ สินค้าของ ผู้บริโภค เปลี่ยนไป
การเข้ามาของ กลุ่มนักท่องเที่ยว ใหม่	การขายผ่าน ออนไลน์และสื่อ โซเชียลมีเดีย	การส่งต่อธุรกิจ จากรุ่นสู่รุ่น	ขาดการจัดการ ขยะในพื้นที่ย่าน อย่างเพียงพอ	ความไม่ หลากหลายและ ขาดความ เชื่อมต่อของ กิจกรรม	กลุ่มนักท่องเที่ยว ใหม่ไม่เคารพ ชุมชนสถานที่
		ธุรกิจเดิมฐาน ลูกค้าเดิมหาย	ขาดการสื่อสาร ระหว่างชุมชน- ธุรกิจ- นักท่องเที่ยว	ขาดเจ้าภาพใน การหาหรือการ พัฒนาย่าน	ธุรกิจใหม่ขาด ความเข้าใจ/ ไม่ เสริมอัตลักษณ์ ย่าน
		ขาดการ แลกเปลี่ยน	การเข้าถึงพื้นที่ ลำบาก รถติด/ไม่ มีที่จอดรถ	คนเข้ามาใหม่ไม่ เอื้อประโยชน์ให้ คนในย่าน	ภาพจำของความ เป็นย่านศิลปะ

สังคม (S)	เทคโนโลยี (T)	เศรษฐกิจ (E)	สิ่งแวดล้อม (E)	การเมือง (P)	การให้คุณค่า (V)
		ระหว่างธุรกิจเก่า-ใหม่			
		ช่องว่างระหว่างต้นทุนและกำไรจากการเพิ่มมูลค่าสินค้า		อาคารถูกทิ้งร้างด้วยข้อจำกัดในการดัดแปลงกม. ควบคุมอาคาร	
		สินค้าและบริการของชุมชนไม่ตอบโจทย์ลูกค้า			

หากวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยภายในของธุรกิจเองและปัจจัยภายนอกสามารถสรุปได้ว่าความท้าทายของย่านเจริญกรุงอยู่ที่ปัจจัยภายในได้แก่ ความต่อเนื่องของธุรกิจ (business continuity) และปัจจัยภายนอกการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของย่านประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียงด้านงานออกแบบหัตถกรรม (District Identity continuity) จากเหตุปัจจัย ดังนี้

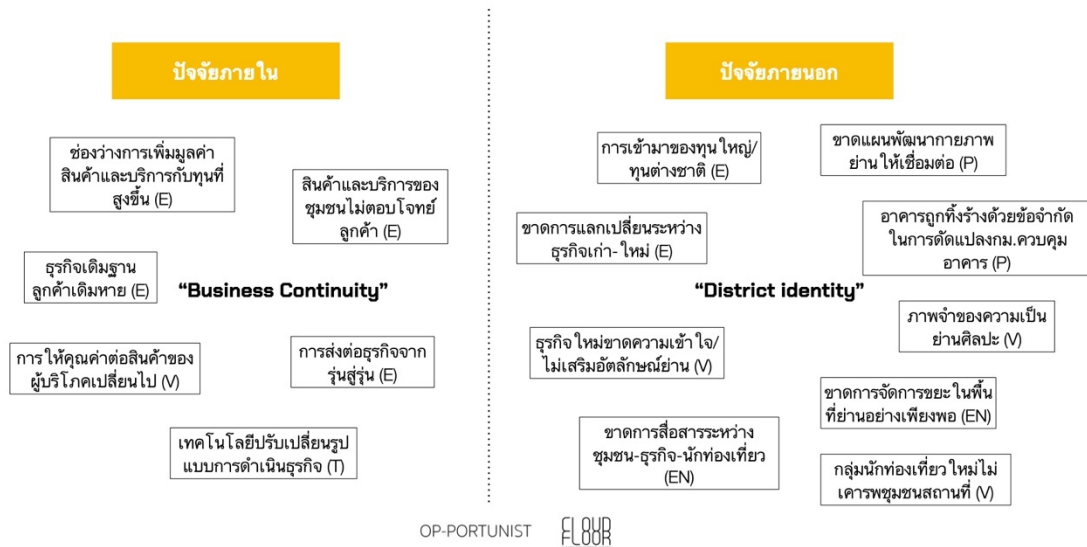
1) ปัจจัยภายใน ได้แก่

- การส่งต่อธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่น (E)
- ธุรกิจเดิมฐานลูกค้าเดิมหาย (E)
- ช่องว่างระหว่างต้นทุนและกำไรจากการเพิ่มมูลค่าสินค้า (E)
- สินค้าและบริการของชุมชนไม่ตอบโจทย์ลูกค้า (E)
- เทคโนโลยีปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (T)
- การให้คุณค่าต่อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนไป (V)

2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่

- การเข้ามาของทุนใหญ่/ ทุนต่างชาติ (E)
- ขาดการแลกเปลี่ยนระหว่างธุรกิจเก่า-ใหม่ (E)
- ขาดแผนพัฒนากายภาพย่านให้เชื่อมต่อ (P)
- ความไม่หลากหลายและขาดความเชื่อมต่อของกิจกรรม (P)
- ขาดเจ้าภาพในการหารือการพัฒนาย่าน (P)
- อาคารถูกทิ้งร้างด้วยข้อจำกัดในการดัดแปลงกม. ควบคุมอาคาร (P)
- ขาดการสื่อสารระหว่างชุมชน-ธุรกิจ-นักท่องเที่ยว (E)
- ขาดการจัดการขยะในพื้นที่ย่านอย่างเพียงพอ (E)

การอยู่รอดของธุรกิจ - การคงเอกลักษณ์ของย่าน



รูป 44 ความท้าทายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง, ที่มา: คณะผู้วิจัย

7.1.3 ความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์

ความต้องการมาตรการและสิทธิประโยชน์เพื่อนำมาทดลองในย่านเจริญกรุง ด้านการสนับสนุนที่ถูกเลือกมากที่สุดได้แก่ ด้านการพัฒนาธุรกิจและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

กลุ่มเป้าหมาย	ความต้องการการสนับสนุน
ผู้ประกอบการธุรกิจINYAN (ธุรกิจสร้างสรรค์)	• การสนับสนุนช่วยลดช่องว่างระหว่างต้นทุนและกำไรของผู้ประกอบการในพื้นที่ให้สมดุลมากขึ้น เช่น การเพิ่มมูลค่าสินค้า การลดต้นทุนในกลไกการผลิต (กลุ่ม 2) • บริการให้คำปรึกษาด้านธุรกิจ เช่น พัฒนาด้านการบริหารจัดการ การวิจัยต่อยอดสร้างมูลค่า การสื่อสารประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมทักษะการตลาด การให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อทำธุรกิจ การให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย (กลุ่ม 3) • การเข้าถึงทางการเงิน การลดหย่อนภาษีสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ (กลุ่ม 3) • ปรับแก้หรือดเว้น ข้อกฎหมายควบคุมอาคารบางประเภท เพื่อเปิดโอกาสในการปรับใช้อาคารเก่า (กลุ่มที่ 4) • สร้างแผนอนุรักษ์ฟื้นฟูย่าน สร้างเอกลักษณ์ให้กับพื้นที่ อนุรักษ์รูปแบบอาคารเก่า และใช้ประโยชน์ประกอบธุรกิจ โดยมีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาอาคารอนุรักษ์ให้เจ้าของอาคาร (กลุ่ม 5)
ผู้ประกอบการธุรกิจINYAN (ธุรกิจอื่น วิสาหกิจชุมชน)	• การสร้างเครือข่ายภายใน เชื่อมโยงผู้ประกอบการธุรกิจและชุมชนในพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ (กลุ่ม 1) • เชื่อมโยงภาคีภายนอกเพื่อส่งเสริมการตลาดและการส่งออก (กลุ่ม 1) • การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (กับทุนใหญ่) ด้วยทักษะผู้ประกอบการ และการสนับสนุนพื้นที่ประกอบการ การจัดหาแหล่งเงินทุน (กลุ่ม 1) • บริการให้คำปรึกษาด้านธุรกิจและพื้นที่ เช่น พัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด พัฒนาทักษะเฉพาะรองรับธุรกิจสร้างสรรค์ (กลุ่ม 1)
ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนINYAN	• แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ร่วมกันระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ส่งเสริมสภาพแวดล้อมรองรับธุรกิจที่หลากหลาย (กลุ่ม 2)
ผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่INYAN	• การพัฒนาสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จอดรถสำหรับย่านการค้า (กลุ่ม 3) • สิทธิในการครอบครองพื้นที่โดยมีเงื่อนไข ลดผลกระทบต่อผปก.เดิมในพื้นที่

7.1.4 ผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุง

ผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการทดลองมาตรการสนับสนุนต่างๆ ต่อธุรกิจของท่าน ในทางเศรษฐกิจและสังคม ตามลำดับที่ 1, 2, 3

- 1) กลุ่มที่ 1 มาตรการสนับสนุนให้คำปรึกษาเรื่องพื้นที่และการพัฒนา เช่น การพัฒนาทักษะองค์ความรู้ ฝึกทักษะเฉพาะให้คนในย่าน การให้คำปรึกษาด้านการประกอบการ ส่งเสริม

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลกระทบที่ 1	ผลกระทบที่ 2
ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์	ได้รับการสนับสนุนการพัฒนาทักษะองค์ความรู้ การให้คำปรึกษาด้านการประกอบการ	
ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปในย่าน	ได้รับการสนับสนุนการพัฒนาทักษะองค์ความรู้ การให้คำปรึกษาด้านการประกอบการ	
ชุมชน	ฝึกทักษะเฉพาะให้คนในย่าน	

- 2) กลุ่มที่ 2 - แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ร่วมกันระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ส่งเสริมสภาพแวดล้อมรองรับธุรกิจที่หลากหลาย เช่น แผนพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่ การทำ district branding

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลกระทบที่ 1	ผลกระทบที่ 2
ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไป/ วิสาหกิจชุมชน	ส่งเสริมเอกลักษณ์ย่านประวัติศาสตร์ พื้นที่มีชีวิตชีวาจากธุรกิจเก่า-ใหม่ ได้สนับสนุนพัฒนาต่อยอดธุรกิจเดิม	-
ชุมชน	ได้รับประโยชน์จากการเข้ามาของธุรกิจใหม่ รักษาวัฒนธรรมในพื้นที่	-
ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน	มีความเข้าใจในบริบทพื้นที่มากขึ้น ธุรกิจไม่ซ้ำซ้อนกับธุรกิจเดิมในพื้นที่	-
นักท่องเที่ยว	มีความเข้าใจและเคารพในบริบทพื้นที่มากขึ้น	

3) กลุ่มที่ 3 - สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำหรือการลดหย่อนภาษีสำหรับธุรกิจ
สร้างสรรค์

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลกระทบที่ 1	ผลกระทบที่ 2
ผู้ประกอบการธุรกิจ สร้างสรรค์	ได้รับการสนับสนุนเข้าถึงแหล่งเงินทุน	
ผู้ประกอบการธุรกิจ ทั่วไปในย่านเจริญกรุง	ได้รับการสนับสนุนเข้าถึงแหล่งเงินทุน	อาจดึงดูดกลุ่มทุนใหญ่ที่มีข้อได้เปรียบเข้ามา แข่งกับคนในพื้นที่
ชุมชน	ได้รับผลประโยชน์ทางอ้อม	
ผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจ ใหม่ในย่าน	ดึงดูดผู้ประกอบการใหม่ๆ เข้ามาในย่าน	นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นส่งผลกระทบ

4) กลุ่มที่ 4 – ลดหย่อนค่าธรรมเนียมภาษีป้าย ภาษีโรงเรือน สำหรับธุรกิจบางประเภท

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลกระทบที่ 1	ผลกระทบที่ 2
ผู้ประกอบการธุรกิจ (สร้างสรรค์และทั่วไป)	ลดข้อจำกัดในการขยายพื้นที่ทำธุรกิจ	
เจ้าของพื้นที่/อาคาร	ลดการปล่อยร้าง เพิ่มการใช้งานอาคาร	ลดการเกิดอาชญากรรม
หน่วยงานรัฐ	รัฐท้องถิ่นได้ประโยชน์จากภาษี โรงเรือน ที่ดิน ป้าย/ vat7%	

5) กลุ่มที่ 5 สร้างแผนอนุรักษ์ฟื้นฟูย่าน สร้างเอกลักษณ์ให้กับพื้นที่ อนุรักษ์รูปแบบอาคารเก่าและใช้
ประโยชน์ประกอบธุรกิจ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลกระทบที่ 1	ผลกระทบที่ 2
ผู้ประกอบการธุรกิจ สร้างสรรค์	ลดข้อจำกัดในการปรับปรุง/ ขยายธุรกิจ	
ชุมชน	ได้รับการสนับสนุนในการรักษาวัฒนธรรม	

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลกระทบที่ 1	ผลกระทบที่ 2
เจ้าของพื้นที่/ อาคาร	อาคารเก่า/อาคารอนุรักษ์ได้ใช้ประโยชน์ ได้รับเงินสนับสนุนดูแลอาคารอนุรักษ์	
หน่วยงานรัฐ	ต้องมีแผนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อ เป็นแนวทาง	

7.2 การวิเคราะห์ความต้องการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)

การศึกษาแนวโน้มความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากบทสัมภาษณ์เชิงลึกในโครงการฐานข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง ดังตาราง

ภาคธุรกิจ (Sector)	บทบาทในการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์	ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ
ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก : ห้างสรรพสินค้า Icon Siam	• ห้างที่ขายประสบการณ์ เป็นพื้นที่ส่งเสริมการขายสินค้าจากทั่วทุกภาคในประเทศไทย • <u>โปรแกรมสนับสนุนการตลาด Local Hero</u> เปิดพื้นที่ที่ศิลปินหรือชาวบ้านเข้ามาขายของหรือแสดงผลงาน ให้ต่างชาติได้เห็น • <u>โปรแกรมสุขสยามอคาเดมี</u> พัฒนาส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่สุขสยามร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ (กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยว?) • <u>โปรแกรมให้ทุนการศึกษาสยามพิวัฒน์</u> ร่วมมือกับมหาวิทยาลัย ต่อยอดเป็นโครงการเด็กทุนปั้นย่าน ทำประโยชน์เพื่อสังคม เริ่มที่พื้นที่รอบๆ คลองสาน • การเตรียมความพร้อมของวิสาหกิจชุมชน <u>สร้างเครือข่ายชุมชนเข้มแข็ง</u> เพื่อพร้อมรับโอกาสจากการเข้ามาของคนและนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ • ช่วยเหลือผู้เช่าให้อยู่รอดได้ในช่วงวิกฤต เช่น ลดค่าเช่าพื้นที่	• <u>การต่อยอดเครือข่ายชุมชนที่ได้สร้างไว้แล้ว</u> ให้เกิดผลกระทบทางบวกระดับย่านคลองสานฝั่งธนบุรี เป็นโครงการหรือ event ก็ได้เพื่อให้คนให้ภาพ • <u>การรักษาเอกลักษณ์และความหลากหลายของวัฒนธรรม</u> ที่อยู่ในย่านที่กำลังค่อยๆหายไป เป็นสิ่งที่หาที่ไหนไม่ได้ • <u>การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของถนน</u> ทางเท้าให้สะดวกและสะอาด จากที่เอกชนได้เข้ามาลงทุนทำระบบขนส่งทางรางและเรือแล้ว

ภาคธุรกิจ (Sector)	บทบาทในการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์	ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ
ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก ประเภท non-grocery เช่น (ห้างสรรพสินค้า Rivercity)	• ห้างที่ส่งเสริมการเรียนรู้ educational retail โดยมีกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็น young generation คนรุ่นใหม่ คนในพื้นที่ให้เข้ามาเรียนรู้งานศิลปะ (Life-long learning) • ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับนานาชาติ (Cultural center) ให้คนไทยได้มีโอกาสเห็นงานศิลปะของศิลปินระดับโลกและในทางกลับกันด้วย • การเชื่อมโยงกับลูกค้าต่างประเทศนำเสนอวิสัยทัศน์การเป็นศูนย์กลางของเอเชีย เพื่อดึงดูดให้แกลเลอรีที่มีชื่อเสียงมาเปิดสาขา • สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาทักษะการตลาดออนไลน์ของร้านค้าภายในห้าง • โปรแกรม Create Walk จัดเดินในย่านตลาดน้อยและจัดแสดงภาพถ่ายวัฒนธรรมในย่าน ก่อนที่จะหายไป • โปรแกรม Create art Studio เชิญศิลปินมาทำงานสอนวาดภาพในห้าง โดยสนับสนุนพื้นที่ หากขายได้แบ่งรายได้กับห้างหมุนเวียนไป • ช่วยเหลือผู้เช่าให้อยู่รอดได้ในช่วงวิกฤต เช่น ลดค่าเช่าพื้นที่	• การช่วยเหลือเพื่อรักษาธุรกิจดั้งเดิมคงเอกลักษณ์ในพื้นที่ เช่น rent control zone ช่วยควบคุมราคาค่าเช่าไม่ให้สูงเกินไปจนเกินไป • การให้ข้อมูลสิทธิประโยชน์เกี่ยวกับการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์จากหน่วยงานรัฐ • การประชาสัมพันธ์โปรแกรม นิทรรศการ เช่น บนแพลตฟอร์มออนไลน์ของหน่วยงานที่มีคนติดตามอยู่แล้ว
ผู้ประกอบการธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก : ห้าง Central the original store	• เซ็นทรัล เมื่อเริ่มก่อตั้งเป็นร้านขายของทั่วไปที่ต้องการเป็นศูนย์กลางของสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับคนในละแวก • เมื่อกลับมาเปิด จะเป็นพื้นที่ที่สร้างคุณค่าให้คนในละแวก กลุ่ม Creative และเป็นจุดหมายของชาวต่างชาติ เสริมบทบาทของถนนเจริญกรุงซึ่งเป็นถนนที่มีความเป็นสากลแห่งแรกของไทย (Cosmopolitant street) • บทบาทช่วยขยายกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาในย่านใหญ่ขึ้น คนอายุ 20-30 ปีที่มีกำลังซื้อ (Demographic) และช่วยดึงดูดคนเข้ามาในย่าน (Traffic)	ถ้าจะผลักดันย่านนี้ให้เป็น Creative district ดึงดูดการพัฒนา เห็นว่า • ย่านต้องมีข้อจำกัดน้อยลง ลดกฎเกณฑ์ที่ทำให้การลงทุนไม่คุ้มค่า • มีการสนับสนุนด้านการเงิน ด้านการตลาดหรืออีเวนท์ที่ช่วยดึงดูดคนเข้ามาในย่าน • มีนโยบายสนับสนุนที่ชัดเจน















บทที่ 8 วิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและสนับสนุน

การวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการสนับสนุนและการสนับสนุนที่ได้รับของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ในแง่มุมต่างๆ ที่ภาครัฐหรือภาคส่วนอื่นจัดทำ ให้ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับผลการสำรวจความต้องการสนับสนุนของผู้ประกอบการธุรกิจ สร้างสรรค์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในย่านเจริญกรุง และการประเมิน เป็นหลักแบ่งเป็นกลุ่มย่อย 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของกลุ่มผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน จากผลสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ (Poll & survey)
- 2) ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในย่าน (ธุรกิจ สร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) และผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน จากผลสำรวจความต้องการใน สทนากลุ่ม (focus group)

การประเมินช่องว่างของความต้องการสนับสนุนเป็นการประเมินผลที่สัมพันธ์กับเป้าหมาย ในที่นี้ เป้าหมายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ ความสอดคล้องกันของมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์และ ความต้องการสนับสนุนของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในระดับทั่วไปและย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูด กลุ่มนักสร้างสรรค์ใหม่ๆ เข้ามาทำงานและใช้ชีวิตในพื้นที่ เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิทัศน์ การจ้างงานใหม่ ควบคู่ไปกับการพัฒนาธุรกิจในพื้นที่ให้เติบโต โดยการให้คะแนนมีการแทนค่าสี่ ดังนี้

