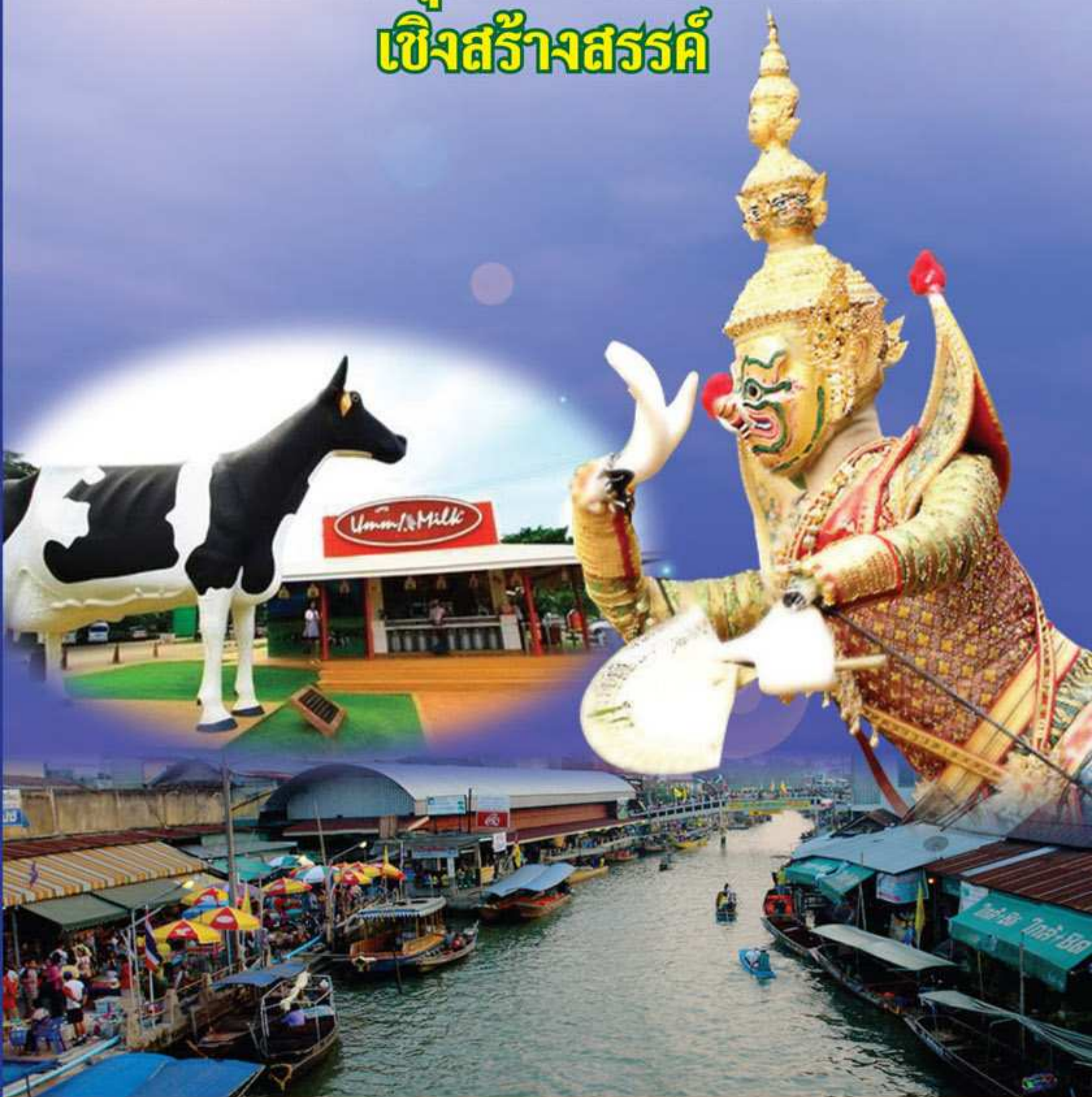


# รายงานการวิจัย

## ระบบนวัตกรรมรายสาขา

เพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

# กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์



# รายงานการวิจัย

เรื่อง

ระบบนวัตกรรมรายสาขา

เพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์

: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ดร.ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด และคณะ

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการ

379.1593 สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา

ส 691 ร รายงานการวิจัย เรื่อง ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจ  
ฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
กรุงเทพฯ, 2553.

200 หน้า

ISBN : 978-616-7324-58-6

1. รายงานการวิจัย 2. เศรษฐกิจฐานความรู้ 3. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

II. ชื่อเรื่อง

รายงานการวิจัย เรื่อง ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจ  
ฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :  
กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สิ่งพิมพ์ สกศ.

อันดับที่ 76/2553

ISBN

978-616-7324-58-6

พิมพ์ครั้งที่ 1

กันยายน 2553

จำนวนพิมพ์

1,000 เล่ม

จัดพิมพ์เผยแพร่

สำนักนโยบายด้านการศึกษามหาภาค

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา

ถนนสุขุโขทัย เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทร. 0-2668-7123 ต่อ 2417 โทรสาร 0-2243-2787

Web Site : [http:// : www.onec.go.th](http://www.onec.go.th)

พิมพ์ที่

บริษัท พิมพ์ดีการพิมพ์ จำกัด

78/198-200 ซอยพระยาสุเรนทร์ 19

แขวงบางชัน เขตคลองสามวา กรุงเทพฯ 10510

โทรศัพท์ 0-2919-1481 , 0-2919-1489

โทรสาร 0-2540-1064

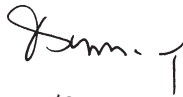
# คำนำ

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา ได้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง “ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวทางและแบบแผนการศึกษา พัฒนา และดำเนินการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ พัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ตรงกับความต้องการปัจจุบันและอนาคต และพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ และพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นแหล่งเรียนรู้ทางการศึกษาที่สำคัญ โดยเฉพาะการเรียนรู้ที่เอาชีวิตเป็นตัวตั้ง และการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่เป็นปรัชญาสำคัญในการปฏิรูปการศึกษาในปัจจุบัน โดยมี ดร.ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด และคณะเป็นผู้ดำเนินการศึกษาวิจัยดังกล่าว

รายงานการวิจัยเรื่อง “ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” เป็นการศึกษาระบบนวัตกรรมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มุ่งเน้นประสบการณ์ตรงที่มีเอกลักษณ์พิเศษและการเรียนรู้อย่างมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านการศึกษาตัวอย่างที่มีชื่อเสียง 3 กรณีศึกษา

ได้แก่ ฟาร์มโชคชัย นาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (โจหลุยส์เชียเตอร์) และสวนลุมไนท์บาซาร์ และตลาดน้ำอัมพวา

สำนักงานฯ เห็นว่าผลการวิจัยดังกล่าวเป็นองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้โดดเด่นในฐานะการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่และเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว จึงได้ดำเนินการจัดพิมพ์รายงานการวิจัย เพื่อเผยแพร่ต่อหน่วยงานทางการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจทั่วไป พร้อมนี้ ขอขอบคุณ ดร.ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต และคณะ ที่ศึกษาวิจัยจนประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายและขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ซึ่งทำให้รายงานการวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น



(ศาสตราจารย์พิเศษธงทอง จันทรางศุ)

เลขาธิการสภาการศึกษา

# บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบนวัตกรรมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ ที่มุ่งเน้นประสบการณ์ตรงที่มีเอกลักษณ์พิเศษและการเรียนรู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านการศึกษาตัวอย่างที่มีชื่อเสียง 3 กรณีศึกษาคือ ฟาร์มโชคชัย นาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (โจหลุยส์เรียดเตอร์) และสวนลุมไนท์บาซาร์ และตลาดน้ำอัมพวา โดยใช้แนวคิดระบบนวัตกรรมรายสาขา (sectoral innovation system) ที่เน้นบทบาทและความสามารถของผู้มีบทบาทสำคัญในระบบนวัตกรรมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มีบทบาทเหล่านั้น และบริบทเชิงสถาบันที่เกี่ยวข้อง ผลสรุปจากการศึกษา คือ ถึงแม้ว่ากรณีศึกษาทั้งสามจะมีความแตกต่างกัน แต่ก็มีองค์ประกอบแห่งความสำเร็จที่คล้ายคลึงกันในหลายประการ ได้แก่ บทบาทของผู้นำในฐานะผู้ริเริ่ม ผู้โน้มน้าว ชักจูงและประสานกับผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การยอมรับและประยุกต์ความรู้จากภายนอก ความยืดหยุ่น และพลวัตของแหล่งท่องเที่ยว และการรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ แต่อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้ยังมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวอันเป็นมิติสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ยังมีค่อนข้างน้อยและอยู่ในช่วงเริ่มต้น

นวัตกรรมที่เกิดขึ้นส่วนมากแตกต่างจากนวัตกรรมในภาคอุตสาหกรรม เนื่องจากเป็นนวัตกรรมเชิงศิลปะที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีจากหลายสาขา มีความหลากหลายและพลวัตสูง และเป็นผลมาจากการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะที่แตกต่างกัน บุคลากรที่อยู่ใน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเภทนี้ จึงต้องมีคุณสมบัติบางประการ ที่ต้องพัฒนาเป็นพิเศษ คือ มีความสามารถในการเรียนรู้และสร้างแรงจูงใจด้วยตัวเอง มีจิตสาธารณะ และมีวิถีชีวิตเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่และมีเครือข่ายทางสังคมกว้างขวาง

จากผลการศึกษาข้างต้น คณะผู้วิจัยได้นำเสนอเป้าหมายและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายหลัก 2 ประการคือ ก) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้โดดเด่นในฐานะการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่และเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว และ ข) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

	หน้า
คำนำ	(1)
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	(3)
สารบัญ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพประกอบ	(10)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	5
<b>บทที่ 2 เศรษฐกิจฐานความรู้สู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์</b>	<b>7</b>
2.1 เศรษฐกิจฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม	7
2.2 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์	9
2.3 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย	19
<b>บทที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</b>	<b>27</b>
3.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	27
3.2 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	31
3.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	35



# สารบัญ (ต่อ)

---

	หน้า
3.3.1 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในระดับประเทศ	35
3.3.2 เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ โดย UNESCO	39
3.4 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย	42
3.5 อนุกรมวิธานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	46
<b>บทที่ 4 กรณีศึกษา</b>	<b>55</b>
4.1 ฟาร์มโชคชัย	55
4.1.1 ความเป็นมา	55
4.1.2 พื้นฐานความรู้และเทคโนโลยี	59
4.1.3 อุปสงค์ของนักท่องเที่ยว	59
4.1.4 ผู้มีบทบาทในระบบนวัตกรรม	63
4.1.5 ความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีบทบาทต่างๆ	72
4.1.6 บริบทเชิงสถาบัน	74
4.1.7 นวัตกรรมที่เกิดขึ้น	76
4.2 นาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (โจหลุยส์เธียเตอร์) และสวนลุมไนท์บาซาร์	78
4.2.1 ความเป็นมา	78
4.2.2 พื้นฐานความรู้และเทคโนโลยี	89
4.2.3 อุปสงค์ของนักท่องเที่ยว	89
4.2.4 ผู้มีบทบาทในระบบนวัตกรรม	91
4.2.5 ความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีบทบาทต่างๆ	98

	หน้า
4.2.6 บริบทเชิงสถาบัน	99
4.2.7 นวัตกรรมที่เกิดขึ้น	102
4.3 ตลาดน้ำอัมพวา	119
4.3.1 ความเป็นมา	119
4.3.2 พื้นฐานความรู้และเทคโนโลยี	125
4.3.3 อุปสงค์ของนักท่องเที่ยว	125
4.3.4 ผู้มีบทบาทในระบบนวัตกรรม	126
4.3.5 ความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีบทบาทต่างๆ	133
4.3.6 บริบทเชิงสถาบัน	136
4.3.7 นวัตกรรมที่เกิดขึ้น	138
<b>บทที่ 5 สรุปบทเรียนความสำเร็จและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย</b>	<b>145</b>
5.1 บทเรียนความสำเร็จจากกรณีศึกษา	145
5.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย อย่างยั่งยืน	150
5.3 ลักษณะเด่นของนวัตกรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	152
5.4 บทบาทการศึกษาเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	153
5.4.1 กระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาคน ในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	153

# สารบัญ (ต่อ)

---

	หน้า
5.4.2 นัยสำคัญทางการศึกษาเพื่อสร้างความยั่งยืน ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	155
5.5 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	156
5.5.1 ข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	157
5.5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	161
5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	163
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>165</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>179</b>
ก. รายชื่อผู้ที่ได้รับสัมภาษณ์	180
ข. ประมวลคำศัพท์	182
ค. แนวทางการสัมภาษณ์กรณีศึกษา	183
<b>คณะผู้ดำเนินงาน</b>	<b>187</b>

# สารบัญ

	หน้า
ตารางที่	
1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่ได้รับจากกลุ่มอุตสาหกรรม ความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่มสหภาพยุโรป	13
2 การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่ได้รับ จากกลุ่มอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์และอุตสาหกรรม อื่นๆ ในกลุ่มเศรษฐกิจยุโรป	14
3 การจัดแบ่งประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ	17
4 การเปรียบเทียบการจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	30
5 สมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ โดย UNESCO	40
6 หลักการบริหารงานและวิสัยทัศน์ของคุณโชค บูลกุล	75
7 สรุปลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในสาม กรณีศึกษา	150

# สารบัญภาพประกอบ

---

	หน้า
ภาพที่	
1 การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	33
2 แผนผังคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ	44
3 อนุกรมวิธานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	48
4 คุณโชคชัย บุญกุล ผู้ก่อตั้งบริษัทฟาร์มโชคชัย จำกัด	55
5 โครงสร้างสายงานธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรและ การท่องเที่ยวฟาร์มโชคชัย	58
6 แผนที่เชิงปฏิสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวฟาร์มโชคชัย	61
7 การทำไอศกรีม อีมม!,,มิลค์	62
8 คุณโชค บุญกุล ทายาทรุ่นที่ 2	63
9 องค์กรประกอบหน้าแรกของเว็บไซต์ฟาร์มโชคชัย	68
10 แผนที่ตั้งสวนลุมไนท์บาซาร์และนาฏยศาลาฯ	88
11 การแสดงในรอบนักเรียน และการทดลองเซตหุ่นละครเล็ก ด้วยตนเอง	96
12 ภาพบรรยากาศนาฏยศาลาฯ และพิพิธภัณฑ์หุ่นละครเล็ก	108
13 การแสดงของนาฏยศาลาฯ	113
14 เวทีการแสดงของนาฏยศาลาฯ	115
15 วิถีชีวิตชาวอัมพวาสัมพันธ์กับแม่น้ำลำคลอง บ้านเรือนหันหน้าหาหน้า	123
16 ทูนาทางประวัติศาสตร์ของอัมพวา	124

## สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

---

	หน้า
17 ความอุดมสมบูรณ์ในทรัพยากรธรรมชาติของอัมพวา	124
18 เทศบาลตำบลอัมพวา และพิพิธภัณฑ์ชนมไทย ในตึกของเทศบาล	129
19 การสร้างอัตลักษณ์เมืองอัมพวาจากความร่วมมือ ของเทศบาลและผู้ประกอบการ	135
20 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์น้ำจากดอกไม้	140
21 นวัตกรรมไอศกรีมจากดอกไม้	141
22 นวัตกรรมข้าวแต๋นลู่แว่น	143
23 ความเชื่อมโยงของกระบวนการเรียนรู้	154
24 เป้าหมายและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายใน 5 ปีข้างหน้า	157

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการเหตุผล

เนื่องจากคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบในหลักของยุทธศาสตร์และมาตรการในการนำประเทศไทยเข้าสู่สังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) ตามที่กระทรวงศึกษาธิการได้นำเสนอเมื่อวันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2551 ที่ผ่านมา โดยยุทธศาสตร์ที่ 3.2 กำหนดให้มีการสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการใช้ความรู้เป็นพื้นฐานในการประกอบการ หรือเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินการ (Knowledge-based or Knowledge-driven SMEs) ด้วยเหตุนี้สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา ในฐานะผู้ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ประสานและดำเนินการตามยุทธศาสตร์และมาตรการดังกล่าว จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการ และมุ่งเน้นให้เกิดการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ต่อไป

แนวคิดสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการที่อาศัยความรู้และนวัตกรรมเป็นพื้นฐานในการประกอบธุรกิจ คือ แนวคิดระบบนวัตกรรมรายสาขา (Sectoral innovation system) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับมิติสำคัญ 3 ด้านที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวัตกรรมในอุตสาหกรรมหนึ่งๆ คือ ก) ความสามารถของผู้มีบทบาท

## 2 ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

สำคัญในระบบนวัตกรรมทั้งที่ เป็นผู้ประกอบการเอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย สถาบันการเงิน หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย ส่งเสริมและกำหนดมาตรฐานของสาขาอุตสาหกรรมนั้น ๆ ข) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มีบทบาทดังกล่าว โดยเฉพาะการสร้าง เผยแพร่ และใช้ความรู้ และ ค) สถาบันที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมาย กฎระเบียบ ค่านิยม ความไว้วางใจระหว่างผู้มีบทบาทต่าง ๆ การใช้แนวคิดระบบนวัตกรรมรายสาขานี้จะทำให้สามารถเข้าใจถึงโครงสร้างและความสัมพันธ์ของผู้เล่นในระบบอุตสาหกรรมที่เป็นเป้าหมายในการศึกษา และสามารถต่อยอดผลการศึกษาเพื่อใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมนั้น ๆ ได้จริง

นอกจากนี้ เนื่องจากประเทศไทยมีฐานเศรษฐกิจที่อิงการท่องเที่ยว และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจํานวนมหาศาล ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่น่าจับตามอง และน่าจะเป็นแหล่งรายได้ของประเทศได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่แนวโน้มการท่องเที่ยวนั้นเริ่มจะมีการมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) กล่าวคือ การที่นักท่องเที่ยวเริ่มไฝ่หาประสบการณ์ตรงจากการสัมผัสวัฒนธรรมการดำเนินชีวิต และวิถีชีวิต รวมทั้งจิตวิญญาณที่มีความเป็นเอกลักษณ์จากแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมมากขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวในลักษณะนี้จำเป็นต้องมีการผสมผสานองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมเข้ากับการพัฒนาทางเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative economy) ซึ่งเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลชุดปัจจุบัน และเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่มีการบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ด้วยเหตุนี้ การศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยอาศัยแนวคิดระบบนวัตกรรมรายสาขา จึงเป็นกรณีตัวอย่างที่ใช้พัฒนาระบบ



เศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี และสามารถใช้เป็นกรณีต้นแบบเพื่อใช้พัฒนาการศึกษาสาขาอุตสาหกรรมอื่นๆ ต่อไปได้ในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อสร้างแนวทางและแบบแผนการศึกษา พัฒนา และดำเนินการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ
- 2) เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่ตรงกับความต้องการปัจจุบันและอนาคตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 3) เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 4) เพื่อสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็กในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์
- 5) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นแหล่งเรียนรู้ทางการศึกษาที่สำคัญ โดยเฉพาะการเรียนรู้ที่เอาชีวิตเป็นต้นทุน และการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่เป็นปรัชญาสำคัญในการปฏิรูปการศึกษาในปัจจุบัน

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยนี้จะทำการศึกษกรณีตัวอย่างเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3 สาขาย่อย ซึ่งเป็นสาขาที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในปัจจุบัน ได้แก่

#### 4 ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

- 1) นาฏยศาลาและแหล่งจัดจำหน่ายทางวัฒนธรรมเอกชน : โรงละคร โจหลุยส์เรียดอร์และสวนลุมไนท์บาซาร์
- 2) แหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็นการผลิตผสมผสานธรรมชาติ และวิถีชีวิตดั้งเดิม : ตลาดน้ำอัมพวา
- 3) ธุรกิจท่องเที่ยวใหม่ที่เปลี่ยนรูปมาจากธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม : ฟาร์มโชคชัย

### 1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

#### 1.4.1 กรอบการศึกษาและแนวคิดหลัก

การศึกษาจะใช้แนวคิดระบบนวัตกรรมรายสาขา (Sectoral innovation system) ที่ริเริ่มโดย ศาสตราจารย์ Franco Malerba เพื่อศึกษาระบบนวัตกรรมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเด็นต่อไปนี้

- 1) ศึกษามิติด้านและความสามารถทางนวัตกรรมเชิงศิลป์ (Aesthetic innovation) นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological innovation) และนวัตกรรมด้านอื่นๆ ของผู้มีบทบาทสำคัญในระบบนวัตกรรมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน 3 กรณีศึกษา ข้างต้น ทั้งกลุ่มเจ้าของวัฒนธรรมหรือนวัตกรรมทางวัฒนธรรม ผู้ผลิตสินค้า และบริการขั้นสุดท้าย ซัพพลายเออร์ลูกค้า ผู้ผลิตสินค้าและผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง องค์กรของรัฐที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย มาตรฐานและส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันและตลาดการเงิน องค์กรวิชาชีพและสมาคมอุตสาหกรรม ตลอดจนมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย และชุมชนเมือง

- 2) ศึกษาประเภทและระดับความเข้มแข็งของความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีบทบาทข้างต้น ตลอดจนปัจเจกบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะ

การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสาร ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

3) ศึกษากระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้มีบทบาทต่างๆ ในระบบนวัตกรรม

4) บ่งชี้จุดอ่อนที่อาจเป็นความล้มเหลวของระบบนวัตกรรม (Systemic failures) ทั้งในด้านความสามารถของผู้มีบทบาทสำคัญ ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน ความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือ ความสามารถในการปรับตัวของระบบ และปัจจัยเชิงสถาบัน

5) พัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพในการสืบสานและต่อยอดทางวัฒนธรรม ทั้งในแง่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเงิน โครงสร้างพื้นฐาน กฎหมาย ระบบคุณภาพและมาตรฐาน การตลาด และสภาพแวดล้อมของชุมชน

#### 1.4.2 วิธีการดำเนินงาน

1) ศึกษาเอกสาร รายงาน และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสืบค้นสารสนเทศผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตามประเด็นที่กำหนดในหัวข้อ ขอบข่ายการศึกษา

2) วิจัยภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีบทบาทในระบบนวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง

3) พัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายตามวัตถุประสงค์ข้างต้น

#### 1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1) แนวทางการยกระดับความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งผู้ประกอบการ ผู้ทำงาน และนวัตกรรมผู้คิดริเริ่ม และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่

6 ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

2) ปัจจัยแห่งความสำเร็จจากกรณีตัวอย่างซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบันและในอนาคตโดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

3) นโยบายบูรณาการที่ปฏิบัติได้จริงในการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย

## บทที่ 2

# เศรษฐกิจฐานความรู้สู่ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

### 2.1 เศรษฐกิจฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม

ในภาวะเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันอย่างไร้พรมแดนดังเช่นในปัจจุบัน การแข่งขันบนพื้นฐานของความรู้เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากความต้องการในการบริโภคของประชากรโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ระบบเศรษฐกิจใดที่สามารถพัฒนารากฐานของความรู้และความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ได้นอกจากจะสามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วแล้ว ยังทำให้การพัฒนาระบบเศรษฐกิจนั้นมีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

แนวคิดในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจบนพื้นฐานองค์ความรู้ (Knowledge-based Economy) เชื่อว่าทรัพยากรที่สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจอยู่ที่ความรู้ความสามารถของมนุษย์เป็นสำคัญ โดยเฉพาะความสามารถในการคิดแบบสร้างสรรค์ เนื่องจากเป็นแนวความคิดในการใช้องค์ความรู้เพื่อพัฒนาหาสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ให้สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อต่อยอดและเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการที่มีอยู่เดิมได้จากแนวคิดในการใช้ฐานความรู้มาช่วยพัฒนาเศรษฐกิจนี้เองจึงได้มีการพัฒนาเชื่อมโยงไปสู่แนวคิดระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นในความสำคัญของความคิด

สร้างสรรค์ที่มีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม และระบบเศรษฐกิจอย่างชัดเจนมากขึ้น

ถึงแม้ว่าแนวคิดการพัฒนาระบบเศรษฐกิจบนพื้นฐานองค์ความรู้ และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จะเริ่มได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาไม่นานนัก แต่แท้ที่จริงแล้วความสำคัญของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจนั้นมีปรากฏให้เห็นกันมาอย่างช้านาน ดังเช่นในช่วงต้นทศวรรษที่ 1920 นักเศรษฐศาสตร์ชาวอเมริกัน Joseph Schumpeter ได้ให้มุมมองต่อความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นส่วนที่สำคัญยิ่งต่อกระบวนการพลวัตของนวัตกรรม (dynamic process of innovation) เนื่องจากมีผลในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาระบบเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐานของการสร้างนวัตกรรมอันนำไปสู่การเกิดขึ้นของอุตสาหกรรมใหม่ขึ้นมาทดแทนของเก่าที่มีอยู่เดิม (creative destruction) เป็นวัฏจักรหมุนเวียนไปเรื่อยๆ เช่น การมีแผ่นซีดี มาทดแทนเทปคาสเซ็ทดี และการมีไฟล์เพลงแบบ MP3 มาทดแทนแผ่นซีดี ความคิดสร้างสรรค์ในยุคนี้มีความสำคัญในบริบทของการปฏิวัติกระบวนการผลิตสินค้าและอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ

ต่อมาในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 นักวิชาการ Paul Jeffcutt และ Andrew Pratt ผู้คลุกคลีกับการบริหารจัดการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อย่างเช่นอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมได้เชื่อมโยงความคิดสร้างสรรค์เข้ากับองค์ความรู้ (Knowledge) อย่างชัดเจนมากขึ้น โดยการตอกย้ำว่าความคิดสร้างสรรค์คือกระบวนการเชื่อมโยงความคิดใหม่ๆ เข้ากับบริบทที่มีอยู่เดิม เป็นกระบวนการที่จำเป็นต้องอาศัยฐานความรู้ (Knowledge base) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างนวัตกรรม และจำเป็นต้องมีเทคโนโลยีมาสนับสนุน

นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2550 นักวิชาการจากธนาคารโลก Shahid Yusuf ก็ได้แสดงความคิดเห็นไว้ในบทความของธนาคารโลก เกี่ยวกับการพัฒนาต่อยอดความคิดสร้างสรรค์สู่กระบวนการนวัตกรรม ซึ่งเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยคำนิยามของความคิดสร้างสรรค์ในยุคนี้ มีความสอดคล้องกับนิยามที่มีมาแต่ดั้งเดิม และบทบาทสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจนั้นยังคงอยู่ที่การเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการสร้างนวัตกรรม อย่างไรก็ตาม ความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถเป็นปัจจัยในกระบวนการนวัตกรรมตามความเข้าใจในยุคปัจจุบันนั้นไม่ได้จำกัดว่าต้องเป็นความคิดสร้างสรรค์ในทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีเท่านั้น หากรวมถึงความคิดสร้างสรรค์ในเชิงศิลปะ และศาสตร์อื่นๆ

## 2.2 นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

คำนิยามเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์นั้นถูกตีความโดยองค์การนานาชาติไว้ในหลายความหมาย ดังนี้

1) องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD) : กล่าวถึงเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในภาพกว้างว่าเป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์

2) องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organisation, WIPO) : ให้คำนิยามเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในบริบทความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรม ซึ่งรวมผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

และศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งานไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน

3) องค์การยูเนสโก (United Nations Educational, Science, and Cultural Organisation, UNESCO) : อ้างอิงคำนิยามโดยกระทรวงวัฒนธรรม สื่อและการกีฬาของประเทศสหราชอาณาจักร (United Kingdom's Department of Culture, Media and Sport: DCMS) ว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์คือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์ จากทรัพย์สินทางปัญญา

จากคำนิยามโดยองค์การนานาชาติทั้ง 3 องค์การ พบว่า จุดสำคัญของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์คือ การมีแนวความคิดที่สามารถแปรรูปเป็นสินค้าหรือบริการที่สร้างมูลค่า/คุณค่าให้กับระบบเศรษฐกิจได้ ซึ่ง John Hawkins ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจชาวอังกฤษและผู้เขียนหนังสือ The Creative Economy : How People Make Money from Ideas ได้ให้คำสรุปนิยามเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ไว้ในปี พ.ศ. 2545 ว่า คือ “การสร้างมูลค่า/คุณค่าจากความคิดของมนุษย์” กล่าวคือ การมองภาพรวมของระบบเศรษฐกิจแบบใหม่โดยการพึ่งพาวิธีการทำงานแบบใหม่ที่ทำให้ความสำคัญกับความสามารถและทักษะพิเศษของบุคคลเป็นพิเศษ แนวคิดดังกล่าวนี้จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น ทั้งต่อภาคการผลิต ภาคการบริการ หรือแม้แต่ภาคอุตสาหกรรมต่างๆ เนื่องจากมุ่งเน้นให้เกิดกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี มาผสมผสาน



รวมเข้าด้วยกันเพื่อสร้างพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative people) อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative industries) และเมืองสร้างสรรค์ (Creative cities)

แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์นี้ได้รับความนิยมและมีการนำไปใช้อย่างจริงจังในหลายประเทศทั่วโลก เช่น ประเทศสหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย จีน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ เป็นต้น โดยประเทศสหราชอาณาจักรนั้น ถือได้ว่าเป็นผู้นำในเรื่องนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากได้เริ่มมีการดำเนินการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์มาเป็นเวลากว่า 10 ปี ตั้งแต่ในช่วง พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นปีก่อนตั้ง Creative Task Force ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรม สื่อ และการกีฬา (Department of Culture, Media and Sport: DCMS) เพื่อรับผิดชอบดูแลอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งต่อมาในปี พ.ศ. 2548 ได้พัฒนาต่อเนืองกลายเป็นโครงการเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (The Creative Economy Program) เนื่องจากประเทศสหราชอาณาจักรได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศสูงถึงร้อยละ 7.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งคิดเป็นสองเท่าของอุตสาหกรรมอื่น และมีการจ้างงานในอุตสาหกรรมดังกล่าวถึงกว่า 1.8 ล้านคน

จากรายงานโดย UNCTAD พบว่า อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์จัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและระดับโลกมากขึ้น โดยในกลุ่มประเทศยุโรปมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 8.7 ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2548 โดยมูลค่า

## 12 ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

สินค้าและบริการที่ได้ส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก คิดเป็นมูลค่าถึง 424.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.4 ของมูลค่าการค้าโลก นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2546 พบว่า ภาคอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ได้สร้างรายได้เข้าประเทศในกลุ่มประเทศยุโรปสูงถึง 654,288 ล้านยูโร (ตารางที่ 1) และมีหลายประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจยุโรปที่กลุ่มอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์มีสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสูงที่สุดและมากกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆ อาทิเช่น ประเทศฟินแลนด์ ฝรั่งเศส อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สโลวาเกีย สหราชอาณาจักร และนอร์เวย์ (ตารางที่ 2)

**ตารางที่ 1** ตารางแสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่ได้รับจาก  
กลุ่มอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่มสหภาพยุโรป

ประเทศ	รายได้ทั้งหมด (ล้านยูโร)	สัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์รวมภายในประเทศ
Austria	14,603	1.8%
Belgium	22,174	2.6%
Cyprus	318	0.8%
Czech Republic	5,577	2.3%
Denmark	10,111	3.1%
Estonia	612	2.4%
Finland	10,677	3.1%
France	79,424	3.4%
Germany	126,060	2.5%
Greece	6,875	1.0%
Hungary	4,066	1.2%
Ireland	6,922	1.7%
Italy	84,359	2.3%
Latvia	508	1.8%
Lituania	759	1.7%
Luxembourg	673	0.6%
Malta	23	0.2%
Netherlands	33,372	2.7%
Poland	6,235	1.2%
Portugal	6,358	1.4%
Slovakia	2,498	2.0%
Slovenia	1,771	2.2%
Spain	61,333	2.3%
Sweden	18,155	2.4%
United Kingdom	136,682	3.0%
Bulgaria	884	1.2%
Romania	2,205	1.4%
Norway	14,841	3.2%
Iceland	212	0.7%
Total EU25	<b>636,146</b>	
Total 30 countries	<b>654,288</b>	

ที่มา: KEA et al. (2006) The Economy of Culture in Europe, p.66.