- สีแดง แทน การขาด/ไม่ต้องการมาตรการและสิทธิประโยชน์สนับสนุนในประเด็นนั้นๆ
- สีเหลือง แทน การมีครึ่งๆกลางๆ/ต้องการน้อย ของมาตรการและสิทธิประโยชน์สนับสนุนใน ประเด็นนั้นๆ
- สีเขียว แทน การมี/ต้องการมาก ของมาตรการและสิทธิประโยชน์สนับสนุนในประเด็นนั้นๆ

8.1 ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของกลุ่มผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่

8.1.1 ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนในภาพรวม (N=204)

จากผลสำรวจความคิดเห็นออนไลน์ (Poll & survey) การวิเคราะห์ช่องว่างของความต้องการและการ สนับสนุนระดับทั่วไป แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า ด้าน การพัฒนาธุรกิจ ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม และด้านโครงสร้างพื้นฐาน

1) ด้านการพัฒนาบุคลากร

	ประเด็นการสนับสนุน	ความต้องการ	การสนับสนุน	เงื่อนไข/ข้อจำกัด
การพัฒนาบุคลากร	ด้านการบริหารจัดการ เช่น การพัฒนาการจัดการ การให้ความรู้พื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาและวางแผนระบบโครงสร้างองค์กร ที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย			
	ด้านการผลิตหรือการดำเนินการ เช่น การจัดหาแรงงานหรือฝึกงาน			
	การพัฒนาทักษะบุคลากรเฉพาะทาง เช่น คนในย่านเพื่อรองรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์			มีการสนับสนุนเฉพาะในบางสาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
	การแนะแนวและพัฒนาเส้นทางอาชีพ ในธุรกิจสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียน-นักศึกษา			
	ด้านการตลาด เช่น การใช้ความรู้ผู้ส่งออกรายใหม่ การให้ความรู้ด้านการตลาด การขยายตลาดด้านการค้าออนไลน์ และการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์			ประเด็นที่ไม่ได้ถามในแบบสอบถาม
	ด้านการเงิน เช่น Financial Literacy			ประเด็นที่ไม่ได้ถามในแบบสอบถาม

ผลประเมินช่องว่างด้านการพัฒนาบุคลากรในภาพรวมพบว่า ข้อมูลจากผลสำรวจของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความต้องการของหัวข้อการพัฒนาบุคลากรอยู่ในกลุ่มปานกลาง-น้อย และมีความต้องการสูงเพียงบางประเด็นของมาตรการย่อย ในขณะที่แนวทางการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ในด้านการพัฒนาบุคลากรมีอยู่มาก โดยมีรายละเอียดของช่องว่างประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การพัฒนาทักษะบุคลากรเฉพาะทาง มีความต้องการมากแต่การสนับสนุนมีเงื่อนไข ปัจจุบันมีการสนับสนุนเฉพาะในบางสาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เท่านั้น การพัฒนาดังกล่าวจึงควรมีการเสนอปรับเงื่อนไขแรงจูงใจ เพื่อให้เกิดสิทธิประโยชน์อย่างทั่วถึงในทุกกลุ่มสาขา
- ด้านการบริหารจัดการ/ การแนะแนวและพัฒนาเส้นทางอาชีพในธุรกิจสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียน-นักศึกษา มีความต้องการน้อยแต่มีการสนับสนุน เป็นประเด็นที่ไม่เร่งด่วนในปัจจุบัน สามารถพัฒนาในภายหลังได้
- ด้านการผลิตหรือการดำเนินการ เช่น การจัดหาแรงงานหรือฝึกงาน ไม่มีความต้องการแต่มีการสนับสนุน ประเด็นดังกล่าวจึงยังไม่ตรงความต้องการของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- ด้านการตลาด และด้านการเงิน ในปัจจุบันมีการสนับสนุนด้านนี้จากหน่วยงานต่างๆ แต่เป็นประเด็นที่ไม่ได้มีระบุในแบบสอบถามสำรวจกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า

การพัฒนาเทคโนโลยี และสินค้า	ประเด็นการสนับสนุน	ความต้องการ	การสนับสนุน	เงื่อนไข/ข้อจำกัด
	ทุนวิจัยและพัฒนา เช่น ทุนเพื่อการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยี/ สินค้า (R&D)			ดำเนินการโดย สวทช.
	ส่งเสริมการลงทุน เช่น จับคู่แหล่งเงินทุน (VC/ Crowd Funding/ p2p)			
	ความร่วมมือพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า ร่วมกับมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง			มีข้อมูลระดับหน่วยงาน ไม่มีข้อมูลกลาง
	การเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้จากหน่วยงาน, สถาบันการศึกษาหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น งานวิจัย ฐานข้อมูลสาธารณะ			มีข้อมูลระดับหน่วยงาน ไม่มีข้อมูลระดับย่าน
	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น ซอฟต์แวร์ บรรจุภัณฑ์			
	การสร้างมาตรฐานการพัฒนาสินค้าและบริการ			ประเด็นที่ไม่ได้ถามในแบบสอบถาม
	การเข้าถึงเทคโนโลยีและเครื่องมือเพื่อส่งเสริมกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ			

ผลประเมินช่องว่างในภาพรวมพบว่า ข้อมูลจากผลสำรวจของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความต้องการสูงในหลายประเด็นย่อย ในขณะที่แนวทางการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆมีอยู่มาก แต่ในบางประเด็นเป็นการสนับสนุนภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัด โดยมีรายละเอียดของช่องว่างประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ส่งเสริมการลงทุน มีความต้องการมากและมีการสนับสนุน ควรมีการประชาสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวเพิ่มขึ้น และควรมีการนำเสนอกรณีศึกษากลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนผ่านมาตรการดังกล่าว เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้าใจและเข้าถึงสิทธิประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง
- ความร่วมมือพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้านำร่วมกับมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง / การเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้จากหน่วยงาน, สถาบันการศึกษาหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง/ การเข้าถึงเทคโนโลยีและเครื่องมือเพื่อส่งเสริมกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ มีความต้องการมากแต่การสนับสนุนมีเงื่อนไข ควรมีการพิจารณาปรับเงื่อนไขแรงจูงใจเพื่อให้กลุ่มธุรกิจสามารถเข้าถึงการสนับสนุนดังกล่าวอย่างทั่วถึง และเกิดการนำข้อมูลและองค์ความรู้ไปประยุกต์เพื่อต่อยอดในการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีความต้องการมากแต่ไม่มีการสนับสนุน ควรมีการพิจารณาแรงจูงใจในการเพิ่มการสนับสนุน

- ทุนวิจัยและพัฒนา มีความต้องการน้อยแต่มีการสนับสนุน เป็นประเด็นที่ไม่เร่งด่วนในปัจจุบัน สามารถพัฒนาในภายหลังได้
- การสร้างมาตรฐานการพัฒนาสินค้าและบริการ ในปัจจุบันมีการสนับสนุนด้านนี้จากหน่วยงานต่างๆ แต่เป็นประเด็นที่ไม่ได้มีระบุในแบบสอบถามสำรวจกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

3) ด้านการพัฒนาธุรกิจ

	ประเด็นการสนับสนุน	ความต้องการ	การสนับสนุน	เงื่อนไข/ข้อจำกัด
การพัฒนาธุรกิจ	การจดสิทธิบัตร หรือการจดทะเบียนธุรกิจ			
	การเข้าถึงแหล่งทุน เช่น สินเชื่อ/การกู้ยืมในดอกเบี้ยต่ำ การค้ำประกันสินเชื่อ/หลักประกันความเสี่ยง			
	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การเข้าถึงแหล่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ			ระดับ SMEs
	การส่งเสริมการตลาดและการส่งออกสินค้า เช่น เชื่อมโยงคู่ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ นำเสนอผลงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ การลดหย่อนค่าดำเนินการขนส่งตัวอย่างสินค้า			
	การส่งเสริมตลาดเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น การพัฒนาการใช้ E-commerce Platform			ประเด็นที่ไม่ได้ถามในแบบสอบถาม

ผลประโยชน์ช่องว่างในภาพรวมพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความต้องการด้านการพัฒนาธุรกิจสูงและมีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่สอดคล้องกัน โดยมีรายละเอียดของช่องว่างประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การเข้าถึงแหล่งทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดและการส่งออกสินค้า มีความต้องการมากและมีการสนับสนุน ควรมีการประชาสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวเพิ่มขึ้น และควรมีการนำเสนอกรณีศึกษาของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนผ่านมาตรการดังกล่าว เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้าใจและเข้าถึงสิทธิประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง
- การจดสิทธิบัตร หรือการจดทะเบียนธุรกิจ มีความต้องการน้อยแต่มีการสนับสนุน เป็นประเด็นที่ไม่เร่งด่วนในปัจจุบัน สามารถพัฒนาในภายหลังได้
- การส่งเสริมตลาดเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในปัจจุบันมีการสนับสนุนด้านนี้จากหน่วยงานต่างๆ แต่เป็นประเด็นที่ไม่ได้มีระบุในแบบสอบถามสำรวจกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

4) ด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม

	ประเด็นการสนับสนุน	ความต้องการ	การสนับสนุน	เงื่อนไข/ข้อจำกัด
การพัฒนาสถานที่ และการรวมกลุ่ม	การเข้าถึงพื้นที่ทำงาน เช่น พื้นที่สำหรับการประกอบกิจการหรือผลิตผลงาน พื้นที่สำหรับการแสดงผลงาน พื้นที่จัดกิจกรรม			BOI สนับสนุนกิจการพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรม เช่น Digital park, data center, maker space, co-working space
	สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น การลดหย่อนค่าเช่า/ ซื้อ (ห้อง, อาคาร, ที่ดิน) การลดหย่อนภาษีโรงเรือน การกำหนดเพดานค่าเช่า การประกันสัญญาเช่าระยะยาว			
	การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคภายนอกเพื่อส่งเสริมการทำงาน			CEA สนับสนุน
	การเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน			CEA สนับสนุน
	การแลกเปลี่ยนข้อมูล/ อุปกรณ์การผลิต/ วัตถุดิบ ภายในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์			
	การพัฒนาการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์			ประเด็นที่ไม่ได้ถามในแบบสอบถาม

ผลประโยชน์ช่องว่างในภาพรวมพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความต้องการด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่มสูง ในขณะที่หลายประเด็นยังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆหรือมีการสนับสนุนภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัด โดยมีรายละเอียดของช่องว่างประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การเข้าถึงพื้นที่ทำงาน/ การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคภายนอกเพื่อส่งเสริมการทำงาน และการเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน มีความต้องการมาก แต่การสนับสนุนมีเงื่อนไข ควรมีการพิจารณาปรับเงื่อนไขแรงจูงใจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาเชิงกายภาพในพื้นที่เป้าหมายของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ มีความต้องการมากแต่ไม่มีการสนับสนุน ควรมีการพิจารณาแรงจูงใจในการเพิ่มการสนับสนุน
- การแลกเปลี่ยนข้อมูล/ อุปกรณ์การผลิต/ วัตถุดิบ ภายในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ มีความต้องการน้อยและไม่มีการสนับสนุน ควรพิจารณาเพิ่มการสนับสนุน แต่ไม่แรงจูงใจสามารถพัฒนาในภายหลังได้
- การพัฒนาการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ ในปัจจุบันมีการสนับสนุนที่มีเงื่อนไข แต่เป็นประเด็นที่ไม่ได้มีระบุในแบบสอบถามสำรวจกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

5) ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

	ประเด็นการสนับสนุน	ความต้องการ	การสนับสนุน	เงื่อนไข/ข้อจำกัด
การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน	สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์			CEA สนับสนุน
	สาธารณูปโภค สาธารณูปการและการบริการสาธารณะ			ดำเนินการโดยรัฐส่วนกลาง
	โครงข่ายสื่อสารความเร็วสูง บริการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่			BOI สนับสนุนกิจการพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรม เช่น Digital park, data center, maker space, co-working space
	สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียว			ขึ้นกับท้องถิ่น
	การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน เช่น อนุรักษ์อาคารและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม			มีการขึ้นทะเบียนอาคารอนุรักษ์ แต่ยังไม่มีมาตรการสนับสนุนการอนุรักษ์
	การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน เช่น การใช้ประโยชน์อาคารและที่ดินที่ผสมผสาน			ขาดผังแม่บทการส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
	การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เชิงกายภาพ เช่น ถนนสร้างสรรค์			เริ่มดำเนินการโดย CEA

ผลประโยชน์ช่องว่างในภาพรวมพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความต้องการด้านการพัฒนาโครงสร้างสูงในหลายประเด็นย่อย และการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่สอดคล้องกันอยู่ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัด โดยมีรายละเอียดของช่องว่างประเด็นต่างๆ ดังนี้

- สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ มีความต้องการมากและมีการสนับสนุน ควรมีการประชาสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวเพิ่มขึ้น และควรมีการนำเสนอกรณีศึกษากลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนผ่านมาตรการดังกล่าว เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้าใจและเข้าถึงสิทธิประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง
- สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ/ การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน มีความต้องการมากแต่การสนับสนุนมีเงื่อนไข ภายใต้นโยบายของแต่ละพื้นที่ ควรมีการพิจารณาปรับเงื่อนไขแรงจูงใจเพื่อให้เกิดการพัฒนาเชิงกายภาพในพื้นที่เป้าหมายของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน มีความต้องการมากแต่ไม่มีการสนับสนุน ควรมีการพิจารณาแรงจูงใจในการเพิ่มการสนับสนุน เช่น การจัดทำผังแม่บทย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- สาธารณูปโภค สาธารณูปการและการบริการสาธารณะ มีความต้องการน้อยและการสนับสนุนมีเงื่อนไข ควรพิจารณาปรับเงื่อนไขหรือข้อจำกัด แต่ไม่เร่งด่วนสามารถพัฒนาในภายหลังได้
- โครงข่ายสื่อสารความเร็วสูง บริการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ มีความต้องการน้อยแต่มีการสนับสนุน เป็นประเด็นที่ไม่เร่งด่วนในปัจจุบัน สามารถพัฒนาในภายหลังได้

8.1.2 ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเชิงพื้นที่ (N=41, N=63)

กลุ่มเป้าหมาย a (N=41) กลุ่มที่มีแนวโน้มการย้ายเข้ามาเปิดธุรกิจ/ขยายธุรกิจในย่าน

1) ด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม

	ประเด็นการสนับสนุน	ความต้องการ	การสนับสนุน	เงื่อนไข/ข้อจำกัด
การพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม	การเข้าถึงพื้นที่ทำงาน เช่น พื้นที่สำหรับการประกอบกิจการหรือผลผลิตงาน พื้นที่สำหรับการแสดงผลงาน พื้นที่จัดกิจกรรม			BOI สนับสนุนกิจการพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรม เช่น Digital park, data center, maker space, co-working space
	สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น การลดหย่อนค่าเช่า/ ค้าง (ห้อง, อาคาร, ที่ดิน) การลดหย่อนภาษีโรงเรือน การกำหนดเพดานค่าเช่า การประกันสัญญาเช่าระยะยาว			
	การจัดคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอกเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน			CEA สนับสนุน
	การเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน			CEA สนับสนุน
	การแลกเปลี่ยนข้อมูล/ อุปกรณ์การผลิต/ วัตถุดิบ ภายในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์			
	การพัฒนาการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์			ประเด็นที่ไม่ได้ถามในรูปแบบสอบถาม

ผลประเมินช่องว่างความต้องการและการสนับสนุนเชิงพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย a พบว่ามีความต้องการด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่มสูง ในประเด็นการเข้าถึงพื้นที่ทำงาน การจัดคู่เครือข่าย และการเชื่อมโยงผู้ประกอบการและชุมชน ซึ่งการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่สอดคล้องกันอยู่ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัด โดยมีรายละเอียดของช่องว่างประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การเข้าถึงพื้นที่ทำงาน/ การจัดคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอกเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน/ การเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน มีความต้องการมากแต่การสนับสนุนมีเงื่อนไข ควรมีการพิจารณาปรับเงื่อนไขแรงจูงใจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาเชิงกายภาพในพื้นที่เป้าหมายของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์/ การแลกเปลี่ยนข้อมูล, อุปกรณ์การผลิต, วัตถุดิบ ภายในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ มีความต้องการน้อยและไม่มีการสนับสนุน ควรพิจารณาเพิ่มการสนับสนุน แต่ไม่เร่งด่วนสามารถพัฒนาในภายหลังได้
- การพัฒนาการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ ในปัจจุบันมีการสนับสนุนที่มีเงื่อนไข แต่เป็นประเด็นที่ไม่ได้มีระบุในแบบสอบถามกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2) ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

	ประเด็นการสนับสนุน	ความต้องการ	การสนับสนุน	เงื่อนไข/ข้อจำกัด
การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน	สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์			CEA สนับสนุน
	สาธารณูปโภค สาธารณูปการและการบริการสาธารณะ			ดำเนินการโดยรัฐส่วนกลาง
	โครงข่ายสื่อสารความเร็วสูง บริการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่			BOI สนับสนุนกิจการพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรม เช่น Digital park, data center, maker space, co-working space
	สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียว			ขึ้นกับท้องถิ่น
	การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน เช่น อนุรักษ์อาคารและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม			มีการขึ้นทะเบียนอาคารอนุรักษ์ แต่ยังไม่มีการสนับสนุนการอนุรักษ์
	การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน เช่น การใช้ประโยชน์อาคารและที่ดินที่ผสมผสาน			ขาดผังแม่บทการส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
	การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เชิงกายภาพ เช่น ถนนสร้างสรรค์			เริ่มดำเนินการโดย CEA

ผลประเมินช่องว่างความต้องการและการสนับสนุนเชิงพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย a พบว่ามีความต้องการด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานน้อยในทุกประเด็นย่อย และปัจจุบันมีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่สอดคล้องกันอยู่ และบางประเด็นเป็นการสนับสนุนภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดหรือยังขาดการสนับสนุน โดยมีรายละเอียดของช่องว่างประเด็นต่างๆ ดังนี้

- สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้/ โครงข่ายสื่อสารความเร็วสูง บริการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ มีความต้องการน้อยแต่มีการสนับสนุน เป็นประเด็นที่ไม่เร่งด่วนในปัจจุบัน สามารถพัฒนาในภายหลังได้
- สาธารณูปโภค สาธารณูปการและการบริการสาธารณะ/ สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ/ การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน/ การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เชิงกายภาพ มีความต้องการน้อยและการสนับสนุนมีเงื่อนไข ควรพิจารณาปรับเงื่อนไขหรือข้อจำกัด แต่ไม่เร่งด่วนสามารถพัฒนาในภายหลังได้
- การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน มีความต้องการน้อยและไม่มีการสนับสนุน ควรพิจารณาเพิ่มการสนับสนุน แต่ไม่เร่งด่วนสามารถพัฒนาในภายหลังได้

กลุ่มเป้าหมาย b (N=63) กลุ่มที่อาศัยเครือข่ายวิสาหกิจและสภาพแวดล้อมที่มีเอกลักษณ์ ประกอบไปด้วย ธุรกิจหัตถกรรม (จิวเวลรีและเครื่องเงิน) แพชั่น ทัศนศิลป์ งานสถาปัตยกรรม งานภาพยนตร์และอาหาร จำนวน 63 คน (30.88%)

1) ด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม

การพัฒนาสถานที่ และการรวมกลุ่ม	ประเด็นการสนับสนุน	ความต้องการ	การสนับสนุน	เงื่อนไข/ข้อจำกัด
	การเข้าถึงพื้นที่ทำงาน เช่น พื้นที่สำหรับการประกอบกิจการหรือผลผลิตงาน พื้นที่สำหรับการแสดงผลงาน พื้นที่จัดกิจกรรม			BOI สนับสนุนกิจการพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรม เช่น Digital park, data center, maker space, co-working space
	สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น การลดหย่อนค่าเช่า/ คื้อ (ห้อง, อาคาร, ที่ดิน) การลดหย่อนภาษีโรงเรือน การกำหนดเพดานค่าเช่า การประกันสัญญาเช่าระยะยาว			
	การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอกเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน			CEA สนับสนุน
	การเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน			CEA สนับสนุน
	การแลกเปลี่ยนข้อมูล/ อุปกรณ์การผลิต/ วัตถุดิบ ภายในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์			
	การพัฒนาการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์			ประเด็นที่ไม่ได้ถามในแบบสอบถาม

ผลประเมินช่องว่างความต้องการและการสนับสนุนเชิงพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย b พบว่า มีความต้องการด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่มปานกลางในทุกประเด็นย่อย ซึ่งการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่สอดคล้องกันอยู่ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดหรือยังขาดการสนับสนุน โดยมีรายละเอียดของช่องว่างประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การเข้าถึงพื้นที่ทำงาน/ การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอกเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน และการเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน มีความต้องการน้อยและการสนับสนุนมีเงื่อนไข ควรพิจารณาปรับเงื่อนไขหรือข้อจำกัด แต่ไม่เร่งด่วนสามารถพัฒนาในภายหลังได้
- สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจ และการแลกเปลี่ยนข้อมูล, อุปกรณ์การผลิต, วัตถุดิบภายในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ มีความต้องการน้อยและไม่มีการสนับสนุน ควรพิจารณาเพิ่มการสนับสนุน แต่ไม่เร่งด่วนสามารถพัฒนาในภายหลังได้
- การพัฒนาการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ ในปัจจุบันมีการสนับสนุนที่มีเงื่อนไข แต่เป็นประเด็นที่ไม่ได้มีระบุในแบบสอบถามกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2) ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน	ประเด็นการสนับสนุน	ความต้องการ	การสนับสนุน	เงื่อนไข/ข้อจำกัด
	สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์			CEA สนับสนุน
	สาธารณูปโภค สาธารณูปการและการบริการสาธารณะ			ดำเนินการโดยรัฐส่วนกลาง
	โครงข่ายสื่อสารความเร็วสูง บริการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่			BOI สนับสนุนกิจการพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรม เช่น Digital park, data center, maker space, co-working space
	สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียว			ขึ้นกับท้องถิ่น
	การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน เช่น อนุรักษ์อาคารและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม			มีการขึ้นทะเบียนอาคารอนุรักษ์ แต่ยังไม่มีมาตรการสนับสนุนการอนุรักษ์
	การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน เช่น การใช้ประโยชน์อาคารและที่ดินผสมผสาน			ขาดผังแม่บทการส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
	การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เชิงกายภาพ เช่น ถนนสร้างสรรค์			เริ่มดำเนินการโดย CEA

ผลประเมินช่องว่างความต้องการและการสนับสนุนเชิงพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย b พบว่ามีความต้องการด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสูงในประเด็นด้านพื้นที่ทางกายภาพ เช่น พื้นที่พัฒนาองค์ความรู้ พื้นที่สาธารณะ ประเด็นด้านอัตลักษณ์และความหลากหลายในพื้นที่ของย่าน ซึ่งมีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่สอดคล้องกัน และบางประเด็นเป็นการสนับสนุนภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัด หรือยังขาดการสนับสนุนโดยมีรายละเอียดของช่องว่างประเด็นต่างๆ ดังนี้

- สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ มีความต้องการมากและมีการสนับสนุน ควรมีการประชาสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวเพิ่มขึ้น และควรมีการนำเสนอกรณีศึกษากลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนผ่านมาตรการดังกล่าว เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้าใจและเข้าถึงสิทธิประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง
- สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน มีความต้องการมากแต่การสนับสนุนมีเงื่อนไข ควรมีการพิจารณาปรับเงื่อนไขแรงจูงใจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาเชิงกายภาพในพื้นที่เป้าหมายของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน มีความต้องการมากแต่ไม่มีการสนับสนุน ควรมีการพิจารณาแรงจูงใจในการเพิ่มการสนับสนุนแนวทางการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น ผังแม่บทย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- สาธารณูปโภค สาธารณูปการ การบริการสาธารณะ และการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เชิงกายภาพ มีความต้องการน้อยและการสนับสนุนมีเงื่อนไข ควรพิจารณาปรับเงื่อนไขหรือข้อจำกัด แต่ไม่เร่งด่วนสามารถพัฒนาในภายหลังได้
- โครงข่ายสื่อสารความเร็วสูง บริการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ธุรกิจ มีความต้องการน้อย แต่มีการสนับสนุน เป็นประเด็นที่ไม่เร่งด่วนในปัจจุบัน สามารถพัฒนาในภายหลังได้

8.2 ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในย่าน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)

8.2.1 ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของกลุ่มผู้ประกอบการในย่าน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)

จากผลสำรวจความต้องการในสนทนากลุ่ม (focus group) การประเมินช่องว่างของความต้องการสนับสนุนของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในย่าน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) และผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน ประเมินเฉพาะประเด็นการสนับสนุนที่มีการกล่าวถึงในสนทนากลุ่ม (focus group) กับมาตรการสนับสนุนและสิทธิประโยชน์ที่มีอยู่ในปัจจุบันทั้งในระดับทั่วไปและระดับพื้นที่

1) ด้านการพัฒนาบุคลากร

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในย่านเพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับทุนใหญ่ มีความต้องการสนับสนุนปานกลางและมีมาตรการสนับสนุน ผ่านการบริการของหลายหน่วยงาน ส่งเสริมการพัฒนา ด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาทักษะบุคลากรเฉพาะทาง เช่น คนในย่านเพื่อรองรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความต้องการ ทั้งนี้ ต้องศึกษาในเงื่อนไขของการสนับสนุนว่าสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่

2) ด้านการพัฒนาธุรกิจ

การสร้างเครือข่ายกับภาคีเพื่อส่งเสริมการตลาดและการส่งออก มีความต้องการมากและมีการสนับสนุน มาตรการส่งเสริมการตลาดและการส่งออกสินค้า ผ่านโปรแกรม เช่น การเชื่อมโยงคู่ค้า นำเสนอผลงานทั้งภายในประเทศและต่างประเทศและการลดหย่อนค่าดำเนินการขนส่งสินค้าตัวอย่าง รวมถึงการส่งเสริมการตลาดเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการในพื้นที่โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนยังมีความต้องการด้านนี้อยู่ การประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงการสนับสนุนน่าจะเป็นประเด็นที่คำนึงถึงในข้อเสนอ

3) ด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม

การสร้างเครือข่ายภายในเชื่อมโยงผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์และชุมชน มีความต้องการมากแต่
การสนับสนุนยังไม่ชัดเจน สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหน่วยงานในพื้นที่ที่สนับสนุนการจัด
กิจกรรมส่งเสริมองค์ความรู้มากกว่าการสนับสนุนเครือข่ายอย่างชัดเจน

การสนับสนุนพื้นที่ประกอบการธุรกิจ เป็นอีกความต้องการสนับสนุนด้านการพัฒนาสถานที่และการ
รวมกลุ่ม ที่มีความต้องการปานกลางและยังขาดการสนับสนุน เช่น การลดหย่อนค่าเช่า/ซื้อ (ห้อง อาคาร
ที่ดิน) การลดหย่อนภาษีโรงเรือน การกำหนดเพดานค่าเช่า และการประกันสัญญาเช่าระยะยาว เป็นต้น โดย
ต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานรัฐ เอกชนและเจ้าของพื้นที่ตามสมควร

4) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน เช่น แผนอนุรักษ์อาคารที่มีคุณค่า และการปรับใช้ประโยชน์อาคาร มี
ความต้องการมากแต่ยังขาดการสนับสนุน อาคารอนุรักษ์ประเภทขึ้นทะเบียนหรือได้รับรางวัลสถาปัตยกรรมมี
หน่วยงานประเมินไว้แต่ยังขาดงบประมาณสนับสนุนในการบำรุงรักษา ส่วนการปรับปรุงอาคารเก่าในย่านมี
ข้อจำกัดด้านกฎหมายควบคุมอาคาร ห้ามตัดแปลงเกินพื้นที่เดิม เป็นต้น

8.2.2 ช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุนของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน

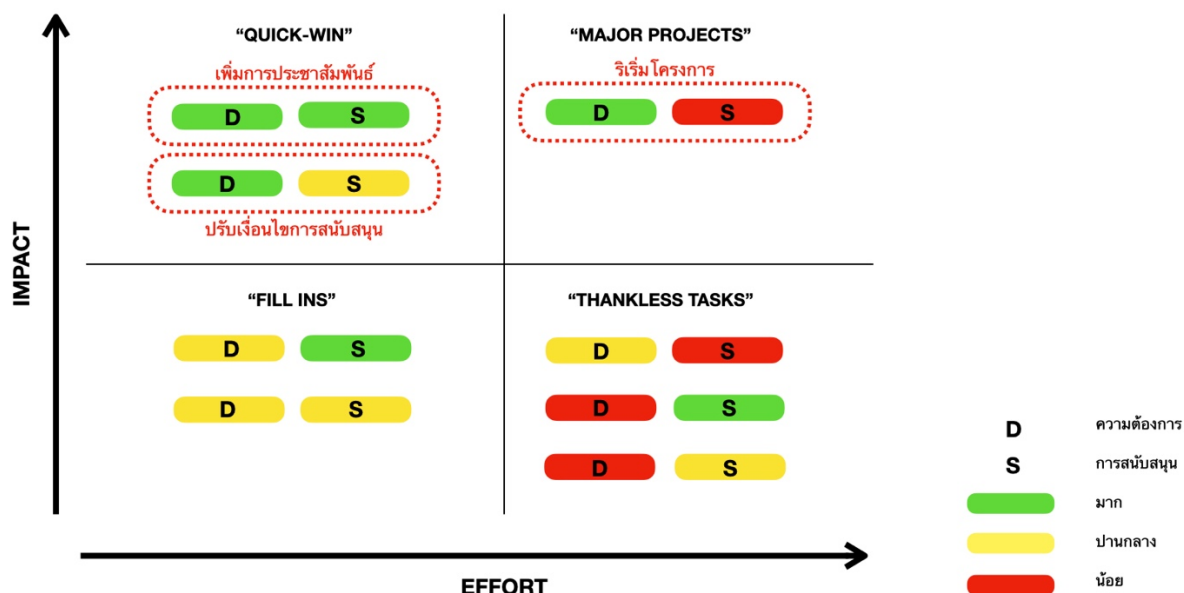
1) ด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม

แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ร่วมกันระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ส่งเสริม
สภาพแวดล้อมรองรับธุรกิจที่หลากหลาย มีความต้องการปานกลางแต่ยังไม่มี การสนับสนุนที่ชัดเจน สำนักงาน
ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีโครงการศึกษาผังแม่บทย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุงแต่ยังไม่ได้ดำเนินการ

8.3 การลำดับความสำคัญของมาตรการและสิทธิประโยชน์ตามช่องว่างของความต้องการ และการสนับสนุนของกลุ่มเป้าหมาย

การลำดับความสำคัญของการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการประเมินเพื่อจัดลำดับความสำคัญและเลือกมาตรการและสิทธิประโยชน์ที่ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยอาศัยผลการวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความต้องการและการสนับสนุนในหัวข้อก่อนหน้านี้มาเป็นข้อมูลสำคัญในการประเมินตามเกณฑ์การจัดลำดับความสำคัญ ได้แก่

- 1) **ผลกระทบ (Impact)** หมายถึง ระดับของผลกระทบของมาตรการที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ตามการแทนค่าสีเขียวตรงตามความต้องการจึงส่งผลกระทบมาก สีเหลืองและสีแดงส่งผลกระทบน้อย
- 2) **การลงแรง (Effort)** หมายถึง ระดับของการลงแรงในการดำเนินการ ประเมินจากช่องว่างของความต้องการและการสนับสนุน หากช่องว่างมากแปลว่าต้องลงแรงในการดำเนินการมาก เช่น ริเริ่มโครงการ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จนถึงการทำเนิมาตรการ เป็นต้น



แผนภูมิที่ 2 เมทริกซ์การลำดับความสำคัญของมาตรการ, ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2563

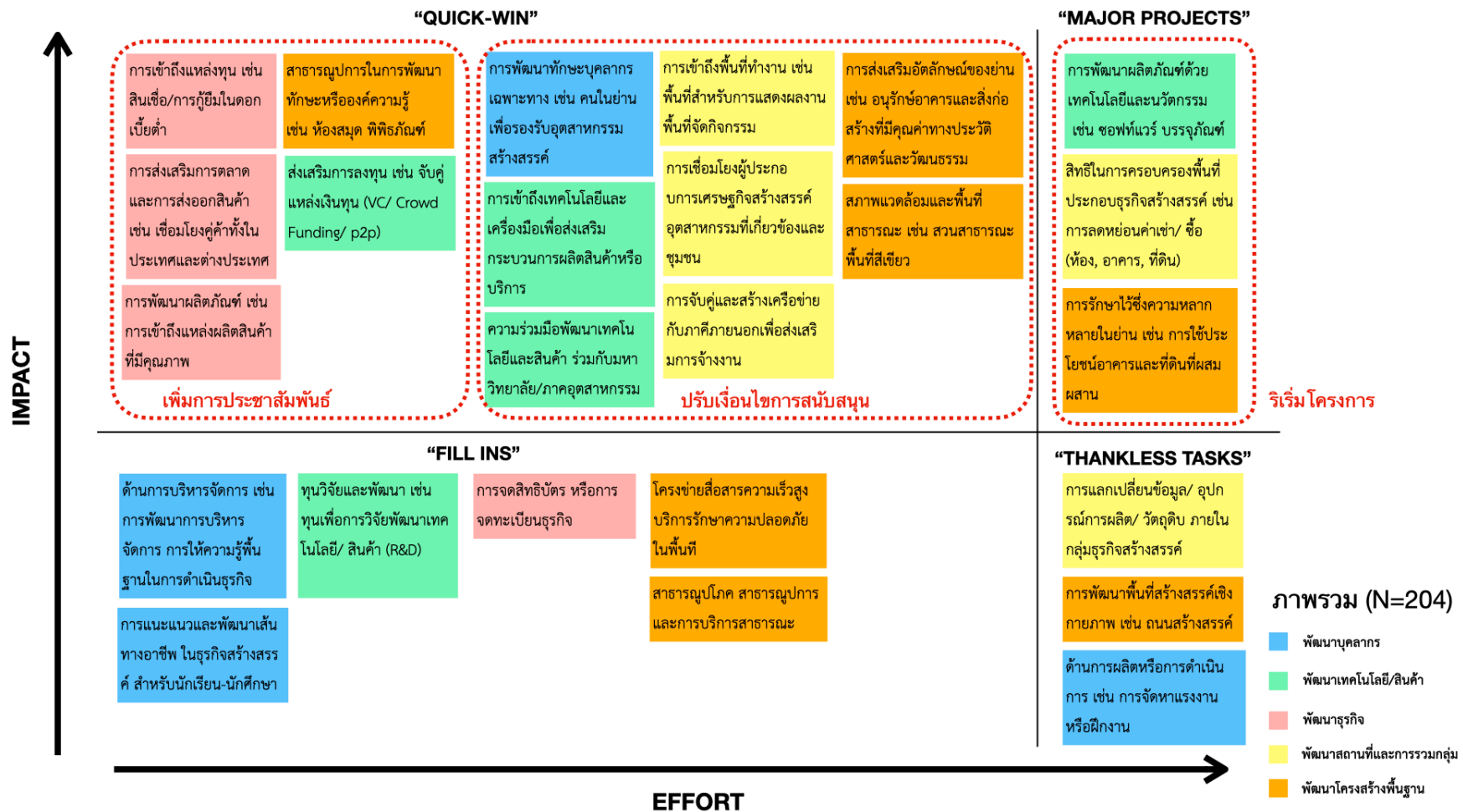
ในการวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะสั้น 0-3 ปี จะมุ่งเน้นไปที่ผลการประเมินระดับ “Quick-win” (High Impact, Low effort) ควรดำเนินการก่อน เพราะเป็นการสนับสนุนที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในขณะที่ต้องลงแรงน้อยกว่าในการดำเนินการ เนื่องจากมีการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและภาคเอกชนอยู่แล้ว การดำเนินการ ได้แก่

- 1) เพิ่มการประชาสัมพันธ์หรือบริการให้ข้อมูล (ด้านพัฒนาธุรกิจ) การส่งเสริมการลงทุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดและการส่งออก (ด้านโครงสร้างพื้นฐาน) สาธารณูปการส่งเสริมองค์ความรู้
- 2) พิจารณาปรับเงื่อนไขการสนับสนุนให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย (ด้านพัฒนาบุคลากร) การพัฒนาทักษะเฉพาะทาง (ด้านสถานที่และเครือข่าย) การเชื่อมโยงผู้ประกอบการภายในย่าน การจับคู่สร้างเครือข่ายกับภายนอกและการเข้าถึงพื้นที่ทำงาน (ด้านธุรกิจ) การเข้าถึงเทคโนโลยีการผลิต ความร่วมมือพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า เป็นต้น

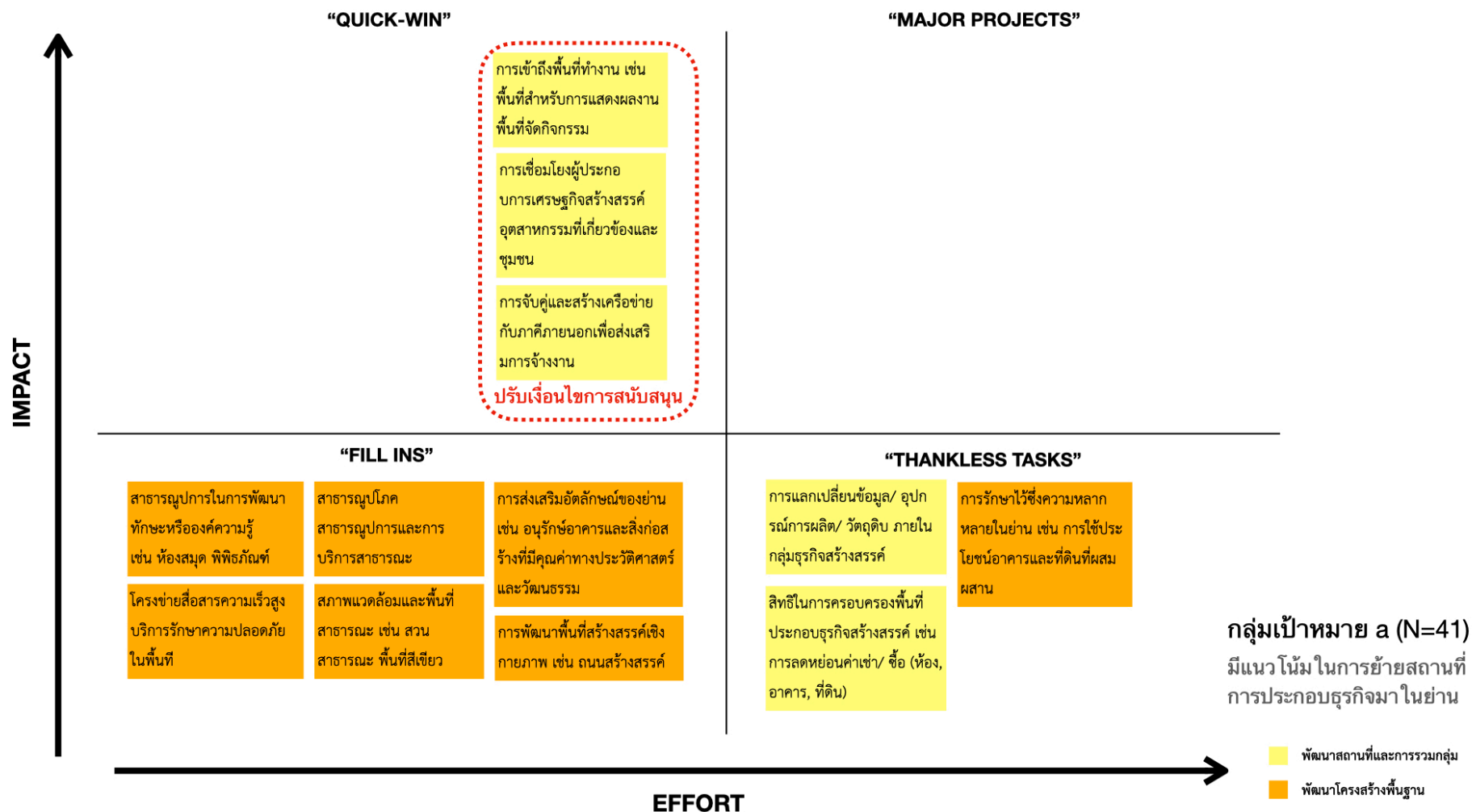
ทั้งนี้ การจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการมองผลลัพธ์ในระยะกลาง 3-5 ปี จึงควรคำนึงถึงผลการประเมินระดับ “Major project” (High Impact, High effort) เพื่อวางแผนการดำเนินการ เนื่องจากเป็นการสนับสนุนที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลกระทบบวก แต่จำเป็นต้องลงแรงและใช้เวลามากในการดำเนินการ ได้แก่