(ใช้ฐานข้อมูล Eurostat และ AMADEUS)

14 ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

**ตารางที่ 2** ตารางแสดงการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ  
ที่ได้จากกลุ่มอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมอื่น ๆ  
ในกลุ่มเศรษฐกิจยุโรป (หน่วย : เปอร์เซ็นต์ของผลิตภัณฑ์  
มวลรวมภายในประเทศ)

County	Manufacture of food products, beverages and tobacco (%)	Manufacture of textiles and textile products (%)	Manufacture of chemicals, chemical products and man-made fibres (%)	Manufacture of rubber and plastic products (%)	Manufacture of machinery and equipment n.e.c. (%)	Real estate activities (%)	Computer and related activities (%)	Cultural and creative Sector (%)
Austria	1.7	0.5	1.1	0.7	2.2	2.2	1.1	1.8
Belgium	2.1	0.8	3.5	0.7	0.9	1.0	1.2	2.6
Cyprus	2.7	0.4	0.5	0.3	0.2		0.6	0.8
Czech Republic	2.8	1.0	1.3	1.5	2.3	1.4	1.2	2.3
Denmark	2.6	0.3	1.7	0.7	1.9	5.1	1.5	3.1
Estonia	2.2	1.9	0.6	0.6	0.6	2.8	0.7	2.0
Finland	1.5	0.3	1.1	0.7	2.1	1.8	1.5	3.1
France	1.9	0.4	1.6	0.7	1.0	1.8	1.3	3.4
Germany	1.6	0.3	1.9	0.9	2.8	2.6	1.4	2.5
Greece	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1.0
Hungary	2.9	N/A	1.9	0.9	1.2	1.8	0.8	1.2
Ireland	5.3	0.2	11.5	0.3	0.5	1.2	1.7	1.7
Italy	1.5	1.3	1.2	0.7	2.1	1.0	1.2	2.3
Latvia	3.2	1.2	0.5	0.3	0.5	2.1	0.7	1.8
Lithuania	2.5	1.6	0.4	0.5	0.4	1.1	0.3	1.7
Luxembourg	1.0	0.9	0.4	2.0	0.6	N/A	1.2	0.6
Malta	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.2
Netherlands	2.2	0.2	1.7	0.4	1.0	2.3	1.4	2.7
Poland	4.7	0.8	1.4	0.9	1.2	1.3	0.6	1.2
Portugal	1.9	1.9	0.8	0.5	0.7	0.6	0.5	1.4
Slovakia	1.5	0.7	0.6	0.9	1.5	0.5	0.6	2.0
Slovenia	2.0	1.3	3.4	1.4	2.2	0.4	0.8	2.2
Spain	2.2	0.7	1.3	0.7	1.0	3.0	1.0	2.3
Sweden	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	4.0	2.2	2.4
United Kingdom	1.9	0.4	1.4	0.7	1.0	2.1	2.7	3.0
Bulgaria	2.2	2.0	1.1	0.4	1.3	0.4	0.3	1.2
Romania	1.9	2.1	0.8	0.5	1.0	0.5	0.5	1.4
Norway	1.7	0.1	0.8	0.8	0.8	2.7	1.3	3.2
Iceland	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.7

ที่มา: KEA et al. (2006) The Economy of Culture in Europe, p.66. (ใช้ฐานข้อมูล Eurostat และ AMADEUS)

สำหรับกลุ่มประเทศเอเชียและแปซิฟิกนั้น UNCTAD ได้คาดการณ์ว่าจะพัฒนากลายเป็นอันดับสองของโลกในการส่งออกสินค้าประเภทความคิดสร้างสรรค์ในอนาคต ซึ่งในปัจจุบันเริ่มมีหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกที่ให้การสนับสนุนนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์แล้ว เช่น ประเทศออสเตรเลีย ได้มีการจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และนวัตกรรม (the ARC Centre of Excellence for Creative Industries & Innovation: CCI) และมีการจัดทำโครงการแผนผังอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แห่งชาติ (the Creative Industries National Mapping Project: CINMP) ส่วนประเทศนิวซีแลนด์ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพและเทคโนโลยีข้อมูลและการสื่อสาร เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยมุ่งเน้นในการพัฒนาการศึกษาตลอดจนการอบรมเพื่อการประกอบอาชีพ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในระยะยาว

นอกจากนี้ ประเทศเกาหลีใต้ก็ยังเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของประเทศในภูมิภาคเอเชียที่นำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิง ทำให้สามารถส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีไปทั่วโลกได้ ทั้งในรูปของภาพยนตร์ รายการละคร นักแสดง นักร้อง แฟชั่น และยังส่งผลเป็นลูกโซ่ที่ดีต่อไปยังอุตสาหกรรมอาหารและการท่องเที่ยว ทำให้สามารถสร้างงานจำนวนมากพร้อมก็นำรายได้เข้าประเทศได้อย่างมหาศาลอีกด้วย

อย่างไรก็ดี ธุรกิจที่จัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industries) ยังไม่มีการจัดแบ่งประเภทอย่างชัดเจนในระดับนานาชาติและพบว่าการจัดแบ่ง Sectoral Index Code นั้นยังคงไม่มี

## 16 ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

ข้อสรุปที่ชัดเจนเช่นกัน อย่างไรก็ตามก็ได้มีความพยายามในการสร้างแนวทางในการจัดแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ไว้ในระดับนานาชาติทั้งโดย DCMS, WIPO, UNCTAD, UNESCO และอื่นๆ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3) ซึ่งหากมองในภาพรวมแล้วประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ การออกแบบกราฟฟิค งานสถาปัตยกรรม งานโฆษณา แฟชั่นและเครื่องนุ่งห่ม ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรีและผลงานเพลง สื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนงานทางวัฒนธรรม เช่น งานฝีมือและสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรม โดยส่วนมากเป็นกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อการสร้างนวัตกรรมในทางศิลปะและเทคโนโลยีเป็นสำคัญ

**ตารางที่ 3 การจัดแบ่งประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ**

DCMS Model	Symbolic texts Model	Concentric circle Model	WIPO copyright Model	UNCTAD Model	UNESCO revised framework for cultural st atistics
1. Advertising 2. Architecture 3. Art and antique market 4. Crafts 5. Fashion 6. Design 7. Film and Video 8. Music 9. Performing Arts 10. Publishing 11. Software 12. Television and Radio 13. Video and Computer Games	<b>Core Cultural Industries</b> 1. Advertising 2. Film 3. Internet 4. Music 5. Publishing 6. Television and Video <b>Peripheral Cultural Industries</b> 7. Creative Arts <b>Borderline Cultural Industries</b> 8. Consumer Electronics 9. Fashion 10. Software 11. Sport	<b>Core Creative Arts</b> 1. Literature 2. Music 3. Performing Arts 4. Visual Arts <b>Other Core Cultural Industries</b> 5. Film 6. Museums and Libraries <b>Wilder Cultural Industries</b> 7. Heritage Services 8. Publishing 9. Sound Recording 10. Television and Radio 11. Video and Computer Games <b>Related Industries</b> 12. Advertising 13. Architecture 14. Design 15. Fashion	<b>Core Copyright Industries</b> 1. Advertising 2. Collection Societies 3. Film and Video 4. Music 5. Performing Arts 6. Publishing 7. Software 8. Television and Radio 9. Visual and Graphic Art <b>nterdependent Copyright Industries</b> 10. Blank Recording material 11. Consumer Electronics 12. Musical Instruments 13. Paper 14. Photocopiers, Photographic equ. <b>Partial Copyright Industries</b> 15. Architecture 16. Clothing, Footwear 17. Design 18. Fashion 19. Household Goods 20. Toys	<b>Heritage or Cultural Heritage</b> 1. Traditional Cultural Expression Sites <b>Arts</b> 1. Visual Arts 2. Performing Arts <b>Media</b> 1. Publishing Printed media 2. Audiovisual <b>Function</b> <b>Creation</b> 1. Design 2. New Media Creative Service	<b>Core Cultural Domains</b> 1. Cultural & Natural Heritage 2. Performance & Celebration 3. Visual arts, Crafts & Design 4. Book & Press 5. Audio - Visual & Digital Media <b>Related Domains</b> Example: Tourism, Sport <b>Expanded Domains</b> - Musical Instruments - Software - Radio & - Advertising - Architecture

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สำหรับเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่ได้จากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ควรจะเป็นสินค้าและบริการเชิงพาณิชย์ที่มี**เอกลักษณ์ในทางศิลปะที่ดี** (High aesthetic) และเป็นสิ่งที่สื่อความหมายใน**เชิงสัญลักษณ์** (Symbolic content) กล่าวคือ สินค้าหรือบริการที่เกิดจากอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ควรจะเป็นสินค้าหรือบริการที่มาจาก**อัตลักษณ์**ของวัฒนธรรมของผู้สร้างสรรคงานนั้นๆ ในขณะที่สินค้าหรือบริการดังกล่าวเมื่อเกิดขึ้นแล้ว ก็ควรจะเป็นสิ่งที่ส่ง**ผลกระทบที่ดี**ต่อสังคมหรือชุมชนของผู้สร้างงานสร้างสรรค์ เช่นกัน

ถึงแม้ว่าในการสร้างสรรคงานที่แสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ จำเป็นต้องอาศัยความสามารถพิเศษของ “ผู้สร้างสรรคงาน” แต่บทบาทของผู้สร้างสรรคงานเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละประเทศนั้นมีความแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ในประเทศญี่ปุ่น ต้นคิดของความคิดสร้างสรรค์มักจะอยู่ที่องค์กรขนาดใหญ่ที่มีผลกระทบต่อสังคมสูง เช่น บริษัทยักษ์ใหญ่ทางอุตสาหกรรมรถยนต์อย่างโตโยต้า หรือบริษัทยักษ์ใหญ่ในด้านอุตสาหกรรมเกมส์อย่างนินเทนโด (Nintendo) เป็นต้น ในขณะที่เดียวกัน สำหรับประเทศทางตะวันตกนั้นกลับพึ่งพิงองค์กรขนาดกลางและเล็ก (SMEs) ในเรื่องของการผลิตความคิดสร้างสรรค์เป็นสำคัญ ทั้งนี้ ผู้ผลิตความคิดสร้างสรรค์ได้ควรจะเป็นทรัพยากรบุคคลที่เปี่ยมด้วยความรู้ความสามารถและควรมีเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ตลอดจนเครือข่ายของผู้ผลิตความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวช่วยส่งเสริมให้การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์นั้นก้าวไปได้ไกลมากขึ้น นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในเรื่องของสาธารณูปโภค และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารอีกด้วย อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังพบว่า การบริหารนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวมยังขาดความรู้ ในเรื่องการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ที่



สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในสังคมฐานความรู้ ซึ่งแนวคิดนวัตกรรมรายสาขา (sectoral innovation system) ที่เป็นกรอบแนวคิดของการศึกษานี้ สามารถที่จะช่วยได้เป็นอย่างดี

### 2.3 นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ อย่างเป็นรูปธรรมในสมัยรัฐบาลชุดที่มีนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นนายกรัฐมนตรี ซึ่งได้มีการประกาศใช้นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เป็นแผนการพัฒนาประเทศไทยในระยะยาวเริ่มตั้งแต่วันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2552 ภายใต้ชื่อโครงการ “ไทยสร้างสรรค์ไทยเข้มแข็ง (Creative Thailand)” และมีการบรรจุหลักเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้าไปในแผนมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจระยะที่ 2 (Stimulus Package 2 : SP2) เพื่อเป็นแนวทางหลักในการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยและเป็นแกนในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

อย่างไรก็ดี แนวคิดในการผลักดันนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ในประเทศไทย เริ่มต้นขึ้นเมื่อหลายปีที่ผ่านมา ตั้งแต่มีการจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สปร. หรือ Office of Knowledge Management and Development : OKMD) ในปี พ.ศ. 2547 โดยในเบื้องต้นรัฐบาลชุดที่มี พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรีสมัยที่ 2 ต้องการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นระบบเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ (knowledge-based economy) แต่หลังจากมีการเปลี่ยนแปลง

รัฐบาล แนวคิดดังกล่าวก็ได้หยุดชะงักลง จนกระทั่งเมื่อประมาณ พ.ศ. 2549 - 2550 จึงได้เริ่มมีการหยิบแนวคิดนี้ขึ้นมาอีกครั้งและมีการศึกษาแนวคิดและหลักการเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์อย่างจริงจังมากขึ้น โดยมี สศช. และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center: TCDC) ภายใต้การกำกับดูแลของ สปร. เป็นผู้รับหน้าที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในเบื้องต้น

จากการศึกษาที่ สศช. ได้ให้คำนิยามของ “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” ว่าหมายถึง “แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้ องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Social wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation)” โดยคำนิยามนี้แสดงให้เห็นถึงปัจจัยพื้นฐานที่ประเทศพึงมีในการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นสองส่วนใหญ่ๆ คือ ก) ความสามารถในการคิดอย่างสร้างสรรค์ และ ข) ต้นทุนทางสังคม วัฒนธรรม ตลอดจนเทคโนโลยีที่มีบทบาทในการเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ นั่นเอง

นอกจากนี้ สศช. ได้จัดหมวดหมู่มุ่งกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยโดยยึดแนวทางตามแบบ UNESCO โดยแบ่งอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ของประเทศเป็น 4 กลุ่มธุรกิจ ประกอบด้วยธุรกิจย่อยๆ ที่เกี่ยวข้อง 15 ธุรกิจ ดังนี้

### 1) กลุ่มวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural heritage)

ประกอบด้วย ธุรกิจงานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) การท่องเที่ยว

เชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม (Historical and cultural tourism)  
อาหารไทย (Thai food) และการแพทย์แผนไทย (Thai traditional  
medicine)

- 2) กลุ่มศิลปะ (Arts) ประกอบด้วยธุรกิจศิลปะการแสดง (Performing arts) และทัศนศิลป์ (Visual arts)
- 3) กลุ่มสื่อ (Media) ประกอบด้วยธุรกิจภาพยนตร์ (Film) การพิมพ์ (Publishing) การกระจายเสียง (Broadcasting) และเพลง (Music)
- 4) กลุ่มงานสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ใช้สอย (Functional creation) ประกอบด้วยธุรกิจการออกแบบ (Design) แฟชั่น (Fashion) สถาปัตยกรรม (Architecture) โฆษณา (Advertising) และซอฟต์แวร์ (Software)

สศช. โดยสำนักบัญชีประชาชาติได้เปิดเผยมูลค่ารวมของกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2545 - 2550 ว่าคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 10 - 12 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยในปัจจุบันอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้สูงให้กับประเทศ ได้แก่ กลุ่มงานสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ใช้สอย กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและกลุ่มสื่อ มีกลุ่มออกแบบสร้างมูลค่าสูงสุด 3.04 แสนล้านบาท ตามด้วยงานฝีมือและหัตถกรรม 2.44 แสนล้านบาท และกลุ่มแฟชั่น 1.99 แสนล้านบาท ตามลำดับ นอกจากนี้จากการอ้างอิงโดย UNCTAD ยังพบว่าประเทศไทยส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ได้เป็นลำดับที่ 17 ของโลก โดยมีสินค้าส่งออกที่สำคัญได้แก่ สินค้าในกลุ่มเซรามิก (Ceramics) ภาพวาดและภาพพิมพ์ (Painting & Print) ของเล่น (Toys) และรูปปั้น (Sculpture) นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีเป้าหมายในการสนับสนุนการส่งออกสินค้าเชิงสร้างสรรค์จากเดิมร้อยละ 12 เป็น ร้อยละ 20 ภายในปี พ.ศ. 2555 อีกด้วย

รัฐบาลชุดปัจจุบันได้เปิดเผยรายละเอียดเกี่ยวกับเป้าหมายของการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ไว้ในการสัมมนาเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (Thailand Competitiveness Conference) เมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552 ว่าเป้าหมายโดยรวมของนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์คือการปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจของประเทศให้ไปสู่ความยั่งยืนและเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีคุณค่าสูงขึ้น (higher value) ในการนี้ รัฐบาลมุ่งเน้นว่าภายในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยควรจะสามารถปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจจากที่เคยพึ่งพาสินค้าและบริการพื้นฐานที่มีราคาต่ำถึงปานกลาง ซึ่งเป็นเพียงการรับจ้างผลิตสินค้า (Original Equipment Manufacturer: OEM) ที่ขาดความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มธุรกิจต่างๆ มีมูลค่าและอัตราการเติบโตของการส่งออกน้อย และเริ่มเสียโอกาสทางการตลาดสู่ประเทศอื่นๆ ที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าไปสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจใหม่ๆ มีการผลิตสินค้าทั้งที่เป็นการผลิตตามรูปแบบของตนเอง (Original Design Manufacturer: ODM) หรือมีรูปแบบและตราสินค้าของตนเอง (Original Brand Manufacturer : OBM) มีการเชื่อมโยงเพื่อสนับสนุนให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจ เป็นสังคมที่อยู่บนพื้นฐานความรู้และมีความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนเป็นเศรษฐกิจที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ของประเทศบนสนามการแข่งขันระดับโลกและมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่อิงทั้งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมบริการที่มีมูลค่าการบริการที่สูง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ภาคการผลิตและภาคการเกษตร

ในการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่เป้าหมายดังกล่าว รัฐบาลมีแนวคิดที่จะให้การสนับสนุนตลาดภายในประเทศพร้อมๆ กับตลาดการส่งออกที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย (nich markets) มีการลงทุนพัฒนาในระบบสาธารณสุขภาค

ทั้งในเรื่องเทคโนโลยี การให้ความสะดวกต่างๆ รวมถึงการพัฒนาขอบเขตและบทบาททางกฎหมายเกี่ยวกับการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ในขณะที่มีการมุ่งเน้นในเรื่องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีการรวบรวมเครือข่ายทางธุรกิจและห่วงโซ่มูลค่าทางเศรษฐกิจ ที่สำคัญจะต้องสนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลงวิถีและพฤติกรรมกรรมการบริโภคของประชาชนในประเทศพร้อมๆ กับผลักดันให้มีการผสมผสานในเรื่องของวัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรม เข้าด้วยกันเพื่อเสริมสร้างจุดแข็งทางศิลปวัฒนธรรมและสามารถนำไปใช้ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ของประเทศ

การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถเชื่อมโยงกับภาคการผลิตที่แท้จริงของประเทศได้จะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศด้วยเหตุนี้ นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยจึงได้กำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ไว้ ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยว - สร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ๆ (New product) ให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวไทยและเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดท่องเที่ยวโลก โดยมีการบริหารจัดการที่ดีควบคู่ไปกับการสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ๆ
- 2) ภาคอุตสาหกรรม - สร้างสินค้าที่มีการออกแบบ (ODM) และสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าเป็นของตนเอง (OBM)
- 3) ภาคบริการ - ขยายฐานบริการของประเทศและพัฒนาเป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยภาคบริการ (Service-driven economy) บนพื้นฐานของความชำนาญเฉพาะด้าน และเอกลักษณ์ความเป็นไทย
- 4) ภาคเกษตร - ใช้ประโยชน์จากการที่ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตอาหารสำคัญของโลกและมีความหลากหลายทางชีวภาพ

ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะมีความก้าวหน้าในการดำเนินงานเชิงนโยบายเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์แห่งชาติ เพื่อเป็นศูนย์กลางยุทธศาสตร์ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย แนวทาง และมาตรการต่างๆ พร้อมทั้งผลักดันนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้บรรลุเป้าหมายก็ตาม แต่จากการศึกษาพบว่าแนวทางการดำเนินงานในเชิงปฏิบัติยังคงไม่ชัดเจนนัก โดยเฉพาะในเรื่องความเข้าใจเกี่ยวกับนิยามของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ แผนการดำเนินงานให้ไปสู่เป้าหมาย รวมถึงการวัดผลการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

จากบทสัมภาษณ์ของนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ที่ปรึกษานายกรัฐมนตรี ประธานคณะกรรมการเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การดี เลียวไพโรจน์ ที่ปรึกษารัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ พบว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ใหม่มองของผู้เกี่ยวข้องในระดับแนวคิดคือการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศจากการขายสินค้าและบริการขึ้นพื้นฐานไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่มีสินค้าและบริการมูลค่าสูง โดยการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ พื้นฐานทางวัฒนธรรม ผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการสร้างมูลค่าหรือเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการนั้นๆ โดยแนวคิดดังกล่าวมุ่งเน้นในเรื่องของ “การเชื่อมโยงเรื่องราว” ของสินค้าและบริการเข้ากับพื้นฐานทางวัฒนธรรมหรือทรัพยากรในพื้นที่ และ “การสร้างหรือเพิ่มมูลค่า” ของสินค้าและบริการใหม่หรือที่มีอยู่แล้ว ซึ่งเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเสมอเมื่อก้าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ

ด้วยเหตุนี้ คำนิยามเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่มีการนำเสนอโดยหน่วยงานภาครัฐที่ผ่านมา จึงยังขาดองค์ประกอบความเข้าใจในเรื่องของการสร้างหรือเพิ่มมูลค่า/คุณค่าและขาดกระบวนการในการสร้างและ

ต่อยอดอัตลักษณ์ของกลุ่มคน นอกจากนี้ ยังเป็นนิยามที่มุ่งเน้นแนวคิดในเชิงอนุรักษ์ (Evolution) ไม่ใช่เน้นการพัฒนาในเชิงวิวัฒนาการอันเป็นการเชื่อมโยงเรื่องราวที่มีอยู่เดิมเข้ากับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ อนุรักษ์อันเป็นจุดเด่นของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ พร้อมทั้งขาดความชัดเจนในเป้าหมายความยั่งยืนและไม่สามารถช่วยให้จำแนกได้ว่าเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์มีความแตกต่างจากเศรษฐกิจอื่นๆ อย่างไร

ในด้านเป้าหมายการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ พบว่ารัฐบาลยังคงให้ความสำคัญในความสำเร็จในเชิงการค้าเป็นสำคัญ ดังจะเห็นได้จากการสนับสนุนการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อการส่งออกและการพัฒนาเป็นผู้นำอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาค อย่างไรก็ดี หัวใจสำคัญอีกประการของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์นั้น แท้ที่จริงแล้วอยู่ที่การพัฒนายกระดับสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศ และเป้าหมายของการดำเนินโครงการนี้ นอกจากจะมองในรูปของการเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศแล้ว นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จะต้องสามารถสร้างและ/หรือเพิ่มมูลค่า/คุณค่า (value creation/added) ต่อสังคมได้ มีการสร้างงานเพิ่มขึ้นและทำให้มีการกระจายรายได้ในวงกว้าง ทำให้คนไทยมีชีวิตที่ดีขึ้น มีบ้านที่ดีขึ้น มีอาหารที่ดีขึ้น มีสภาพชีวิตที่ดีขึ้นในระยะยาว

จากการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในเมืองต้นสรุปลงได้ว่า รัฐบาลควรให้ความสำคัญในการสื่อเป้าหมายนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ทั้งที่มีต่อระบบเศรษฐกิจในประเทศและภาคการส่งออกไปพร้อมๆ กัน รวมทั้งต้องกำหนดแนวทางและกระบวนการดำเนินงาน ตลอดจนพัฒนาตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจนมากขึ้น

# บทที่ 3

## การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### 3.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มุ่งเน้นในเรื่องการเข้าถึงวัฒนธรรมหรือประวัติศาสตร์โดยการให้ผู้มาเยือนได้มีประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษและมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมความเป็นอยู่ ที่แท้จริงของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ มีการให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นทางการในงานประชุมนานาชาติ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2008 ซึ่งจัดโดย UNESCO ที่เมือง Santa Fe มลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ที่ผ่านมามีว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” คือ การท่องเที่ยว ที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม [“Creative Tourism is tourism directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage or special character of a place.” (UNESCO Santa Fe International Conference on Creative Tourism, 2008)] โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ จะช่วยสร้างให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มาเยือนและผู้ถูกเยือน ระหว่างแขกและเจ้าบ้าน และจัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่พัฒนาต่อออกจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ



แนวคิด “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” ดังกล่าว มีการกล่าวถึงครั้งแรกในการสัมมนาแห่งหนึ่งที่ประเทศนิวซีแลนด์ในปี พ.ศ. 2543 ซึ่งมีการเปิดเผยผ่านจดหมายข่าว Atlas ฉบับเดือนพฤศจิกายนปีเดียวกัน โดย Crispin Raymond ที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเทศนิวซีแลนด์ และ Greg Richards นักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเจ้าของแนวคิดการท่องเที่ยวแนวใหม่นี้ได้ริเริ่มบัญญัติคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” และให้นิยามว่าเป็น การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้พัฒนาศักยภาพในด้านการสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นในหลักสูตรต่าง ๆ ตลอดจนประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะและเอกลักษณ์ของสถานที่ ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของการพักผ่อนช่วงวันหยุด ทั้งนี้ Raymond และ Richards ให้ความสำคัญกับ “การมีส่วนร่วม” หรือการได้สนทนาพูดคุย และชิบชับ “วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์” ของพื้นที่ที่ได้ไปเยือนเป็นสำคัญ