- 1) ริเริ่มโครงการสนับสนุน เช่น (ด้านสถานที่และเครือข่าย) สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจ (ด้านโครงสร้างพื้นฐาน) การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายของการใช้ประโยชน์อาคารในย่าน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นต้น

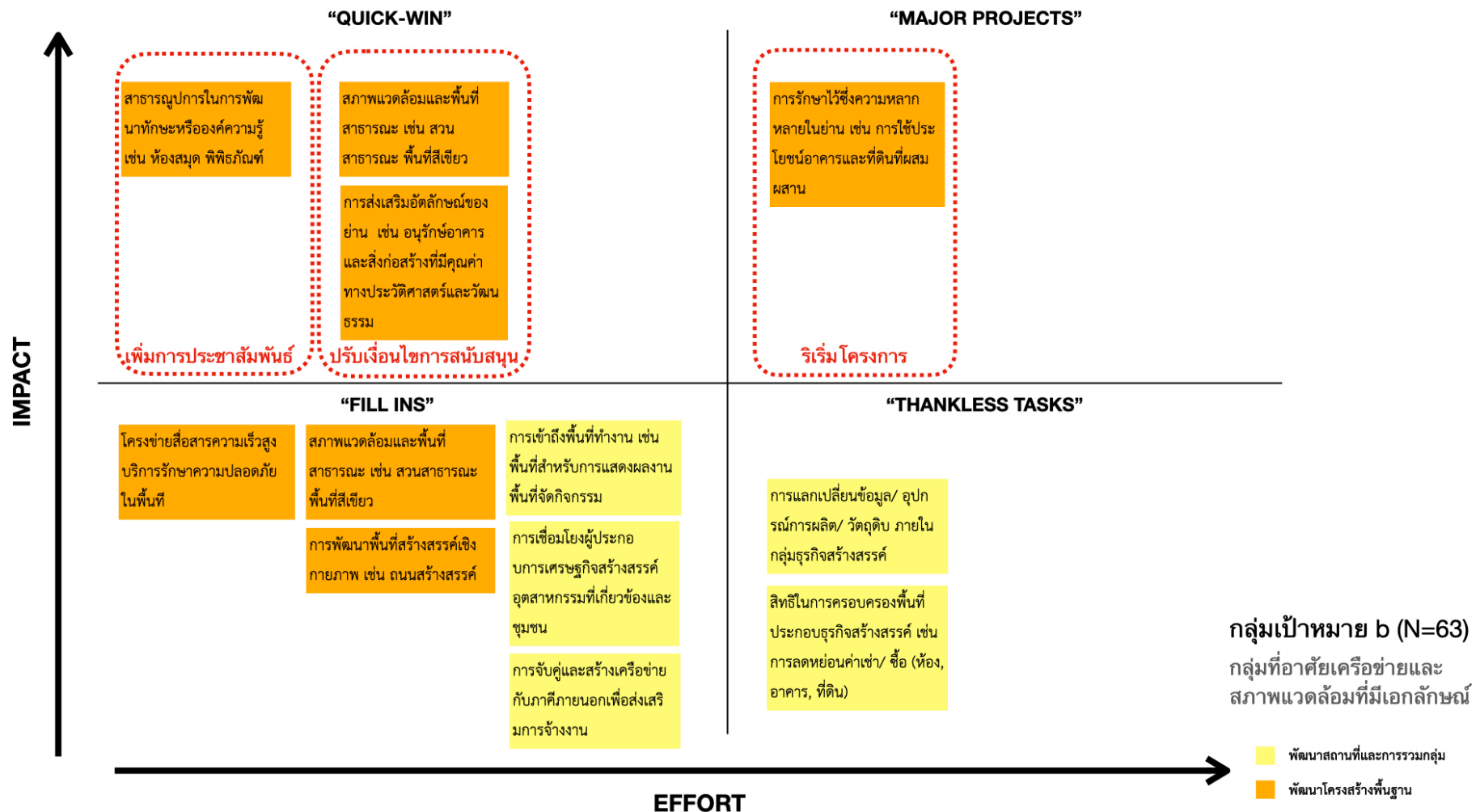
ข้อสังเกตหนึ่ง คือ กลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่ม a) กลุ่มที่มีแนวโน้มการย้ายเข้ามาเปิดธุรกิจ/ขยายธุรกิจในย่าน มีความต้องการสนับสนุนด้านเครือข่ายมาก ทั้งการเชื่อมโยงผู้ประกอบการ การจับคู่สร้างเครือข่ายและการเข้าถึงพื้นที่ทำงาน และ b) กลุ่มที่อาศัยเครือข่ายวิสาหกิจและสภาพแวดล้อมที่มีเอกลักษณ์ มีความต้องการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปการในการพัฒนาองค์ความรู้ สภาพแวดล้อมที่ดีและการส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน จึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์หรือบริการให้ข้อมูลให้ตรงกลุ่มเป้าหมายนี้



ตาราง 12 การดำเนินการตามช่องว่างของความต้องการและสนับสนุนของกลุ่มผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในภาพรวม, ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2563



ตาราง 13 การดำเนินการตามช่องว่างของความต้องการและสนับสนุนของกลุ่มผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ กลุ่มเป้าหมาย a), ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2563



ตาราง 14 การดำเนินการตามช่องว่างของความต้องการและสนับสนุนของกลุ่มผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่, กลุ่มเป้าหมาย b), ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2563

บทที่ 9 ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับ ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง

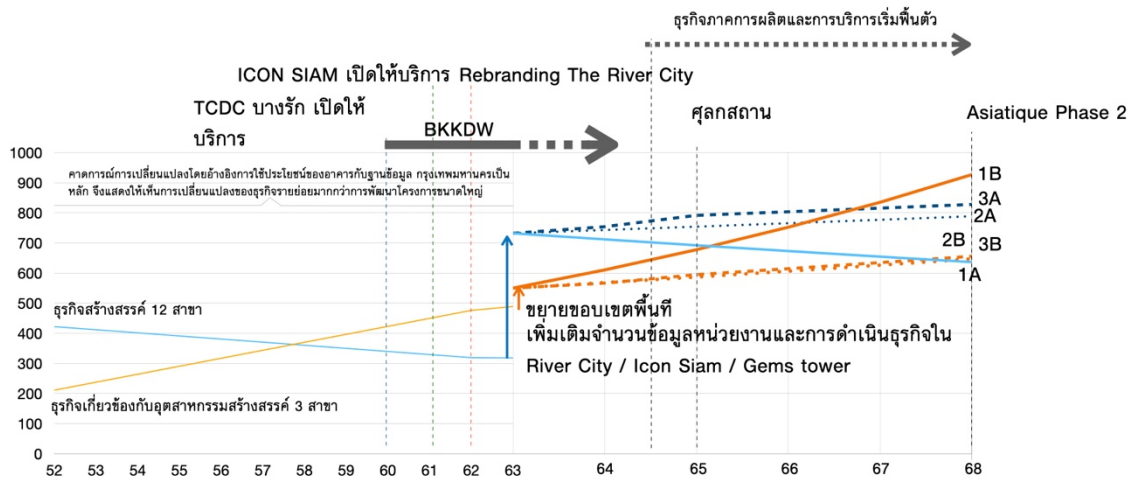
บทนี้นำเสนอข้อเสนอแนะแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุงที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจในย่าน ผู้อยู่อาศัย/ชุมชนในย่าน รวมถึงผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน และสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ย่านเจริญกรุง โดยเสนอทางเลือกแนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์ตามสถานการณ์ต่างๆ จากการวิเคราะห์ผลกระทบต่อนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงธุรกิจภายในย่านเจริญกรุง (Trend Impact Analysis) เพื่อประกอบการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและการวางแผน รวมถึงระบุแหล่งสนับสนุนสิทธิประโยชน์ร่วมกับสศศ. ต่อไปประกอบด้วย

- 1) วิเคราะห์ผลกระทบต่อนแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงธุรกิจในย่านเจริญกรุง
- 2) แนวทางการจัดทำมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง
- 3) แหล่งสนับสนุนสิทธิประโยชน์ร่วมกับ สศศ.

9.1 วิเคราะห์ผลกระทบต่อนแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงธุรกิจในย่านเจริญกรุง

การวิเคราะห์ผลกระทบต่อนแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงธุรกิจในย่านเจริญกรุงเป็นส่วนสำคัญในการประเมินการสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่าน ตามกรอบแนวคิดที่กล่าวไปในบทที่ 3 ว่า ควรขึ้นกับสถานการณ์และความท้าทายของย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในช่วงระยะของการพัฒนา โดยเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวแปรสำคัญ ได้แก่ จำนวนธุรกิจสร้างสรรค์และอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านเจริญกรุง¹⁴ ในสถานการณ์ที่ไม่ทำอะไร (Do-nothing) กับสถานการณ์ที่ดำเนินตามนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้สามารถตัดสินใจกำหนดนโยบายได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ การวิเคราะห์แบ่งเป็นสถานการณ์ฐาน (Baseline Scenario) และสถานการณ์ที่มีการดำเนินนโยบายส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุงตามลำดับขั้น ดังนี้

¹⁴ เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลเพื่อศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงจึงใช้จำนวนธุรกิจสร้างสรรค์เป็นตัวแปร ทั้งนี้ ในอนาคตควรใช้ข้อมูลมูลค่าของธุรกิจมาเป็นอีกตัวแปรสำคัญด้วยเพื่อประเมินผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวม



แผนภูมิที่ 3 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์สถานการณ์ฐาน (Baseline Scenario) และสถานการณ์ที่มีการดำเนินนโยบายส่งเสริมย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง

Scenario 1 : สถานการณ์ฐานต่อยอดการพัฒนาเดิม (Baseline Scenario)

สถานการณ์ฐาน (Baseline Scenarios) เป็นการคาดการณ์ตามแนวโน้มของข้อมูลในอดีตในกรณีที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเหตุการณ์แทรกซ้อนใดๆ ในที่นี้ใช้ข้อมูลจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์และอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ อ้างอิงจากโครงการฐานข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง ในช่วงปี 2551-2562 (ก่อนเกิดเหตุการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19) ที่มีอัตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ 15 สาขา อุตสาหกรรมที่ร้อยละ 2.30 ต่อปี (Compound Annual Growth Rate) ซึ่งเป็นผลจากการลดลงของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์หลัก 12 สาขาอุตสาหกรรม (ธุรกิจตัดเย็บ ธุรกิจจิวเวลรีและเครื่องเงิน และร้านค้าดั้งเดิม) ในอัตราถดถอยที่ร้อยละ 2.75 ต่อปี และการเพิ่มขึ้นของจำนวนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (ร้านอาหาร คาเฟ่) ในอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 8.48 ต่อปี การคาดการณ์ตามแนวโน้มอัตราการเติบโตนี้ ภายในปี 2568 จะมีจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 15 สาขา สะสมจากการเปิดใหม่มากกว่าปิดตัวของธุรกิจประมาณ 180 ราย

การเปลี่ยนแปลงข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุงทั้งอัตราการถดถอยของธุรกิจสร้างสรรค์ดั้งเดิม และอัตราการเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (ร้านอาหาร คาเฟ่) มีเหตุปัจจัยจากทั้งภายในธุรกิจและปัจจัยภายนอก¹⁵ เช่น การส่งต่อธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่น เทคโนโลยีที่เข้ามาปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการเข้ามาของทุนใหญ่/ ทุนต่างชาติ ที่มีกลุ่มลูกค้าของตัวเองไม่ได้เอื้อประโยชน์และเพิ่มการแข่งขันกับธุรกิจขนาด

¹⁵ เหตุปัจจัยภายในและภายนอก เป็นผลสรุปประเด็นจากกระบวนการสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ประกอบการในย่านเจริญกรุง

เล็กน้อยในพื้นที่ ส่วนการเพิ่มขึ้นของธุรกิจใหม่ๆ เป็นธุรกิจคาเฟ่และร้านอาหารที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ เข้ามาในย่านแต่กลับไม่ได้เสริมอัตลักษณ์ของย่าน

ความท้าทายในการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ของสถานการณ์ฐานนี้อยู่ที่การสร้างสมดุลระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ในพื้นที่และการรักษากิจการดั้งเดิมที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่เอาไว้ หากไม่มีการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ดั้งเดิมคาดว่าจะจำนวนธุรกิจดั้งเดิมจะลดลงอย่างมากใน 5 ปีนี้ และธุรกิจคาเฟ่ร้านอาหารจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนมีสัดส่วนมากกว่าธุรกิจสร้างสรรค์ 12 สาขา ตั้งแต่ประมาณกลางปี 2565 เป็นต้นไป

SCENARIO 1: Baseline scenario: ต่อกราฟการเปลี่ยนแปลงช่วง 2551-2562

เป็นการคาดการณ์โดยอาศัยแนวโน้มตามข้อมูลในอดีตในกรณีที่ไม่มีปัจจัยหรือเหตุการณ์แทรกซ้อนใดๆ

อัตราการเติบโตเฉลี่ยของธุรกิจสร้างสรรค์ 15 สาขา ร้อยละ 2.30 ต่อปี (Compound Annual Growth Rate)

อัตราการเติบโตของธุรกิจทั้งหมด (รวมภาคเศรษฐกิจจริง) ถดถอยเฉลี่ยร้อยละ 0.44 ต่อปี

1A Creative Business is slowly declining

ในช่วงปี 2551-2562 ธุรกิจสร้างสรรค์ 12 สาขาถดถอยร้อยละ 2.75 ต่อปี

ภายในปี 2568 จำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ภาพรวมจะลดลง 96 ธุรกิจ (จากฐาน 732 ธุรกิจในปี 2563)

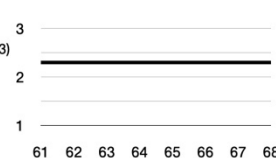
1B Continuing strong gentrifying food industry situation

ในช่วงปี 2551-2562 ธุรกิจร้านอาหารที่เกี่ยวข้อง 3 สาขาเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.48 ต่อปี

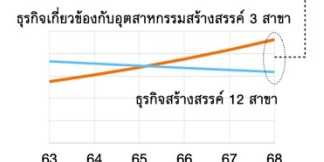
ภายในปี 2568 จำนวนธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นรวม 276 ธุรกิจ (จากฐาน 550 ธุรกิจในปี 2563)

*** ปรับเลขฐาน เป้าหมายการเพิ่มขึ้นของธุรกิจจากจำนวนรวมภาพรวมธุรกิจ 15 สาขา จะมีธุรกิจเพิ่มขึ้น 155 ธุรกิจ แต่ถ้าคิดตามแนวโน้มแยกสาขาจะมีธุรกิจรวมเพิ่มขึ้น 180 ธุรกิจ

Compound Annual Growth Rate



Business units



แผนภูมิที่ 4 สถานการณ์ฐาน (Baseline Scenario) คาดการณ์อัตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ในปี 2568, ที่มา: โครงการฐานข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ปี 2563

Scenario 2 : สถานการณ์แบบปกติใหม่ที่มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป (U-shape Scenarios)

จากเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 เป็นเหตุปัจจัยสำคัญที่เปลี่ยนอัตราการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง อ้างอิงข้อมูลจากโครงการฐานข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง พบว่า ในระหว่างปี 2562-2563 อัตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ 15 สาขาลดลงอยู่ที่ร้อยละ 1.51 ต่อปี ซึ่งเป็นผลจากลดลงของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์หลัก 12 สาขา ที่มีอัตราถดถอยน้อยลงที่ร้อยละ 0.31 ต่อปี และการชะลอการเพิ่มขึ้นของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (ร้านอาหาร คาเฟ่) ในอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 2.73 ต่อปี

การคาดการณ์การเติบโตของจำนวนธุรกิจ ตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นไป อาศัยข้อมูลการประเมินแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย¹⁶ เป็นกรอบในการพิจารณา โดยในสมมุติฐานที่ว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้น

¹⁶ ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจโดยธนาคารพาณิชย์ SCB EIC

ตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป (U-Shape Scenario) ช่วงพื้นตัวจะใช้เวลานานและจะสามารถกลับมาอีตราการเติบโตใกล้เคียงกับช่วงก่อนเกิดเหตุการณ์ที่ร้อยละ 2.33 ต่อปี ภายในปี 2568 จะมีจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 15 สาขา สะสมจากการเปิดใหม่มากกว่าปิดตัวลงทั้งหมด 153 ธุรกิจ รวมจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านเป็น 1,436 ธุรกิจ

เพื่อให้ย่านเจริญกรุงกลับมาอีตราการเติบโตใกล้เคียงเดิมได้ หากพิจารณาจากแนวโน้มการลดลงของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ 12 สาขาและการชะลอการเพิ่มขึ้นของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (ร้านอาหาร คาเฟ่) แล้ว ควรมีมาตรการสนับสนุนเพื่อดึงดูดผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ใหม่ในย่านที่มีความต้องการสอดคล้องกับศักยภาพของย่านเจริญกรุง ทั้งในเชิงความต้องการเครือข่ายการรวมกลุ่มภายในย่าน เช่น ธุรกิจดนตรีทัศนศิลป์ สถาปัตยกรรม หรือการเชื่อมโยงธุรกิจและชุมชนอย่างกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความต้องการครอบครองพื้นที่ในการดำเนินธุรกิจขนาดเล็กที่มีอัตลักษณ์ เช่น ธุรกิจการออกแบบและงานสถาปัตยกรรม โดยรูปแบบการพัฒนาจะเป็นการพัฒนาอาคารพาณิชย์ที่ว่างให้เช่าจำนวน 116 อาคาร และ/หรือการพัฒนาอาคารขนาดกลาง เช่น เพิ่มอาคาร OP place อีก 1 แห่ง เป็นต้น

ความท้าทายในการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ของสถานการณ์นี้นอกจากการสร้างสมดุลระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ในพื้นที่และการรักษากิจการดั้งเดิมที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่เอาไว้ ควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่านที่มีความต้องการสอดคล้องกับศักยภาพของย่านเจริญกรุง โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจที่มีความสัมพันธ์เชิงเครือข่ายกับธุรกิจอื่นในย่านและส่งเสริมธุรกิจที่ฟื้นตัวเร็วให้เป็นตัวกิจกรรมทางธุรกิจภายในย่าน

SCENARIO 2: Covid impacts และมาตรการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
: ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงช่วง 2562-2563 และค่อย ๆ ฟื้นตัวและค่อยลด

อัตราการเติบโตเฉลี่ยของธุรกิจสร้างสรรค์ 15 สาขา ปี 2562-2563 ร้อยละ 1.51 ต่อปี
อัตราการเติบโตของธุรกิจทั้งหมด (รวมภาคเศรษฐกิจจริง) เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 0.27 ต่อปี
เป้าหมายการเติบโตรวมเฉลี่ย 2.30 ต่อปี

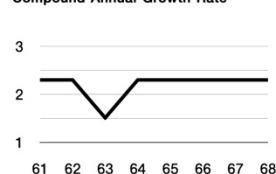
2A Creative Business is slowly increasing

ในช่วงปี 2562-2563 ธุรกิจสร้างสรรค์ 12 สาขาติดลบร้อยละ 0.31 ต่อปี
ในช่วงปี 2564-2568 วางเป้าหมายธุรกิจสร้างสรรค์ 12 สาขาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 ต่อปี
ภายในปี 2568 จำนวนธุรกิจสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นรวม 57 ธุรกิจ