เหตุปัจจัยที่ผลักดันให้เกิดแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เดินทางซึ่งพบว่า ผู้เดินทางมีพฤติกรรมการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมากขึ้น หนึ่งในผู้เข้าร่วมประชุมระดมสมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เมือง Santa Fe ในปี พ.ศ. 2549 ได้กล่าวไว้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวได้มีการเปลี่ยนไป จากยุคสมัยแรกที่มีเน้นการท่องเที่ยวชายทะเล (Beach Tourism) เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและแสวงหาความเพลิดเพลินเป็นหลัก ได้เปลี่ยนไปสู่ยุคของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) ที่นักเดินทางให้ความสนใจด้านวัฒนธรรมและชื่นชมพิพิภภัณฑ์ของท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน และมาสู่ยุคปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เนื่องจากในยุคนี้ นักเดินทางโหยหาจุดหมายปลายทาง

ที่ให้โอกาสในการพบปะพูดคุยกับคนในท้องถิ่น สามารถเรียนรู้ซึมซับความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ และผู้คนเจ้าของพื้นที่ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเสมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้นๆ ได้

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนี้เองที่ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนไปและมีความจำเป็นในการเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวให้มีรูปแบบเฉพาะเจาะจงให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแนวโน้มมากขึ้น ต้องมีการนำเสนอโอกาสสำหรับสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่มีความเชื่อมโยงเข้ากับอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ มากขึ้นมิใช่เป็นเพียงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนเพียงแต่ชื่นชมแล้วจากไป การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทำให้เจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการค้นหา และนำเสนอทรัพย์สินหรือทรัพยากรทางวัฒนธรรมให้มีความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยการเชื่อมโยงสู่วัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ และเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนเข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสกับวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ของสถานที่หรือชุมชนที่ไปเยือนโดยตรง และแม้เมื่อเดินทางกลับไปแล้วยังนำประสบการณ์และความประทับใจติดตัวกลับไปด้วย

ในแง่ของการพัฒนาเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีส่วนในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ดังจะเห็นได้จากตารางการเปรียบเทียบการจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (ตารางที่ 4) พบว่า อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวนั้นจัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามคำนิยามของทั้ง UNCTAD, UNESCO และ สศช. นอกจากนี้ คณะกรรมการและผู้เข้าร่วมประชุมงานประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2008 ยังได้

**30** ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

เปิดเผยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ว่า มีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาทั้งในด้านวัฒนธรรม และเศรษฐกิจของประเทศไปพร้อมๆ กัน และจะเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการทำหน้าที่เป็นส่วนเชื่อมโยงสินค้าและบริการโดยผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ ให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง

**ตารางที่ 4** การเปรียบเทียบการจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์	DCMS	WIPO	UNCTAD	UNESCO	สศช.
1. การโฆษณา	x	x	x	x	x
2. สถาปัตยกรรม	x	x	x	x	x
3. การออกแบบ	x	x	x	x	x
4. แฟชั่น	x			x	x
5. फिल्म และวิดีโอ	x	x	x	x	x
6. ฮาร์ดแวร์ (อุปกรณ์)	x	x		x	
7. บริการท่องเที่ยว			x	x	x
8. วรรณกรรม		x	x	x	x
9. ดนตรี	x	x	x	x	x
10. พิพิธภัณฑ์ ห้องแสดง ห้องสมุด		x		x	
11. การพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์	x	x	x	x	x
12. ซอฟต์แวร์	x	x	x		x
13. กีฬา					
14. ศิลปะการแสดง (ละครและการเต้นรำ)	x	x	x	x	x
15. การกระจายเสียง		x	x	x	x
16. วิดีโอเกมส์	x	x	x	x	x
17. ทัศนศิลป์การถ่ายภาพและงานฝีมือ	x	x	x	x	x
18. อาหารไทย					x
19. การแพทย์แผนไทย					x

ที่มา: ปรับปรุงจากข้อมูลโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

## 3.2 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มิได้มีเป้าหมายในการทดแทนการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ หากแต่เป็น*การท่องเที่ยวทางเลือกใหม่*ที่สอดคล้องกับยุคสมัยที่ผู้คนมีพฤติกรรมในการค้นหาความหมายต่างๆ รอบตัว (search for meaning) และสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เริ่มเปลี่ยนไป

Charles Landry ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ในงานประชุมนานาชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2008 ว่า การท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสทำความรู้จักกับตัวเองมากขึ้นจากการได้เห็นสิ่งแปลกใหม่รอบตัว แต่การท่องเที่ยวในบางรูปแบบก็มิได้ช่วยให้ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสดังกล่าวได้มากนัก โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบเร่งรีบที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีเวลามากพอในการชิมช้อปหรือเรียนรู้ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของสถานที่ที่ได้ไปเยือน อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้นไม่จำเป็นต้องมีกิจกรรมที่หวือหวา ในหลายๆ ครั้งพบว่ามีกิจกรรมธรรมดาๆ เช่น การพินิจวิถีชีวิตประจำวันของชุมชนที่ไปเยือน วิธีการเข้าคิวขึ้นรถ การซื้ออาหาร การยืนคุยกันของคนในท้องถิ่นนั้นๆ ก็ทำให้เราเกิดการเรียนรู้ได้ และนักท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นผู้ท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์ ยังสามารถเข้าไปช่วยสร้างประสบการณ์ดีๆ กับผู้คนในท้องถิ่น และมีโอกาสที่จะทดแทนสิ่งดีๆ ให้กับถิ่นที่ไปเยือนได้

สิ่งท้าทายสำหรับผู้ดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การสร้างมูลค่าและคุณค่ากับศิลปะ วัฒนธรรมและวัตถุที่มีในท้องถิ่น และสามารถทำให้ผู้มาเยือนตระหนักถึงมูลค่าและคุณค่านั้นๆ ว่ามีความแตกต่างจากสินค้าและบริการทั่วไปอย่างไร ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักไม่ประสงค์ที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการในราคาแพงขึ้น หากไม่ตระหนักถึงคุณค่าของ

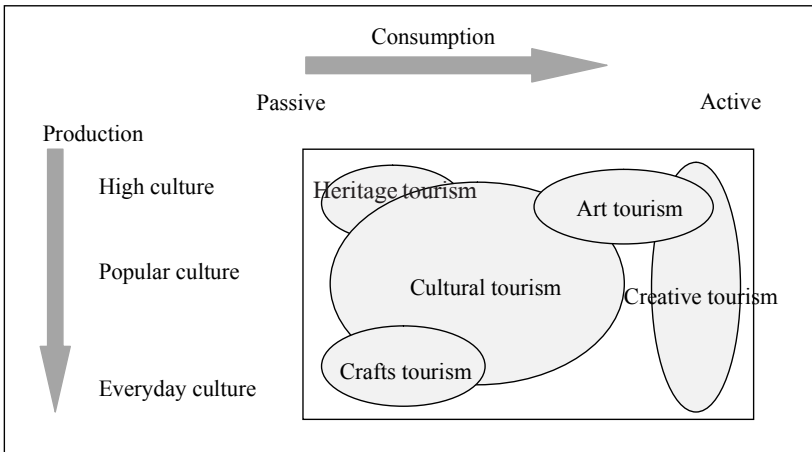
สินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงมักถูกโยงใยเข้ากับการ “เล่าเรื่อง” ที่เกี่ยวกับท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อให้ผู้มาเยือนมีความเข้าใจในเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นมากขึ้น

ดังตัวอย่างเช่นการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าจะมีราคาสูงเมื่อเทียบกับตลาดการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน แต่นักท่องเที่ยวจำนวนมากหลงเสน่ห์ในสภาพบ้านเมือง ศิลปะ วัฒนธรรม อาหาร ตลอดจนขนบธรรมเนียมต่าง ๆ ใครได้ไปเยือนญี่ปุ่นควรต้องได้ลองชิมอาหารพื้นเมือง ได้ลงแช่ในบ่อน้ำร้อน ได้ชื่นชมวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่น ซึ่งมีเอกลักษณ์สูง สิ่งต่างๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงการให้ความสำคัญของการมี *ประสบการณ์ร่วม* ในวัฒนธรรมของสถานที่ที่ได้ไปเยือนและแสดงออกถึงความสนใจต่อเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่และชุมชนที่ใน บางครั้งจับต้องไม่ได้ มากกว่าจะสนใจแต่เพียงรูปปั้นอนุสาวรีย์ พิพิธภัณฑสถานที่เป็นรูปธรรมเท่านั้น

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มิได้เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวยังพยายามเสาะหาสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างเพื่อนำเสนอและสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว และทำให้การท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสนับสนุนเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นๆ ตลอดจนกระตุ้นการบริโภค วัฒนธรรมและความสร้างสรรค์ของผู้คนท้องถิ่นอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ *การจัดหมวดหมู่การท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมองทั้งในภาคผู้ผลิตและผู้บริโภคไปพร้อม ๆ กัน*

Greg Richard ได้เปรียบเทียบลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ ไว้ในปี พ.ศ. 2552 โดยอ้างอิงมิติของ

ภาคผู้ผลิตและผู้บริโภคไว้ดังรูปที่ 1 กล่าวคือ หากมองในภาคผู้ผลิตแล้วนั้น มีแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงเทรนด์ในการท่องเที่ยวจากการนำเสนอ วัฒนธรรมระดับสูง (high culture) ซึ่งหมายรวมถึงพิพิธภัณฑ์ อาคาร แสดงผลงานศิลป์ รูปปั้น อนุสาวรีย์และอื่นๆ ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ “จำเป็นต้องไปชม” มาสู่สถานที่ท่องเที่ยวแบบหายาก และยังไม่ค่อยมี ผู้ใดได้ชื่นชม (unseen destinations) ตลอดจนร้านอาหารท้องถิ่น ตลาด ขยายของสดประจำพื้นที่ ตลอดจนสถานที่ที่ผู้คนท้องถิ่นใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมประจำวัน (everyday culture) ของคนในพื้นที่มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยว ก็เริ่มมีความอยากที่จะเข้าไปสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้มีความรู้สึก เป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ที่ตนได้ไปเยี่ยมชม (active consumption) มากกว่าที่จะเป็นเพียงนักท่องเที่ยวที่เป็นเสมือนคนนอกผู้มาเยือน เป็นเพียง ผู้สังเกตการณ์ และไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ (passive consumption)



ที่มา: Greg Richard, 2009.

รูปที่ 1 การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการเปรียบเทียบนี้เองที่ทำให้เห็นภาพชัดเจนนับถึงความแตกต่างของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น และทำให้มองเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ด้วย เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแบบเดิมเริ่มเปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวมวลชน (mass tourism) ผู้ผลิตจำเป็นต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอ สถานที่ท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการใช้ทรัพยากรหรือต้นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แบบสร้างสรรค์ได้

นอกจากนี้ เครือข่ายเมืองแห่งความคิดสร้างสรรค์ นำโดยเมือง Santa Fe ประเทศสหรัฐอเมริกา ยังได้นำเสนอสาขาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญไว้บนเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเมือง Santa Fe ([www.santafecreativetourism.org](http://www.santafecreativetourism.org)) ดังนี้

- การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (gritourism)
- ชุมชน วัฒนธรรม มรดกทางประเพณี (community/ culture/ heritage)
- กิจกรรมเพื่อเด็กและครอบครัว (family friendly / children's activities)
- ศิลปะการทำอาหาร (gastronomy/culinary arts)
- ทั่วไป (general)
- ศิลปะการประพันธ์ (literary arts)
- กิจกรรมกลางแจ้ง (outdoors)
- ถ่ายภาพ (photography)
- เครื่องปั้นดินเผา (pottery)
- วิทยาศาสตร์ (science)

- ศิลปะการแสดง การเต้นรำ และดนตรี (theatre/dance/music)
- การเดินตามรอยและการเที่ยวชมสถานที่ (trails & tours)
- ทัศนศิลป์ (visual arts)
- ศิลปะเส้นใยและการทอผ้า (weaving/fiber arts)

### 3.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในปัจจุบันมีการดำเนินการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2 รูปแบบ ได้แก่ การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วย (ก) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับประเทศ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเทศนิวซีแลนด์ (Creative Tourism New Zealand) และ (ข) การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เฉพาะสถานที่ผ่านเครือข่ายกลุ่มเมืองแห่งความสร้างสรรค์ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก UNESCO ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

#### 3.3.1 การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประเทศนิวซีแลนด์ เป็นองค์กรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แห่งแรก มีการก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2546 โดย Greg Richards และ Crispin Raymond สองผู้บัญญัตินิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่ง Raymond ได้เล่าประสบการณ์การดำเนินงานพร้อมทั้งอุปสรรคที่ได้พบในการบริหารองค์กรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประเทศนิวซีแลนด์เป็นลายลักษณ์อักษรผ่านบทความ “The Practical Challenges of Developing Creative Tourism : A Cautionary Tale from New Zealand” ปี พ.ศ. 2552 ว่าเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ประเทศนิวซีแลนด์เริ่มต้นด้วยการรวบรวมศิลปิน 23 ราย



ภายในเมือง Nelson ซึ่งตั้งอยู่ทางตอนเหนือของเกาะใต้ และมีทั้งชนพื้นเมืองชาวเมารีและศิลปินที่ได้ย้ายมาตั้งถิ่นฐานที่ประเทศนิวซีแลนด์ได้ไม่นาน เพื่อนำเสนอ workshop ใน 29 สาขา ตั้งแต่การแกะสลักกระดูก การหล่อทองแดง การทอผ้าแบบ Harakeke ซึ่งเป็นผ้าสไตล์พื้นเมืองนิวซีแลนด์ให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจ โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มรายได้ให้กับศิลปินท้องถิ่น ซึ่งในระยะทดลองช่วงหนึ่งปีแรกนั้น มีการดำเนินงานในลักษณะของการเป็นอาสาสมัคร มีการระดมทุนช่วยเหลือในการบริหารจัดการเครือข่าย อย่างไรก็ตาม พบว่ามีนักท่องเที่ยวเพียง 23 รายที่แสดงความสนใจเข้าร่วม workshop ดังกล่าว

ต่อมาในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2547 ได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นิวซีแลนด์ (Creative Tourism New Zealand: CTNZ) ขึ้นในรูปแบบของธุรกิจเพื่อเป็นตัวแทนสนับสนุนกิจกรรม Workshop โดยมีผู้ถือหุ้นและผู้บริหารองค์กรเต็มเวลา ในงานนี้ มีการปรับรูปแบบของ Workshop ให้เหลือเพียงหลักสูตรสั้นๆ ที่ใช้เวลาไม่เกิน 1 วัน และมีการจัดตารางการสอนให้มีความสม่ำเสมอตลอดทั้งสัปดาห์ มีการจัดทำเบอร์โทรศัพท์กลางเพื่อใช้ในการจองเข้าร่วมหลักสูตรต่างๆ ซึ่งหลังจากมีการปรับปรุงดังกล่าวทำให้มีจำนวนผู้เข้าร่วมใน Workshop เพิ่มขึ้นเป็น 147 รายในช่วงปีที่สอง ซึ่งเป็นอัตราที่สูงขึ้นแต่ยังไม่เพียงพอต่อการสร้างรายได้ในการบริหารหน่วยงานนี้

CTNZ ได้มีการพัฒนาต่อเนื่องและปรับกลยุทธ์เพื่อเป็นศูนย์ส่งเสริมศิลปิน และช่วยสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ workshop เหล่านี้สู่นักท่องเที่ยว มีการจัดเตรียมคู่มือฝึกสอนให้แก่ศิลปินพร้อมทั้งให้รายละเอียดการจัดการ workshop ด้วย อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่า CTNZ จะสามารถสร้างเครือข่ายศิลปินและนำเสนอ workshop เพื่อตอบสนองความต้องการของ

นักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในการสร้างประสบการณ์การมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นก็ตาม แต่ CTNZ ก็มีข้อจำกัดในเรื่องการเงินทำให้ไม่สามารถให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน

จากประสบการณ์ของ CTNZ ให้บทเรียนสำคัญ 8 ประการที่น่าสนใจได้แก่

- 1) ผู้เข้าร่วม workshop ถึงแม้จะมีจำนวนไม่มากนัก แต่ต่างก็ชอบและมักกล่าวเสมอว่า “นั่นคือสิ่งที่ดีที่สุดที่ได้ทำในประเทศนิวซีแลนด์”
- 2) Workshop ที่เชื่อมโยงกับภาพลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ จะได้รับความสนใจมากกว่า
- 3) Workshop ที่มีระยะสั้นได้รับความนิยมมากกว่า workshop ที่มีระยะยาว
- 4) ผู้สอนจำนวนมากต้องการการสนับสนุนและอบรมในวิธีการสอน
- 5) การจัดทำตลาดสำหรับลูกค้ำกลุ่ม baby boomer และ backpackers ควรมีความแตกต่างกัน
- 6) ควรมีความละเอียดอ่อนต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มชนพื้นเมือง เนื่องจากในบางกรณี กลุ่มชนพื้นเมืองอาจจะยังยึดติดกับความเชื่อในการไม่เผยแพร่วัฒนธรรมของตนเองต่อคนนอก
- 7) โลกในยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้เอกลักษณ์พิเศษ (Authenticity) ของท้องถิ่นจึงไม่ใช่เรื่องคงที่และตายตัว หากแต่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาเช่นกัน
- 8) คำว่า “tutor” และ “workshop” อาจจะไม่ใช่คำศัพท์ที่เหมาะสมในการเรียกผู้สอนและกิจกรรมที่ใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เนื่องจากคำศัพท์ทั้งสองคำมีความเป็น “ทางการ” มากเกินไปและแสดงให้เห็นถึงการสื่อสารทางเดียว มิใช่การสร้างประสบการณ์ร่วมกัน

ในการนี้ Raymond ยังได้นำเสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถทำได้ 2 รูปแบบ คือ (ก) รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ และ (ข) รูปแบบเครือข่ายชุมชน โดยในแบบแรกนั้นคือรูปแบบที่มองว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวชนิดหนึ่งที่มีความจำเป็นในการแข่งขันกับสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวอื่นๆ สามารถประชาสัมพันธ์ผ่านพันธมิตรทางธุรกิจในรูปแบบของการฝากขายแพ็คเกจหน้าร้าน มีการหักค่านายหน้าเหมือนการทำธุรกิจท่องเที่ยวอื่นๆ สามารถสร้างพันธมิตรให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น การเป็นพันธมิตรกับโรงแรมห้าดาวเพื่อขาย workshop สำหรับลูกค้าที่มีทุนทรัพย์สูง หรือเป็นพันธมิตรกับโรงแรมสำหรับ backpacker เพื่อขาย workshop สำหรับลูกค้าที่มีทุนทรัพย์น้อย เป็นต้น การพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เป็นรูปแบบการผลักดันจากภาคอุปสงค์ เหมาะกับธุรกิจหรือผู้ประกอบการที่มีอยู่แล้วและต้องการนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์

สำหรับแบบที่สองนั้นเป็นรูปแบบที่มีการผลักดันมาจากภาคอุปทาน เหมาะกับชุมชนที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ของความคิดสร้างสรรค์ของตนเองด้วยการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ที่ชุมชนมีอยู่ วิธีการที่สามารถทำได้คือการรวบรวมศิลปินผู้สอนที่มีศักยภาพมาอยู่ในเครือข่ายความคิดสร้างสรรค์และให้การสนับสนุน workshop ต่างๆ ในเชิงกลุ่ม (cluster) มีการจัดตั้งองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรในการช่วยบริหารจัดการเครือข่ายและให้การสนับสนุนทั้งการจัดทำเว็บไซต์หรือบันทึกออนไลน์ (บล็อก) ที่สำคัญคือควร

จะมีการสนับสนุน Workshop ในเชิงของการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ และไม่ใช่เพื่อเป็นการท่องเที่ยว

### 3.3.2 เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ โดย UNESCO

เมืองสร้างสรรค์หรือ Creative Cities เป็นเครือข่ายที่ได้รับการสนับสนุนจาก UNESCO เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2547 โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของกลุ่มเมืองที่อยู่ในประเทศทั่วโลก โดยเมืองที่จะเข้าร่วม เครือข่ายนี้ได้อัตโนมัติต้องเป็นเมืองที่ให้การสนับสนุนในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ของชุมชนและมีความสอดคล้องกับเป้าหมายของ UNESCO ในเรื่อง ของความหลากหลายและแตกต่างทางวัฒนธรรม

UNESCO ได้ประกาศประเภทของวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์ทั้งหมด 7 หมวดหมู่ ที่เมืองสร้างสรรค์สามารถสร้างความร่วมมือร่วมกัน ได้แก่ วรรณกรรม ภาพยนตร์ ศิลปะพื้นเมือง การออกแบบ ดนตรี อาหาร และศิลปะการสื่อสาร โดยในปัจจุบันมีเมืองที่จัดอยู่ในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ทั้งหมด 19 แห่ง (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2552) ดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 5

## ตารางที่ 5 สมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ โดย UNESCO

ประเภทของการสร้างสรรค์	เมืองสร้างสรรค์
UNESCO เมืองแห่งวรรณกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edinburgh ประเทศสหราชอาณาจักร</li> <li>• Iowan City มลรัฐ Iowa ประเทศสหรัฐอเมริกา</li> <li>• Melbourne ประเทศออสเตรเลีย</li> </ul>
UNESCO เมืองแห่งภาพยนตร์	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bradford ประเทศสหราชอาณาจักร</li> </ul>
UNESCO เมืองแห่งดนตรี	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bologna ประเทศอิตาลี</li> <li>• Ghent ประเทศเบลเยียม</li> <li>• Glasgow ประเทศสหราชอาณาจักร</li> <li>• Seville ประเทศสเปน</li> </ul>
UNESCO เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นเมือง	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aswan ประเทศอียิปต์</li> <li>• Kanazawa ประเทศญี่ปุ่น</li> <li>• Santa Fe มลรัฐ New Mexico ประเทศสหรัฐอเมริกา</li> </ul>
UNESCO เมืองแห่งการออกแบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berlin ประเทศเยอรมัน</li> <li>• Buenos Aires ประเทศอาร์เจนตินา</li> <li>• Kobe ประเทศญี่ปุ่น</li> <li>• Montreal ประเทศแคนาดา</li> <li>• Nagoya ประเทศญี่ปุ่น</li> <li>• Shenzhen ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน</li> </ul>
UNESCO เมืองแห่งศิลปะการสื่อสาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lyon ประเทศฝรั่งเศส</li> </ul>
UNESCO เมืองแห่งอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Popayan ประเทศโคลัมเบีย</li> </ul>

ที่มา: [www.unesco.org](http://www.unesco.org)

สมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์นี้ตระหนักในความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะว่าจะเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสนับสนุนให้การสร้างสรรค์ของชุมชนมีความแข็งแกร่งมากขึ้น เนื่องจากเมืองสร้างสรรค์เหล่านี้มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่เป็นต้นทุนสำคัญในการสร้างประสบการณ์

สร้างสรรค์ให้แก่ผู้มาเยือนอยู่แล้ว เช่น Santa Fe มีความโดดเด่นในเรื่องของหัตถกรรมและศิลปะพื้นเมือง Bologna มีความโดดเด่นในเรื่องการดนตรี Kobe มีความโดดเด่นในเรื่องของการออกแบบ เหล่านี้หากได้รับการสนับสนุนในเรื่องของการท่องเที่ยว จะทำให้มีความกระตือรือร้นในการรักษาเอกลักษณ์ของตนเอง สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่ผสมผสานเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและนำเสนอประสบการณ์แบบสร้างสรรค์ให้กับผู้มาเยือนได้เป็นอย่างดี

ในการดำเนินการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้ ศิลปินและผู้ผลิตงานสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีความเข้าใจและภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและสิ่งที่ตนเองมีอยู่เพื่อให้สามารถนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวได้นอกจากนี้ การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังกระตุ้นให้เกิดการสร้างงานในชุมชน ทั้งในรูปของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ มักคฤเทศก์นำเที่ยวในชุมชน หรือทรัพยากรบุคคลที่ดูแลเรื่องการเดินทางเคลื่อนย้ายถ่ายเท ตลอดจนการเป็นเจ้าของบ้านในการจัดทำโฮมสเตย์ เป็นต้น

การดำเนินการด้วยระบบเครือข่ายนี้จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐสามารถช่วยในเรื่องการพัฒนาสาธารณูปโภค สร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ มีระบบภาษีที่ดึงดูด มีระบบการช่วยเหลือทางการเงิน ไม่ว่าจะในรูปแบบเงินกู้หรือเงินสนับสนุน ตลอดจนการอบรมในด้านความรู้ทั่วไป ขณะเดียวกันภาคเอกชนสามารถช่วยเหลือกันในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายและการแก้ปัญหา ร่วมกัน

นอกจากนี้ เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์และ UNESCO ยังได้มีการวางแผนพัฒนาสถาบันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นานาชาติ (The International Creative Tourism Institute) เพื่อเป็นศูนย์กลางยุทธศาสตร์ในการสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั่วโลก อีกด้วย

### 3.4 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากทุก ๆ ปี และยังเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามแนวคิดในการพัฒนาประเทศด้วยเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

โดยโครงสร้างในปัจจุบัน การดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในเรื่องของนโยบาย และมีสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นผู้ดูแลหลักในเรื่องการทำการตลาดการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติพบว่า กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานที่ให้ความสนใจในเรื่องของการกีฬามากกว่าการท่องเที่ยว ภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีเพียงสำนักพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นผู้ดูแลเชิงนโยบายพัฒนาทำหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องของการจัดมาตรฐานสถานที่ท่องเที่ยว ดูแลมัคคุเทศก์ และการทำสถิติบางอย่างที่เกี่ยวข้องเท่านั้น มิได้มีอำนาจหรืองบประมาณในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเป็นระเบียบแบบแผน

นอกจากนี้ จากคำบอกเล่าของผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวในเมืองไทยยังพบว่า แต่เดิมเคยมีการคิดวางแผนนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวระดับประเทศ และมีการจัดทำพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2551 โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการ

ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬาเป็นรองประธาน มีหน่วยงานผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในระดับวางแผนตลอดจนหน่วยงานระดับจังหวัดและชุมชน เป็นคณะกรรมการ (รูปที่ 2) คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำและ เสนอนโยบาย ยุทธศาสตร์ หรือมาตรการเพื่อส่งเสริมการบริหารและพัฒนา การท่องเที่ยว เสนอนโยบายและแนวทางการจัดทำความร่วมมือระหว่าง ประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และติดตามประเมินผล และตรวจสอบ การดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐให้เป็นไปตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยว แห่งชาติ และนโยบายหรือมาตรการเพื่อการส่งเสริมการบริหารและพัฒนา การท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติพบว่า ยังไม่เคยมีการใช้พระราชบัญญัติ ดังกล่าวในการดำเนินงานอย่างจริงจัง ยังไม่มีการจัดตั้งคณะกรรมการ ในระดับจังหวัดและคลัสเตอร์ชุมชน และไม่มีรูปแบบของแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติอย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม ในภาพรวมจึงสามารถ สรุปได้ว่าประเทศไทยยังไม่มีการดำเนินงานในเชิงนโยบายและการวางแผน เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและไม่มีการเชื่อมโยง ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

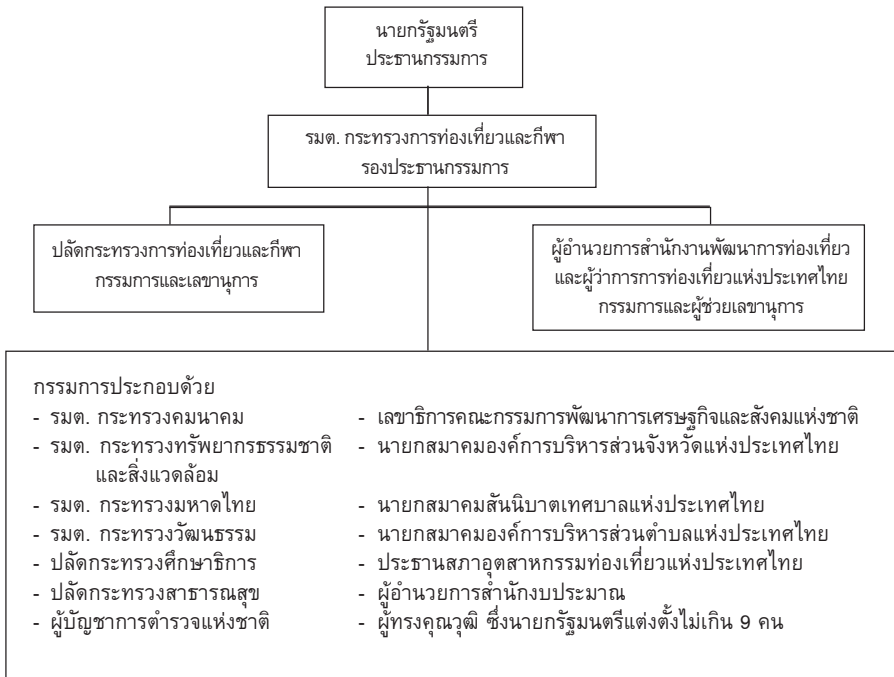
นอกจากหน่วยงานรัฐบาลแล้ว ในปัจจุบันพบว่า มีหน่วยงานที่มีใช้ ภาครัฐที่ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยดังนี้

1. สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่เป็น ตัวแทนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ในด้าน การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าภาครัฐ หรือเอกชน เสนอแนะแนวนโยบายที่สำคัญ ส่งเสริมให้มีระบบการรับรอง



44 ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

คุณภาพ ระบบมาตรฐาน และระบบประกันคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการสำหรับนักท่องเที่ยว และส่งเสริมผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ดำเนินการอย่างมีคุณภาพ และมีจรรยาบรรณเพื่อสร้างเสริมประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมประเภทนี้ให้มีการพัฒนาก้าวหน้าสู่มาตรฐานสากล



รูปที่ 2 แผนผังคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ

2. สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (The Association of Thai Travel Agents: ATTA) เป็นสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวของไทย ดูแลรับผิดชอบในเรื่องของการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะในตลาดต่างชาติ
3. สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association: THA) ดูแลรับผิดชอบผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย
4. สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทท. หรือ The Association of Domestic Travel: ADT) ดูแลในเรื่องการส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมากขึ้น
5. สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (Thai Travel Agents Association: TTAA) ดูแลและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประเภทที่เกี่ยวกับการเดินทางและท่องเที่ยว รวมถึงจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน รถยนต์ รถไฟ เรือท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ
6. สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (Thai Ecotourism and Adventure Travel Association: TEATA) ดูแลในเรื่องการพัฒนา ส่งเสริม รวบรวมเครือข่ายและจัดระเบียบมาตรฐานของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัยของประเทศไทย
7. สมาคมผู้ประกอบการรถขนส่งทั่วไทย (สทข.) รับผิดชอบดูแลให้การพัฒนาผู้ประกอบการรถขนส่ง (รถทัวร์) ทั่วประเทศไทย
8. สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น (TJTA) ดูแลให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น
9. สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน (ACTA) ดูแลให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

เมื่อภาครัฐไม่มีแนวทางการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการและภาคเอกชนจำเป็นต้องลงมือปฏิบัติกันเองตามวิธีการของตน การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทยแต่ก่อนมาจึงไม่มีการวางแผนอย่างเป็นรูปแบบก่อนนำออกสู่ตลาดและไม่มีทิศทางที่เด่นชัดซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระยะยาว

นอกจากนี้ การทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในภาคเอกชนเองก็ยังไม่มีความสัมพันธ์หรือร่วมมือกันอย่างมีระบบ ถึงแม้ว่าสมาคมการท่องเที่ยวของไทยทั้ง ATTA, THA, ADT, TTAA, TEATA, สปข., TJTA และ ACTA จะมีการรวมตัวกันเป็นสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย (Federation of Thai Tourism Associations: FETTA) แล้วก็ตาม ในทางปฏิบัติยังพบว่าการทำงานมีความขัดแย้งกับสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นหน่วยงานภาคเอกชนอีกหน่วยงานหนึ่ง

ในส่วนแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยพบว่า ยังไม่มีองค์กรที่เกี่ยวข้องใดที่มีนโยบายอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ที่สำคัญผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนยังไม่มี ความเข้าใจในแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เท่าที่ควร และยังไม่ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวแบบเดิมที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว (mass tourism) เป็นหลัก

### 3.5 อนุกรมวิธานของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในทางวิชาการและนโยบายสาธารณะโดยเฉพาะนโยบายอุตสาหกรรม ได้มีแนวความคิดว่าสาขาอุตสาหกรรมแต่ละสาขา (sector) มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะในเรื่องของลักษณะเด่น กระบวนการและปัจจัยสำคัญ

ที่มีผลต่อการสร้างนวัตกรรม ตลอดจนทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมในอนาคต (technology trajectory) การยอมรับในความแตกต่างในเรื่องดังกล่าวนำมาซึ่งการพัฒนานุกรมวิธาน (taxonomy) ของสาขาอุตสาหกรรมต่างๆ มานานกว่าสามทศวรรษแล้ว

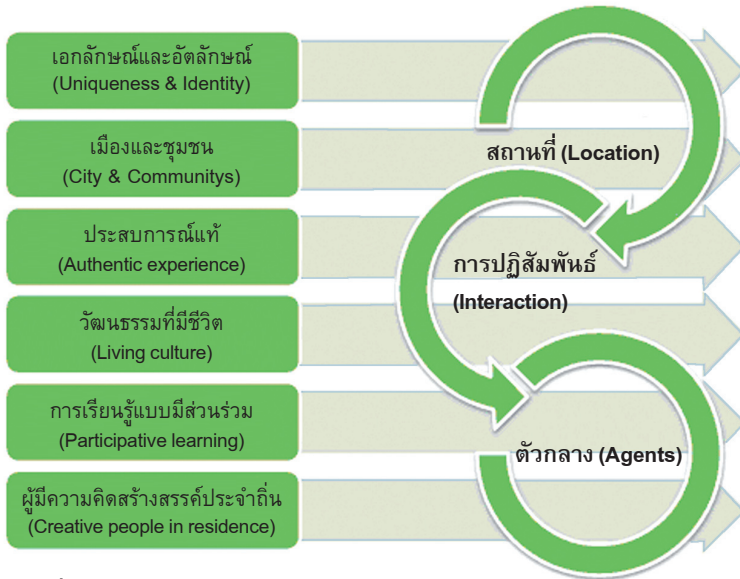
ยกตัวอย่างเช่น ในสาขาอุตสาหกรรมการผลิตได้มีการพัฒนานุกรมวิธานของพาวิท (Pavitt's Taxonomy) ในช่วงต้นทศวรรษที่ 1980 เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ และตลาดที่มีพลวัต และเพื่อใช้พัฒนาต่อยอดสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ อีกหลายอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 Department of Trade and Industry (DTI)<sup>1</sup> ของสหราชอาณาจักร ยังได้พัฒนานุกรมวิธานทางนวัตกรรมเพื่อใช้กับอุตสาหกรรมบริการอีกด้วย

เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความหลากหลายและเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูง การพัฒนานุกรมวิธานสำหรับการท่องเที่ยวลักษณะดังกล่าว จึงมีความหมายต่อการวิวัฒนาการในองค์รวม โดยเฉพาะในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

- การจำแนกลักษณะเด่นร่วมกันและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของกิจกรรมต่างๆ
- องค์ความรู้ เทคโนโลยี และการเรียนรู้ภายในระบบนวัตกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- การสื่อประสาน (interfacing) ระหว่างกลุ่มต่างๆ ในระบบนวัตกรรม
- พัฒนาการเชิงองค์กรและสถาบัน
- การประเมินและตรวจสอบนวัตกรรม (innovation assessment and auditing) เป็นต้น

<sup>1</sup> ปัจจุบันได้กลายมาเป็น Business Enterprises Reform and Regulation Department (BERR)

องค์ประกอบสำคัญของ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” สามารถแบ่งออกเป็น 3 มิติ และ 6 ปัจจัยสำคัญ ดังนี้ คือ สถานที่ (Location) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และตัวกลาง (Agents) และสามารถจำแนกสาขาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ออกเป็น 6 กลุ่ม ดังรูปที่ 3



ที่มา: คณะผู้วิจัย

รูปที่ 3 อุนุกรมวิธานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### มิติที่ 1: สถานที่ (Location)

มิติสถานที่สำหรับอุนุกรมวิธานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับเมืองและชุมชน (city and community) ในลักษณะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญต่อการเกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในขณะที่เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ (uniqueness & identity) คือ สื่อที่สะท้อนให้เห็นถึงวิวัฒนาการของเมืองและชุมชนนั้นๆ

## ปัจจัยเมืองและชุมชน (City and Community)

ในส่วนในเมืองและชุมชน แนวคิด และทฤษฎีพื้นฐาน ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอนุกรมวิธานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ศาสตร์ของสถาปัตยกรรมและผังเมืองในเชิงสัณฐานวิทยา หรือ urban morphology เน้นการศึกษาวิจัยอาคารและเมืองในเชิงกายภาพ (physical) หรือเชิงพื้นที่ (spatial) โดยเฉพาะจุดมุ่งหมายสำคัญคือความเข้าใจในรูปแบบเชิงสัณฐานของเมืองและอาคารอย่างชัดเจน ก่อนขยายความไปสู่การวิเคราะห์รูปแบบนั้นๆ ควบคู่กับปัจจัยอื่น เช่น ประวัติศาสตร์ สังคมวิทยา และจิตวิทยา เพื่อสร้างความเข้าใจและตัวชี้วัดด้านเมืองและสถาปัตยกรรมหรือสิ่งแวดล้อมรอบสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่วิถีชีวิตชุมชนทั้งในเมืองและชนบทไทย ได้ตกอยู่ภายใต้ความจำกัดที่ถูกชี้แนะ เริ่มตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 แต่แท้จริงแล้ว วิถีชุมชนท้องถิ่นทั้งสองได้มีการพัฒนาอยู่ตลอด มีกระบวนการวิจัยในธรรมชาติของวิถีชุมชน แต่มีข้อจำกัดเชิงโลกทัศน์ ยิ่งถูกดึงเข้าสู่ศูนย์อำนาจรัฐในนามรัฐประชาชาติ ชุมชนก็ถูกดึงเข้าไปอยู่ในเชิงโครงสร้าง ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงไม่ควรสร้างกรอบเพื่อส่งเสริมและเอื้อให้อำนาจส่วนกลางวางแผนเพื่อใช้ทรัพยากรท้องถิ่นทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมเหมือนที่ผ่านมา แต่หากต้องลดช่องว่างและกำจัดเงื่อนไขการรวมศูนย์อำนาจ ทฤษฎีสัมพันธภาพเชิงกระบวนการ (สมเจตนา มูนิธิไมไย, 2550) ที่มองว่า ธรรมชาติ ระบบนิเวศ เป็นระบบของความสัมพันธ์อันซับซ้อนของสรรพสิ่ง เช่น พืช สัตว์ น้ำ อากาศ ดิน ป่าเขา ท้องทะเล ต่างล้วนพึ่งพิงกันอย่างใกล้ชิดทำหน้าที่สอดคล้องเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่จนมีดุลยภาพทั้งระบบ จากคำกล่าวนี้ชี้ให้เห็นว่า การที่จะศึกษาสิ่งต่างๆ ในธรรมชาตินั้นควรคำนึงถึงความสัมพันธ์

ของสรรพสิ่งต่างๆ ด้วย นั่นคือ การศึกษาสัมพันธภาพเชิงกระบวนการ จึงมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความเข้าใจและประเมินความคิดสร้างสรรค์ของเมืองและชุมชนในพื้นที่นั้นๆ

### ปัจจัยเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ (Uniqueness & Identity)

“อัตลักษณ์” หรือ identity เป็นข้อถกเถียงใหม่ที่มองข้าม “ความเป็นเอก” ของสรรพสิ่ง แต่กล่าวถึงความหลากหลายที่อาจจะไม่เป็น “เอก” ก็ได้ ในขณะที่ “เอกลักษณ์” หรือ uniqueness เป็นคำที่มีความหมายทางรัฐศาสตร์ของความหมายเชิงเดี่ยว ผิดกับ “อัตลักษณ์” ที่มีลักษณะเป็นพหุความหมายและสะท้อนแนวคิดเรื่องกิจกรรมที่อัตลักษณ์หลายๆ แบบมีส่วนร่วมสร้างสรรค์อยู่

อัตลักษณ์สะท้อนความจริงของชีวิตแบบหนึ่งและเป็นกลุ่มของข้อมูล ดังนี้แล้วความหมายของอัตลักษณ์จะไม่เคยถูกสร้างหรือถูกรับในฐานะความหมายเชิงเดี่ยวโดยผู้รับข้อมูล เนื่องจากปัจเจกมีการเคลื่อนย้ายและเปลี่ยนแปลงสถานภาพ (position) ณ พื้นที่ทางกายภาพหรือโลกเสมือน (virtual world) อย่างมีพลวัต

“เอกลักษณ์” เป็นข้อสรุปของแนวคิดที่ไม่มีกิจกรรม ไม่มีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง แต่ “อัตลักษณ์” เต็มไปด้วยพลวัตของการสร้างใหม่เชิงความหมายอย่างไม่หยุดนิ่ง

ด้วยเหตุดังกล่าว การบริหารพื้นที่และชุมชนที่รวมเอาความแตกต่างทั้งสองประเด็นข้างต้นจึงเป็นตัวขับเคลื่อนและตัวบ่งชี้คุณภาพและปัจจัยของความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ชัดเจน นั่นเอง

## มิติที่ 2: การปฏิสัมพันธ์ (Interaction)

มิติการปฏิสัมพันธ์ (interaction) นั้น ประกอบด้วยวัฒนธรรมที่มีชีวิต (living culture) และประสบการณ์แท้ (authentic experience)

### ปัจจัยวัฒนธรรมที่มีชีวิต (Living culture)

จากงานวิจัยของสถาบันเอเชียศึกษา แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2548 ที่ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม ได้ชี้ให้เห็นว่า “งานวิจัยวัฒนธรรมในบริบทปัจจุบันนี้อยู่ในบริบทใหม่เป็นพื้นที่ใหม่โดยสิ้นเชิง พื้นที่ใหม่เหล่านี้ควรเพิ่มการตระหนักรู้ใหม่ ต้องเข้าใจมิติใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น โจทย์ภายใต้ยุทธศาสตร์ทางวัฒนธรรมที่เราเผชิญจึงเป็นโจทย์ใหม่ การเพ่งมองให้เห็นถึงมิติใหม่ส่วนหนึ่งก็เพื่อสามารถแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ในการแก้ไข (สุริชัย หวันแก้ว, 2548)”

วัฒนธรรมที่มีชีวิต ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ต้องสามารถผสมผสานกับวัฒนธรรมร่วมสมัย วัฒนธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่น และชุมชนได้อย่างลงตัว วัฒนธรรมที่มีชีวิต (living culture) ในที่นี้ เป็นทั้งวัฒนธรรมที่มีการสืบสานมาแต่เดิมและเป็นวัฒนธรรมที่ถูกสร้างใหม่

### ปัจจัยประสบการณ์แท้ (Authentic experience)

ในทางการท่องเที่ยว Wang (1999) มองว่า ประสบการณ์แท้จริงของนักท่องเที่ยว (existential authenticity) อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ในระดับปัจเจก (intra-personal) กับในระหว่างปัจเจก (inter-personal)



อาจถือได้ว่าแนวคิด postmodernism ที่เกิดขึ้นในแวดวงวิชาการ ตั้งแต่กลางปี 1980<sup>2</sup> เป็นตัวจุดประกายให้เกิดการมองเห็นประสบการณ์แท้ (authentic experience) ซึ่ง Heidegger มองว่า ศิลปะเท่านั้นที่จะนำมนุษย์กลับไปสู่อะนติการณณ์ หรือประสบการณ์ที่แท้จริง และศิลปะเท่านั้นที่จะทำให้มนุษย์หลุดกรอบโครงสร้างของการจัดการชีวิตเหล่านั้น คำว่าศิลปะและสุนทรียศาสตร์ในความหมายของ Heidegger นั้นเป็นสิ่งที่เป็นเรื่องต้องห้าม ไม่เคยถูกอนุญาตให้เกิดขึ้นในประเด็นความคิด ตั้งแต่ยุคกรีกเป็นต้นมา ศิลปะถูกทอดทิ้งและถูกกีดกันออกไป

ในขณะที่ Heidegger ใช้คำว่า deconstruction หรือในภาษาเยอรมัน destruktioon ในทางทฤษฎีนวัตกรรม Schumpeter กล่าวถึงนวัตกรรมว่าเป็น creative destruction จะเห็นได้ว่าทั้งสองแนวคิดล้วนแล้วแต่บ่งบอกถึงการนำไปสู่การฉีกกรอบกฎเกณฑ์ต่างๆ และสร้างพื้นที่ประสบการณ์ของปัจเจกขึ้นมาใหม่

### มิติที่ 3: ตัวกลาง (Agents)

พลวัตการเปลี่ยนแปลงจากโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดโอกาสใหม่ที่มีความเสี่ยง การยึดกับกรอบเดิมโดยเฉพาะในด้านองค์กรธุรกิจอาจทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่มีพลัง และขาดการใส่ใจในการสร้างแนวร่วมในการแก้ปัญหาได้ การมองในกรอบใหม่หมายความว่า

<sup>2</sup> Postmodernism มีคำจำกัดความที่ค่อนข้างยุ่งยาก เพราะเป็นแนวคิดหนึ่งที่ปรากฏในความหลากหลายของกฎเกณฑ์หรือแขนงวิชาการต่างๆ รวมถึงศิลปะ สถาปัตยกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ วรรณคดี สังคมวิทยา สื่อสารมวลชน แฟชั่น และเทคโนโลยี และยากที่จะระบุช่วงเวลาและประวัติศาสตร์ เพราะไม่เป็นที่แน่ชัดว่ามันเกิดขึ้นมาเมื่อใด (Klages, M. <http://www.colorado.edu/English/ENGL2012Klages/pomo.html>)

เราจะต้องเห็นบทบาทของ actor ใหม่ ๆ ด้วย ในบริบทนี้มีมิติตัวกลาง ประกอบด้วยผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในสถานที่นั้น ๆ (creative people in residence) และการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (participative learning)

### ปัจจัยผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในสถานที่นั้น ๆ (Creative People in Residence)

ในหนังสือ “The Rise of the Creative Class” โดยศาสตราจารย์ ริชาร์ด ฟลอริดา ได้พยายามอธิบายการเปลี่ยนแปลงชนชั้นทางสังคมและเศรษฐกิจว่าที่ผ่านมามชนชั้นแรงงานเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ แต่เมื่อมีการนำเอาเครื่องจักรกลมาแทนที่แรงงาน นวัตกรรมทางเทคโนโลยีจากนักวิทยาศาสตร์และวิศวกรก็นำความมั่งคั่งมาสู่ประเทศ แต่ในปัจจุบันและอนาคต นวัตกรรม (innovation) อันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์นั้นจะกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการนำความเจริญมาสู่ประเทศ และครั้งนี้แหละที่ความสำคัญนั้นได้ตกมาอยู่ที่ “คน” มากที่สุด เพราะชนชั้นสร้างสรรค์ (creative class) ในความหมายของ ฟลอริดา คือชนชั้นอาชีพ ซึ่งไม่ได้หมายความถึงศิลปินและดีไซเนอร์เท่านั้น แต่ยังหมายถึงผู้ที่ออกแบบสินค้า บริการ และ อื่น ๆ ซึ่งรวมถึงนักวิทยาศาสตร์ วิศวกร สถาปนิก นักกฎหมาย โปรแกรมเมอร์ ฯลฯ ในการศึกษานี้ ผู้มีความคิดสร้างสรรค์ (creative people) คือปัจเจกที่มีพรสวรรค์ (talent) ในด้านต่าง ๆ ซึ่งในที่นี้แบ่งเป็น 3 กลุ่มหลักคือ ศิลปิน (artist) นักวิทยาศาสตร์ (scientist) และวิศวกร (engineer)

## ปัจจัยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participative Learning)

โดยทั่วไป การจัดการกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (participative learning) เป็นการทำหน้าที่ของวิทยากรกระบวนการ (facilitator) ถือเป็นแนวทางที่เหมาะสมสำหรับสังคมไทย ในการให้ความรู้กับผู้ใหญ่ โดยเฉพาะสำหรับชุมชนหรือผู้ที่ต้องเข้าร่วมทำงานกับชุมชน ต้องคำนึงถึงลักษณะสำคัญบางประการอยู่เสมอ องค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้ลักษณะดังกล่าวคือ กระบวนทัศน์ (paradigm) ชุมชน (community) วิทยากรกระบวนการ (facilitator) และเทคโนโลยีสำหรับการสื่อสารข้อมูล (media technologies) โดยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ควรคำนึงถึงได้แก่

- กระบวนการเรียนรู้ในกลุ่มวัยต่าง ๆ เช่น การเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ซึ่งแตกต่างไปจากเด็กนักเรียน ทั้งในด้านวัย กายภาพ และความคิด จิตใจ รวมทั้งบริบทในชีวิตของผู้เรียน มีมากมายหลากหลาย
- การมีส่วนร่วม นั่นคือ ร่วมกันเรียนรู้และเรียนรู้ซึ่งกันและกัน
- การเรียนรู้ที่ถูกพัฒนาจากการทดลองปฏิบัติจริง การมีประสบการณ์จริง การผสมผสานความรู้ของปัจเจกเข้าไปในกระบวนการ
- บรรยากาศที่ผ่อนคลาย ยืดหยุ่น ไม่เคร่งครัด อึดอัด เกินไป
- การใช้เทคโนโลยี เครื่องมือและเทคนิคที่เหมาะสมเพื่อสร้างการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม
- แบบแผน และวิธีคิด (กระบวนทัศน์) ของผู้ที่เป็วิทยากรกระบวนการ

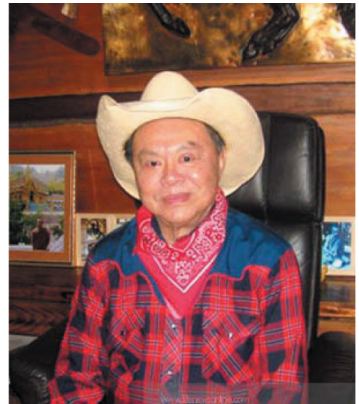
# บทที่ 4

## กรณีศึกษา

### 4.1 ฟาร์มโชคชัย

#### 4.1.1. ความเป็นมา

ฟาร์มโชคชัยก่อตั้งโดยคุณโชคชัย บุญกุล เจ้าของตำนานความบอย เมืองไทย ในปี พ.ศ. 2500 โดยเริ่มจากการทำเกษตรแบบผสมผสาน และการเลี้ยงโคพื้นเมือง ด้วยการบุกเบิกพื้นที่รกร้างท่ามกลางป่าเขา ใน จังหวัดสระบุรี บริษัท โชคชัยแรนซ์ จำกัด ได้ถูกก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2512 และได้ก้าวไปสู่การเป็นฟาร์มโคเนื้อที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดในประเทศไทย ในเวลานั้น ต่อมาได้ขยายกิจการไปสู่ธุรกิจอาหารและภัตตาคาร ในชื่อ “โชคชัยสเต็กเฮ้าส์” ธุรกิจของ ฟาร์มโชคชัยได้ขยายตัวอย่าง ค่อยเป็นค่อยไป ในช่วงหลังฟาร์ม แห่งนี้ เริ่มหันมาเลี้ยงโคนมมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2521 ก็ได้เริ่มกิจการ ฟาร์มโคนมแบบครบวงจร เพื่อนำเสนอ ผลิตภัณฑ์นมสดพาสเจอร์ไรส์ออกสู่ ตลาดภายใต้ชื่อ “ฟาร์มโชคชัย”



รูปที่ 4 คุณโชคชัย บุญกุล  
ผู้ก่อตั้ง บริษัทฟาร์มโชคชัย จำกัด

อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี พ.ศ. 2534 บริษัทฯ ได้ประสบปัญหาวิกฤตการเงิน โดยมีหนี้สินกว่าห้าร้อยล้านบาท จนต้องตัดสินใจขายกิจการผลิตนมสดฟาร์มโชคชัยออกไปในปี พ.ศ. 2537 เพื่อไม่ให้เป็นการก้ำกั้นส่วน พนักงาน และองค์กร

ในขณะที่ธุรกิจฟาร์มโชคชัยประสบปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงนั้น คุณโชค บูลกุล บุตรชายคนโตของคุณโชคชัยสำเร็จการศึกษา กลับมาจากต่างประเทศ ได้เข้ามาช่วยคุณโชคชัย ผู้เป็นบิดากอบกู้ธุรกิจ จนสามารถทำให้ฟาร์มที่ประสบปัญหาทางการเงินทุนในช่วงทศวรรษ 2530 ก้าวสู่การเป็นฟาร์มโคนมที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ฟาร์มโชคชัยมีพื้นที่ 20,000 ไร่ และ โค 5,000 ตัว)<sup>3</sup>

ปัจจุบันมีบริษัทในเครือ 7 บริษัท พนักงาน 1,200 คน กระจายในธุรกิจ 5 ประเภท ได้แก่

ก. ธุรกิจการเกษตรและปศุสัตว์ ประกอบธุรกิจฟาร์มโคนมครบวงจร

ข. ธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเที่ยวชมฟาร์มทุกชั้นตอนและกระบวนการในธีม (theme) ที่ชื่อ “กว่าจะมาเป็นน้ำนม”<sup>4</sup>

ค. ธุรกิจภัตตาคาร ดำเนินธุรกิจภายใต้ชื่อ “โชคชัยสเต็กเฮาส์” ปัจจุบันมี 3 สาขา คือ สาขารังสิต สาขาโชคชัยไพรมสเต็กเฮาส์ สุขุมวิท 23 และ “สเต็กเบอร์เกอร์” สาขาฟาร์มโชคชัย (จังหวัดสระบุรี) และ Umm!..Milk แดรี่ชอป จำนวน 14 สาขา

<sup>3</sup> สินทรัพย์หลายอย่างต้องถูกทยอยนำมาปรับเปลี่ยนเป็นทุนเพื่อใช้ในการดำเนินการ จนสามารถทำให้ฟาร์มแห่งนี้ยู่รอดมาได้ และเติบโตใหญ่จนพื้นที่ฟาร์มมีขนาดที่ขยายขึ้นจาก 250 ไร่ กลายเป็นร่วม 20,000 ไร่ ในปัจจุบัน

<sup>4</sup> ได้รับรางวัลกินรี Tourism Award ประจำปี พ.ศ. 2545

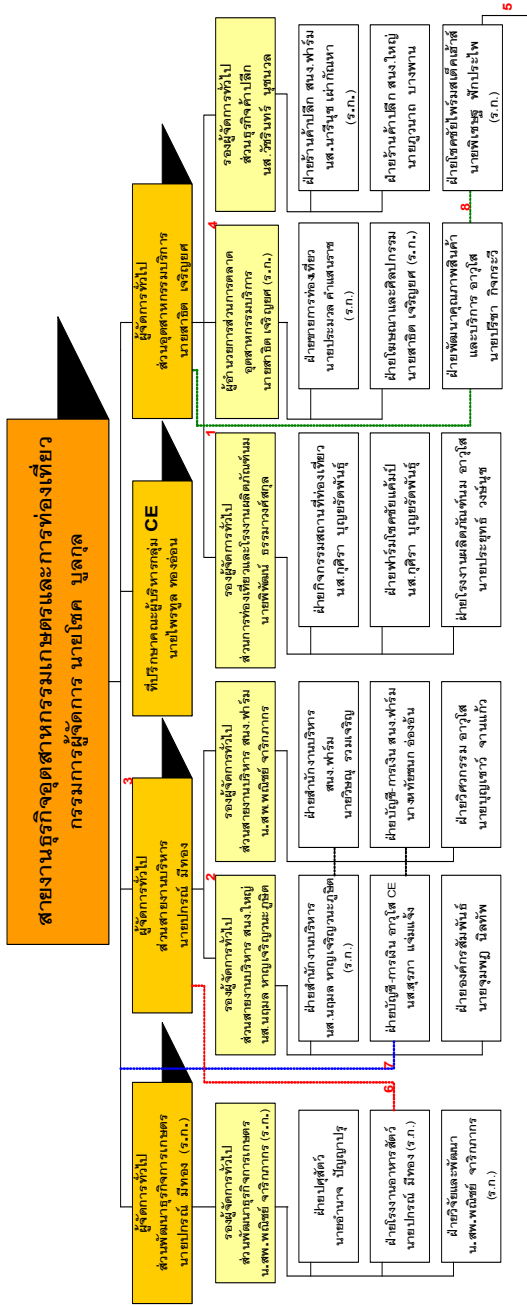
ง. ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ดำเนินธุรกิจดูแลและให้เช่าอสังหาริมทรัพย์

จ. ธุรกิจนม ดำเนินการผลิตในรูปแบบ “Style Home-made Umm...Milk!!” ทำการผลิตนมสดพาสเจอร์ไรส์<sup>5</sup> ไอศกรีม และท็อปปิ้งนม ภายใต้แบรนด์ “อืมม!...มิลค์”

ปัจจุบัน ฟาร์มโชคชัย มีพนักงานกว่า 1,300 คน จบการศึกษา ตั้งแต่ ป. 4 ถึงอุดมศึกษา (ป. ตรี และ ป. โท) มีอายุตั้งแต่ 20-70 ปี นับว่าเป็นองค์กรที่มีความหลากหลายของอายุ ความรู้ รวมถึงลักษณะธุรกิจที่มีรากฐานมาจากปศุสัตว์ก่อนปรับสู่ภาคบริการ สำหรับกรณีศึกษาฟาร์มโชคชัยนี้จำกัดขอบเขตการศึกษาในบริบทของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งได้ถูกจัดเป็นสาขาหนึ่งในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์