2B Gentle gentrifying food industry situation

ในช่วงปี 2562-2563 ธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง 3 สาขาเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.73 ต่อปี
ในช่วงปี 2564-2568 วางเป้าหมายธุรกิจในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง 3 สาขาเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.33 ต่อปี
ภายในปี 2568 จำนวนธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นรวม 97 ธุรกิจ

Compound Annual Growth Rate



Business units



แผนภูมิที่ 5 สถานการณ์พื้นตัวของธุรกิจสร้างสรรค์อย่างค่อยเป็นค่อยไป (U-shape Scenarios) คาดการณ์อีตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ในปี 2568, ที่มา: โครงการฐานข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ปี 2563

Scenario 3 : สถานการณ์แบบปกติใหม่ที่มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว (V-shape Scenarios)

เหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 เป็นเหตุปัจจัยสำคัญที่เปลี่ยนอัตราการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง อ้างอิงข้อมูลจากโครงการฐานข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง พบว่า ในระหว่างปี 2562-2563 อัตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ 15 สาขาลดลงอยู่ที่ร้อยละ 1.51 ต่อปี ในขณะที่แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2563 - 2565) มีเป้าหมายอัตราการขยายตัวของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ระดับประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5

ในสมมุติฐานที่ว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว (V-Shape Scenario) ช่วงฟื้นตัวจะใช้เวลารวดเร็วบางภาคธุรกิจฟื้นตัวภายในปี 2563 หากพิจารณาจากเป้าหมายอัตราการขยายตัวของสินค้าและบริการเฉลี่ยร้อยละ 5 จำเป็นต้องมีมาตรการและสิทธิประโยชน์สนับสนุนเพื่อกระตุ้นการเติบโตสูงกว่าช่วงก่อนเกิดเหตุการณ์ที่ร้อยละ 3.0 ถึง 5.0 ต่อปี และในระยะยาวกลับมาเติบโตในอัตราใกล้เคียงกับเส้นแนวโน้มเดิม (Baseline) ภายในปี 2568 จะมีจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 15 สาขา สะสมจากการเปิดใหม่มากกว่าปิดตัวลงทั้งหมด 202 ราย รวมจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านเป็น 1,485 ราย

ปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันให้เกิดการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว คือ การพัฒนาภาคธุรกิจค้าปลีก ห้างสรรพสินค้าของกลุ่มทุนใหญ่ ซึ่งขายสินค้าและบริการสร้างสรรค์และมีการสนับสนุนผู้ประกอบการในธุรกิจสร้างสรรค์ ผ่านโปรแกรมการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการต่างๆ รวมถึงการจับมือกับกลุ่มทุนต่างชาติเพื่อการลงทุน จึงควรมีมาตรการสนับสนุนเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐและกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) เพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ โดยรูปแบบการพัฒนาจะเป็นการพัฒนาอาคารพาณิชย์ที่ว่างให้เช่าจำนวน 116 อาคาร และ/หรือการพัฒนาอาคารขนาดกลาง เช่น เพิ่มอาคาร OP place อีก 2-3 แห่ง เป็นต้น

SCENARIO 3: Strong CEA Vaccines

: ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงช่วง 2562-2563 และค่อยๆ ฟื้นตัวและต่อยอด

อัตราการเติบโตเฉลี่ยของธุรกิจสร้างสรรค์ 15 สาขา ปี 2562-2563 ร้อยละ 1.51 ต่อปี
อัตราการเติบโตของธุรกิจทั้งหมด (รวมภาคเศรษฐกิจจริง) เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 0.27 ต่อปี
เป้าหมายการเติบโต 3.0 และ 5.0 ต่อปีในช่วงแรก และกลับเป็นร้อยละ 2.30 ต่อปี

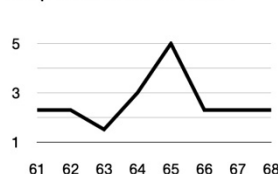
3A Creative Business is sharply increasing

ในช่วงปี 2564-2565 วางเป้าหมายธุรกิจสร้างสรรค์ 12 สาขาเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 และร้อยละ 5
ในช่วงปี 2566-2568 วางเป้าหมายธุรกิจสร้างสรรค์ 12 สาขาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 ต่อปี
ภายในปี 2568 จำนวนธุรกิจสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นรวม 96 ธุรกิจ

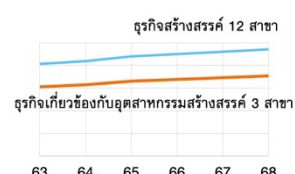
3B Gentle gentrifying food industry situation

ในช่วงปี 2564-2565 วางเป้าหมายธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง 3 สาขาเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 และร้อยละ 5
ในช่วงปี 2563-2568 วางธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง 3 สาขาเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.33
ภายในปี 2568 จำนวนธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นรวม 106 ธุรกิจ

Compound Annual Growth Rate



Business units



แผนภูมิที่ 6 สถานการณ์ (Baseline Scenarios) คาดการณ์อัตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจสร้างสรรค์ในปี 2568, ที่มา: โครงการฐานข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ปี 2563

9.2 แนวทางมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เจริญกรุง

9.2.1 แนวทางการสนับสนุนในสถานการณ์ฐานต่อยอดการพัฒนาเดิม (Baseline Scenario)

ภายใต้แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงย่านเจริญกรุงที่สำคัญ ทั้งการยกเลิกกิจการสร้างสรรค์เดิมใน 12 สาขาและไม่เกิดกิจกรรมธุรกิจบริเวณริมถนนเจริญกรุงและการเพิ่มขึ้นของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (อาหาร ร้านกาแฟ) ที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ เข้ามาในพื้นที่ หากไม่มีการสนับสนุนธุรกิจดั้งเดิมในพื้นที่ที่มีแนวโน้มปิดตัวลงอย่างมากในช่วง 5 ปีต่อไป และธุรกิจคาเฟ่ ร้านอาหารจะเพิ่มขึ้นและมีสัดส่วนมากกว่าธุรกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่กลางปี 2565 ความท้าทายของสถานการณ์ฐานนี้คือการสร้างสมดุลระหว่างธุรกิจใหม่ที่เข้ามาในพื้นที่ และการรักษากิจการเดิมที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่เอาไว้

การสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสถานการณ์ฐานนี้ จะมุ่งเน้นไปที่ผลการประเมินระดับ “Quick-win” (High Impact, Low effort) ควรดำเนินการก่อน เพราะเป็นการสนับสนุนที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจในย่านและผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน ในขณะที่ต้องลงแรงน้อยกว่าในการดำเนินการเนื่องจากมีการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและภาคเอกชนอยู่แล้ว การดำเนินการตามมติเครือข่ายวิสาหกิจ ได้แก่

- 1) มติบริบทกรอบการพัฒนา เพิ่มการประชาสัมพันธ์สาธารณูปการส่งเสริมองค์ความรู้เดิมที่มีอยู่
- 2) มติผู้เข้าร่วมเครือข่าย สนับสนุนผ่านโปรแกรมต่างๆ ดังนี้
 - (ผู้ประกอบการธุรกิจในย่าน) การพัฒนาทักษะบุคคลากรเฉพาะทาง/ บริการฝึกอบรมให้คำปรึกษาทางธุรกิจ ผ่านโปรแกรม Capability development เหมือนกรณีศึกษาย่านนวัตกรรม (Innovative district)
 - (ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน) การจับคู่สร้างเครือข่ายภายนอก ผ่านโปรแกรมเครือข่ายและความร่วมมือ Networking program เหมือนกรณีศึกษาย่านนวัตกรรม (Innovative district)
- 3) มติการบริหารจัดการเครือข่าย ดำเนินการโดย CEA เป็นหลัก ดังนี้
 - เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง เช่น การส่งเสริมการลงทุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดและการส่งออก
 - บริการฐานข้อมูลธุรกิจในย่าน

ตาราง 15 มาตรการและสิทธิประโยชน์ในสถานการณ์ฐาน (Baseline Scenario), ที่มา : คณะผู้วิจัย, 2563

การสนับสนุนในมิติเครือข่าย วิสาหกิจ ในสถานการณ์ฐาน (Baseline Scenario)	“Quick-win” มาตรการและสิทธิประโยชน์ ระยะสั้น 0-3 ปี (2563-2565)	“Major projects” มาตรการและสิทธิประโยชน์ ระยะกลาง 3-5 ปี (2565-2568)
มิติบริบทรอบการพัฒนา		
โครงสร้างพื้นฐาน	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ สาธารณูปการในการพัฒนา ทักษะ/องค์ความรู้ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์	
กฎระเบียบ	N/A	N/A
มิติผู้เข้าร่วมเครือข่าย		
ผู้ประกอบการในย่าน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)	เพิ่มการประชาสัมพันธ์การสนับสนุน • (ด้านพัฒนาธุรกิจ) การส่งเสริมการตลาดและการ ส่งออกสินค้า ปรับเงื่อนไขการสนับสนุนด้านต่างๆ ดังนี้ • (ด้านพัฒนาบุคลากร) การพัฒนาทักษะบุคลากร เฉพาะทาง เช่น โปรแกรม capability development • (ด้านพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม)การเชื่อมโยงผู้ ประกอบการในย่าน เช่น Creative Club	
ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน	ปรับเงื่อนไขการสนับสนุน ดังนี้ • (ด้านพัฒนาบุคลากร) การพัฒนาทักษะบุคลากร เฉพาะทาง เช่น โปรแกรม capability development	
ผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ใน ย่าน	ปรับเงื่อนไขการสนับสนุนด้านต่างๆ ดังนี้ • (ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม) การจับคู่และสร้าง เครือข่ายกับภาคีภายนอก เช่น Networking program • การเข้าใช้พื้นที่ทำงาน เช่น พื้นที่สำหรับแสดง ผลงาน พื้นที่จัดกิจกรรม	
ผู้ประกอบการหรือนักลงทุน จากต่างประเทศ (ธุรกิจ สร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)	N/A	N/A
มิติการบริหารจัดการเครือข่าย		
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (CEA)	CEA บริการส่งเสริมการค้าดำเนินธุรกิจ โดย • เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานที่มี การสนับสนุนด้านต่างๆ • บริการฐานข้อมูลธุรกิจในย่าน	

9.2.2 แนวทางการสนับสนุนในสถานการณ์แบบปกติใหม่ที่มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป (U-shape Scenarios)

ในกรณีที่การประเมินเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป (U-shape) จากการประเมินแนวโน้มการฟื้นตัวรายภาคธุรกิจสำคัญ (Sector) ที่มีระดับผลกระทบและความเร็วในการฟื้นตัวที่ต่างกัน ความท้าทายของสถานการณ์นี้นอกจากการรักษาสมดุลระหว่างการปิดตัวของธุรกิจเดิมและการเข้ามาของธุรกิจใหม่แล้วยังควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่านที่มีความต้องการสอดคล้องกับศักยภาพของย่านเจริญกรุง โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจที่มีความสัมพันธ์เชิงเครือข่ายกับธุรกิจอื่นในย่าน เช่น ธุรกิจทัศนศิลป์ ธุรกิจการออกแบบ ธุรกิจงานสถาปัตยกรรม และธุรกิจอาหาร และส่งเสริมธุรกิจที่ฟื้นตัวเร็วให้เป็นตัวกระตุ้นกิจกรรมทางธุรกิจภายในย่าน

การสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสถานการณ์ฐานนี้ นอกเหนือจากการสนับสนุนระดับ “Quick-win” ที่ดำเนินการได้ก่อนแล้ว ควรคำนึงถึงผลการประเมินระดับ “Major projects” (High Impact, High effort) เพื่อวางแผนการดำเนินการ เนื่องจากเป็นการสนับสนุนที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งผู้ประกอบการธุรกิจในย่านและผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน สามารถส่งผลกระทบได้มาก แต่จำเป็นต้องลงแรงและใช้เวลามากขึ้นในการดำเนินการ การดำเนินการตามมติเครือข่ายวิสาหกิจ ได้แก่

1) มิติบริบทรอบการพัฒนา

- (ระยะสั้น) เพิ่มการประชาสัมพันธ์สาธารณูปการส่งเสริมองค์ความรู้เดิมที่มีอยู่
- (ระยะกลาง) ปรับปรุงสภาพแวดล้อมกายภาพ รวมถึงมาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ (Overlay Zoning) อนุญาตให้ใช้ประโยชน์อาคารอนุรักษ์เพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ได้

2) มิติผู้เข้าร่วมเครือข่าย สนับสนุนผ่านโปรแกรมต่างๆ ดังนี้

(ระยะสั้น)

- (ผู้ประกอบการในย่าน) การพัฒนาทักษะบุคคลากรเฉพาะทาง/ บริการฝึกอบรมให้คำปรึกษาทางธุรกิจ ผ่านโปรแกรม Capability development เหมือนกรณีศึกษาย่านนวัตกรรม (Innovative district) และ ส่งเสริมการตลาดและการส่งออกให้ธุรกิจที่ฟื้นตัวได้เร็ว ได้แก่ ธุรกิจสุขภาพ ธุรกิจการสื่อสาร และธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก
- (ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน) การจับคู่สร้างเครือข่ายภายนอก ผ่านโปรแกรมเครือข่ายและความร่วมมือ Networking program เหมือนกรณีศึกษาย่านนวัตกรรม (Innovative district) และการเชื่อมโยงผู้ประกอบการผ่านโปรแกรม Keep space เหมือนกรณีศึกษา CAST เพื่อแบ่งปัน แลกเปลี่ยนความรู้ในการรักษาพื้นที่ทางศิลปวัฒนธรรม

- (ผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน) สนับสนุนสิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น การลดหย่อนค่าเช่า/ ค้าง การลดหย่อนภาษีโรงเรือน การกำหนดเพดานค่าเช่า การประกันสัญญาเช่าระยะยาว (ระยะกลาง)
- 3) มิติการบริหารจัดการเครือข่าย ดำเนินการโดย CEA ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (ระยะสั้น)
- เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดและการส่งออก
 - เสนอปรับเงื่อนไขการสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ด้านการพัฒนาทักษะเฉพาะทาง การส่งเสริมการลงทุน และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
 - บริการฐานข้อมูลธุรกิจนิวยอร์ก (ระยะกลาง)
 - วางกลยุทธ์และกำกับดูแล แผนอนุรักษ์ฟื้นฟูย่านเจริญกรุงเพื่อรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์และความหลากหลาย และเสนอมาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ (Overlay Zoning) เพื่อขออนุญาตใช้ประโยชน์อาคารมีคุณค่า/อาคารอนุรักษ์

ตาราง 16 มาตรการและสิทธิประโยชน์ในสถานการณ์พื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป (U-shape Scenario), ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2563

การสนับสนุนในมิติเครือข่าย วิสาหกิจในสถานการณ์ (U- shape Scenario)	“Quick-win” มาตรการและสิทธิประโยชน์ ระยะสั้น 0-3 ปี (2563-2565)	“Major projects” มาตรการและสิทธิประโยชน์ ระยะกลาง 3-5 ปี (2565-2568)
มิติบริบทรอบการพัฒนา		
โครงสร้างพื้นฐาน	เพิ่มการประชาสัมพันธ์ สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะ/องค์ความรู้ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์	ริเริ่มโครงการสนับสนุน การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายของการใช้ประโยชน์อาคารและที่ดิน
กฎระเบียบ	N/A	ริเริ่มโครงการสนับสนุน มาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ (Overlay Zoning) / อนุญาตให้ใช้ประโยชน์อาคารอนุรักษ์
มิติผู้เข้าร่วมเครือข่าย		
ผู้ประกอบการในย่าน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)	เพิ่มการประชาสัมพันธ์การสนับสนุน • (ด้านพัฒนาธุรกิจ) การส่งเสริมการตลาดและการส่งออกสินค้า ปรับเงื่อนไขการสนับสนุนด้านต่างๆ ดังนี้	

การสนับสนุนในมิติเครือข่าย วิสาหกิจในสถานการณ์ (U- shape Scenario)	“Quick-win” มาตรการและสิทธิประโยชน์ ระยะสั้น 0-3 ปี (2563-2565)	“Major projects” มาตรการและสิทธิประโยชน์ ระยะกลาง 3-5 ปี (2565-2568)
	(ด้านพัฒนาบุคลากร) การพัฒนาทักษะบุคลากรเฉพาะทาง เช่น โปรแกรม capability development (ด้านพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม) การเชื่อมโยงผู้ประกอบการธุรกิจในย่าน เช่น Creative Club	
ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน	ปรับเงื่อนไขการสนับสนุน (ด้านพัฒนาบุคลากร) การพัฒนาทักษะบุคลากรเฉพาะทาง เช่น โปรแกรม capability development	
ผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน	เพิ่มการประชาสัมพันธ์การสนับสนุน (ด้านพัฒนาธุรกิจ) การเข้าถึงแหล่งทุน เช่น สินเชื่อ/การกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำ - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับเงื่อนไขการสนับสนุนด้านต่างๆ ดังนี้ (ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม) - การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอก เช่น Networking program - การเข้าใช้พื้นที่ทำงาน เช่น พื้นที่สำหรับแสดงผลงาน พื้นที่จัดกิจกรรม (ด้านเทคโนโลยีและสินค้า) การเข้าถึงเทคโนโลยีและเครื่องมือส่งเสริมการผลิต และความร่วมมือระหว่างภาคี	ริเริ่มโครงการสนับสนุนด้านต่างๆ ดังนี้ (ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม) สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจ สร้างสรรค์ เช่น การลดหย่อนค่าเช่า/ซื้อ การลดหย่อนภาษีโรงเรือน การกำหนดเพดานค่าเช่า การประกันสัญญาเช่าระยะยาว
ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)	N/A	N/A
การบริหารจัดการเครือข่าย		
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA)	<u>CEA บริการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ</u> โดย - เสนอปรับเงื่อนไขการสนับสนุนให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย (Sector ลดผลกระทบและส่งเสริมธุรกิจพื้นตัวเร็ว) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานที่มีการสนับสนุนด้านต่างๆ - บริการฐานข้อมูลธุรกิจในย่าน	<u>CEA วางกลยุทธ์และกำกับดูแล</u> - แผนอนุรักษ์ฟื้นฟูย่านเจริญกรุงเพื่อรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์และความหลากหลาย - เสนอมาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ (Overlay Zoning)

9.2.3 แนวทางการสนับสนุนในสถานการณ์แบบปกติใหม่ที่มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว (V-shape Scenarios)

ในกรณีที่การประเมินเศรษฐกิจไทยให้น้ำหนักกับนโยบายสนับสนุนตามแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนา ยานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านการพัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งของผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อให้ ยานเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปข้างหน้า ความท้าทายอยู่ที่การวางยุทธศาสตร์ของนโยบายเพื่อเป้าหมายการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาศัยปัจจัยความแข็งแกร่งของภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบน้อยและน่าจะฟื้นตัวได้ปานกลางถึงเร็ว (ภายในปี 2563) การให้สิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจให้เกิดความร่วมมือกับกลุ่มทุนใหญ่และทุนต่างชาติจึงเป็นประเด็นสำคัญ

การสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับยานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสถานการณ์ฐานนี้ นอกเหนือจากการสนับสนุนระดับ “Quick-win” ที่ดำเนินการได้ก่อนแล้ว ควรคำนึงถึงผลการประเมินระดับ “Major projects” (High Impact, High effort) เพื่อวางแผนการดำเนินการ โดยมุ่งเป้าไปที่กลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ ซึ่งสามารถส่งผลกระทบได้มาก แต่จำเป็นต้องลงแรงและใช้เวลามากขึ้นในการดำเนินการ การดำเนินการตามมติเครือข่ายวิสาหกิจ ได้แก่