บริษัท ฟาร์มโชคชัย จำกัด ได้จัดให้มีสายงานธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรและการท่องเที่ยวขึ้นจากสายงาน 5 แขนงข้างต้น และภายในสายงานประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนพัฒนาธุรกิจการเกษตร ส่วนสายงานบริหาร และได้จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการเกษตร เป็นที่ปรึกษาคณะผู้บริหารกลุ่ม CE สายงานดังกล่าว ให้ความสำคัญต่อธุรกิจเกษตร 3 ด้าน คือ การท่องเที่ยวและโรงงานผลิตนม การตลาดและอุตสาหกรรมบริการ และธุรกิจค้าปลีก (ดูรูปที่ 5)

<sup>5</sup> บริษัทมาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนจำหน่ายนมสดยูเอชทีและพาสเจอร์ไรส์ ภายใต้ตราสินค้า "ฟาร์มโชคชัย"



- หมายเหตุ
- (1) ฝ่ายการบัญชี & การเงิน อาวุโส มีสายการบังคับบัญชาโดยตรง โดยตรงจากกรรมการผู้จัดการและต้องได้รับความเห็นชอบจากกรรมการผู้จัดการก่อนจะเปิดบัญชีอยู่ในการบริหารของมูลนิธิ การที่กรรมการผู้จัดการได้เป็นตำแหน่งที่สูงกว่าผู้จัดการฝ่ายอำนาจ ในการกำกับนโยบายของมูลนิธิเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
  - (2) ในกรณีผู้จัดการทั่วไป ส่วนสายงานบริหารไม่อยู่ในรองผู้จัดการทั่วไป ส่วนสายงานบริหาร สำนักงานใหญ่ปฏิบัติหน้าที่แทน
  - (3) ฝ่ายประสานงานภาคกลาง นายประพันธ์ มีทอง
  - (4) ฝ่ายประสานงานภาคเหนือ นายประพันธ์ มีทอง
  - (5) ฝ่ายประสานงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นายประพันธ์ มีทอง
  - (6) ฝ่ายประสานงานภาคใต้ นายประพันธ์ มีทอง
  - (7) ฝ่ายประสานงานภาคตะวันออก นายประพันธ์ มีทอง
  - (8) ฝ่ายประสานงานภาคตะวันตก นายประพันธ์ มีทอง
  - (9) ฝ่ายประสานงานภาคกลาง นายประพันธ์ มีทอง
  - (10) ฝ่ายประสานงานภาคเหนือ นายประพันธ์ มีทอง

ที่มา: บริษัทพาร์มิโคชชัย จำกัด

รูปที่ 5 โครงสร้างสายงานธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรและการท่องเที่ยวของพาร์มิโคชชัย

โดยผลประกอบการของฟาร์มโชคชัยในรอบปี 2549 มีรายได้ 2,000 ล้านบาท กำไร 130 ล้านบาท ส่วนในปี 2550 รายได้และกำไร เท่ากับปีก่อน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจซบเซา ประกอบกับทางฟาร์ม มีการปรับฐานฝูงปศุสัตว์ จึงมีค่าใช้จ่ายเพิ่ม<sup>6</sup>

#### 4.1.2. พื้นฐานความรู้และเทคโนโลยี

พื้นฐานความรู้ของฟาร์มโชคชัยเริ่มต้นจากเทคโนโลยีเกษตร ด้านโคเนื้อ การบริหารจัดการฟาร์ม และต่อมาได้เริ่มมีการขยายองค์ความรู้ ไปสู่เทคโนโลยีการผลิตอาหาร (นมสดพาสเจอร์ไรส์) ไอศกรีม การจัดการ ภัตตาคาร และร้านค้าปลีก จุดเด่นของฟาร์มโชคชัยในมิติด้านความรู้และเทคโนโลยีในกรอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การผสมผสานองค์ความรู้ ด้านเทคโนโลยีการเลี้ยงปศุสัตว์เข้ากับเทคโนโลยีด้านการบริการ เพื่อสร้างพลวัตผ่านผลิตภัณฑ์การบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ สินค้าในกลุ่มธุรกิจ ซึ่งจะได้กล่าวต่อไปในรายละเอียด

#### 4.1.3. อุปสงค์ของนักท่องเที่ยว

จุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนหนึ่งมาจาก ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการซื้อพันธุ์วัว ต้องการเข้าชมกระบวนการ ทำงาน และกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ทำให้คุณโชคเล็งเห็นโอกาสในการต่อยอดธุรกิจไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเน้นกลุ่มลูกค้าในประเทศ ให้เข้ามาใช้บริการไกด์นำเที่ยว บริการรถรับส่ง เพื่อทำให้คนมาเที่ยวได้ทั้ง ความรู้และความเพลิดเพลิน โดยสามารถเข้าชมและเที่ยวได้ทุกวันที่ทำการ

<sup>6</sup>ที่มา: [http://www.bangkokbiznews.com/2007/09/17/WW14\\_1412\\_news.php?newsid=102882](http://www.bangkokbiznews.com/2007/09/17/WW14_1412_news.php?newsid=102882)



ฟาร์มโชคชัยมีกลุ่มลูกค้า 3 กลุ่มหลัก คือ

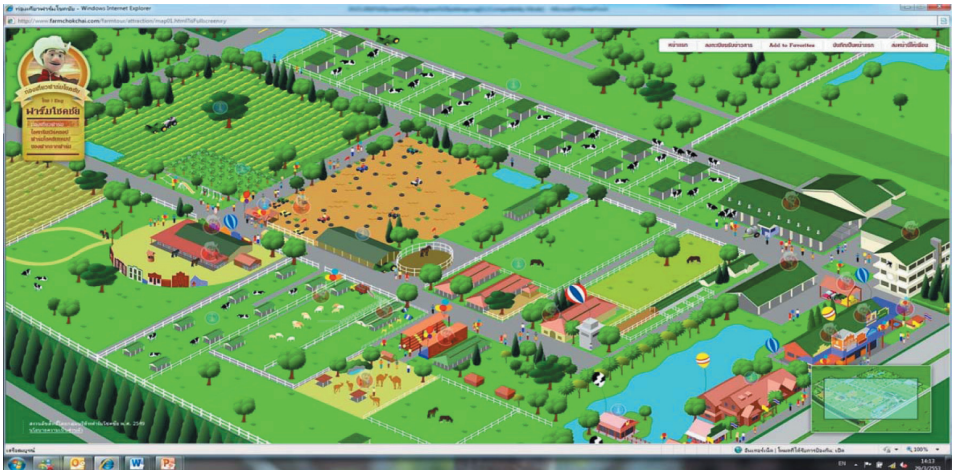
- คนไทย (ในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ และเทศกาล)
- ลูกค้ากลุ่มสัมมนาของบริษัท เพื่อมาเข้าแคมป์
- ลูกค้าครอบครัวจะมีจำนวนมากในช่วงปิดเทอม

เมื่อปี 2552 ฟาร์มโชคชัยได้กำไรจากบัตรเข้าชมฟาร์ม อาหาร และของฝาก เฉลี่ยตามรายหัวลูกค้าประมาณ 1,200 บาทต่อหัว ลูกค้าส่วนใหญ่ร้อยละ 40 มาเป็นครอบครัว ร้อยละ 60 เป็นองค์กรเอกชน โรงเรียน และบริษัททัวร์ ซึ่งบริษัททัวร์ที่พานักท่องเที่ยวต่างประเทศมา มีประมาณร้อยละ 6-7 เท่านั้น ฟาร์มโชคชัยให้ความสำคัญกับลูกค้าในประเทศ สำหรับลูกค้าเดิมที่เคยมาแล้วแต่กลับมาเที่ยวอีกมีประมาณร้อยละ 20-30

การเที่ยวชมฟาร์มโชคชัย มีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม (ดูรูปที่ 6 แผนที่เชิงปฏิสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวฟาร์มโชคชัย) คือ

- การเยี่ยมชมฟาร์ม โดยบริการนำเที่ยวเปิดบริการเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นรอบๆ แบบจำกัดจำนวนผู้เข้าชม เริ่มรอบแรกเวลา 10.00 น. และ 14.00 น. โดยในวันเสาร์และอาทิตย์มีจำนวน 18-19 รอบต่อวัน ราคา 250 บาท/ผู้ใหญ่ (วันธรรมดาเหลือ 235 บาท) รอบละประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง โดยมีลำดับการทัวร์ดังนี้ ไกด์จะเริ่มจากการแนะนำเส้นทางทัวร์ประจำวัน และให้ผู้เข้าชมดูวิดีโอทัศนประวัติความเป็นมาของฟาร์มโชคชัย/ชมการทำอาหารสะอาดก่อนเข้าฟาร์ม (พ่นยา และล้างมือด้วยน้ำยา)/ชมโรงรถคันแรกๆ ของฟาร์ม/ชมโรงรีดนม (รีดเครื่องและมือ)/ทดลองการรีดนม (อาสาสมัคร 4 คน)/ชมโรงผลิตนม (ดูวิดีโอทัศน และชิมไอศกรีมรสนมสด)/ขึ้นรถชมฟาร์ม (ฟาร์มโคนม/ทุ่งข้าวโพด ทานตะวัน (อาหาร

เสริม) / ทุ่งหญ้า (อาหารหลัก) / แวะ Cowboy Range ทำกิจกรรม (ขับรถ ATV / ชุมนยิงปืน / ชีม้า cowboy) / ดูการแสดง cowboy (วิธีการบังคับม้า สาธิตการขี่ม้าจับวัว การล้มวัว การตีตราหมายเลขวัว ควางปิ่น ควางเชือก หวดไส้ สนามเด็กเล่น เป็นม้าหมุน ม้าไม้ ม้าโยก เป็นต้น) / แวะชมฟาร์ม แกะ (ชมจากบนรถ โดยมีการแสดงวิธีการจับแกะแต่ละท่า ว่าเป็นท่าเพื่อทำอะไร เช่น ทำอุ้มต่าง ๆ) สาธิตสุนัขไล่ต้อนแกะ โดยในรอบบ่ายจะเป็น การแสดงของฟาร์มสุนัข) สำหรับโปรแกรมชมฟาร์ม 2 ประกอบด้วย การเที่ยวชมคอกอนุบาลลูกโค/ โรงฟาง/ แวะโซนสวนสัตว์/ กิจกรรมขี่ม้า แคร่สำหรับเด็ก/ ให้อาหารสัตว์ (กระต่าย ฯลฯ) / การแสดงของสัตว์ต่าง ๆ



รูปที่ 6 แผนที่เชิงปฏิสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวฟาร์มโชคชัย

62 ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

- การเปิด workshop ทำไอศกรีม ตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป ใช้เวลารอบละประมาณ 45 นาที ค่าใช้จ่าย 380 บาทต่อคน ดังรูปที่ 7



รูปที่ 7 การทำไอศกรีม อิมม!,,มิลค์

- การบริการพักผ่อนสำหรับลูกค้าที่มาแบบ camping (จะมีคอร์ดสให้ทำ workshop อยู่ในแพ็คเกจ)  
- การบริการร้านอาหารและของชำร่วย

#### 4.1.4. ผู้มีบทบาทในระบบนวัตกรรม

หากพิจารณาจากกรอบโครงสร้าง  
 อนุกรมวิธานของระบบนวัตกรรม การ  
 ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 3 มิติ พบว่า  
 กรณีศึกษาฟาร์มโชคชัยนั้น มิติตัวกลาง  
 (agent) จัดได้ว่ามีความโดดเด่นที่สุด  
 โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของผู้มีความ  
 คิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น (creative people  
 in residence) นั่นคือ คุณโชค บูลกุล และ  
 วัฒนธรรมที่มีชีวิต (living culture) หรือ  
 “ตำนานที่มีชีวิตของควาบอยไทย” ผ่าน  
 การพัฒนากระบวนการปฏิสัมพันธ์  
 (interaction) ที่เน้นกิจกรรมที่มีลักษณะ  
 แบบการให้ประสบการณ์แท้ (authentic  
 experience) และการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม  
 (participative learning) ในสถานที่  
 (location) ที่มีตำนานและ  
 ความโดดเด่น (มิติเอกลักษณ์  
 และอัตลักษณ์ หรือ  
 uniqueness & Identity)

“ผมเป็นนายที่เปรียบ  
 ตัวเองเป็นโค้ช  
 ทีมฟุตบอล  
 เมื่อฝึกก็ต้องเข้มงวด  
 และแน่นอนว่าจะต้อง  
 มีคนที่ไม่ชอบ  
 แต่เขาจะเห็นคุณค่า  
 ของสิ่งที่เรากำลังทำก็ต่อเมื่อ  
 เวลาที่ได้รับชัยชนะ  
 ซึ่งในธุรกิจวัดยาก  
 แต่ผู้นำ  
 จะต้องเป็นคนชี้ให้เห็น”  
 โชค บูลกุล



คุณโชค บูลกุล ทายาทรุ่นที่ 2

รูปที่ 8 คุณโชค บูลกุล ทายาทรุ่นที่ 2

## ก. ผู้ประกอบการ

### 1) เจ้าของกิจการ

ผู้นำรุ่นที่ 2 คุณโชค บุญกุล<sup>7</sup> เริ่มเข้ามาบุกเบิกธุรกิจของบิดาในตำแหน่ง ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานธุรกิจการเกษตร ฟาร์มโชคชัยในปี พ.ศ. 2535 ต่อมาอีก 2 ปี ดำรงตำแหน่งรองกรรมการผู้อำนวยการ และก้าวสู่การเป็นกรรมการผู้อำนวยการในปี พ.ศ. 2539 จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2545 จึงเข้าสานต่อกิจการจากบิดาอย่างเต็มตัวในตำแหน่งกรรมการผู้จัดการกลุ่มบริษัทฟาร์มโชคชัย (Chokechai Ranch Group)

คุณโชค คิดว่า “การที่เราเพิ่งจบเมื่อกำลังมีไฟแรง ต้องการหาวิธี แสดงฝีมือ หาสนามทดสอบ ซึ่งเราไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าแกในทันที เพราะการเป็นเจ้าแกเป็นอะไรที่ยาก คนรุ่นใหม่มักจะคิดแค่ว่าเป็นการลงทุน การใส่ความคิดสร้างสรรค์เข้าไป แต่แท้จริงแล้วการจะเป็นเจ้าแกได้ การริเริ่ม ถือว่าเป็น 1 ส่วน 4 ขององค์ประกอบของการเป็นเจ้าแก ซึ่งประกอบด้วย 4 ร (ริเริ่ม รุก รับ รักษา)”

จุดหักเหของรูปแบบการดำเนินธุรกิจของฟาร์มโชคชัย ตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดของคุณโชค บุญกุล ที่เกิดจากแรงบันดาลใจ (inspire) และอุปนิสัย (attitude) ส่วนตัว ผสมกับความต้องการที่จะรักษาฟาร์มโชคชัยเอาไว้ บนแนวคิดในการพลิกธุรกิจจากที่เคยติดลบให้ทำกำไร และเป็นที่รู้จักด้วยการเปลี่ยนฟาร์มโคนมให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว

---

<sup>7</sup> คุณโชค เข้าศึกษาในระดับประถมจากโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ต่อมาได้ย้ายไปศึกษาต่อในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-5 จากโรงเรียน St. Joseph's College เมือง Sydney ประเทศออสเตรเลีย และ จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 จาก Worcester Academy และได้รับปริญญาตรี ในสาขาสัตวศาสตร์ (การจัดการฝูงโคนม) และอุตสาหกรรมเกษตร จาก Vermont Technical College ประเทศสหรัฐอเมริกา

ความโดดเด่นของภาวะผู้นำแนวความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการในตัวคุณโชค ได้ถูกถ่ายทอดไปสู่แนวทางปฏิบัติโดยเริ่มจากการนำองค์กรเข้าสู่เส้นทางการแสวงหาหนทางในการเพิ่มรายได้ให้แก่กิจการ และนำสิ่งที่มีอยู่เดิมมาเพิ่มมูลค่าโดยเน้นการสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าใหม่ เช่น การสร้างการพัฒนาโคนมเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะพันธุ์โคที่สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมเมื่อเทียบกับแม่พันธุ์ ทำให้เป็นที่ต้องการของประเทศในแถบภูมิภาคเดียวกัน<sup>8</sup> จนธุรกิจของฟาร์มโชคชัยเข้าสู่สภาวะปกติ โดยมีรายได้มากกว่ารายจ่าย หลังจากวิกฤตการเงินดังกล่าว ได้ถูกคลี่คลายลง คุณโชคจึงได้เริ่มให้ความสำคัญที่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro-tourism) แทนธุรกิจการเกษตรแบบเดิม

คุณโชค บุคลากร กรรมการผู้จัดการและนวัตกรรม มองว่า โมเดลธุรกิจที่เป็น creative economy จะต้องประกอบด้วย แรงบันดาลใจ (inspiration) ทักษะ (attitude) พลวัต (dynamic) ภาวะผู้นำ (charismatic leaderships) ฟาร์มโชคชัยมีแนวคิดที่ต้องการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ จากการเน้นลูกค้าในประเทศ เน้นหารายได้จากวันธรรมดา (ร้อยละ 60) ให้มีคนมาท่องเที่ยว ผนวกกับวันหยุดเสาร์อาทิตย์ (ร้อยละ 130) ในส่วนที่เหลือร้อยละ 30 ที่ไม่สามารถเข้าเที่ยวฟาร์มได้อาจซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากที่อยู่บริเวณด้านหน้า นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่ประชาสัมพันธ์บอกคนอื่นปากต่อปาก เพราะคิดว่าแวะมาเที่ยวที่ไรคนเต็มทุกที ซึ่งเป็นการเพิ่มความน่าสนใจอีกด้วย

<sup>8</sup> ฟาร์มโชคชัยได้มองเห็นโอกาสจากการที่ประเทศไทยมีข้อตกลงทวิภาคีทำ FTA กับออสเตรเลีย ในด้านผลประโยชน์ทางเงื่อนไขภาษีนำเข้าสินค้าเกษตรของประเทศออสเตรเลีย การส่งออกโคนม รวมทั้งสินค้าเกี่ยวเนื่อง เช่น อาหารสัตว์ จึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและมูลค่าให้แก่ฟาร์มโชคชัย

## 2) ผู้บริหารระดับกลางและพนักงาน

ผู้บริหารฟาร์มโชคชัยในยุคที่ 2 ได้พยายามทำความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์โลก สถานภาพและศักยภาพขององค์กร โดยกำหนดนโยบายของบริษัทให้มีความพร้อมต่อการดำเนินกิจการในเชิงรุกและเชิงรับที่สอดคล้องกัน โดยเชิงรุกเห็นได้จากแนวทางการกำหนดแผนการตลาดและการลงทุน ส่วนแนวรับเน้นที่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ กลยุทธ์และแผนงาน การพัฒนาระบบดำเนินการต่างๆ อีกทั้งยังมีทัศนคติที่มองว่า “นักธุรกิจไทยส่วนใหญ่เน้นหนักในการดำเนินธุรกิจเชิงรุกเป็นส่วนใหญ่ แต่ไม่ค่อยมีการเตรียมความพร้อมในแนวรับเอาไว้เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน ทำให้ธุรกิจจำนวนมากต้องปิดกิจการไปหรืออาจประสบปัญหาทางธุรกิจไม่ต่อเนื่อง อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วย” คนใหม่มาก็จะมาทำธุรกิจใหม่ไปเรื่อยๆ ไม่ได้สานต่อธุรกิจเดิมให้ต่อเนื่องทำให้ธุรกิจไม่มีความมั่นคงและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา นักธุรกิจหรือผู้บริหารยุคใหม่ต้องเข้าใจการทำธุรกิจ มีจุดยืนของตัวเองว่าควรทำอะไรให้ธุรกิจมีความยั่งยืน ไม่ใช่ว่าเขาแต่ทำตามคนอื่นที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งอาจจะทำได้แต่เป็นระยะสั้นๆ ทำให้ธุรกิจไม่มีเสถียรภาพ ดังนั้น ควรรู้จักศักยภาพตัวเอง ทำในสิ่งที่ตัวเองเชี่ยวชาญการทำงานควรจะให้เป็นระบบ ซึ่งต้องเรียนรู้จากคนรุ่นเก่า ต้องผสมผสานกันคือ คนรุ่นก่อนโดยเฉพาะยุคบุกเบิกว่า เขามีความโดดเด่นต่อเรื่องความอดทนอย่างไร ขณะที่คนรุ่นใหม่จะมีน้อย แต่ก็ดีตรงที่มีความกล้าตัดสินใจ มีวินัยการทำงาน มองงานอย่างเป็นระบบ ดังนั้นควรเอาทั้งสองรุ่นมาผสมผสานกันนี้คือวิสัยทัศน์และวิธีคิดของโชค บูลกุล

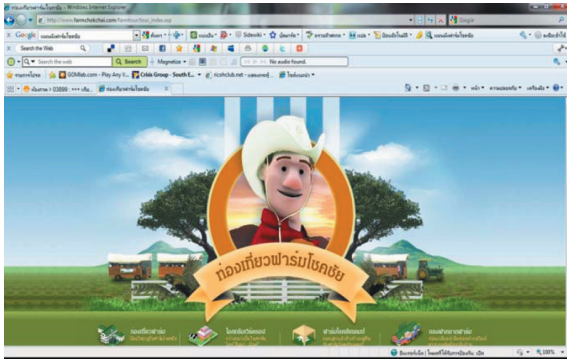
จะเห็นว่า ผู้บริหารของฟาร์มโชคชัย มีบุคลิกสำคัญ 2 ประการ กล่าวคือ

- มีไหวพริบและสัญชาตญาณที่จะสามารถคาดเดาผลลัพธ์ได้ ถูกต้องกว่าผู้อื่นหรือใกล้เคียงความเป็นจริงให้มากที่สุด
- ให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างผู้บริหารระดับกลางขึ้นมา

จุดแข็งและจุดเด่นอีกประการหนึ่งของฟาร์มโชคชัย คือ

- การมีทีมปศุสัตว์โคนมที่มีความรู้และเทคโนโลยีด้านปศุสัตว์ (โคเนื้อและโคนม) โดยเริ่มจากการพัฒนาโคเนื้อ ต่อมาพัฒนาโคนมเพื่อการส่งออก โดยเฉพาะวัวรุ่นลูกที่สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมเมื่อเทียบกับแม่พันธุ์ ทำให้เป็นที่ต้องการของประเทศในแถบภูมิภาคเดียวกันและเทคโนโลยีคัดเพศ (sexing)
- การเรียนรู้ เปิดรับ และต่อยอดองค์ความรู้ในธุรกิจใหม่สำหรับฟาร์ม คือ องค์ความรู้และเทคโนโลยีในการบริหาร theme park การบริหารจัดการโรงแรมและสถานที่จัดสัมมนา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างแบรนด์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์นมไอศกรีม อีมม!...มิลค์ ของที่ระลึก ของขำร่วยฟาร์มโชคชัย และผลิตภัณฑ์เนื้อเกรดดีของฟาร์มโชคชัย
- การนำเอา interactive web application มาใช้กับเว็บไซต์ของฟาร์ม ([www.farmnchockchai.com](http://www.farmnchockchai.com)) ดังรูปที่ 9





รูปที่ 9 องค์ประกอบหน้าแรกของเว็บไซต์ฟาร์มโชคชัย

### 3) ผู้ประกอบการธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ

ผู้ประกอบการในพื้นที่รายอื่น มีปฏิสัมพันธ์อย่างจำกัดหรือน้อยมากกับฟาร์มโชคชัย อีกทั้งฟาร์มฯ ไม่ได้ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายจากตัวแทนการท่องเที่ยวและจำหน่ายบัตรมากนัก และมีความสัมพันธ์กับทุกบริษัททัวร์อยู่บ้าง ทั้งนี้เนื่องจากฟาร์มมีศักยภาพในระดับสูงในการบริหารช่องทางการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า การบริหารเวลารอบการเข้าชมที่มีจำกัดเพื่อรักษาคุณภาพ และมาตรฐานห้างสรรพสินค้า การให้เข้าสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไอศกรีม อีम्म...มิลค์ ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารจัดการร้านค้าปลีก (retail shop) ด้านการจัดวางสินค้าและการบริหารธุรกิจสินค้าของชำร่วย การปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงกับฟาร์มโชคชัย ได้มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใกล้ๆ หรือมีโปรแกรมมาฝากแจก

### ข. หน่วยงานการปกครองส่วนภูมิภาค

หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ตั้งของฟาร์มโชคชัย ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลหนองน้ำแดง และอำเภอปากช่อง นอกจากนี้มี

ความสัมพันธ์ในการอำนวยความสะดวกด้านเอกสาร ใบอนุญาตราชการแล้ว การปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นและฟาร์มฯ เป็นไปอย่างจำกัด

จากมุมมองของนายสุทิน บางประสิทธิ์ (นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองน้ำแดง) และในส่วนของอำเภอปากช่อง โดยนายคณิศร บุญเกตุ (นายอำเภอปากช่อง) มองว่าฟาร์มโชคชัย เป็นแหล่งผลิตอาหาร และเป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับปศุสัตว์ ทั้งทางด้านการบริหารจัดการ วิธีการเลี้ยงวัวนม ทั้งนี้ยังไม่มีความชัดเจนว่า ชาวบ้านในอำเภอมีโอกาสได้เรียนรู้ในฟาร์มฯ มากน้อยอย่างไร นอกจากการประสานงานขอเข้าเยี่ยมชมผ่านทางหน่วยงานของรัฐ หรือองค์กรท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของโรงเรียน องค์กรท้องถิ่น หรือได้รับการร้องขอจากหน่วยราชการส่วนกลาง ให้เป็นผู้ติดต่อประสานงานในการขอเข้าไปดูงานที่ฟาร์มโชคชัยในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นจุดเด่นของฟาร์มฯ

ในทัศนคติของหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่น ฟาร์มโชคชัยมีประโยชน์ต่อ อบต. และอำเภอ ผ่านกิจกรรมหลัก 3 มิติ คือ

- การจัดเก็บภาษี (ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีป้าย ภาษีที่ดิน ภาษีท่องเที่ยว การต่อใบอนุญาตการทำฟาร์มปศุสัตว์)
- การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น เช่น เข้าร่วมในการประชาสัมพันธ์แผนที่ท่องเที่ยวอำเภอปากช่อง ร่วมมือกับชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเขาใหญ่ - ปากช่อง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในโครงการ “บัตรเที่ยวเที่ยวได้ทั้งปากช่อง” ที่ได้เริ่มจัดให้มีในปี พ.ศ. 2552 โดยซื้อตัวเป็นแพคเกจ ทั้งเรื่องอาหาร ที่พัก เครื่องเล่น แต่ยังไม่มีการอบรมหรือถ่ายทอดความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแก่ชุมชน แต่อย่างใด

- การพัฒนาชุมชน เช่น การจ้างงานในชุมชน การนำเอาสินค้า OTOP จากกลุ่มแม่บ้านไปจัดจำหน่ายในบริเวณร้านค้าปลีกของฟาร์มโชคชัย

### ค. ชุมชนในพื้นที่

แม้ว่าฟาร์มโชคชัยจะเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยการมีสถานที่ประกอบธุรกิจอยู่ในเขต อบต.หนองน้ำแดง อำเภอปากช่องก็ตาม แต่มุมมองและทัศนคติของชุมชนต่อฟาร์มโชคชัยว่าเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชนยังไม่เกิดขึ้น แม้ว่าฟาร์มจะจัดให้มีกิจกรรมสาธารณประโยชน์กับชุมชนต่างๆ เช่น โครงการแจกทุนการศึกษาแก่เด็กนักเรียน โรงเรียนมัธยมวชิราลงกรณวราราม มีกิจกรรมส่งเสริมเยาวชน โดยให้สามเณรที่บวชภาคฤดูร้อนเข้าศึกษาเรียนรู้ในฟาร์มโชคชัย การสนับสนุนงบประมาณแก่ อบต. และอำเภอ การจัดกิจกรรมในวันเด็กแห่งชาติ การบริจาคอุปกรณ์การแพทย์ให้แก่สถานีนอนามัย และการสนับสนุนงบประมาณและอุปกรณ์สำหรับวิทย์ชุมชนต่างๆ

สำหรับในส่วนปัญหาทางด้านการจราจร มลภาวะ น้ำเสีย เสียงดัง ขยะ มีผลกระทบต่อชุมชน อันเกิดจากฟาร์มยังไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชุมชน

### ง. ชมรมในพื้นที่

ความคิดนี้ริเริ่มจากชมรมท่องเที่ยวเขาใหญ่ - ปากช่อง ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของผู้ประกอบการทั้งหมด ประกอบด้วย ร้านอาหาร โรงแรม รีสอร์ท สถานที่ท่องเที่ยว เป็นการร่วมกันจัดทำ โดยมีหัวหน้าชมรม คือ เจ้าของไร่ทองสมบูรณ์ ปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 60% ของผู้ประกอบการที่อำเภอปากช่อง รวมถึงฟาร์มโชคชัยด้วย ซึ่งเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิมประมาณ 30 - 40 % เนื่องจากการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านทางวิทยุชุมชน สื่อนหนังสือพิมพ์ และโดยสมาชิกชมรม