- 1) มติบริบทกรอบการพัฒนา
 - (ระยะสั้น) เพิ่มการประชาสัมพันธ์สาธารณูปการส่งเสริมองค์ความรู้เดิมที่มีอยู่
 - (ระยะกลาง) ปรับปรุงสภาพแวดล้อมกายภาพ รวมถึงมาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ (Overlay Zoning) อนุญาตให้ใช้ประโยชน์อาคารอนุรักษ์เพื่อสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ได้
- 2) มติผู้เข้าร่วมเครือข่าย สนับสนุนผ่านโปรแกรมต่างๆ ร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้ (ระยะสั้น)
 - (ผู้ประกอบการธุรกิจภายใน) การพัฒนาทักษะบุคลากรเฉพาะทาง/ บริการฝึกอบรมให้คำปรึกษาทางธุรกิจ ผ่านโปรแกรม Capability development หรือโปรแกรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในรูปแบบ Academy และโปรแกรมส่งเสริมการตลาดและการส่งออกให้ธุรกิจที่ฟื้นตัวได้เร็ว (ระยะกลาง)
 - ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น) สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ (Target sector) เช่น การลดหย่อนค่าเช่า ภายใต้เงื่อนไขการส่งเสริมผู้ประกอบการภายใน
- 3) มติการบริหารจัดการเครือข่าย ดำเนินการโดย CEA ร่วมกับหน่วยงานและภาคธุรกิจ ดังนี้ (ระยะสั้น)

- เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดและการส่งออก
- เสนอปรับเงื่อนไขการสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้จูงใจกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มทุนใหญ่ และทุนต่างชาติ
- บริการฐานข้อมูลธุรกิจภายใน
- CEA จัดหาเงินทุนภายนอกสนับสนุนทางการเงิน เช่น industry dev. program SE/community program ในกรณีศึกษาย่านนวัตกรรม หรือระดมทุนร่วมกับเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจ หน่วยงานท้องถิ่นเหมือนกรณีศึกษา Creative land trust ของเมืองลอนดอน

(ระยะกลาง)

- วางกลยุทธ์และกำกับดูแล แผนอนุรักษ์ฟื้นฟูย่านเจริญกรุงเพื่อรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์และความหลากหลาย และเสนอมาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ (Overlay Zoning) เพื่อขออนุญาตใช้ประโยชน์อาคารมีคุณค่า/อาคารอนุรักษ์
- ผลักดันความสำเร็จและการยอมรับ ผลักดันย่าน/เมืองสร้างสรรค์ให้ได้รับการยอมรับในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (Creative city network) อย่างต่อเนื่อง

ตาราง 17 มาตรการและสิทธิประโยชน์ในสถานการณ์ต้นแบบย่านเศรษฐกิจ (V-shape Scenario)

การสนับสนุนในมิติเครือข่าย วิสาหกิจในสถานการณ์ (V- shape Scenario)	“Quick-win” มาตรการและสิทธิประโยชน์ ระยะสั้น 0-3 ปี (2563-2565)	“Major projects” มาตรการและสิทธิประโยชน์ ระยะกลาง 3-5 ปี (2565-2568)
มิติบริบทรอบการพัฒนา		
โครงสร้างพื้นฐาน	● เพิ่มการประชาสัมพันธ์ สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะ/องค์ความรู้ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ ● ปรับเงื่อนไขสนับสนุนการส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน เช่น จัดกิจกรรม/event ที่ช่วยดึงดูดคนเข้ามาในย่าน	ริเริ่มโครงการสนับสนุน การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายของการใช้ประโยชน์อาคารและที่ดิน
กฎระเบียบ		มาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ (Overlay Zoning) / อนุญาตให้ใช้ประโยชน์อาคารอนุรักษ์
มิติผู้เข้าร่วมเครือข่าย		
ผู้ประกอบการในย่าน (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)	● เพิ่มการประชาสัมพันธ์การสนับสนุน (ด้านพัฒนาธุรกิจ) การส่งเสริมการตลาดและการส่งออกสินค้า	สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

การสนับสนุนในมิติเครือข่าย วิสาหกิจในสถานการณ์ (V- shape Scenario)	“Quick-win” มาตรการและสิทธิประโยชน์ ระยะสั้น 0-3 ปี (2563-2565)	“Major projects” มาตรการและสิทธิประโยชน์ ระยะกลาง 3-5 ปี (2565-2568)
	ปรับเปลี่ยนการสนับสนุนด้านต่างๆ ดังนี้ (ด้านพัฒนาบุคลากร) การพัฒนาทักษะบุคลากรเฉพาะทาง เช่น โปรแกรม capability development (ด้านพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม) การเชื่อมโยงผู้ประกอบการธุรกิจภายใน เช่น Creative Club	
ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในย่าน	ปรับเปลี่ยนการสนับสนุน (ด้านพัฒนาบุคลากร) การพัฒนาทักษะบุคลากรเฉพาะทาง เช่น โปรแกรม capability development	
ผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน	ปรับเปลี่ยนการสนับสนุนด้านต่างๆ ดังนี้ (ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม) - การจัดจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอก เช่น Networking program - การเข้าใช้พื้นที่ทำงาน เช่น พื้นที่สำหรับแสดงผลงาน พื้นที่จัดกิจกรรม	
ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศ (ธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจอื่น)	เพิ่มการประชาสัมพันธ์การสนับสนุน - ด้านการตลาด เช่น โปรแกรมนิทรรศการต่างๆของหน่วยงานในพื้นที่ปรับเปลี่ยนสนับสนุน - ลดข้อจำกัดในการพัฒนาย่าน ลดกฎเกณฑ์ที่ทำให้การลงทุนไม่คุ้มค่า	ริเริ่มโครงการ สิทธิประโยชน์ทางภาษี สำหรับการพัฒนาพื้นที่ส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ภายในย่าน
มิติการบริหารจัดการเครือข่าย		
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA)	CEA บริการส่งเสริมการค้าดำเนินธุรกิจ โดย - เสนอปรับเปลี่ยนการสนับสนุนให้จุใจกลุ่มเป้าหมาย (Sector กลุ่มทุนใหญ่และทุนต่างชาติ) - เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานที่มีการสนับสนุนด้านต่างๆ - บริการฐานข้อมูลธุรกิจภายใน <u>CEA จัดหาเงินทุนภายนอก</u> ร่วมกับเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจหน่วยงานท้องถิ่น กองทุน เช่น Creative trust	CEA วางกลยุทธ์และกำกับดูแล - แผนอนุรักษ์ฟื้นฟูย่านเจริญกรุงเพื่อรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์และความหลากหลาย - เสนอมาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ <u>CEA เตรียมความพร้อมและติดตามย่าน/เมืองสร้างสรรค์</u> ร่วมกับหน่วยงานรัฐท้องถิ่น

9.3 แหล่งสนับสนุนสิทธิประโยชน์ร่วมกับ สศส.

จากทางเลือกแนวทางการสนับสนุนในสถานการณ์ต่างๆ คณะทำงานมองความเป็นไปได้ในสถานการณ์ที่ 2 สถานการณ์แบบปกติใหม่ที่มีการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป (U-shape Scenarios) การสนับสนุนกลุ่มเป้าหมายมุ่งเน้นที่การรักษาจำนวนของผู้ประกอบธุรกิจดั้งเดิมในย่าน ดึงดูดผู้ประกอบการใหม่ที่มีความสัมพันธ์เชิงเครือข่ายกับธุรกิจอื่นในย่าน ได้แก่ *ธุรกิจทัศนศิลป์* *ธุรกิจการออกแบบ* *ธุรกิจงานสถาปัตยกรรม* และ *ธุรกิจอาหาร* เป็นตัวกระตุ้นกิจกรรมทางธุรกิจภายในย่าน รวมถึงการลดผลกระทบปรากฏการณ์ Gentrification โดยเสนอแหล่งสนับสนุนสิทธิประโยชน์ร่วมกับ สศส. ในการดำเนินการต่อไป แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนครอบคลุมทุกกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ กรมพัฒนาทรัพยากรทางปัญญา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ธนาคารผู้ประกอบการรายย่อย (SME bank) ธนาคารกสิกรไทย สถาบันผู้ประกอบการยุคใหม่ มหาวิทยาลัยศิลปากร บริษัท ทูริติจิทัล กรุ๊ป จำกัด
- หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนเป็นการเฉพาะในบางสาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มเป้าหมาย - อุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาทัศนศิลป์ สาขาการออกแบบ สาขาธุรกิจงานสถาปัตยกรรม และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอาหารไทย ได้แก่
- แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาคเอกชนที่มีศักยภาพในการให้การสนับสนุนเชิงพื้นที่ ได้แก่ CAT telecom ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ในย่าน IconSiam, Rivercity, Central the original เป็นต้น

ตาราง 18 สรุปแหล่งสนับสนุนสิทธิประโยชน์ร่วมกับสศส.

ประเด็นการสนับสนุน	กลุ่มเป้าหมาย	ข้อเสนอแนะการดำเนินการของสศส.	แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาครัฐ	แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาคเอกชน (ในพื้นที่ย่าน)
1. ด้านการพัฒนาบุคลากร				
ทักษะด้านการตลาด เช่น การให้ความรู้ การขยายตลาดออนไลน์	ผู้ประกอบการธุรกิจINYAN	เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานที่มีการสนับสนุนด้านต่างๆ	กองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม / สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) / สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ/ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีโปรแกรมสนับสนุนอยู่แล้ว เช่น IconSiam
ทักษะบุคลากรเฉพาะทาง เช่น โปรแกรม Capability development	ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในพื้นที่ผู้ประกอบการธุรกิจINYAN	ปรับเงื่อนไขการสนับสนุนให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม / สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	
2. ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า				
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาการใช้ดิจิทัล	ผู้ประกอบการธุรกิจINYAN	- เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานที่มีการสนับสนุน - ปรับเงื่อนไขการสนับสนุน การเข้าถึงเทคโนโลยีและเครื่องมือ	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) / ศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Thai IDC center) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	

ประเด็นการสนับสนุน	กลุ่มเป้าหมาย	ข้อเสนอแนะการดำเนินการของสศส.	แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาครัฐ	แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาคเอกชน (ในพื้นที่ย่าน)
		ส่งเสริมการผลิต และความร่วมมือระหว่างภาคี		
การเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ เช่น ศูนย์บริการข้อมูลธุรกิจ สร้างสรรค์ อบรมความรู้การพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์	ผู้ประกอบการธุรกิจiny่าน ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่iny่าน	บริการข้อมูลธุรกิจสร้างสรรค์ และบูรณาการข้อมูลร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กรมการพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (DBD)/ ศูนย์บริการข้อมูล (SME One stop service Center) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	
3. ด้านการพัฒนาธุรกิจ				
การเข้าถึงแหล่งทุน เช่น สินเชื่อ/ Factoring/ Leasing การค้าประกันสินเชื่อ	ผู้ประกอบการธุรกิจiny่าน	- เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานที่มีการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุน - ปรับเงื่อนไขการสนับสนุนให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย	ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME bank) / ธนาคารกสิกรไทย/ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	
การจัดหาแหล่งเงินทุนประเภททุน (VC/ Crowd funding/ P2P) เช่น จัดตั้งกองทุน Creative Land trust	ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่iny่าน	ริเริ่มโครงการจัดตั้งกองทุนพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME bank) ธนาคารกสิกรไทย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหญ่หรือนักลงทุนต่างชาติ
การส่งเสริมการตลาดและการส่งออก เช่น โปรแกรมจัดแสดง	ผู้ประกอบการธุรกิจiny่าน ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่iny่าน	เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานที่มีการสนับสนุน	สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)/ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาด	ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่iny่าน เช่น IconSiam, Rivercity, Central the original

ประเด็นการสนับสนุน	กลุ่มเป้าหมาย	ข้อเสนอแนะการดำเนินการของสศส.	แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาครัฐ	แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาคเอกชน (ในพื้นที่ย่าน)
สินค้าและบริการ การพัฒนา E-commerce platform			กลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME bank)	
4. ด้านการพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่มเครือข่าย				
สิทธิในการเข้าถึงพื้นที่ทำงาน เช่น บริการพื้นที่สำหรับแสดงผลงาน พื้นที่จัดกิจกรรม	ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ใน ย่าน	- ปรับเงื่อนไขการสนับสนุนการเข้าใช้พื้นที่ของ TCDC สำหรับจัดแสดงผลงาน ทำกิจกรรมหรือทำงาน - ประสานหน่วยงานที่มีการสนับสนุนพื้นที่ทำงาน พื้นที่เช่าหรือแสดงงาน		ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ ในย่าน เช่น IconSiam, Rivercity, Central the original/ True Digital Park CAT telecom
สิทธิในการครอบครองพื้นที่ เช่น บริการฐานข้อมูลย่าน โครงการย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ร่วมกับสิทธิประโยชน์ทางภาษี เป็นต้น	ผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ ย่าน ผู้ที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ใน ย่าน (สาขาออกแบบ ทัศนศิลป์ สถาปัตยกรรม)	- บริการฐานข้อมูลย่าน ประชาสัมพันธ์ข้อมูลพื้นที่ว่างให้เช่าภายในย่าน - ริเริ่มโครงการพื้นที่ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยกำหนดขอบเขตและเงื่อนไขการสนับสนุน - โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้อาคาร เช่น การลดหย่อนค่าเช่า/ ชื้อ ภาษีโรงเรือน การกำหนดเพดานค่าเช่า การประกันสัญญาเช่าระยะยาว	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) กองบริหารการลงทุน 5 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และดิจิทัล	CAT telecom

ประเด็นการสนับสนุน	กลุ่มเป้าหมาย	ข้อเสนอแนะการดำเนินการของสศส.	แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาครัฐ	แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาคเอกชน (ในพื้นที่ย่าน)
การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอกเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน เช่น Networking program	ผู้ประกอบการธุรกิจINY่าน ผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่INY่าน	โปรแกรมความร่วมมือระหว่างภาคีภายนอก	สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่/ กรมการพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (DBD)/	
การเชื่อมโยงผู้ประกอบการภายในย่าน เช่น พื้นที่แลกเปลี่ยนของผู้ประกอบการ Entrepreneur Club	ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจINY่าน	- ปรับเงื่อนไขการสนับสนุนการเข้าใช้พื้นที่ของ TCDC สำหรับเป็นที่แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจINY่าน - ประสานหน่วยงานที่มีการสนับสนุนพื้นที่ประชุม/ จัดกิจกรรมหมุนเวียน		CAT telecom ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่INY่าน เช่น IconSiam, Rivercity, Central the original
5. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน				
สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์	ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจINY่าน ผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่INY่าน	เพิ่มการประชาสัมพันธ์และประสานหน่วยงานที่มีการสนับสนุนด้านต่างๆ	กรมการพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (DBD)	
ส่งเสริมสภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ เช่น	ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจINY่าน	- วางกลยุทธ์และกำกับดูแล แผนอนุรักษ์พื้นที่ปูย่านเจริญกรุง-คลองสาน - ประสานหน่วยงานท้องถิ่น	สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตบางรัก สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์	

ประเด็นการสนับสนุน	กลุ่มเป้าหมาย	ข้อเสนอแนะการดำเนินการของสศส.	แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาครัฐ	แหล่งสนับสนุนมาตรการและสิทธิประโยชน์ภาคเอกชน (ในพื้นที่ย่าน)
ส่งเสริมอัตลักษณ์และรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน	ผู้อยู่อาศัย/ ชุมชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจINY่าน ผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจใหม่ในย่าน	- วางกลยุทธ์และกำกับดูแลแผนอนุรักษ์พื้นที่ปูย่านเจริญกรุง-คลองสาน - ริเริ่มโครงการมาตรการควบคุมเขตพื้นที่ซ้อนทับ (Overlay Zoning)	สำนักงานวางผังและพัฒนาเมือง สำนักงานเขตบางรัก สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร/ กรมศิลปากร/ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม	

บรรณานุกรม

- Fainstein, S., Gordon, I., & Harloe, M. (2011). Ups and Downs in the Global City: London and New York in the Twenty - First Century. In G. Bridge, & S. Watson (Eds.), *The New Blackwell Companion to the City* (pp. 38-47). London: Blackwell Publishing Ltd.
- Slater, T. (2011). Gentrification of the City. In G. Bridge, & S. Watson (Eds.), *The New Blackwell Companion to the City* (pp. 571-585). London: Blackwell Publishing Ltd.
- Ley, D. (1996). *The New Middle Class and the Remaking of the Central City*. Oxford: Oxford University Press.
- Bridge, G., & Dowling, R. (2001). Micrographies of retailing and gentrification. *Australian Geographer*, 32, 93-107.
- Zukin, S., Trujillo, V., Frase, P., Jackson, D., Recuber, T., & Walker, A. (2009). New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City. *City & Community*, 8(1), 47-64.
- Hackworth, J., & Smith, N. (2001). The changing state of gentrification. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 92(4), 464-477.
- Smith, N. (1982, April). Gentrification and Uneven Development. *Economic Geography*, 58(2), 139-155 .
- Zukin, S. (2010). *Naked City: The death and life of authentic urban places*. New York: Oxford University Press.
- Florida, R. (2010). *The rise of the creative class (revisited)*. New York: Basic Books.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2563). Retrieved from cea.or.th: <https://www.cea.or.th/th/plan-report>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2563). Retrieved from cea.or.th: <https://www.cea.or.th/th/creative-district/tcdn>
- รัตนวราหะ, อ. (2562). รายงานฉบับสมบูรณ์ ปรัชน์สถานภาพความรู้ด้านอนาคตศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- Sonja Kind, G. M. (2012). *Developing Successful Creative & Cultural Clusters - Measuring their outcomes and impacts with new framework tools*. Berlin: Department for Economic, Technology and Research Initiative Projekt.
- Thomas Andersson, E. H.-S. (2004). *The cluster polict white book*. IKED.
- บริษัท บริดจ์ อินทิเกรชั่น จำกัด. (2563). รายงานการวิเคราะห์และรวบรวมมาตรการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ. กรุงเทพมหานคร.
- 1-202
- รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2563). *cea.or.th*. Retrieved from <https://www.cea.or.th/storage/app/media/creative%20district/TCDN-overview-2.pdf>

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2562). *ifi.nia.or.th*. Retrieved from <https://ifi.nia.or.th/wp-content/uploads/2019/11/191011170527-0000001981-2.pdf>

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2563). *depa.or.th*. Retrieved from <https://www.depa.or.th/th/digitalservice/smartcity>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2563). *boi.go.th*. Retrieved from https://www.boi.go.th/upload/content/BOI_A_Guide_Web_Th.pdf

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2561). หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์. *อุตสาหกรรมสาร*, 7-11.