## จ. หน่วยงานและสถาบันการศึกษาจากส่วนกลาง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์ระดับจำกัดกับฟาร์ม ทั้งนี้กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในอำเภอปากช่องอยู่ในหน้าที่ความรับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครราชสีมา ซึ่งมีพื้นที่รับผิดชอบ 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดชัยภูมิ สำหรับสถาบันการศึกษามีปฏิสัมพันธ์กับฟาร์มโชคชัย 3 สถานะ คือ สถานภาพเป็นผู้เข้าชม สถานภาพเป็นผู้ร่วมวิจัย และสถานภาพของผู้ร่วมพัฒนาหลักสูตร กล่าวคือ

- สถานะผู้เข้าชม : โรงเรียนทั่วไป ส่วนมากในระดับมัธยมศึกษา มาชมเป็นหมู่คณะ เป็นผู้ร่วมพัฒนา

- สถานะผู้ร่วมวิจัย : เช่น ฟาร์มมีความร่วมมือด้านการวิจัยกับคณะสัตวแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล มากกว่า 10 ปี ในเทคโนโลยีการสืบพันธุ์ การโคลนนิ่ง และเทคโนโลยีการฝากตัวอ่อน ฟาร์มโชคชัยได้รับประโยชน์จากการให้สถาบันช่วยทำการวิจัยและคิดค้นเทคโนโลยี

- สถานภาพของผู้ร่วมพัฒนาหลักสูตร : เช่น เป็นผู้รับการศึกษา ทั้งนี้ เป้าหมายของฟาร์มโชคชัยต้องเป็นสถาบัน เป็นแหล่งเรียนรู้ มีการพัฒนาทักษะ โดยมีหลายหน่วยงานการศึกษาส่งนักศึกษา มาเรียนรู้และฝึกงานที่ฟาร์มโชคชัย นำเอาประสบการณ์ที่ฟาร์มโชคชัยมีไปขยายความรู้ในการจัดตั้งหลักสูตรบริหารจัดการแปลงหญ้า และหลักสูตรบริหารจัดการฝูงโคนม กับมหาวิทยาลัยราชภัฏลำนานา (ลำปาง) โดยมีอาจารย์มหาวิทยาลัย มาอยู่ที่ฟาร์ม ซึ่งนักเรียนจะต้องมาเรียนรู้จริงที่ฟาร์มโชคชัย ประมาณ 4 เดือน ซึ่งรุ่นแรกมีเด็กประมาณ 12 คน นอกจากนี้ ยังมีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นต้น

## จ. บริษัทขนาดใหญ่นอกพื้นที่

บริษัทที่ประกอบธุรกิจศูนย์การค้าต่างๆ โดยผ่านการให้บริการสถานที่จัดจำหน่ายไอศกรีมและผลิตภัณฑ์โคนมและการท่องเที่ยวของฟาร์มโชคชัย จำนวน 14 สาขา และมีแผนการขยายตัวโดยจำกัดให้มีเพียง 28 สาขา เพื่อรักษาอัตลักษณ์และสถานภาพในการแข่งขันไว้<sup>9</sup>

## ช. สื่อมวลชน

สื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นิตยสารด้านธุรกิจ แพชั่น และการท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อฟาร์มโชคชัยมาก เนื่องจากผู้บริหาร (คุณโชค) มีสถานภาพที่สามารถดึงดูดความสนใจแก่สาธารณชน และในทางตรงกันข้ามฟาร์มโชคชัยก็ได้รับประโยชน์จากช่องทางการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ของสื่อมวลชนเช่นกัน

### 4.1.5 ความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีบทบาทต่าง ๆ

#### ก. ระหว่างเจ้าของกิจการและพนักงาน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทรัพยากรบุคคลมีความสำคัญที่สุด ด้วยเหตุนี้การสร้างวัฒนธรรมในการทำงาน ควรแบ่งเป็น 2 ส่วนสำคัญ คือ

- การถ่ายทอดความรู้จากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง โดยเน้นการปลูกฝังให้รักในวิชาชีพ ซึ่งได้รับการสนองกลับจากพนักงาน คือ ความภูมิใจ มองเห็นประโยชน์ของตนเอง และคุณค่าของอาชีพ

- การฝึกอบรมเพิ่มความสามารถบุคลากร โดยสอนให้พนักงานรู้จักการสื่อสารที่ถูกต้องตั้งแต่การตีความ สื่อความ และเรียบเรียงเนื้อหา ขยายฐานความรู้ขององค์กรเพื่อสร้างคนรุ่นใหม่ คุณโชค สรุปลวิธีที่ใช้แล้วเห็นผล

<sup>9</sup> จากการสัมภาษณ์คุณโชค มุลกุล

ตลอดเวลาสิ่งที่ผู้บริหารพยายามทำให้พนักงานเห็นก็คือ หัวใจที่รัก การบริการในงานท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคาดไม่ถึงว่าคนที่ทำงานด้านนี้ ให้บริการได้ดีเหลือเกิน “ทำในสิ่งที่เกินความคาดหมายของคนทั่วไปให้ได้” เป็นคำที่พนักงานฟาร์มโชคชัยยึดถือในการทำงาน

## ข. ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน

บริษัทขนาดใหญ่นอกพื้นที่ที่มีปฏิสัมพันธ์กับฟาร์มโชคชัย จะมีความสัมพันธ์ในลักษณะที่พึ่งพาซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ จากมุมมองเชิงกลยุทธ์ของคุณโชค ได้กำหนดจำนวนร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้าไว้จำกัด และไม่ประสงค์ที่จะเป็นฝ่ายรุกขอเช่าพื้นที่แต่พยายามให้เจ้าของพื้นที่นำเสนอโครงการพัฒนาศูนย์การค้าและแสดงเจตจำนงคัดต่อบริษัทฟาร์มโชคชัยในการเชิญเข้าเปิดสาขา ทั้งนี้เพื่อควบคุมอุปสงค์ของสินค้าในส่วนผู้ประกอบการรายอื่นนั้น มีความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการ ให้คำปรึกษาและจัดการร้านค้าปลีกมากขึ้น เนื่องจากกิจกรรมธุรกิจดังกล่าวจะสร้างอุปสงค์ใหม่และรายได้แก่ฟาร์มเป็นอย่างดี ในส่วนผู้ประกอบการอื่นๆ ยังคงมีปฏิสัมพันธ์ในวงจำกัดและไม่ต่อเนื่อง

## ค. ระหว่างผู้ประกอบการกับชุมชน

เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในกรณีของฟาร์มโชคชัย ได้ถูกจัดให้มีขึ้นภายในเขตที่ดินของฟาร์ม การเชื่อมโยงกับชุมชนจึงผ่านทาง การจ้างงาน การรับเอาสินค้าโอท็อปไปฝากจำหน่ายบริเวณร้านค้าปลีกของฟาร์ม และผ่านกิจกรรมเพื่อชุมชนในบางกรณี ความเชื่อมโยงดังกล่าว จึงมีลักษณะจำกัดและมีพลวัตต่ำ

### ง. ระหว่างผู้ประกอบการกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ความร่วมมือกับ อบต. และ อบจ. หรือชุมชนรอบๆ จะผ่านในรูปแบบของโครงการแบ่งปันให้กับสังคมที่ทางฟาร์มโชคชัยเป็นคนจัดขึ้น แต่ยังไม่มีการร่วมมือในการทำโครงการพัฒนาชุมชนร่วมกันระหว่าง อบต. และฟาร์มโชคชัย และรับความช่วยเหลือจากฟาร์มในบางกรณี โดยจัดงบประมาณให้นายอำเภอหรือสารวัตรมาเป็นกรรมการแล้วนำงบประมาณไปใช้พัฒนาอำเภอนั้นๆ เช่น โครงการปลูกป่ากันคนรูก้าง

### จ. ระหว่างผู้ประกอบการกับสถาบันการศึกษา

คุณโชค ให้ความสำคัญต่อการเชื่อมโยงระหว่างฟาร์มโชคชัยกับสถาบันการศึกษาในลักษณะที่ฟาร์มเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ หรือวิจัยและสร้างองค์ความรู้ร่วมกับสถาบันการศึกษา มากกว่าการขอความช่วยเหลือจากสถาบันการศึกษา เนื่องจากองค์ความรู้ของฟาร์มเป็นองค์ความรู้เฉพาะด้าน

#### 4.1.6. บริบทเชิงสถาบัน

บริบทเชิงสถาบันที่มีผลกระทบต่อพัฒนาการของฟาร์มโชคชัยมี 2 ประเด็น คือ

#### ก. บริบทด้านภาวะการณ์เป็นผู้นำ

จุดเด่นประการสำคัญที่สุดของฟาร์มโชคชัยคือ ภาวะการณ์การเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurships) ของคุณโชค บุลกุล ภาวะผู้นำของคุณโชค บุลกุล ตั้งอยู่บนหลักการสำคัญ 3 มิติ ประกอบด้วย การสร้างคน ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ และแนวทางการตลาด (ดูตารางที่ 6)

## ตารางที่ 6 หลักการบริหารงานและวิสัยทัศน์ของ คุณโชค บุลกุล

การสร้างคน	ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ	แนวทางการตลาด
<ul style="list-style-type: none"> <li>• เป็นผู้นำที่ใช้คุณสมบัติพิเศษเฉพาะคนสร้างการเปลี่ยนแปลง</li> <li>• เป็นผู้นำที่พร้อมยอมรับการตัดสินใจของคนหมู่มาก</li> <li>• เป็นผู้นำที่ลูกน้องรักเคารพ และเชื่อถือ</li> <li>• เชื่อมั่นในความผูกพันระหว่างผู้นำและทีม</li> <li>• พร้อมที่จะทำให้ดูเป็นตัวอย่าง</li> <li>• ภูมิใจในความสำเร็จ</li> <li>• ภูมิใจในความเป็นเจ้าของ</li> <li>• รู้จักมองต่างมุม</li> <li>• มีการเรียนรู้และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง</li> <li>• มีจิตสำนึกของความเป็นครู</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “All or Nothing” เป็นบุคลิกและทิศทางการดำเนินธุรกิจของซีอีโอ</li> <li>• มีการจัดวางธุรกิจและการบริหารความเสี่ยง</li> <li>• มี “ศรัทธา” ในงานและกับทีมงาน</li> <li>• ให้ความสำคัญการสื่อสารและแปลงสัญญาณเพื่อถ่ายทอดสู่ทีมงาน</li> <li>• เคลื่อนไหวเร็วเต็มไปด้วยพลังความคิดสร้างสรรค์ในการเปลี่ยนแปลง</li> <li>• เรียนรู้จากข้อผิดพลาดและกลายอมรับผิดด้วยความมั่นใจ</li> <li>• กระตุนและสร้างสรรค์เสมอคิดเหมือนเด็กแต่ปฏิบัติกรอย่างมืออาชีพ</li> <li>• คาดหวังในสิ่งที่ดีกว่า</li> <li>• ชนในเรื่องเล็กๆ แต่ชนะบ่อยๆ</li> <li>• ภูมิใจกับความสำเร็จ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม</li> <li>• สร้างสรรค์การทำงานร่วมกัน</li> <li>• เป็นผู้สร้างตลาดและมูลค่าการตลาด</li> <li>• ให้ความรู้กับตลาด</li> <li>• ใช้แนวคิดลิมิเต็ดอ디션</li> <li>• ใช้จุดแข็งเป็นตัวขับเคลื่อน</li> <li>• เรียนรู้จากประสบการณ์</li> <li>• High barrier of entry</li> <li>• มีเป้าหมายและภาพที่ชัดเจน</li> <li>• มีซีอีโอเป็นทูตของแบรนด์</li> </ul>

ทุกอย่างที่คุณโชคสร้างขึ้นมาจากภูมิปัญญาของเขาเองทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นแสดงที่มีตั้งแต่รีดนมโค ชีม้า เลือกสิ่งที่คุณในองค์กรทำได้ดีที่สุดสุดมานำเสนอ สร้างธุรกิจท่องเที่ยวขณะที่ธุรกิจดั้งเดิมก็ยังอยู่ มีรายได้เพิ่มขึ้นและให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ สร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการสร้างการจดจำให้กับคนภายนอกทั้งในและต่างประเทศ



## ข. บริบทด้านค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร

เป้าหมายและวิสัยทัศน์ของฟาร์มโชคชัยคือการก้าวสู่การเป็น People and HR Based Organization ให้ได้ภายในปี พ.ศ. 2554 โดยในปี พ.ศ. 2552 คุณโชค บุลกุล กรรมการผู้จัดการ กลุ่มบริษัทฟาร์มโชคชัย ก็ได้รับรางวัลที่อยู่ในประเภทประธานและกรรมการบริหาร ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จากสถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ฟาร์มโชคชัยมีพื้นฐานเกี่ยวกับด้านเกษตรมาก่อนแล้ว หรือมีความสอดคล้องกับงาน เช่น ในส่วนของที่พักจะไม่เลือกพนักงานที่เคยทำงานในโรงแรมมาก่อน เนื่องจากประสบการณ์เดิมที่ได้รับไม่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่นี่ การเรียนรู้ทุกอย่างในฟาร์มโชคชัยต้องเกิดจากการสังเกต (on the job training) ด้วยเหตุนี้ การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้บนรากฐานอัตลักษณ์เริ่มต้นของการเป็นฟาร์มโคนม ที่มีสัญลักษณ์เป็นโคบาลไทยในชุดขาวยอตวันตงจึงเป็นการสร้างและกระจายค่านิยมเชิงสัญลักษณ์ขององค์กรไปสู่ภายนอก รวมทั้งการสร้างวัฒนธรรมองค์กรใหม่ๆ ผ่านกระบวนการพัฒนาคน รูปแบบและโอกาสธุรกิจใหม่ที่ต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่เดิมผ่านการสร้างคุณค่าและมูลค่า นั้นเอง

### 4.1.7. นวัตกรรมที่เกิดขึ้น

นวัตกรรม 4 ประเภทสำคัญที่สามารถพบได้จากกรณีศึกษานี้ คือ

ก. นวัตกรรมกระบวนการทางเทคโนโลยี (Technological process innovation)

เช่น ด้านปศุสัตว์ การคัดเลือกเพศ และพันธุ์โคนม นวัตกรรมเขียว (Green innovation) เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ดี โดยจัดตั้งโครงการรับผิดชอบต่อการกระทำ ผ่านการปลูกป่าทดแทน การปล่อยก๊าซคาร์บอนได้ออกไซด์

ที่ปล่อยออกสู่อากาศ น้ำเสียและกากอาหาร ทำปุ๋ยชีวภาพ ทำไบโอดีเซล ใช้ในโรงงาน นอกจากนี้ยังขอซื้อน้ำมันที่ใช้แล้วจาก supplier และพนักงาน มาทำไบโอดีเซลอีก

## ข. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไอศกรีม Um...Milk โดยใช้วัตถุดิบจากฟาร์ม การพัฒนาเนื้อชั้นดีสำหรับเด็กที่เสิร์ฟในภัตตาคาร โชคชัยสติกเข้าสู่ การพัฒนาพ่อบ้านแม่บ้านโคนมสำหรับพื้นที่เขตร้อนชื้นเพื่อการส่งออก เป็นต้น

## ค. นวัตกรรมบริการ (Service innovation)

โดยเริ่มจากนวัตกรรมการเปลี่ยนตำแหน่ง (Positioning innovation) โดยการปรับฟาร์มโคนมแบบดั้งเดิมไปสู่ธุรกิจบริการที่ใช้ความสามารถ ดั้งเดิมผนวกกับการบริการ เช่น การสร้างสถานภาพใหม่ในหน้าที่เดิม โดยเฉพาะการริเริ่มสำหรับให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมได้มีโอกาส ทดลองรีดเอง การให้โอกาสพนักงานเป็นผู้สอน การเปิดโอกาสให้มีการเปลี่ยนแปลงบทบาททั้งพนักงานและผู้มาเยือน รวมถึงการทำนวัตกรรม ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การบริหารจัดการ Theme park สำหรับ ฟาร์มโคนมเขตร้อน

## ง. นวัตกรรมองค์กร (Organisational innovation)

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) ได้ยกย่องให้ฟาร์มโชคชัย เป็นองค์กรที่มีนวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างองค์กรนวัตกรรม (Innovative organisation) ที่เน้นความคิดสร้างสรรค์และการให้โอกาส

พนักงานในการทดลองความคิด สำหรับองค์กรขนาดกลาง โดยเน้นการดูแลพนักงานทุกคนด้วยตัวเอง หากทำได้สิ่งที่จะตามมาก็คือ ความศรัทธา ทั้งนายศรัทธาลูกน้อง ลูกน้องศรัทธาขององค์กร และเคารพผู้นำ

#### จ. นวัตกรรมกระบวนทัศน์ (Paradigmatic innovation)

เจ้าของกิจการรุ่นที่ 2 ได้ให้ความสำคัญต่อโมเดลธุรกิจใหม่ โดยเน้นการปรับทัศนคติของบุคลากรและตลาด ที่มองว่า ฟาร์มโชคชัยเป็นบริษัทเกษตรปศุสัตว์ไปสู่ธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว ผ่านภาวะผู้นำรุ่นใหม่และความกล้าเสี่ยง ผนวกกับทีมงานที่มีองค์ความรู้ และรักในความเป็นเกษตรกร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เจ้าของกิจการและพนักงานในฟาร์ม ที่เรียนรู้จากความต้องการของผู้เข้าชมฟาร์ม โดยผลที่เกิดขึ้นจากนวัตกรรมสามารถมองได้จากมิติเชิงมูลค่า (Value) ที่เพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์โคนมผ่านนวัตกรรมบริการ และนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์อาหาร และของที่ระลึก และมิติเชิงคุณค่า (Worth) ที่สร้างคุณค่าใหม่ให้แก่ธุรกิจฟาร์มโคนมดั้งเดิมบนพื้นฐานของประสบการณ์เรียนรู้ผ่านสื่อแท่งจริงภายในฟาร์ม และการสร้างความตระหนักของอัตลักษณ์ที่มีวิวัฒนาการของฟาร์ม

### 4.2 นาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (โจหลุยส์เธียเตอร์) และสวนลุมไนท์บาซาร์

#### 4.2.1. ความเป็นมา

##### ก. กำเนิดหุ่นละครเล็กยุคแรก

“นาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก” หรือที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในนามของ “โจหลุยส์เธียเตอร์” มีต้นกำเนิดมาตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2444 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 โดยครูแกร ศัพทวณิช

ตามประวัติกล่าวว่า ครูแกรมีพื้นเพเป็นชาวตลาดหัวรอ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เริ่มฝึกหัดวิชานาฏศิลป์ โขน และละครอยู่กับคณะละครของพระยาเพชรภูมิตั้งแต่อายุ 9 ปี ต่อมาได้ย้ายเข้ามากรุงเทพฯ และยึดอาชีพแสดงละครเป็นหลักภายใต้คณะละครชื่อ “ละครเล็กครูแกร” ภายหลังได้ถวายเป็นมหาตเล็กวงวรดิศ ได้พบเห็นการเชิดหุ่นหลวงจึงเกิดความสนใจที่จะสร้างหุ่นซึ่งมีรูปร่างอย่างคน โดยอาศัยหุ่นจีนในวังกรมพระราชวังบวรวิไชยชาญเป็นต้นแบบ อย่างไรก็ตามเนื่องจากหุ่นหลวงมีกลไกที่สลับซับซ้อน มีจำนวนสายในการชักใยเป็นจำนวนมาก ยากแก่การประดิษฐ์ ครูแกรจึงคิดดัดแปลงให้หุ่นมีสายใยน้อยลง และมีกลไกที่ไม่ซับซ้อนนัก โดยหุ่นตัวแรกที่ครูแกรประดิษฐ์ขึ้นมาคือ หุ่นตัวพระ ซึ่งเมื่อสร้างได้ครบโรงก็นำออกแสดงเป็นครั้งแรกให้เจ้านายในวังวรดิศทอดพระเนตร โดยในครั้งแรกนั้นแสดงเรื่องพระอภัยมณี ตอนตีเมืองอา ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมเป็นอย่างมาก

ในช่วงแรกของการแสดงนั้นยังไม่มีชื่อเรียกหุ่นประเภทนี้ แต่บรรดาเจ้านายที่ได้ทอดพระเนตรต่างเรียกการแสดงนี้ว่า “ละครเล็ก” ต่อมากรมหลวงนครไชยศรีสุรเดชจึงได้ทรงตั้งชื่อให้ว่า “หุ่นละครเล็ก” หากแต่ชาวบ้านยังคงติดปากเรียกการแสดงนี้ว่า “หุ่นครูแกร”

## ข. การขาดหายไปของวัฒนธรรมหุ่นละครเล็ก

การแสดงหุ่นละครเล็กได้รับความนิยมลดน้อยลงในยุคต่อมา โดยเฉพาะในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากการแสดงล่าช้า ไม่ทันใจผู้ชม การเชิดก็ยุ่งยาก และมีผู้เชิดเป็นเหลือน้อยไม่มากนัก ตามประวัติกล่าวว่า ในสมัยโบราณผู้มีความสามารถในเชิงศิลป์มักจะหวงแหวนวิชาไม่ยอมให้มีผู้ใดลอกเลียนแบบได้ นอกจากนี้ยังมีความเชื่อในเรื่องการสาบแช่งผู้ที่

ลอกเลียนวิชาความรู้ให้มีอันเป็นไป ทำให้วิชาความรู้ในการสร้างและเซ็ดหุ่นละครเล็กแทบจะสูญหายไปจากสังคมไทย

เมื่อครูแกรมีอายุมากขึ้น ประกอบกับความเป็นผู้ที่หวงวิชาการทำหุ่น ก่อนตายจึงได้นำหุ่นเล็กที่มีอยู่ไปถ่วงน้ำทิ้งทั้งหมด คงเหลือไว้พอให้จัดการแสดงได้ประมาณ 30 ตัว และได้มอบหุ่นชุดนี้ให้กับนายทองอยู่และนางหยิบ บุตรชายและสะใภ้ของท่านเป็นผู้สืบทอด ต่อมาเมื่อได้เลิกกิจการไปในปี พ.ศ. 2510 นางหยิบจึงตัดสินใจมอบหุ่นที่เหลืออยู่ให้กับครูสาคร เนื่องจากเห็นว่ามีความสามารถที่จะถ่ายทอดความรู้ต่อไปได้

### ค. กำเนิดหุ่นละครเล็ก ยุค 2

ครูสาคร หรือนายสาคร ยังเขี้ยวสด เกิดเมื่อปี พ.ศ. 2465 ในเรือละคร ขณะที่นายคู่ยและนางเชื่อมผู้เป็นบิดามารดาเดินทางไปแสดงละครกับคณะหุ่นละครเล็กครูแกร ในวัยเด็กสาครมีสุขภาพไม่ดีนัก บิดามารดาจึงยกให้เป็นลูกพระ ท่านตั้งชื่อให้ว่า “หลิว” เพื่อเป็นการแก้เคล็ด และยังเติบโตขึ้นมาท่ามกลางคณะหุ่นละครเล็กครูแกร จึงมีความคุ้นเคยและซึมซับวิชาทางด้านนาฏศิลป์และศิลปะการเซ็ดหุ่นมาแต่เด็ก ครูสาครหัดเรียนโขนตั้งแต่วัยเด็กจากพ่อแม่และผู้คนแวดล้อมในโรงละคร และตระเวนแสดงไปกับบิดา มักแสดงเป็นตัวตลกจนได้รับความนิยมนจนผู้คนเรียกชื่อครูสาครเพี้ยนจาก “หลิว” เป็น “หลุยส์” และกลายเป็น “โจหลุยส์” ในที่สุด ต่อมาได้จัดตั้งคณะลิเกของตนเองขึ้นโดยใช้ชื่อว่า “คณะสาครนาฏศิลป์”

ถึงแม้ว่าครูสาครจะได้รับมอบหุ่นละครเล็กครูแกรจากนางหยิบ ลูกสะใภ้ครูแกร แต่เนื่องจากเป็นเพราะทราบว่าครูแกรเป็นเจ้าของหุ่นที่หวงวิชามาก เวลาทำหุ่นก็มักจะปิดประตูลงกลอนไม่ให้ผู้ใดเห็น ทั้งยังได้

สาปแช่งผู้ที่จำหุ่ไปสร้างให้ต้องมอันเป็นไปต่างๆ นานา ครุสาครจึงมิได้สานต่อศิลปะที่เกี่ยวกับหุ่นละครเล็กไว้แต่อย่างใด เพียงแต่ยึดอาชีพแสดงโขน ละคร ลิเก และประดิษฐ์หัวโขนจำหน่ายเท่านั้น เมื่อได้รับการติดต่อขอซื้อหุ่ไปเก็บไว้ที่พิพิธภัณฑณ์เมืองโบราณ จ.สมุทรปราการ ครุสาครจึงได้ยกหุ่ชุดนั้นเพื่อไปเก็บรักษา และได้ทำหุ่พ่อแก่ขึ้นมาไว้เพื่อบูชาและรำลึกถึงพ่อครูแกรแทนเท่านั้น

ด้วยความสามารถทางด้านศิลป์ การร่ายรำโขน และความรักในหุ่นละครเล็ก ครุสาครจึงได้สร้างหุ่นละครเล็กที่เคยเห็นจากบ้านครูแกรมาขีดเล่น 6-7 ตัว แล้วนำออกแสดงตามงานบุญในละแวกบ้าน ทำให้หุ่นละครเล็กได้เริ่มกลับมามีชีวิตจริงจิงอีกครั้ง หลังจากที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ติดต่อให้ครุสาครไปสาธิตการทำหัวโขนที่สวนอัมพร ในงานเฉลิมฉลอง 200 ปี กรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อปี พ.ศ. 2525 และมีความสนใจในหุ่นละครเล็กที่ครุสาครได้ทำไว้บูชา จึงได้ขอร้องให้ครุสาครจัดทำหุ่นละครเล็กและเปิดทำการแสดงขึ้นอีกครั้งหนึ่ง ครุสาครได้ตัดสินใจทำพิธีบูชาครูแกรเพื่อขออนุญาตจัดทำหุ่ขึ้นมาอีกครั้ง โดยทำหุ่ขนาดเล็กกว่าแบบของพ่อครูแกรมาก และมีเจตนาเพื่ออนุรักษ์สืบสานด้วยความรักและเชิดชูเป็นสำคัญ ไม่ได้มีเจตนาเพื่อนำหุ่นละครเล็กไปในทางเสื่อมเสียเพื่อประกอบอาชีพเลี้ยงตัว หรือว่าเพื่อชื่อเสียง เกียรติยศ พร้อมทั้งนี้ก็ได้ฝึกหัดลูกทั้ง 9 คน และหลานทั้ง 14 คน เพื่อร่วมเล่นและเปิดการแสดงขึ้นเป็นครั้งแรกในงานเที่ยวเมืองไทยในปี พ.ศ. 2528 ภายใต้ชื่อคณะว่า “หุ่นละครเล็กคณะสาครนาฏศิลป์ ละครเล็กหลานครูแกร” ทำให้หุ่นละครเล็กได้เริ่มกลับมามีชีวิตขึ้นอีกครั้งหลังจากสูญหายไปกว่า 50 ปี

คณะหุ่นละครเล็กของครุสาครได้ตระเวนแสดงตามสถาบันการศึกษา และงานเกี่ยวกับวัฒนธรรมต่างๆ ของชาติ รวมทั้งการแสดงเผยแพร่ศิลปะ

ของไทยในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ด้วยความปรารถนาที่บรรจงในการสร้างหุ่นละครเล็ก ประกอบกับความอ่อนช้อยสวยงาม ในการรำร่าทำให้มีผู้ติดตามขอว่าจ้างให้ครูสาครผลิตหุ่นละครเล็กให้ แต่ด้วยความยึดมั่นในเจตน์จำนงในการสร้างหุ่นเพื่อการอนุรักษ์ มิใช่เพื่อเป็นการสร้างรายได้ตามที่ได้ให้คำมั่นไว้กับพ่อครูแกร ทำให้ครูสาครยึดเพียงการทำหัวโขนส่งขายเพื่อเป็นรายได้หลักให้แก่ครอบครัว

เรื่องราวที่ครูสาครนำมาใช้ในการแสดงมักจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับชาตกหรือรามเกียรติ์ หุ่นเกือบทั้งหมดที่มีอยู่จึงเป็นตัวละครในเรื่องดังกล่าว ทั้งพระนารายณ์ พระราม สุครีพ ชูชก เป็นต้น ซึ่งหุ่นใหม่ๆ จะก่อกำเนิดขึ้นมาสร้างสีสันให้กับโรงละครในทุกๆ ครั้งที่คณะละครของครูสาครเปิดการแสดงครั้งใหม่ แม้หุ่นแต่ละตัวจะใช้เวลาเพียงไม่ถึง 10 วันในการสร้างขึ้น แต่ครูสาครก็ได้ให้ชีวิตจิตใจทั้งหมดมุ่งมั่นในการประดิษฐ์หุ่นในทุกๆ ครั้ง ซึ่งผลจากความมุ่งมั่นในการรักษาศิลปะแขนงนี้ให้คงอยู่กับสังคมไทย ทำให้ครูสาครได้รับรางวัลศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง หุ่นละครเล็ก ในปี พ.ศ. 2539

## ง. ต้นกำเนิดโจหลุยส์เรียดเตอร์

ด้วยปณิธานของครูสาครที่ตั้งใจจะอนุรักษ์สืบสานศิลปะการแสดงหุ่นละครเล็กไว้ไม่ให้คงเหลือแต่เพียงศิลปะที่ไร้ชีวิต นายพิสุตร ยังเขียวสด บุตรชายลำดับที่ 5 ของครูสาครจึงได้สืบทอดเจตนารมณ์ของบิดา ด้วยการเริ่มต้นการก่อตั้ง “โรงละครโจหลุยส์เรียดเตอร์” เพื่อจัดแสดงหุ่นละครเล็กขึ้นเป็นแห่งแรกที่บริเวณบ้านเช่าในจังหวัดนนทบุรีเมื่อปี พ.ศ. 2542 โดยนายพิสุตรเป็นผู้ดูแลกิจการ ในขณะที่นายสุรินทร์ บุตรชายลำดับที่ 7 รับหน้าที่เป็นผู้ควบคุมด้านการแสดงทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องบท ทำรำ

ตลอดจนการฝึกซ้อม และมีลูกๆ หลานๆ ตระกูลยังเชี่ยวชาญของครูสาคร ที่เกิดและเติบโตขึ้นท่ามกลางศิลปะการแสดงโขน ละคร ลิเก และการเซ็ดหุ่นเป็นผู้แสดงนั่นเอง

แต่แล้วเหตุการณ์ไม่คาดคิดก็เกิดขึ้นเมื่อเกิดไฟไหม้บ้านพักของครูสาครในเขตจังหวัดนนทบุรี ทำให้หุ่นละครเล็กกว่า 50 ตัว ที่ครูสาครปลูกปั้นขึ้นมาและเก็บรักษาไว้ในบ้านได้ถูกไฟไหม้ไปจนหมดสิ้น เหลือเพียงหุ่นยายเงือก หรือที่ครูสาครเรียกว่า “แม่ย่า” เพียงตัวเดียวที่ครูสาครสามารถวิ่งขึ้นไปช่วยชีวิตมาได้จากกองเพลิง

ถึงแม้จะเสียใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่ด้วยความมุ่งมั่นและความรักที่มีในหุ่นละครเล็ก ครูสาครและครอบครัวจึงได้ลุกขึ้นมาทำหุ่นขึ้นใหม่ โดยอาศัยเงินทั้งหมดที่ได้รับบริจาคมา แต่เนื่องจากเงินบริจาคมีจำนวนไม่มากนัก ทำให้จำเป็นต้องเลือกสร้างหุ่นที่เป็นตัวละครหลักที่มีบทบาทมากในการแสดง โดยเฉพาะตัวละครจากเรื่องรามเกียรติ์ ซึ่งเป็นท้องเรื่องที่คณะโจหลุยส์ใช้ทำการแสดงเป็นหลักขึ้นมาก่อน โดยในช่วงปีแรกของการฟื้นฟู คณะหุ่นละครเล็กของโจหลุยส์มีหุ่นอยู่เพียงแค่ 14 ตัว จากปกติที่คณะการแสดงควรมี 50-60 ตัวเป็นอย่างน้อย

### จ. กำเนิดนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (โจหลุยส์เธียเตอร์)

โรงละครโจหลุยส์เธียเตอร์ได้ย้ายมาตั้งอยู่ที่สวนลุมไนท์บาซาร์ในเวลาต่อมา และได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จมาเป็นประธานในพิธีเปิดโรงละครโจหลุยส์เธียเตอร์อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2545 โดยสถานะของโรงละครโจหลุยส์เธียเตอร์ในขณะนั้นเป็นลักษณะของหุ่นส่วนข้อตกลงพิเศษกับบริษัทผู้ดูแลพื้นที่เช่าบริเวณสวนลุมไนท์บาซาร์



อย่างไรก็ตาม เมื่อทางบริษัท ได้เปลี่ยนคณะกรรมการบริหารใหม่ ทำให้โรงละครโฆลลุสเซียเตอร์จำต้องเปลี่ยนสถานะจากหุ้นส่วนพิเศษกลายเป็นผู้เช่า ทำให้โรงละครโฆลลุสเซียเตอร์ประสบปัญหาด้านการเงินอย่างหนัก เนื่องจากต้องหารายได้เพื่อจ่ายค่าเช่าเดือนหนึ่งเป็นมูลค่าถึงล้านกว่าบาท ซึ่งทำให้โรงละครเกือบจะต้องปิดกิจการไป

จนเมื่อวันหนึ่งคณะโฆลลุสเซียเตอร์ได้เล่นถวายหน้าพระพักตร์สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ที่สถาบันปรีดี พนมยงค์ และเห็นว่าพระองค์ท่านแสดงความสนพระทัย และได้ทรงลงจับหุ้นเชิดดู จึงได้ทำหนังสือกราบทูลเชิญมาทอดพระเนตรการแสดงฉบับเต็มที่โรงละครโฆลลุสเซียเตอร์ ซึ่งหลังจากที่การแสดงเสร็จสิ้นลงได้ทรงมีปฏิสนธิ์กับชาวคณะโฆลลุสเซียเตอร์ และเมื่อท่านทรงทราบปัญหาที่โรงละครกำลังเผชิญจึงทรงยื่นพระหัตถ์เข้ามาช่วยเหลือ ทำให้โรงละครโฆลลุสเซียเตอร์ได้รับความช่วยเหลือจากทั้งหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนประชาชนชาวไทยทั่วไป ด้วยพระบารมีของพระองค์ท่านในครั้งนั้น ทำให้หุ้นละครเล็กพ้นวิกฤต และได้กลับมามีชีวิตอีกครั้งหนึ่ง

สืบเนื่องจากพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ในครั้งนั้น ยังสืบเนื่องไปสู่การโปรดเกล้าฯ พระราชทานชื่อ “นาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก” ให้กับโรงละครโฆลลุสเซียเตอร์ เพื่อให้เหมาะสมกับการแสดงซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของไทย เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2547 อีกด้วย อย่างไรก็ตามใครก็ตามส่วนใหญ่ยังคงรู้จักและมีความเคยชินในนาม “โฆลลุสเซียเตอร์” เหมือนเช่นเดิม

เพื่อที่จะให้ศิลปะการแสดงหุ่นละครเล็กได้เผยแพร่สู่สังคมและได้รับการอนุรักษ์อย่างต่อเนื่องเป็นมรดกของชาติสืบต่อไป สำนักงาน

คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ และโรงละครนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก จึงได้มีการจัดตั้ง “มูลนิธินาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก” เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550 และได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ทรงรับเป็นองค์อุปถัมภ์ เพื่อให้มูลนิธิได้ดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ในการอนุรักษ์หุ่นละครเล็กสืบต่อไป

แม้ครุสาครจะได้เสียชีวิตไปแล้ว เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2550 ลูกๆ หลานๆ ตระกูล “ยังเขี้ยวสด” ยังคงยึดมั่นในเจตนารมณ์ในการรักษาศิลปะหุ่นละครเล็กสืบต่อไป โดยในปัจจุบันได้สานต่อความสำเร็จด้วยการเปิดโครงการนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (โจหลุยส์เธียเตอร์) แห่งที่สองที่พัทยา ซีดี วอลล์ พัทยาใต้ เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2552 โดยการแสดงจะมีรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งรูปแบบของการอนุรักษ์นาฏศิลป์ไทยแบบโบราณ และนาฏลีลาที่จินตนาการย้อนยุคสมัย ผสมผสานเครื่องแต่งกายที่งดงาม รวมถึงศิลปะการเชิดหุ่นละครเล็กที่คงเอกลักษณ์ความเป็นไทยของนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก หากแต่การแสดงแต่ละชุดจะแตกต่างจากนาฏยศาลา หุ่นละครเล็กที่สวนลุมไนท์บาซาร์

#### ฉ. ความสำเร็จของนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (โจหลุยส์เธียเตอร์)

คณะหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายผ่านสื่อมวลชน ทั้งยังได้รับเชิญจากสถาบันการศึกษาต่างๆ ตลอดจนจนได้เป็นตัวแทนประเทศไทยไปเผยแพร่ศิลปะการแสดงหุ่นละครเล็กในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

ในปี พ.ศ. 2549 คณะหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ได้เข้าร่วมการประกวดหุ่นนานาชาติ ครั้งที่ 10 (World Festival of Puppet Art 2006) ณ กรุงปราก

สาธารณรัฐชเวต เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2549 ร่วมกับคณะแสดงหุ่นนานาชาติกว่า 40 ประเทศ โดยการสนับสนุนของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติและกระทรวงการต่างประเทศ ด้วยการแสดงชุดรามาวตาร ตำนานพระราหู และได้คว้ารางวัลชนะเลิศประเภทการแสดงทางวัฒนธรรมยอดเยี่ยม (The Best Traditional Performance) อีกด้วย

จากนั้นในปี พ.ศ. 2551 คณะหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ก็ได้เข้าร่วมการประกวดอีกครั้งในงานประกวดหุ่นนานาชาติครั้งที่ 12 (World Festival of Puppet Art 2008) ณ กรุงปรากเช่นเดิม โดยในการประกวดครั้งนี้มีผู้เข้ารอบสุดท้ายถึง 25 คณะ หุ่นจาก 17 ประเทศ ในงานนี้นอกจากคณะหุ่นละครเล็กโจหลุยส์จะได้รับเกียรติให้เปิดแสดงรอบพิเศษเพื่อเชิญชวนผู้สนใจเข้าร่วมพิธีเปิดงานเทศกาลดังกล่าวด้วยการแสดงชุดกำเนิดพระคเณศแล้ว ยังได้เข้ารอบสุดท้ายในการพิจารณารางวัลสำคัญ และได้คว้ารางวัลการแสดงยอดเยี่ยม (The Best performance) มาครอง

นอกจากนี้ คณะหุ่นละครเล็กโจหลุยส์ยังได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดีเด่นจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2547 และ พ.ศ. 2549 ถึง 3 สมัย รวมทั้งรางวัลอื่นๆ อีกมากมาย

## ข. ความเป็นมาของสวนลุมไนท์บาซาร์

“สวนลุมไนท์บาซาร์” ได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการในวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2544 เพื่อเป็นตลาดกลางคืนแห่งแรกที่ใหญ่ที่สุดของกรุงเทพมหานคร บนพื้นที่ทั้งหมด 120 ไร่ ซึ่งเคยเป็นที่ตั้งของโรงเรียนเตรียมทหารที่ได้ถูกทิ้งร้างไม่ได้ใช้ประโยชน์ ได้กลายมาเป็นศูนย์รวมร้านค้ามากกว่า 3,700 ร้าน เปิดทำการทุกวันตั้งแต่เที่ยงวันถึงเที่ยงคืน

จุดเด่นของสวนลุมไนท์บาซาร์ คือ การเป็นศูนย์รวมของร้านค้าที่มากด้วยไอเดีย มีความคิดสร้างสรรค์ มีเอกลักษณ์ในงานออกแบบจากผู้ประกอบการรุ่นใหม่ นอกจากนี้ยังเป็นมิติใหม่ของการจับจ่ายใช้สอย เนื่องจากเป็นตลาดช่วงบ่ายๆ เย็นๆ ที่อากาศไม่ร้อนจัด สามารถรองรับเหล่านักช้อปปิ้งชาวไทยหลังเวลาเลิกงาน หรือนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังจากได้เที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ช่วงกลางวัน

นอกจากจะเป็นศูนย์รวมร้านค้าจำนวนมากแล้ว ในสวนลุมไนท์บาซาร์ ยังมีลานกิจกรรม ร้านอาหาร BEC Tero Hall สำหรับจัดแสดงคอนเสิร์ต และการแสดงต่างๆ สำนักงานใหญ่ของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ตลอดจนเป็นที่ตั้งของนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก หรือโຈหลຸຍສ໌ເຮີຍເຕອ໌ເດີມ สามารถเดินทางได้โดยง่าย เนื่องจากมีลานจอดรถรองรับได้ถึง 3,500 คัน และมีท่าเลอยู่ติดกับรถไฟฟ้าใต้ดิน สถานีลุมพินี

เพื่อความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอยของผู้ซื้อจึงมีการแบ่งกลุ่มร้านค้าในบริเวณสวนลุมไนท์บาซาร์ออกเป็นโซนๆ ได้แก่ โซนสุขุขัย ซอย 1-6 และโซนอยุธยา ซอย 1-5 จำหน่ายเสื้อผ้า เครื่องประดับทั้งแบบร่วมสมัยและแบบพื้นเมือง โซนอยุธยา ซอย 6-10 จำหน่ายสินค้าศิลปะ หัตถกรรม โซนลพบุรี ซอย 1-10 จำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด และโซนรัตนโกสินทร์ ซอย 1-7 จำหน่ายของขวัญ ของชำร่วยเป็นหลัก (รูปที่ 10)

สวนลุมไนท์บาซาร์เปลี่ยนแปลงไปมากจากยุคเริ่มแรก เนื่องจากสัญญาเช่าระหว่างผู้บริหารพื้นที่เช่าและเจ้าของพื้นที่เช่าได้หมดลงไปตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 หากแต่ผู้บริหารพื้นที่เช่ายังไม่ยอมย้ายออกจากพื้นที่ ทำให้ในปัจจุบันปัญหาดังกล่าวยังคงเป็นข้อพิพาทในชั้นศาล การมีปัญหาในเรื่องพื้นที่เช่าทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากย้ายออกจากพื้นที่ ร้านค้า

เริ่มมีความเปลี่ยนแปลงไป การแบ่งโซนไม่ชัดเจนตามอย่างแผนผังที่เคยวางไว้ โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา โซนลพบุรีที่เคยเป็นกลุ่มผู้ค้าเฟอร์นิเจอร์เป็นหลักกลับกลายเป็นพื้นที่สำหรับงานสร้างสรรค์ประเภทเสื้อผ้าเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ซูททักก็เริ่มปิดร้างมากขึ้น และโซนอยุธยาจะเป็นสินค้าศิลปะหัตถกรรมเป็นส่วนใหญ่ ระยะเวลาทำการได้ลดลงเหลือเพียงประมาณ 6 โมงเย็นถึง 5 ทุ่ม อย่างไรก็ตาม คาดว่าเมื่อข้อพิพาทในเรื่องพื้นที่เช่าสิ้นสุดลง ร้านค้าต่างๆ ก็จะต้องปิดตัวลง ถือเป็น การปิดฉากของสวนลุมไนท์บาซาร์อย่างแน่นอน



ที่มา: ดัดแปลงจาก <http://travel.sanook.com/>

รูปที่ 10 แผนที่ตั้งสวนลุมไนท์บาซาร์และมหาวิทยาลัย หุ่นละครเล็ก

#### 4.2.2. พื้นฐานความรู้และเทคโนโลยี

หุ่นละครเล็ก เป็นศิลปะการแสดงที่ผสมผสานศิลปะหลายแขนงไว้ด้วยกัน ทั้งงานหัตถศิลป์ในการสร้างองค์ประกอบของหุ่น งานประณีตศิลป์ในการสร้างเครื่องแต่งกาย งานนาฏศิลป์ในลีลาการเชิด งานคีตศิลป์ในงานดนตรีประกอบ งานมัณฑนศิลป์เพื่อใช้ในการจัดฉาก ตลอดจนงานวรรณศิลป์ในการนำเสนอเรื่องราว ซึ่งจากยุคแรกที่ครูแกรได้คิดประดิษฐ์หุ่นประเภทนี้ขึ้นจนถึงปัจจุบัน หุ่นละครเล็กได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปมากในทุกๆ ศาสตร์งานศิลปะที่เกี่ยวข้อง โดยการพัฒนาดังกล่าวได้ยึดมั่นในคำสอนของครูสาครที่เคยกล่าวไว้ว่า “อะไรแปลกๆ มา เราก็ไม่ห้ามไม่หวง แต่อย่าลืมศิลปะที่ปู่ย่าตายายให้มา” ทำให้โจหลุยส์เรียดอร์นั้นมีแนวคิดทั้งในการอนุรักษ์และพัฒนาไปพร้อมๆ กัน

พื้นฐานความรู้ส่วนใหญ่ของนาฏยศालาเป็นความรู้ดั้งเดิมที่เกี่ยวข้องกับวิธีการสร้างหุ่น ทั้งในเรื่องโครงสร้าง กลไก และศิลปะในการตกแต่งหุ่น รวมทั้งพื้นฐานความรู้ในด้านนาฏศิลป์ การรำ โขน ละคร ดนตรีไทย และงานช่างทั้ง 10 หมู่ และมีการผสมผสานความรู้ใหม่จากแหล่งอื่น เช่น การบริหารจัดการโรงละคร การพัฒนาเทคนิคต่างๆ ที่ใช้ในการแสดง ทั้งในเรื่องแสง สี เสียง การนำเสนอ

#### 4.2.3. อุปสงค์ของนักท่องเที่ยว

ในยุคก่อนการจัดตั้งโรงละครโจหลุยส์เรียดอร์นั้นผู้สนใจสามารถชมหุ่นละครเล็กได้ตามงานมหรสพหรืองานจ้างต่างๆ อย่างไรก็ตาม ความต้องการของผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ชมคนไทยเริ่มรู้สึกว่างานศิลปะประเภทนี้มีความอืดอาด เชื่องช้า เข้าใจยาก ในขณะที่ชาวต่างชาติกลับให้ความสนใจในวัฒนธรรมที่แตกต่าง โดยเฉพาะใน

วัฒนธรรมตะวันออก ทำให้ช่วงเวลาหลังการจัดตั้งโรงละครโจหลุยส์ เรียดเตอร์นั้นผู้ชมที่เป็นเป้าหมายหลักกลับกลายเป็นชาวต่างชาติ มีการประชาสัมพันธ์จัดการท่องเที่ยวแบบแพคเกจเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยเฉพาะ โดยผู้ชมคนไทยก็ยังสามารถชมการเซตหุ่นละครเล็กได้ตามงานต่างๆ ที่คณะโจหลุยส์ไปร่วมแสดง

อย่างไรก็ดี โรงละครโจหลุยส์เรียดเตอร์ยอมรับว่ามีการบริหารจัดการที่ผิดพลาด ในการมองภาพกิจกรรมหุ่นละครว่าจะเป็นจุดขายที่เรียกความสนใจจากชาวต่างประเทศ เมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจและสถานการณ์โลกที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ทำให้บัตรการแสดงที่ขายไปล่วงหน้าผ่านตัวแทนทัวร์ต่างๆ ถูกยกเลิกไปเช่นกัน เมื่อทำการศึกษาด้านการตลาดอย่างจริงจัง ทำให้แทนที่จะมุ่งเน้นในลูกค้าต่างชาติอย่างเดียวก็มองกลับไปยังกลุ่มลูกค้าคนไทยโดยเฉพาะบรรดานักเรียน นิสิตนักศึกษา ซึ่งกลับกลายเป็นลูกค้ากลุ่มที่สำคัญในปัจจุบัน

ในปัจจุบันนาฏยศาลามีผู้ชมเป็นนักเรียน นักศึกษาประมาณ 8,000 คนต่อสัปดาห์ จากการเปิดการแสดงรอบนักเรียนวันละ 2 รอบ ในช่วงเปิดภาคการศึกษา มีอัตราการเหมารอบการแสดงอยู่ที่ประมาณ 30,000 บาทต่อรอบ ส่วนในรอบค่าที่เปิดให้ประชาชนทั่วไปนั้นมีลูกค้าคนไทยมากกว่าชาวต่างชาติ และมีผู้ชมที่จองบัตรผ่านตัวแทนจำหน่ายประมาณร้อยละ 10 ที่เหลือเป็นผู้ชมแบบ walk-in มาซื้อบัตรโดยตรงที่โรงละครราคาบัตร คนไทย 400 บาท คนต่างชาติ 900 บาท และได้เริ่มมีการใช้ระบบสมาชิกอุปถัมภ์ในการจำหน่ายบัตรการแสดงตั้งแต่ช่วงต้นปี พ.ศ. 2553 ที่ผ่านมา

สำหรับภาพรวมของสวนลุมไนท์บาซาร์นั้น ในช่วงแรกของการให้บริการ ผู้ที่มาเที่ยวชมและเลือกซื้อสินค้าในบริเวณสวนลุมไนท์บาซาร์มีทั้ง

คนทำงานและผู้อยู่อาศัยย่านใจกลางเมือง ผู้มาออกกำลังกายในสวนลุมพินี รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยมีสัดส่วนกลุ่มลูกค้าต่างชาติประมาณร้อยละ 70 ซึ่งมีทั้งที่มาพร้อมกับคณะทัวร์และที่เหลือเป็นคนไทย ทั้งนี้จำนวนลูกค้าได้ลดลงเป็นอย่างมากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ดี เมื่อรูปแบบของร้านค้าในสวนลุมไนท์บาซาร์เปลี่ยนไปพบว่า ลูกค้าคนไทยส่วนมากจะกระจุกตัวอยู่ในโซนลพบุรีที่มีสินค้าดีไซน์และมีเอกลักษณ์เป็นส่วนใหญ่ โดยจะเป็นคนวัยเริ่มทำงาน อายุไม่มากนัก ช่วงเวลาที่ขายดีจะเป็นช่วงวันจันทร์ถึงศุกร์ เวลาหลังเลิกงาน รองลงมาเป็นช่วงวันเสาร์ ส่วนวันอาทิตย์นั้นไม่ค่อยมีลูกค้ามาก ในขณะเดียวกัน ลูกค้าต่างชาติจะแวะเวียนไปในโซนอยุธยาที่ขายสินค้าพื้นเมือง และสินค้าที่เป็นของที่ระลึกจากเมืองไทยเป็นส่วนใหญ่ จึงเป็นที่น่าสังเกตว่า แม้ผู้เข้าชมการแสดงของโรงละครโจหลุยส์และผู้ใช้บริการสวนลุมไนท์บาซาร์ จะมีส่วนที่คล้ายคลึงกัน แต่กลับไม่พบความเชื่อมโยงกันอย่างเด่นชัด

#### 4.2.4. ผู้มีบทบาทในระบบนวัตกรรมและความเชื่อมโยงระหว่างกัน ก. ครอบครัวยังชีพวิสด

ผู้มีบทบาทสำคัญที่สุดในระบบนวัตกรรมของการแสดงหุ่นละครเล็กคือครอบครัวของโจหลุยส์ หรือสมาชิกตระกูลยังชีพวิสด ซึ่งเป็นผู้สืบทอดความรู้ในการประดิษฐ์หุ่นละครเล็ก อีกทั้งยังเป็นผู้สืบสานการแสดงหุ่นละครเล็กตั้งแต่โบราณถึงปัจจุบัน โดยครอบครัวยังชีพวิสดทั้งในรุ่นลูกและหลานของครูสาครทุกคนยังคงมีความเชี่ยวชาญในพื้นฐานศิลปะการรำโจนและละคร ได้รับการฝึกฝนมาตั้งแต่ในวัยเยาว์จนมีความชำนาญ เมื่อมีความชำนาญและมีวุฒิเพียงพอ แล้วจึงฝึกหัดการเชิดหุ่น ซึ่งผู้จะเชิดหุ่นเพื่อการแสดงได้นั้นจะต้องฝึกซ้อมโขนมากกว่า 3 ปี และฝึกซ้อมเชิดหุ่นร่วม



กับผู้อื่นอีก 1 ปี เพื่อให้ สามารถถ่ายทอดการเคลื่อนไหวของหุ่นได้อย่างมีชีวิต

นอกจากสมาชิกตระกูลยังเขี้ยวสดจะมีพื้นฐานนาฏศิลป์ โขน ละคร และศาสตร์พื้นฐานที่เหมือนกันแล้ว ยังมีความชำนาญในเรื่องของงานช่าง 10 หมู่ ที่มีความสำคัญในการประดิษฐ์ตัวหุ่น โดยสมาชิกแต่ละคนนั้นมีความชำนาญเฉพาะด้านในงานช่างที่แตกต่างกัน เช่น พี่ชายและพี่สาวของคุณพิสุตรมีความสามารถในด้านดนตรีไทย น้องชายคนหนึ่งมีความสามารถในการอบรมการแสดง น้องชายอีกคนหนึ่งมีความรู้ในด้านงานปั้น ส่วนน้องสาวอีกคนมีความสามารถในเรื่องเครื่องแต่งกายสำหรับ โขนและละคร ทั้งยังได้รับการถ่ายทอดวิชาในการผลิตหัวโขนที่ถูกต้องสามารถทำผ้าที่ทอดด้วยทองแท้ ทำเครื่องประดับโบราณได้ เมื่อมารวมตัวกันทำให้ช่วยพัฒนาการแสดงของโจหลุยส์เรียวเตอร์ได้เป็นอย่างดี

## ข. พนักงานของนาฏยศาลา และเครือข่ายเพื่อนฝูงในวงนาฏศิลป์ และดนตรีไทย

ผู้ที่คลุกคลีกับนาฏศิลป์และดนตรีไทยนั้นมีเอกลักษณ์สำคัญอย่างหนึ่งคือการอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเป็นก้อนในลักษณะของคลัสเตอร์ ซึ่งคอยให้ความช่วยเหลือกันและกันอยู่เป็นประจำ สำหรับนาฏยศาลา ก็เช่นกัน เนื่องจากสมาชิกของครอบครัวยังเขี้ยวสดทุกคนอยู่ในแวดวงนาฏศิลป์และดนตรีไทย จึงมีมิตรในแวดวงจำนวนมากที่คอยให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ

ในปัจจุบัน นาฏยศาลา มีพนักงานประมาณ 270 คน โดยพนักงานในนาฏยศาลา สามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบ ผลิต หรือ จัดหาของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับการแสดงหุ่นละครเล็กมาวางขายใน

ร้านขายของที่ระลึกของนาฏยศาลาย เพื่อเป็นรายได้เสริม ในขณะที่มวมมิตรในหลายสายงานได้ช่วยเหลือในเรื่องงานเทคนิคบางอย่าง เช่น งานออกแบบ งานเขียนบทละคร งานทำไฟที่ใช้ในการแสดง ตลอดจนให้การสนับสนุนในการแสดงในเรื่องต่างๆ เช่น เรื่องดนตรีไทย ทั้งนี้ ยังมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเพื่อนศิลปินชาวต่างชาติและศิลปินไทย และเครือข่ายศิลปินอย่างภัทราวลัยเซียเตอร์ ตลอดจนเครือข่าย UNIMA (Union Internationale de la Marionnette หรือ The Worldwide Puppetry Organisation) ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่ให้การสนับสนุนสมาชิกในการทำหุ่น

#### ค. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับราชสำนัก

หน่วยงานอีกส่วนที่มีความสำคัญต่อศิลปะการแสดงหุ่นละครเล็กนี้ได้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับราชสำนัก โดยเฉพาะที่สัมพันธ์กับสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ซึ่งเป็นองค์อุปถัมภ์มูลนิธินาฏยศาลาย และเป็นองค์ค้ำจุนหุ่นละครเล็กให้ผ่านวิกฤตการณ์ต่างๆ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา นอกจากนี้ สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนาฯ ยังได้ทรงชี้แนะการปรับปรุง การแสดง ภายหลังที่พระองค์ได้ทอดพระเนตรการแสดงในทุกๆ ครั้งด้วย นอกจากนี้จะมีสำนักพระราชวังที่ให้การสนับสนุนในด้านเงินทุนแล้วนั้น สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ก็ได้ให้ความช่วยเหลือในเรื่องสถานที่ด้วย

การจัดตั้งมูลนิธินาฏยศาลายังเป็นทางออกที่สำคัญในการจัดหาสถานที่การแสดง หากนาฏยศาลาย จำเป็นต้องย้ายสถานที่ออกจากสวนลุมไนท์บาซาร์จริงก็มีความเป็นไปได้สูงที่ให้มูลนิธินาฏยศาลายจะเป็นตัวแทนขอใช้สถานที่ที่อยู่ในความดูแลของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ หรือพื้นที่ของการรถไฟแห่งประเทศไทยเพื่อให้