Mayor of London. (2017). *london.gov.uk*. Retrieved from https://www.london.gov.uk/sites/default/files/creative-enterprise-zones_prospectus-2017.pdf

creative land trust. (2017). *creative land trust*. Retrieved from <https://www.creativelandtrust.org/>

Community Art Stabilization Trust. (2020). Retrieved from <https://cast-sf.org/>

Taipei Culture Foundation-Songshan Culture & Creative Park. (2016). Retrieved from https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/resources/Taiwan_Creative_Hub_Mapping_Report_Final_2016_B7z49nO.pdf

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2562). Retrieved from <https://ifi.nia.or.th/wp-content/uploads/2019/11/191011170527-0000001981-2.pdf>

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2563). *foodinnopolis*. Retrieved from <http://foodinnopolis.or.th/th/rd-network/>

เขตนวัตกรรมระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. (2563). *eeci.or.th*. Retrieved from <https://www.eeci.or.th/th/home>

ภาคผนวก

- A. ชุดแบบสอบถามออนไลน์เพื่อสำรวจความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์
- B. กระบวนการสนทนากลุ่มและใบตอบรับ
- C. ตารางสรุปตัวอย่างมาตรการ/ โครงการสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทุกกลุ่มอุตสาหกรรมจนถึงปี 2562 จากโครงการวิเคราะห์และรวบรวมมาตรการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

A. ชุดแบบสอบถามออนไลน์เพื่อสำรวจความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์

ตารางแสดงรายละเอียดการสำรวจความต้องการของบุคลากรสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ และ ธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแง่มาตรการและสิทธิประโยชน์ที่ต้องการจะได้รับ อาทิ สิทธิประโยชน์ทางการเงิน สิทธิประโยชน์ในการใช้พื้นที่

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	1.1 เพศ	ชาย หญิง อื่นๆ
	1.2 อายุ	ต่ำกว่า 20 20-24 25-29 30-35 36-39 40-44 45-49 50-54 55-59 มากกว่า 60
	1.3 รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 - 25,000 บาท 25,001 - 50,000 บาท 50,001 - 75,000 บาท 75,001 - 100,000 บาท 100,001+ บาท
	1.4 โปรดระบุลักษณะการทำงานที่สัมพันธ์กับตัวท่านมากที่สุด	คนทำงานอิสระ (Freelancer) เจ้าของกิจการหรือสำนักงาน พนักงานบริษัท อื่นๆ (โปรดระบุ)

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
	1.5 ธุรกิจของท่านอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเภทใด	กลุ่มคนทำงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ ภาพยนตร์/โฆษณา/สถาปัตยกรรม/ การออกแบบ/ซอฟต์แวร์/ การแพร่ภาพและกระจายเสียง/ ภาพพิมพ์/ ทัศนศิลป์/ ดนตรี/ ศิลปะการแสดง/ แฟชั่น/ หัตถกรรม/ อาหาร/ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ แพทย์แผนไทย กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ธุรกิจที่ขายวัสดุอุปกรณ์และบริการให้กับธุรกิจสร้างสรรค์หลัก
	1.5.1 สำหรับกลุ่มคนทำงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	อุตสาหกรรมภาพยนตร์ อุตสาหกรรมโฆษณา อุตสาหกรรมด้านสถาปัตยกรรม อุตสาหกรรมการออกแบบ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ธุรกิจการแพร่ภาพและกระจายเสียง อุตสาหกรรมภาพพิมพ์ อุตสาหกรรมทัศนศิลป์ อุตสาหกรรมดนตรี อุตสาหกรรมศิลปะการแสดง อุตสาหกรรมแฟชั่น อุตสาหกรรมหัตถกรรม อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อุตสาหกรรมแพทย์แผนไทย

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
	1.5.2 สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหรือ สนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์	ธุรกิจขายวัสดุตัดโมเดล ร้านเลเซอร์คัท ธุรกิจขายวัสดุก่อสร้าง-วัสดุตกแต่ง ธุรกิจซ่อมคอมพิวเตอร์ ลงโปรแกรม ธุรกิจขายวัสดุการพิมพ์ โรงพิมพ์ ล้างอัดภาพ ธุรกิจบริการเข้ากรอรูป ธุรกิจขายเครื่องดนตรี ธุรกิจขายผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ ธุรกิจผลิตตัดเย็บเสื้อผ้า ธุรกิจขายดอกไม้ ธุรกิจขายวัตถุดิบเบเกอรี่-อาหาร ธุรกิจบริการตัดผม ธุรกิจบริการสปา ทำเล็บ ธุรกิจบริการพื้นที่ทำงาน co-working space อื่นๆ (โปรดระบุ)
	1.6 ท่าน/ธุรกิจของท่าน มีกิจกรรมหลักใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	การขนส่งและ <u>จัดเก็บวัตถุดิบ</u> การขนส่งและ <u>จัดเก็บสินค้า</u> การผลิตสินค้าหรือบริการ การตลาดและการขาย การบริการทั้งก่อนและหลังการขาย
	1.7 รูปแบบของการประกอบธุรกิจ	ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนบริษัท บริษัทจำกัด บริษัทมหาชน กิจการร่วมค้า กองทุนธุรกิจ โฮลดิ้งคอมพานี

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
		สหกรณ์ รัฐวิสาหกิจ อื่นๆ โปรดระบุ
	1.8 ท่าน/ธุรกิจของท่าน มีโครงสร้างพื้นฐานองค์กร (การเงิน การบัญชี การจัดการองค์กร) อย่างไร *เฉพาะเจ้าของกิจการหรือสำนักงาน	จ้างเต็มเวลาเท่านั้น จ้างเต็มเวลาและฟรีแลนซ์ ส่วนใหญ่เป็นฟรีแลนซ์ ร่วมงานรายโปรเจกต์
	1.9 ขนาดของธุรกิจ/ องค์กรในปัจจุบัน	ขนาดเล็ก (1-10 คน) ขนาดกลาง (11-30 คน) ขนาดใหญ่ (30 คนขึ้นไป)
	1.10 ระยะเวลาการทำงานในองค์กร หรือประกอบธุรกิจข้างต้น	0-6 เดือน 6-12 เดือน 1-3 ปี 3-5 ปี 5-8 ปี 8-10 ปี มากกว่า 10 ปี
	1.11 ธุรกิจของท่านต้องมีกระบวนการวิจัยและ พัฒนาเทคโนโลยีหรือไม่ *เฉพาะเจ้าของกิจการหรือสำนักงาน	มี เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ ไม่มี (ข้ามไปข้อ 1.12)
	1.11.1 ธุรกิจของท่านมีกระบวนการวิจัยและ พัฒนาเทคโนโลยีในรูปแบบใด	มีส่วนวิจัยและพัฒนาภายในองค์กร (R&D) ร่วมมือกับส่วนวิจัยและพัฒนาภายนอก (R&D) อื่นๆ (โปรดระบุ)

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
	1.12 ลักษณะการครอบครองสถานที่ทำงานหรือพื้นที่ประกอบกิจการในปัจจุบัน *เฉพาะเจ้าของกิจการหรือสำนักงาน	เป็นเจ้าของพื้นที่ เช่าพื้นที่
	1.13 ประเภทของสถานที่ทำงานหรือพื้นที่ประกอบกิจการในปัจจุบัน	พื้นที่ Creative Hub เช่น Co-working space, 33 Space, TCDC พื้นที่ให้เช่าในอาคารสำนักงานทั่วไป ตึกแถว บ้านพักอาศัย ห้องชุด อื่นๆ โปรดระบุ
	1.14 ขนาดพื้นที่สถานที่ทำงานหรือประกอบกิจการในปัจจุบัน	_____ (ตารางเมตร)
	1.15 ช่วงเวลาในการทำงานหรือประกอบกิจการในปัจจุบัน	วันธรรมดา ระบุเวลา _____ ถึง _____ วันเสาร์-อาทิตย์ ระบุเวลา _____ ถึง _____
หมวดที่ 2 ความท้าทายในการส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์จากช่องว่างระหว่างความคาดหวังการสนับสนุนย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความเป็นจริงในปัจจุบัน	2.1 “ปัจจุบัน” ท่านได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ด้านใดบ้าง (ให้คะแนนมาก-น้อย)	ด้านบุคลากร เช่น การพัฒนาทักษะ, การส่งเสริมการจ้างงาน ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี/สินค้า เช่น ทุนวิจัยพัฒนา การส่งเสริมการส่งออกสินค้าสู่นานาชาติ ด้านธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น การจดสิทธิบัตร

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
		สิทธิพิเศษทางการเงิน การบ่มเพาะผู้ประกอบการ ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม เช่น การเข้าถึงพื้นที่เพื่อการผลิต การสร้างกลุ่มเครือข่ายสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในกลุ่มผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สาธารณูปการ โครงข่ายการสัญจรและขนส่ง โครงข่ายการสื่อสาร
	2.2 “อนาคต” ท่านได้รับการพัฒนาและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ด้านใดบ้าง (ให้คะแนนมาก-น้อย)	ด้านบุคลากร เช่น การพัฒนาทักษะ, การส่งเสริมการจ้างงาน ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี/สินค้า เช่น ทุนวิจัยพัฒนา การส่งเสริมการส่งออกสินค้าสู่นานาชาติ ด้านธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น การจัดสิทธิบัตร สิทธิพิเศษทางการเงิน การบ่มเพาะผู้ประกอบการ ด้านสถานที่และการรวมกลุ่ม เช่น การเข้าถึงพื้นที่เพื่อการผลิต การสร้างกลุ่มเครือข่ายสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในกลุ่มผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สาธารณูปการ

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
		โครงข่ายการสัญจรและขนส่ง โครงข่ายการสื่อสาร
หมวดที่ 3 สำรวจความต้องการกา รสนับสนุนและสิทธิปร โยชน์ของกลุ่มผู้ประก อบการและธุรกิจใน่อุต สาหกรรมสร้างสรรค์ ในด้านต่างๆ	3.1 “การพัฒนาบุคลากร” ท่านต้องการการสนับสนุนในปี จจัยใดบ้าง (ให้คะแนนมาก-น้อย)	การพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ เพื่อส่งเสริมศักยภาพการทำงาน เช่น การอบรม การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การศึกษางานจากผู้เชี่ยวชาญ การจัดหาแรงงานหรือฝึกงาน ที่มีทักษะเฉพาะและตรงความต้องการ ของธุรกิจ การแนะแนวและพัฒนาเส้นทางอาชีพ ในธุรกิจสร้างสรรค์ สำหรับนักเรียน- นักศึกษา ส่งเสริมการฝึกทักษะเฉพาะให้คนในย่ านเพื่อรองรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
	3.2 “การพัฒนาเทคโนโลยีและสินค้า” ท่านต้องการการสนับสนุนในปี จจัยใดบ้าง (ให้คะแนนมาก-น้อย)	ทุนวิจัยและพัฒนา เช่น ทุนเพื่อการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยี/ สินค้า (R&D) จับคู่แหล่งเงินทุน และการระดมทุนสนับสนุน เพื่อการผลิตเทคโนโลยี/ สินค้า ความร่วมมือพัฒนาเทคโนโลยีและสิน ค้า ร่วมกับมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อ ง เครื่องมือสนับสนุนด้านการผลิตเทคโน โลยีและสินค้า เช่น ซอฟต์แวร์ การเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้เพื่อพั ฒนาสินค้าและบริการ จากหน่วยงาน,

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
		สถาบันการศึกษาหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น งานวิจัย ฐานข้อมูลสาธารณะ การเข้าถึงเทคโนโลยีและเครื่องมือเพื่อ ส่งเสริมกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ
	3.3 “ด้านการพัฒนาธุรกิจ” ทานต้องการการสนับสนุนในปี จจยใดบ้าง (ให้คะแนนมาก-น้อย)	การจดสิทธิบัตร หรือการออกใบอนุญาตในการประกอบ ธุรกิจ การเข้าถึงทางการเงิน เช่น การกู้ยืมในดอกเบี้ยต่ำ การยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีเงินได้ หลักประกันความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการ ประกอบธุรกิจ การให้บริการคำปรึกษาด้านการประกอบ กิจการ เช่น การพัฒนาและวางแผนระบบโครงสร้าง องค์กร ที่ปรึกษาทางด้านกฎหมาย การส่งเสริมการส่งออกสินค้า เช่น เชื่อมโยงคู่ค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ นำเสนอผลงานทั้งในประเทศและต่าง ประเทศ การลดหย่อนค่าดำเนินการขนส่งตัวอย่ างสินค้า การเข้าถึงแหล่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ในราคาพิเศษ
	3.4 “การพัฒนาสถานที่และการรวมกลุ่ม”	การเข้าถึงพื้นที่ส่งเสริมธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น พื้นที่สำหรับการประกอบกิจการหรือผ

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
	ท่านต้องการการสนับสนุนในปี จจ่ายใดบ้าง (ให้คะแนนมาก-น้อย)	ผลิตผลงาน พื้นที่สำหรับการแสดงผลงาน พื้นที่จัดกิจกรรม สิทธิในการครอบครองพื้นที่ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น การลดหย่อนค่าเช่า/ ซื้อ (ห้อง, อาคาร, ที่ดิน) การลดหย่อนภาษีโรงเรือน การกำหนดเพดานค่าเช่า การประกันสัญญาเช่าระยะยาว การจับคู่และสร้างเครือข่ายกับภาคีภายนอกเพื่อส่งเสริมการจ้างงาน การเชื่อมโยงผู้ประกอบการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและชุมชน การแลกเปลี่ยนข้อมูล/ อุปกรณ์การผลิต/ วัตถุดิบ ภายในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์
	3.5 “การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน” ท่านต้องการการสนับสนุนในปี จจ่ายใดบ้าง (ให้คะแนนมาก-น้อย)	สาธารณูปการในการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ เช่น ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ สาธารณูปการในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ สาธารณูปโภคและการบริการสาธารณะ เช่น ระบบขนส่งและโครงข่ายการสัญจร บริการสาธารณสุข บริการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ โครงข่ายสื่อสารความเร็วสูง

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
		สภาพแวดล้อมและพื้นที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียว การส่งเสริมอัตลักษณ์ของย่าน เช่น อนุรักษ์อาคารและสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายในย่าน เช่น การใช้ประโยชน์อาคารและที่ดินที่ผสมผสาน การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์เชิงกายภาพ เช่น ถนนสร้างสรรค์
	3.6 หากได้รับการส่งเสริมด้านมาตรการและสิทธิประโยชน์ข้างต้น ท่านคิดว่าสามารถให้การสนับสนุนหรือมีส่วนร่วมกับธุรกิจหรือย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างไรบ้าง (เช่น การนำเทคโนโลยีหรือสินค้าที่พัฒนามาใช้ในย่านสร้างสรรค์, การมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนหรือย่านตัวอย่างงานสร้างสรรค์, ช่วยพัฒนาทักษะให้กับกลุ่มคนหรือเยาวชนในย่าน)	
หมวดที่ 4	4.1 ท่านมีข้อเสนอแนะด้านมาตรการและสิทธิประโยชน์อื่นๆหรือไม่	

หมวดคำถาม	คำถามหลัก	คำถามสัมพันธ์
ข้อเสนอแนะด้านมาตรการและสิทธิประโยชน์อื่นๆ		
	4.2 “สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในย่านเจริญกรุง” ท่านมีความสนใจในการให้ข้อมูลเชิงลึกและประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อร่วมพัฒนาด้านมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในย่านเจริญกรุงหรือไม่	สนใจ (กรุณาระบุประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, email, เบอร์โทร เพื่อติดต่อกลับ) ไม่สนใจ

B. กระบวนการสนทนากลุ่มและใบตอบรับ

สนทนากลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้ประกอบการและธุรกิจอื่นทั่วไปที่เกี่ยวข้อง

วันที่ พุธที่ 23 กรกฎาคม 2563

สถานที่ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กำหนดการ

รอบเช้า

- | | |
|-----------------|---|
| 9.00 - 9.30น. | ลงทะเบียน รอบเช้า |
| 9.30 - 10.00น. | นำเสนอที่มาโครงการ ความท้าทายในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในย่านเจริญกรุง และผลสำรวจความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านต่างๆ |
| 10.00 - 10.15น. | จัดลำดับแนวโน้มนการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบสูงและจำเป็นต้องมีมาตรการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์ตามลำดับมาก ปานกลาง น้อย |
| 10.15 - 10.30น. | เลือกมาตรการและสิทธิประโยชน์เพื่อนำมาทดลองในย่านเจริญกรุง |
| 10.30 - 10.45น. | พักเบรก |
| 11.00 - 11.45น. | ระบุผลกระทบจากการทดลองมาตรการส่งเสริมดังกล่าวตามลำดับ 1, 2, 3 |
| 11.45 - 12.00น. | สรุปผลการสนทนากลุ่ม |

รอบบ่าย

- | | |
|-----------------|---|
| 13.00 - 13.30น. | ลงทะเบียน รอบบ่าย |
| 13.30 - 14.00น. | นำเสนอที่มาโครงการ ความท้าทายในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในย่านเจริญกรุง และผลสำรวจความต้องการสนับสนุนเชิงมาตรการและสิทธิประโยชน์ด้านต่างๆ |
| 14.00 - 14.15น. | จัดลำดับแนวโน้มนการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบสูงและจำเป็นต้องมีมาตรการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์ตามลำดับมาก ปานกลาง น้อย |
| 14.15 - 14.30น. | เลือกมาตรการและสิทธิประโยชน์เพื่อนำมาทดลองในย่านเจริญกรุง |
| 14.30 - 14.45น. | พักเบรก |
| 14.45- 15.30น. | ระบุผลกระทบจากการทดลองมาตรการส่งเสริมดังกล่าวตามลำดับ 1, 2, 3 |
| 15.30- 16.00น. | สรุปผลการสนทนากลุ่ม |

ใบลงทะเบียน

กิจกรรมสนทนากลุ่มย่อยโครงการวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วันพฤหัสบดีที่ 23 กรกฎาคม 2563 เวลา รอบเช้า 09.30 - 12.00 น.

ณ ห้องออติทอเรีย ชั้น M สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ลำดับ	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์	คุณสิริรัตน์ วงษ์จันทร์เจริญ	ศรีทพ. ๕๓	๐๘๙ ๒๐๑๙๔๔		ศรีทพ. ๕๓
2	ร้าน Tokyo hot	คุณณภัทร วัฒนกุลจรัส			tokyohotbkk@gmail.com	
3	Rural Rush	คุณวินดา อิงคเวทย์			ruralrushstudio@gmail.com	
4	บจ.สมิทธิ์ จิวเวลรี่	คุณพ้อง พรสมิทธิกุล	ประธานชมรมช่างเครื่องประดับ	๐๘๙ ๒๙๒๙๒	ponksmithi@gmail.com	พ้อง
5	Fine Art Magazine	คุณชลธร อัญชลีสมุทร	ช่างศิลป์ / นักเขียน	๐๙๙ ๒๙๒๙๒	chalopink@gmail.com	ชลธร
6	CHOB HANDICRAFTS	คุณอตา กลิ่นบุญพึ่ง			chobhandicrafts@gmail.com	
7	บจก. ฟังใจ	คุณปิยะพงษ์ หมั่นประเสริฐดี			piyapong@fungjai.com	ฟังใจ
8	บริษัท พลูเรล ดีไซน์ จำกัด	พิบูลย์ อมรรังษ	DESIGNER	๐๘๑๘๓๔๕๖	thepulraldesigns@gmail.com	พิบูลย์
9	A.Song Tailor	ศิริวิทย์ สิงห์สุนทรวงษ์	OWNER		asongtailor@gmail.com	ศิริวิทย์
10	Co van Kessel Bangkok Tours					
11	Realrare ตลาดน้อย	ณณภก เทพ.พุทธพงษ์	ช่างออกแบบ	๐๘๑ ๖๓๓๑๐๙๒	realraregroup@gmail.com	ณณภก
12	ATT 19	คุณพรทิพย์ อรรถการวงศ์				
13	Lek Gallery	คุณพรเทพ อรรถการวงศ์				
14	Mad Beef	คุณพันธ์ทิพย์ อรรถการวงศ์				
15	WISHULADA	คุณวิษุฒดา ปิ่นธราณรงค์		๐๘๙-๕๐๕๕๓๑๐	wishulada@gmail.com	วิษุฒดา
16	พรรคก้าวหน้าไกล	คุณธราธร สีสาวาปะ	เลขาพรรค ก้าวไกล	๐๙๕๒๔๙๖๕	hinphon002@hotmail.com	ธราธร
17	พรรคก้าวหน้าไกล					
18	ตึกหลักเกียะ ตลาดน้อย	คุณวิชัย อริยรัชโสภาส		๐๘๖๐๙๙๑๑๔๔		วิชัย
19		คุณณภัทร พรหมพฤกษ์		๐๘ ๑๔ ๕ ๑๘๙ ๑๐		ณภัทร
20	เลขาธิการ ชุมชนตลาดน้อย	คุณพรชัย ตติยบุตร		๐๙๓๑๙๒๕๕๖		พรชัย

กิจกรรมสนทนากลุ่มย่อยโครงการวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับยานเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ณ ห้องออติทอเรีย ชั้น M สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

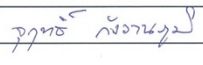
[illegible]

ใบลงทะเบียน

กิจกรรมสนทนากลุ่มย่อยโครงการวิจัยมาตรการและสิทธิประโยชน์สำหรับย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วันพฤหัสบดีที่ 23 กรกฎาคม 2563 เวลา รอบบ่าย 13.30 - 16.00 น.

ณ ห้องออติทอเรีย ชั้น M สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

ลำดับ	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	เบอร์โทรศัพท์	อีเมล	ลายมือชื่อ
1	สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์	คุณอุกฤษฏ์ อดิระกุล	ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาชุมชน			
2	Eyedropper Fill Co.,Ltd.	คุณนันท์วัฒน์ จรัสเรืองนิล			nuntawat@eyedropperfill.com	
3	Pelagan Dinsor Co., Ltd.				info@designbydinsor.com	
4	Creative District Foundation ATTA Gallery	คุณอดิษฐ์ ต้นติวิท			atty@attagallery.com	
5	Immas Design	คุณกานต์ เรสลิ				
6	Aoon Pottery	คุณจิตา สำเภา / พลวิทย์ ใจะขาวกุล			Aoon POTTERY @ GMAIL . COM	
7	บจก. ฟังก์ใจ	คุณปิยะพงษ์ หมื่นประเสริฐดี			piyapong@fungjai.com	
8	บ้านเมือง	คุณจุฑาทิ กังวานภูมิ				
9	ชุมชนตลาดน้อย	คุณรุ่งจันทร์ เติมวิริยะ				
10	ชุมชนตลาดน้อย	คุณสุรีย์ ฤกษ์ศิริสุข				
11	ชุมชนไขว้กัน เขตสัมพันธวงศ์					
12	ชุมชนไขว้กัน เขตสัมพันธวงศ์	กมล อดิระกุล (ก)				
13	ชุมชนตรอกตัน ตลาดน้อย	คุณ... กิ่งอรุณ (เอ)				
14	ชุมชนตรอกตัน ตลาดน้อย	คุณ... อดิระกุล (เอ)				
15	ร้าน Heijii Bangkok	คุณประภาส ระสิณานันท์			HEIJII BKK @ GMAIL . COM	
16		คุณอาร์ต				
17		คุณเต้เตล				
18	นางเจนิณจรณ์ ทัศนจิระวงศ์	คุณ... อดิระกุล (ก)	ได้ฟังและฟังแล้วจึงจะฟัง	094-9951265	bigthinnajorn @ gmail . com	
19	พิกัสโซ่ อดิระกุล ATTA	พิกัสโซ่ อดิระกุล	เจ้าพ่อ + creative Director	083-333-3737	attia . bkk @ gmail . com	

C. ตารางสรุปตัวอย่างมาตรการ/ โครงการสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในทุกอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์ จนถึงปี 2562 จากโครงการวิเคราะห์และรวบรวมมาตรการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์และสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

โครงการการวิเคราะห์และรวบรวมมาตรการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (Creative Economy Agency)

หัวข้อหลักและหัวข้อย่อยในการส่งเสริมและพัฒนา

กลุ่มอุตสาหกรรม : **ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม**

หัวข้อสำรวจความเกี่ยวข้องกับมาตรการ		ตัวอย่าง มาตรการ / โครงการส่งเสริมสนับสนุน (จากโครงการที่ผ่านมาถึงปี 2562)	AA กรมทรัพย์สิน ทางปัญญา	AB กรมพัฒนาธุรกิจ การค้า	AC กรมส่งเสริม การค้าระหว่าง ประเทศ	AF SME Bank	AG ศสว	AJ ธนาคารเพื่อการไทย	AK สถาบันพัฒนา ผู้ประกอบการใหม่	AL มหาวิทยาลัย ศิลปากร	BC True Digital Park
1	การเข้าถึงแหล่งทุน										
1.1	สินเชื่อ / Factoring / Leasing	• สินเชื่อ SMART SMEs • สินเชื่อเสริมแกร่ง SME • สินเชื่อเงินหมุนเวียนภาคธุรกิจ • สินเชื่อเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน • สินเชื่อเพื่อเสริมการทำงาน • แหล่งเงินทุนสำหรับ SME ที่ประสบปัญหา (Turn Around Fund) • วงเงินกู้เบิกเงินยืมยัติ (OD) • สินเชื่อค้ำสัญญาให้เงิน (PN) • สินเชื่อเพื่อการซื้อเครื่องจักร • สินเชื่อทั่วไป (Loan) • สินเชื่อ SME ออแกปประสงค์ • สินเชื่อ Soft Loan 4% • สินเชื่อธุรกิจเพื่อซื้อครัวเรือนหรือการขยาย • สินเชื่อ SME บัญชีเดียว • สินเชื่อวงเงินเฉพาะ • สินเชื่อไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน • สินเชื่อสินเชื่อบัญชีน้อย • สินเชื่อผ่อนยาว • สินเชื่อร่วมทุนที่ไม่มีดอกเบี้ย • สินเชื่อรับประกันการประหยัดพลังงาน • สินเชื่อเงินกู้เพื่อการอนุรักษ์พลังงาน (ระยะที่ 6) • สินเชื่อประหยัดไฟ • สินเชื่อธุรกิจเฉพาะ									
1.2	การค้าต่างประเทศ/สินค้า / หลักประกัน	- พ.ร.บ. หลักประกันธุรกิจ พ.ศ. 2558 - บริการออกหนังสือค้ำประกันสินเชื่อ - ระบบประกันค้ำประกันทางการเงินของ SME • บัญชีสร้างเชื่อ SME ที่มีศักยภาพ • บริการออกหนังสือค้ำประกัน • สินเชื่อแฟคตอรีโน้ตโปรเซสแบบมีสิทธิเรียกร้อง (K-Factoring)									
1.3	Financial Literacy	โครงการคนใหม่ต้องเงิน									
1.4	แหล่งเงินทุนประเภททุน (VC/CrowdF/P2P)	- โครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม SMEs Pro Active Program - กองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) • ส่งเสริม SME ที่มีศักยภาพเข้าถึงเงินทุน • การเข้าถึงตลาดหลักทรัพย์ (M)									
		ทุนการศึกษาของแต่ละคณะ/ ทุนวิจัยของบัณฑิตวิทยาลัย									

หัวข้อหลักและหัวข้อย่อยในการส่งเสริมและพัฒนา
กลุ่มอุตสาหกรรม : ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

หัวข้อสำรวจความเกี่ยวข้องกับมาตรการ	ตัวอย่าง มาตรการ / โครงการส่งเสริมสนับสนุน (จากโครงการที่ผ่านมาถึงปี 2562)	AA กรมทรัพย์สิน ทางปัญญา	AB กรมพัฒนาธุรกิจ การค้า	AC กรมส่งเสริม การค้าระหว่าง ประเทศ	AF SME Bank	AG สสว	AJ ธนาคารกรุงไทย	AK สถาบันพัฒนา ผู้ประกอบการใหม่	AL มหาวิทยาลัย ศิลปากร	BC True Digital Park
2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ / ประสิทธิภาพ										
2.1 การปรับปรุงกระบวนการผลิต	การลดต้นทุนและเงินจมสต็อก									
2.2 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต	ให้คำปรึกษาแนะนำ SME ในการยกระดับเทคโนโลยี									
	กิจกรรม Product Manager: Opportunities and Challenges									
2.3 การพัฒนาการใช้ดิจิทัล	ระบบ E-Filing มาใช้ในการจดทะเบียนและยื่นคำขอสิทธิทรัพย์สินทางปัญญา Application ต่างๆ เช่น MOC Life/MOC Tracking/MOC Statistic/MOC Search/DBD service และ e-service & e-certificate นิยาสาร Think Trade online Applications สร้างความตระหนักการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล - การให้บริการออกใบกำกับภาษีและใบรับอิเล็กทรอนิกส์ - บริการรับยื่น QR Code - หลักสูตร e-Learning/Google Classroom/Massive Course Online - หลักสูตร INNOVATION SPACE - กิจกรรม Grow your business with custom and scalable Heroku									
2.4 การพัฒนาทักษะบุคลากร	จัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ทางเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา โครงการสัมมนาดังๆ เช่น Business English Program การจัดตั้งสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่ ระบบสนับสนุนคำใช้จาย เพื่อใช้ประกอบการฝึกอบรมจากภาคเอกชน SME Webinar สัมมนาออนไลน์ โครงการพัฒนานักส่งออกรุ่นใหม่ Young Exporter From Local to Global (VELG) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “เทคโนโลยีจากการทำงานระหว่างประเทศสู่ความสำเร็จ” โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก” โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การคำนวณต้นทุนและการตั้งราคาสินค้าเพื่อการส่งออก โครงการอบรม สัมมนาดังๆ - กิจกรรม Beta Conference 2019 - กิจกรรม TSC: Crypto tips & trick- the beginners guide to digital world									
2.5 การพัฒนาการบริหารจัดการ	- กิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจที่มีคุณภาพด้านอาชีพการ/การเงิน - โครงการพลิกฟื้นธุรกิจ									

หัวข้อหลักและหัวข้อย่อยในการส่งเสริมและพัฒนา
กลุ่มอุตสาหกรรม : ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

หัวข้อสำรวจความเกี่ยวข้องกับมาตรการ	ตัวอย่าง มาตรการ / โครงการส่งเสริมสนับสนุน (จากโครงการที่ผ่านมาถึงปี 2562)	AA กรมทรัพย์สิน ทางปัญญา	AB กรมพัฒนาธุรกิจ การค้า	AC กรมส่งเสริม การค้าระหว่าง ประเทศ	AF SME Bank	AG ตสว	AJ ธนาคารเพื่อการไทย	AK สถาบันพัฒนา ผู้ประกอบการใหม่	AL มหาวิทยาลัย ศิลปากร	BC True Digital Park
	การนำ SME เข้าสู่กระบวนการพัฒนาคุณภาพ									
	• กิจกรรม After-funded stories: What's next after you get funded									
2.4	การพัฒนาความร่วมมือกับกลุ่มแบบเคสศึกษา									
	Entrepreneur society									
	โครงการพัฒนาสินค้าและบริการของไทยในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ									
	เงิน เนชั่น อีอุมมี									
	เพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจให้เอสเอ็มอี SME									
	• โครงการ True digital park co-working space									
	• โครงการ INNOVATION SPACE									
3	การพัฒนานวัตกรรม									
3.1	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม									
	จัดตั้งศูนย์ให้บริการด้านทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรม IP IDE CENTER เพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการ									
	DNA Business Camp									
	ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร/สถาบันวิจัยและพัฒนา									
	มหาวิทยาลัยศิลปากร									
	• โครงการ INNOVATION SPACE									
	• กิจกรรม ACE Digital Transformation Exchange: Thailand									
3.2	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม									
	โครงการ พัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design Development)									
3.3	การทดสอบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์									
	N/A									
3.4	การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา									
	ให้บริการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่างและให้ความ									
	คุ้มครองตามสิทธิรวมถึงเป็นตัวแทนในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท									
	โครงการ MCO กับทางกรมทรัพย์สินทางปัญญา จัดสิทธิบัตรให้กับ									
	ผลงานศึกษาที่มีศักยภาพการกับกรมรวมฐานข้อมูลเกี่ยวกับ									
	งานวิจัยและทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัย									
3.5	การส่งเสริมการตลาดให้สินค้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม									
	โครงการ IP FAIR									
	โครงการ GI MARKET									
	Top Thai Brands/Thailand Week									
	การจัดงาน เช่น งานGift ของเหล่านักแสดง/งานกันแก้ว									
4	การพัฒนามาตรฐาน									
4.1	การพัฒนาสินค้า/บริการให้ได้มาตรฐาน									
	การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานธุรกิจ									
	การพัฒนาผู้ประกอบการผลิต & เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์									
	• การพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของ									
	ผู้ประกอบการ รายใหญ่ และเป็นศูนย์กลางระบบแฟรนไชส์เรื่อง									
	มาตรฐาน สิทธิประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ									
	การพัฒนามาตรฐานงานสร้างสรรค์ด้านการประกวด เช่น Young									
	Designer Awards									
4.2	การตรวจและการรับรองมาตรฐาน									
	การให้บริการสินค้าข้อมูลสิทธิบัตรทั่วโลก โครงการ PPH									
	โครงการ ASPEC									
	การจดทะเบียนธุรกิจ DBD Registered									

หัวข้อหลักและหัวข้อย่อยในการส่งเสริมและพัฒนา
กลุ่มอุตสาหกรรม : ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

หัวข้อสำรวจความเกี่ยวข้องกับมาตรการ											
ตัวอย่าง มาตรการ / โครงการส่งเสริมสนับสนุน (จากโครงการที่ผ่านมาถึงปี 2562)											
AA	AB	AC	AF	AG	AJ	AK	AL	BC			
กรมทรัพย์สินทางปัญญา	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	SME Bank	สสว	ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการใหม่	มหาวิทยาลัยศิลปากร	BC True Digital Park			
5.6 การเชื่อมโยงกับ MNC/LE											
การสร้างเครือข่ายทางการค้ากับประเทศต่างๆ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ											
โครงการ Artist in Residence/โครงการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ/											
• กิจกรรม Building Global FinTech Connections: Singapore with Bangkok											
5.7 แหล่งเงินทุนเพื่อการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ											
N/A											
6 การส่งเสริมการตลาด											
6.1 การให้ความรู้ด้านการตลาด											
ผู้มีประสบการณ์ในการทำ business model ข้อมูลทางธุรกิจต่างๆ											
การพัฒนาเว็บไซต์ทางการตลาด											
การอบรมสัมมนาเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศ											
โครงการเสัมนา/โครงการเรียนรู้กับโลกออนไลน์											
• สัมนา CHINA E-Commerce Landscape 4.0											
โครงการ IP Mart ตลาดออนไลน์ทั้งทางปัญญา											
โครงการพัฒนาศูนย์ข้อมูล Online2Online DBD Registered											
การอบรมการตลาดดิจิทัล											
SME Catalog											
หลักสูตรอบรมเรียนรู้กับการค้าออนไลน์ต่างๆ เช่น โครงการ 60+ คำออนไลน์ยอดนิยมโลก โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ E-Commerce Week by NEA โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการหลักสูตรพิเศษ 4.0 ผู้ประกอบการสู่ยุคใหม่ในหัวข้อ “ครบเครื่องเรื่องการค้าออนไลน์ by NEA											
หลักสูตรอบรม การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ Digital Marketing for Entrepreneur กิจกรรมสัมมนาหัวข้อ การเงินออนไลน์เพื่อการค้าระหว่างประเทศ											
• สัมนา CHINA E-Commerce Landscape 4.0											
การให้บริการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า การให้ความคุ้มครองในกรณีการอนุญาตให้เครื่องหมายการค้าและการละเมิดเครื่องหมายการค้า											
โครงการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์											
6.3 การพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์											
7 การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ											
7.1 การเตรียมความพร้อมไปขายของ											
โครงการ DIPAT จัดประกวดผลงานนวัตกรรมระดับชาติหรืศึกษา											
DBD E-Commerce Pitching Contest											
การประกวดแผนการตลาดธุรกิจ/การบริหารธุรกิจแบบเข้มข้นให้กับนักศึกษาจบใหม่											
• โครงการ AFTERCLASS											
• การให้ทุนการศึกษาในระดับปริญญาโททั้งในประเทศและต่างประเทศ											
หลักสูตรที่โดดเด่นแต่ละคณะ/รายวิชาเพื่อไปทำธุรกิจสร้างสรรค์/โครงการประกวดต่างๆ											
• โครงการ True Space											
• กิจกรรม TECH (EARLY) SUPPER CLUB: LINE Things Hands on Workshop											

หัวข้อหลักและหัวข้อย่อยในการส่งเสริมและพัฒนา
กลุ่มอุตสาหกรรม : ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

หัวข้อสำรวจความเกี่ยวข้องกับมาตรการ	ตัวอย่าง มาตรการ / โครงการส่งเสริมสนับสนุน (จากโครงการที่ผ่านมาถึงปี 2562)	AA กรมทรัพย์สินทางปัญญา	AB กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	AC กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	AF SME Bank	AG ตสว	AJ ธนาคารเพื่อการไทย	AK สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการใหม่	AL มหาวิทยาลัยศิลปากร	BC True Digital Park
	7.2 การให้ความรู้พื้นฐานการเริ่มต้นธุรกิจ									
		การเชื่อมการสอนทางไกลผ่านระบบอินเตอร์เน็ต และการบรรยายโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญที่ศูนย์ IP (IDE CENTER)								
		DBD e-Learning Academy								
		NEA E-Academy, กิจกรรมฝึกอบรมต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ								
		• การพัฒนาโปรแกรมทางการเงิน								
		• กิจกรรมเสริมความรู้ผ่านสื่อออนไลน์								
		การจัดตั้งศูนย์เฉพาะเพื่อให้ความรู้และทักษะในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการใหม่								
		การจัดนิทรรศการต่าง ๆ								
		หลักสูตรการเรียนการสอนออนไลน์ (E-Academy)								
		โครงการ Start Up								
		• กิจกรรม The bootstrap survival guide with OneStockHome								
8 การเข้าถึงข้อมูล										
8.1 ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์										
		ผู้ประกอบการสามารถติดต่อหน่วยงานได้ที่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ โดยที่ศูนย์ IP (IDE CENTER) จะมีให้บริการแก่นักับ, ผู้มีผู้ประกอบการต่าง ๆ นอกจากนั้นก็ยังมี Intellectual ให้ความรู้ในแง่ใจดีของทางกรมฯ								
		ศูนย์บริการประชาชน Applications								
		กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (กระทรวงพาณิชย์/ศูนย์จัดหา/ไทย) Thai Trade Center								
		• Facebook Page								
		• ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฯ ทุกสาขา และCall Center 1357								
		ศูนย์บริการข้อมูล (SME One Stop Service Center)/ระบบประเมินศักยภาพธุรกิจ (SME Scoring)/• ระบบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ (SME Registration)								
		• ศูนย์วิจัยสินค้าไทย								
		สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการค้ายุคใหม่								
		หอศิลปวัฒนธรรมวิบูลย์ศิลป์/สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร/ศูนย์บริการข้อมูลแต่ละคณะ/สำนักงานบริหารการวิจัยและนวัตกรรมสร้างสรรค์มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์								
8.2 เว็บไซต์ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์										
		ผู้ประกอบการสามารถได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่างๆของทางกรมฯ ผ่านทางแบบฟอร์มประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์และผ่านทาง Facebook Page								

หัวข้อหลักและหัวข้อย่อยในการส่งเสริมและพัฒนา
กลุ่มอุตสาหกรรม : ทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

หัวข้อสำรวจความเกี่ยวข้องกับมาตรการ	ตัวอย่าง มาตรการ / โครงการส่งเสริมสนับสนุน (จากโครงการที่ผ่านมาจนถึงปี 2562)	AA กรมทรัพย์สินทางปัญญา	AB กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	AC กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	AF SME Bank	AG สสว	AJ ธนาคารเพื่อการไทย	AK สถาบันพัฒนาผู้ประกอบการใหม่	AL มหาวิทยาลัยศิลปากร	BC True Digital Park
	เว็บไซต์ของทางกรม https://www.ddod.go.th/index.php , Facebook page DTP Drive, website พลิกโฉมกรมฯ, ไลน์ไอดี www.kasikombank.co.th SME Web Portal และคู่มือการประกอบธุรกิจ (SME Toolkit) www.kasikombank.com เว็บไซต์สถาบัน https://nead.th.go.th/ FB IG YouTube Line@									
	เว็บไซต์ของทางมหาวิทยาลัย https://www.su.ac.th/index.php และสถาบันต่างๆภายใต้มหาวิทยาลัย Facebook page/Twitter Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, website ช่องทาง True digital park (https://www.true.digitalpark.com/home)									
9 ข้อเสนอแนะจากหน่วยงานส่งเสริม										
9.1 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงของหน่วยงานตนเอง										
9.2 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงที่ตรงร่วมกับหน่วยงานอื่น (เชิงบูรณาการ)	- ควรจะมีการร่วมมือกัน ระหว่าง หน่วยงานรัฐ และเอกชนให้มากขึ้น โดยอาจจะมีการทำโปรเจกต์ร่วมกันและทำให้ต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ เพื่อที่จะสามารถลดความเสี่ยงและประโยชน์อย่างมั่นคง - ทางภาครัฐ ควรจะเน้นเรื่องการส่งเสริมว่า จะกำหนดทิศทางประเทศ ไปในทิศทางไหน รวมถึงการเปิดโอกาสของประเทศไทย เพื่อให้มีการสร้างบุคลากรและเยาวชนที่มีประสิทธิภาพสูง ๆ รวมถึงการปลูกฝังให้เยาวชนรุ่นใหม่ เชื้อนรู้ถึงการธนาคารที่ถูกต้องได้กว้างมากขึ้น - เนื่องจากประเทศไทย มี 100+ หรือ 100 กว่า ที่มากมาย อาจจะให้เป็น 100+ เหล่านี้ ช่วยส่งเสริมหรือเป็นแบบอย่างให้เยาวชนรุ่นใหม่ เกี่ยวกับเรื่องอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 12 กลุ่มนี้ ให้เยาวชนตระหนัก ถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และให้รู้ถึงการทำงานร่วมกันด้วยกันด้านนี้ จะทำงานอะไร									