นาฏยศาลาฯ สามารถขอเช่าพื้นที่ต่อจากมูลนิธิฯ เพื่อใช้ในการสร้างโรงละครอีกทอดหนึ่ง

### ง. หน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ

ความสัมพันธ์ระหว่างนาฏยศาลาฯ กับหน่วยงานภาครัฐนั้นมีจำกัด ทั้งความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรม และสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ โดยทั้ง 3 หน่วยงานนี้สนับสนุนให้มีการเผยแพร่การแสดงหุ่นละครเล็กในต่างประเทศ แต่ด้วยงบประมาณสนับสนุนที่มีจำกัดทำให้สามารถช่วยเหลือได้แค่เพียงค่าเบี้ยเลี้ยงจำนวนน้อย รวมทั้งยังมีข้อจำกัดในการช่วยเหลือหน่วยงานเอกชน

ส่วนความสัมพันธ์กับกรมศิลปากรนั้นมีไม่มากนัก เนื่องจากกรมศิลปากรมีกรอบ และจุดยืนการทำงานในแบบอนุรักษ์และมีความยึดหยุ่นต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบน้อย ไม่มีแนวทางของการพัฒนายอมรับสิ่งใหม่ๆ

### จ. หน่วยงานเอกชน

ความสัมพันธ์กับหน่วยงานเอกชนส่วนมากอยู่ในรูปของการเป็นผู้ให้การสนับสนุน (สปอนเซอร์) ซึ่งโดยมากอยู่ในรูปของการแลกเปลี่ยนสินค้า (ระบบ Barter) เช่น บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ที่ให้การสนับสนุนในเรื่องเครื่องดื่มเพื่อใช้จำหน่ายในนาฏยศาลาเทอเรสต์ บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด ให้การสนับสนุนในเรื่องบัตรการแสดง WeBooking โดยบริษัท ทรูมันนี่ จำกัด ดูแลในเรื่องช่องทาง การจองบัตรออนไลน์ และยังมีผู้ให้การสนับสนุนอื่นๆ อีก เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด

(มหาชน) บริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) บริษัท เจเอสแอล โทปอล มีเดีย จำกัด สวนลุมไนท์บาซาร์ และบริษัท แคนนอน มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากที่ได้เปิดเผยว่าผู้สนับสนุนหลักเป็นประจำของนาฏยศาลาฯ แท้ที่จริงแล้วก็คือ สื่อมวลชน

### จ. ตัวแทนการท่องเที่ยวและจำหน่ายบัตร

นาฏยศาลาฯ มีความสัมพันธ์กับบริษัททัวร์ทุกแห่ง มีการทำแพ็คเกจจิ้งรองรับทั้งชุดบัตรเข้าชมการแสดงเพียงอย่างเดียว ชุดบัตรเข้าชมพร้อมอาหาร หรือชุดอาหารเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันมีผู้ชมการแสดงที่ผ่านตัวแทนจำหน่ายน้อยลงคิดเป็นเพียงร้อยละ 10 ของผู้ชมทั้งหมด นอกจากนี้ นาฏยศาลาฯ ยังได้เพิ่มช่องทางใหม่ในการจำหน่ายบัตรผ่านความร่วมมือกับ we-booking.com อีกด้วย

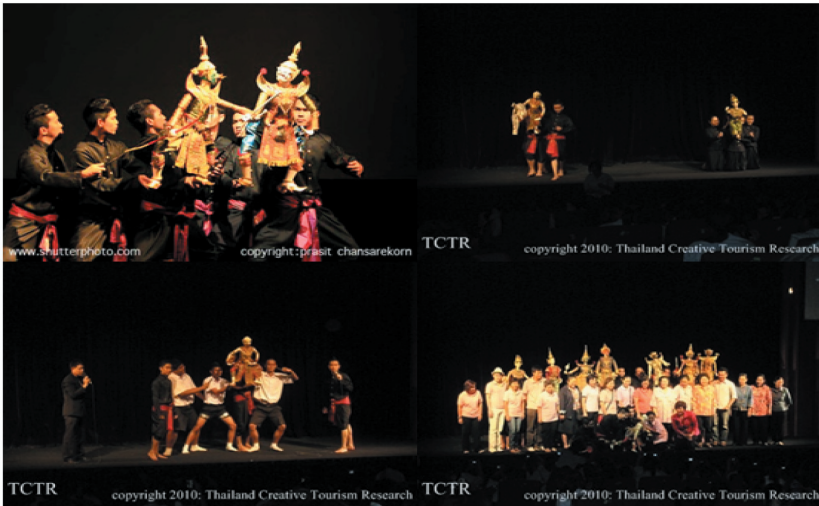
### ข. หน่วยงานการศึกษา

หน่วยงานการศึกษามีความสัมพันธ์กับนาฏยศาลาฯ ใน 3 ด้าน คือ ในฐานะที่เป็นผู้ชม เป็นผู้ร่วมพัฒนา และเป็นผู้ศึกษา

ในฐานะที่เป็นผู้ชม นาฏยศาลาฯ มีความร่วมมือกับหน่วยงานการศึกษาในด้านการเผยแพร่วัฒนธรรมการแสดงหุ่นละครเล็กให้กับนักเรียน นิสิต นักศึกษาเป็นสำคัญ โดยจะมีการแสดงรอบนักเรียนวันละ 2 รอบ ในช่วงที่โรงเรียนเปิดภาคการศึกษา แต่ละสัปดาห์มีนักเรียนเดินทางมาชมการแสดงเป็นหมู่คณะรวมแล้วประมาณ 8,000 คน หลายโรงเรียนพานักเรียนมาชมการแสดงมากกว่า 1 ครั้ง ด้วยจุดประสงค์ที่แตกต่างออกไป โดยสถาบันการศึกษาที่จะพานักเรียนมาเยี่ยมชม

การแสดงนั้นสามารถเลือกได้ว่าต้องการชมการแสดงชุดใดตามรายการที่  
นาฏยศาลาย มีให้เลือก

ในวันที่คณะวิจัยได้ขออนุญาตคุณพิสูตรเข้าไปเยี่ยมชมการแสดง  
รอบนักเรียนนั้นพบว่า คณะครูและนักเรียนโรงเรียนหนึ่งได้แวะเวียนมา  
ชมการแสดงของนาฏยศาลาย ทุกๆ ปี โดยเน้นให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา  
ตอนปลายที่กำลังเรียนวรรณกรรมไทยที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับการแสดง  
ของนาฏยศาลาย ทำให้นักเรียนมีโอกาสได้เรียนรู้จากการสัมผัสโดยตรง  
และสามารถเชื่อมโยงและเข้าใจในวรรณกรรมนั้นๆ ได้ดีขึ้น



รูปที่ 11 การแสดงในรอบนักเรียน และการทดลองเซตหุ่นละครเล็กด้วยตัวเอง

การจัดนิทรรศการและการแสดงวิถีทัศน์แนะนำประวัติหุ่นละครเล็ก ตัวละครสำคัญ และเรื่องย่อของเนื้อเรื่องก่อนการแสดงนั้น ช่วยให้นักเรียน มีความเข้าใจในการแสดงมากขึ้น รวมทั้งการมีกิจกรรมหลังการแสดง จบลง ทั้งการถาม-ตอบคำถาม หรือการให้ตัวแทนนักเรียนได้มีโอกาสสัมผัส และทดลองการเชิดหุ่นจริง ๆ ก็ช่วยให้นักเรียนเข้าใจในศิลปะประเภทนี้ ได้ดีขึ้นเช่นกัน

ในฐานะที่เป็นผู้ศึกษานั้น หน่วยงานการศึกษาที่เกี่ยวข้องได้ส่งนักเรียน นักศึกษามาศึกษาดูงาน เรียนรู้และฝึกหัดทักษะต่างๆ จากนาฏยศาลาฯ และยังได้รับความร่วมมือจากนาฏยศาลาฯ ในการบรรยาย เรื่องหุ่นละครเล็ก ให้กับผู้ที่สนใจตามโอกาสตามสถาบันการศึกษาต่างๆ

ในส่วนของความร่วมมือในการพัฒนาการแสดงนั้นมีเพียงความสัมพันธ์กับมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ในการคิดค้นเทคโนโลยีในการผลิต หุ่นโดยใช้กลไกของหุ่นยนต์เท่านั้น

โรงละครนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก ยังเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่สำคัญ โดยได้ริเริ่มจัดทำโครงการ “สืบสานศิลปะไทย ร่วมใจอนุรักษ์หุ่นละครเล็ก” เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เพื่อให้เยาวชนไทยได้รู้และเข้าใจ ในศิลปวัฒนธรรมไทยอย่างลึกซึ้ง ทั้งในแง่มุมมองของความงดงามตามแบบ นาฏศิลป์ไทย การพัฒนาสู่การเชิดหุ่นซึ่งต้องใช้ทั้งความสามารถและความสามัคคีจึงทำให้การเชิดหุ่นนั้นเคลื่อนไหวประดุจมีชีวิต อีกทั้งในแง่มุมมองของการเรียนรู้เชิงภาษาและวรรณคดีของไทยที่สามารถเรียนรู้ได้อย่างไม่รู้เบื่อ ถ่ายทอดผ่านการแสดงหุ่นละครเล็ก สร้างรากฐานความมั่นคงในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของไทยให้กับเยาวชน ผู้เปรียบเสมือนกำลัง สำคัญของชาติในอนาคต

### ช. ผู้ประกอบการอื่น ๆ ในบริเวณสวนลุมไนท์บาซาร์

ความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในบริเวณสวนลุมไนท์บาซาร์ อยู่ในรูปแบบของการเอื้อเฟื้อต่อกันในเชิงประชาสัมพันธ์ โดยในช่วงแรก หน่วยงานฯ ได้ให้ผู้ประกอบการอื่น ๆ มีโอกาสได้เข้าชมการแสดง โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดีกับการแสดงหุ่นละครเล็ก และหวังให้ผู้ประกอบการช่วยประชาสัมพันธ์หน่วยงานฯ ต่อลูกค้าที่แวะเวียนมาจับจ่ายใช้สอยในบริเวณสวนลุมไนท์บาซาร์ด้วย

#### 4.2.5. ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานฯ และผู้มีบทบาทต่าง ๆ ในบริเวณสวนลุมไนท์บาซาร์

ผู้ที่มีบทบาทหลักในระบบนวัตกรรมของสวนลุมไนท์บาซาร์ คือ ผู้ประกอบการรายย่อยหรือเจ้าของร้านค้า ซึ่งมีทั้งผู้ที่เป็นผู้ออกแบบสินค้าเพื่อจำหน่ายด้วยตนเอง และผู้ที่รับสินค้ามาจำหน่าย ซึ่งมีจำนวนมากกว่า 3,000 ราย รวมถึงมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงและร้านค้าผลิตภัณฑ์ดอยตุง เป็นต้น

ผู้ประกอบการรายย่อยที่จำหน่ายสินค้าต่างๆ ในสวนลุมไนท์บาซาร์ นี้มีการสร้างสรรค์สินค้าหลายประเภท เช่น

- สินค้าตกแต่งบ้าน ทั้งงานศิลปะ เซรามิก งานไม้ สำหรับใช้ทั้งภายนอกและภายในอาคาร ภาพวาด ภาพถ่าย งานผ้า โคมไฟ และของประดับตกแต่งต่างๆ
- เสื้อผ้า เช่น เสื้อยืด เสื้อเชิ้ตพิมพ์ลายที่ออกแบบเฉพาะ
- เครื่องประดับ เช่น งานต่างหู สร้อยคอ กำไล ทำจากหิน เงิน และอื่นๆ
- สินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองของไทย เช่น งานหัตถกรรมชาวเขา ผ้าปักลายไทย

- สินค้าอื่นๆ เช่น รูป สบู่สมุนไพร เครื่องเขียน สมุดบันทึก กรอบรูป

สำหรับ “ร้านแม่ฟ้าหลวง” ของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงนั้น จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโครงการพัฒนาตอยตุง อาทิ ผ้าทอมือ เครื่องใช้เซรามิก กระจาดสา ขนมหขบเคี้ยวจากถั่วแม็คคาเดเมีย กาแฟตอยตุง ซึ่งเป็นการเชื่อมต่อกาผลผลิตของผู้ประกอบการภูมิภาคสู่ผู้ซื้อในเมืองทั้งชาวไทยและต่างชาติ

ผู้ประกอบการค้าขายในสวนลุมไนท์บาซาร์ที่มีร้านอยู่ในบริเวณเดียวกัน หรือว่ามีสินค้าประเภทเดียวกันรู้จักกันและมีความเป็นกันเอง คอยช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องต่างๆ แต่ไม่ค่อยมีความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่นๆ แม้แต่กับนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (โจหลุยส์เธียเตอร์) เนื่องจากลูกค้าที่มาซื้อของและลูกค้าที่มาชมการแสดงไม่ได้เป็นลูกค้ากลุ่มเดียวกัน

#### 4.2.6. บริบทเชิงสถาบัน

##### ก. ค่านิยมและวัฒนธรรมของนาฏยศาลาฯ

หากสรุปโดยย่อแล้ว นาฏยศาลาฯ มีค่านิยมและวัฒนธรรมดังนี้

- มีพนักงานประมาณ 270 คน ทำงานกันอย่างคนในครอบครัว
- มีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นกับคนในวงการนาฏศิลป์ โขน ละคร และดนตรีไทย
- มีอุดมการณ์ในการรักษาหุ่นละครเล็กให้คงอยู่ในประเทศไทย
- ยึดมั่นในแนวคิดเชิงอนุรักษ์ศิลป์และศาสตร์เก่าๆ ที่มีมา ประกอบกับพัฒนาหุ่นละครเล็กในด้านต่างๆ ให้เหมาะกับยุคสมัย



- มีความยืดหยุ่นในการปรับตัว เปิดและยอมรับในความเปลี่ยนแปลงพร้อมจะทำงานร่วมกับใครก็ได้
- มีความสามารถสูงในเรื่องงานช่าง 10 หมู่ ศิลปะในเรื่องการนาฏศิลป์และดนตรี

## ข. กฎหมาย/กฎระเบียบ/มาตรฐาน

การแสดงของนาฏยศาสตร์ มีมาตรฐานการแสดงสูง เคยได้รับรางวัลในระดับนานาชาติถึง 2 ครั้ง ได้แก่ การแสดงชุดรามาวตาร ตำนานพระราหู ได้รับรางวัลชนะเลิศประเภทการแสดงทางวัฒนธรรมยอดเยี่ยม (The Best Traditional Performance) จากงานประกวดหุ่นนานาชาติ ครั้งที่ 10 (World Festival of Puppet Art 2006) ในปี พ.ศ. 2549 และการแสดงชุดกำเนิดพระคเณศ ได้รับรางวัลการแสดงยอดเยี่ยม (The Best Performance) จากงานประกวดหุ่นนานาชาติครั้งที่ 12 ในปี พ.ศ. 2551

ในด้านมาตรฐานโรงละครอยู่ในระดับปานกลาง มีการปรับปรุงตลอดมาแต่ยังมีข้อจำกัดเรื่องห้องน้ำ ยังมีโครงการยกระดับมาตรฐาน และสร้างโรงละครใหม่ขึ้นด้วย

นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของค่าเช่าพื้นที่ซึ่งขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์ของบริษัทที่บริหารพื้นที่เช่า เคยมีการเปลี่ยนแปลงสัญญาเช่าเมื่อมีการเปลี่ยนคณะกรรมการผู้บริหารของบริษัทที่บริหารพื้นที่เช่า ทำให้ข้อตกลงค่าเช่าสถานที่เปลี่ยนไป (สำหรับผู้ประกอบการร้านค้าส่วนมากเช่าพื้นที่ต่อจากนายทุนที่เช่าจากบริษัท บางกอกมาร์เก็ต จำกัด)

## ค. ข้อจำกัดอื่นๆ

ร้านค้าในสวนลุมไนท์บาซาร์นั้นได้รับการควบคุมในเรื่องความสะอาดเรียบร้อย แต่ละร้านมีการออกแบบตกแต่งอย่างสวยงาม โปร่งโล่งสบาย ราคาสินค้าไม่แพงลิบลิ่ว ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถต่อรองราคากันได้เหมือนเช่นตลาดอื่นๆ ทั่วไป ผู้เช่าพื้นที่เพื่อขายสินค้ามีข้อจำกัดในสัญญาเช่าห้ามขายสินค้าจำพวกอาหาร เนื่องจากเป็นสินค้าในกลุ่มที่โครงการสวนลุมไนท์บาซาร์เป็นผู้ดูแลเอง

กฎเกณฑ์อย่างหนึ่งที่ได้สังเกตเห็นในกรณีของสวนลุมไนท์บาซาร์คือ การเป็นพื้นที่เช่าที่มีอายุสัญญาจำกัด ซึ่งสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์เจ้าของพื้นที่ ผ่านบริษัท วังสินทรัพย์ จำกัด บริษัทบริหารจัดการอสังหาริมทรัพย์ของสำนักงานทรัพย์สินฯ ทำสัญญากับบริษัท พี.คอน.ดีเวลลอปเม้นท์ (ไทย) จำกัด ให้เป็นผู้พัฒนาพื้นที่เช่า เมื่ออายุสัญญาครบกำหนดและสิ้นสุดลงแล้วตั้งแต่ปลายเดือนมีนาคม 2549 พบว่ายังมีผู้ค้ารายย่อยที่ไม่ทราบข้อเท็จจริงในเรื่องนี้และยังคงต้องชำระค่าเช่าพื้นที่กับบริษัท บางกอกมาร์เก็ต จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือบริษัท พี.คอน.ดีเวลลอปเม้นท์ (ไทย) จำกัด ทำให้สำนักงานทรัพย์สินฯ ได้ช่วยผ่อนผันระยะเวลาส่งมอบพื้นที่เพิ่มขึ้นอีก 1 ปี กำหนดระยะเวลาสิ้นสุดในวันที่ 1 เมษายน 2550 เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ค้ารายย่อยให้มีเวลาหาพื้นที่ขายแห่งใหม่ อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ค้ารายย่อยจำนวนมากต้องเช่าพื้นที่ต่อจากนายทุนที่กว้านเช่าคูหาขายของจากบริษัท บางกอกมาร์เก็ต จำกัด ในการทำการค้าขายในบริเวณสวนลุมไนท์บาซาร์ และไม่ทราบว่ามีปัญหาในเรื่องสัมปทาน การบริหารพื้นที่จะสิ้นสุดอย่างไร

แผนงานในอนาคตสำหรับที่ดินผืนนี้คือการแบ่งพื้นที่สำหรับการพัฒนาออกเป็น 3 ส่วน โดยส่วนแรกได้จัดสรรให้บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด

(มหาชน) (CPN) เพื่อพัฒนาโครงการ ครอบคลุมพื้นที่ 40 ไร่ ส่วนที่สอง จัดเตรียมไว้เฉพาะเพื่อเป็น “พื้นที่สถานทูต” (Embassy Row) และ ส่วนสุดท้ายสงวนไว้เพื่อการพัฒนาโครงการในอนาคตอันใกล้นี้ โดย โครงการจะผสมผสานการใช้ประโยชน์อันประกอบด้วย อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า โรงแรม และที่พักอาศัยระดับสูง ในขณะเดียวกัน บริษัท พี.คอน. ดีเวลลอปเม้นท์ ก็ได้มีโครงการพัฒนา “สวนลุมไนท์บาซาร์ รัชดาภิเษก” ในบริเวณถนนรัชดาภิเษก โดยเริ่มเปิดให้ผู้ประกอบการ จับจองร้านค้าแล้วตั้งแต่วันที่ 21 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมา มีการให้สัดส่วน ร้านค้าในโครงการสวนลุมไนท์บาซาร์เต็มถึงร้อยละ 80-90 ของร้านค้าทั้งหมด จึงเป็นที่คาดการณ์ว่าเมื่อปัญหากรณีสัญญาเช่าพื้นที่สวนลุมไนท์บาซาร์ ในปัจจุบันจบลง สวนลุมไนท์บาซาร์ในปัจจุบันก็ต้องปิดตัวลงด้วย ซึ่งส่งผล ในการย้ายสถานที่ตั้งใหม่ของโรงละครโจหลุยส์เรียเตอร์ เช่นกัน

#### 4.2.7 นวัตกรรมที่เกิดขึ้น

จากการรวบรวมข้อมูลหัตถิภุมิ ประกอบกับข้อมูลปฐมภุมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์คุณพิศุตต ยิงเขียวสด ผู้บริหารนาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (โจหลุยส์เรียเตอร์) ทำให้พบว่า ศิลปะการแสดงหุ่นละครเล็ก ได้มีการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงมาตลอดศตวรรษที่ผ่านมา

ในยุคแรกหรือยุคครุแกร ซึ่งเป็นต้นกำเนิดหุ่นละครเล็กนั้น ได้มีการ ค้นคิดประดิษฐ์หุ่นละครเล็กขึ้นจากการเลียนแบบหุ่นหลวงทั้งรูปร่างหน้าตา และขนาด แต่ดัดแปลงกลไกจากหุ่นที่ต้องบังคับด้วยเชือกหลายสิบเส้น ซึ่งมีความสลับซับซ้อนมากเกินไป ให้กลายเป็นหุ่นที่เหมาะสมกับสเกล ชาวบ้าน โดยนำความรู้ตระกูลช่างที่มีในการสร้างหุ่นหลวง หุ่นเล็ก และ หุ่นกระบอกมาผสมผสานกันจนเกิดเป็นหุ่นละครเล็กชุดแรก มักใช้เรื่องราว

จักรๆ วงศ์ๆ เช่น พระอภัยมณี สังข์ทอง ลักษณะวงศ์ แก้วหน้าม้า โสนน้อยเรืองาม รวมถึงเรื่องรามเกียรติ์ แต่เรื่องที่นิยมใช้ในการแสดงมากที่สุดคือเรื่องพระอภัยมณี ในขณะที่เรื่องอื่นๆ นั้นมีเล่นบ้างเล็กน้อย และมักเป็นตอนสั้นๆ เช่น เรื่องสังข์ทอง เฉพาะตอนเจ้าเงาะกับนางรจนา

ต่อมาในยุคที่สองหรือยุคของครูสาคร ได้มีการปรับปรุงการสร้างหุ่นจากยุคแรกให้มีขนาดเล็กลง และปรับปรุงการบังคับให้สามารถขับเคลื่อนได้ด้วยเชือก 2 เส้นและรอกเพียง 1 ตัว ทำให้สามารถเคลื่อนไหวได้อย่างเป็นธรรมชาติ พร้อมกันนี้ยังได้มีการปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอ โดยยังมีการแสดงในลักษณะของ style folk คล้ายเดิมแต่ปรับเปลี่ยนทักษะในการเชิดจากการยืนเชิดหลังม่านธรรมดาได้นำเนื้อหารามเกียรติ์มาใส่เพิ่มเติมในเนื้อเรื่องและให้ผู้เชิดแสดงท่ารำตามแบบโขนในขณะที่เชิด ทำให้หุ่นมีชีวิตชีวาขึ้นมา ต่อมาได้ปรับเปลี่ยนจากการยืนเชิดหลังม่าน เป็นการเชิดหน้าม่าน กลายเป็นศิลปะหุ่นละครเล็กแบบใหม่ขึ้น

เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนไป คณะหุ่นละครเล็กครูสาครพบว่า ความนิยมของผู้ชมเปลี่ยนไป การเชิดหุ่นละครเล็กไม่ได้รับความสนใจอย่างเดิม เนื่องจากการดำเนินเรื่องเชื่องช้า ไม่เหมาะกับยุคสมัย คนไทยไม่ค่อยเสพวัฒนธรรม ประกอบกับประสบการณ์ของคณะหุ่นละครเล็ก ที่ได้รับการออกงานแสดงตามที่ต่างๆ โดยเฉพาะในต่างประเทศซึ่งพบว่า ประเทศที่มีประสบการณ์ทางด้านการศึกษาช่างมากจะมีหุ่นที่ดูดี ทำให้เริ่มมีความคิดใหม่ในการจะเปลี่ยนจากการแสดงกลางแจ้งเพียงอย่างเดียวให้มีการสร้างโรงละครเล็ก ๆ ขึ้นในบ้าน พร้อมทั้งยังมีการเขียนเรื่องราวในการนำเสนอขึ้นใหม่ให้น่าสนใจมากขึ้น ซึ่งหลังจากการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ ได้ทดสอบการแสดงในงานเลี้ยงแห่งหนึ่งในภาคใต้และพบว่า ผู้คนให้การตอบรับที่ดี ในยุคที่โซเชียลมีเดียยังตั้งอยู่ที่จังหวัดนนทบุรีนั้น คุณพิสุทธิ์ได้เริ่มเพิ่มฐานผู้บริโภคที่เป็นชาวต่างชาติ โดยการสร้างความสัมพันธ์กับ

บริษัททัวร์ของเพื่อนชาวต่างชาติ จัดแพ็คเกจการแสดงให้กับนักท่องเที่ยว และเนื่องจากที่โรงละครเดิมตั้งอยู่ในซอยขนาดเล็ก ไม่สะดวกในการรองรับ รถบัสขนาดใหญ่ จึงได้มีการเตรียมสามล้อถีบซึ่งมีมากในจังหวัดนนทบุรีใน สมัยนั้นเพื่อรับส่งนักท่องเที่ยวมาที่โรงละคร พร้อมทั้งยังมีการจัดแต่งบ้าน และนำสินค้าท้องถิ่นตลอดจนสินค้าที่มีเอกลักษณ์แบบไทยมาวางจำหน่าย เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

หลังจากที่โรงละครได้ย้ายที่ทำการจากจังหวัดนนทบุรีมายังบริเวณ สวนลุมไนท์บาซาร์หรือในยุคปัจจุบันนี้ พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น อีกมากมายต่อการแสดงหุ่นละครเล็ก เริ่มจากการพัฒนาเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการโรงละคร เนื่องจากการย้ายสถานที่ตั้งมาอยู่ที่สวนลุมไนท์บาซาร์นั้น มีข้อสัญญาเบื้องต้นว่าจะมีการสร้างสถานที่ให้และบริษัทผู้ดูแลพื้นที่เช่าจะให้การช่วยเหลือในช่วง 6 เดือนแรก แต่เมื่อได้ย้ายสถานที่เข้ามาแล้ว บริษัทผู้ดูแลพื้นที่เช่า มีการเปลี่ยนคณะกรรมการบริหาร ทำให้ข้อสัญญาที่มีอยู่กับโจหลุยส์เรียดอร์เปลี่ยนไป เมื่อบริษัทไม่ได้ให้การสนับสนุนในเรื่องการเงินแล้ว ทำให้โจหลุยส์เรียดอร์เริ่มจะต้องดูแลตัวเอง มีการจัดทำระบบบัญชี การบริหารงาน มีการวางแผนการดำเนินงานมากขึ้น มีผู้สนับสนุน และอุปถัมภ์ทำให้สามารถตั้งไข่จนสามารถฟื้นฟูขึ้นมาได้

ในด้านการแสดง โจหลุยส์เรียดอร์นั้นก็ได้มีการพัฒนาการนำเสนอเนื้อหา มีการเปลี่ยนการสร้างงานแสดง (production) ทุกๆ ปี โดยยังคงอนุรักษ์ศิลปะการเชิดหุ่นละครเล็กแบบโบราณ คือการนำเสนอเรื่องราว ท่องเรื่องเกี่ยวกับการแสดงโขน รามเกียรติ์และอื่นๆ พร้อมทั้งยังพัฒนา ประยุกต์การแสดงโดยมีการสร้างหุ่นรุ่นใหม่ เช่น หุ่นของเอลวิส เพรสลีย์ (Elvis Presley) และไมเคิล แจ็คสัน (Michael Jackson) เป็นต้น

### ก. ตัวหุ่นละครเล็ก

หุ่นละครเล็กเป็นหุ่นที่มีวิวัฒนาการมาจากหุ่นประเภทอื่นๆ ซึ่งในเมืองไทยมีหุ่นอยู่ด้วยกันทั้งหมด 4 ประเภท ได้แก่

1) หุ่นหลวง หรือ หุ่นใหญ่ ที่พบเห็นมาตั้งแต่ประมาณสมัยรัชกาลที่ 1 มีความสูง 1 เมตร จากยอดชฎาสู่ปลายเท้า และมีแกนกลาง เพื่อสอดเชือกไว้ร้อยกับตัวหุ่นเพื่อขับเคลื่อนมือและเท้า ใช้คนเชิดหุ่น 1 คนต่อหุ่น 1 ตัว แต่เดิมใช้ในการแสดงในงานสมโภช งานศพ งานมงคลสมรส และพระราชพิธีบรมราชาภิเษกที่สำคัญๆ เท่านั้น แต่ในปัจจุบันไม่มีการแสดงแล้ว สามารถชมหุ่นได้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

2) หุ่นเล็ก หรือหุ่นวงหน้า เป็นหุ่นที่สร้างขึ้นโดยกรมวังบวรวิไชยชาญ ในสมัยรัชกาลที่ 5 มีความสูงประมาณ 1 ฟุต มี 2 แบบ คือ หุ่นไทย ที่อาศัยท้องเรื่องรามเกียรติ์เป็นหลัก ประกอบด้วย หุ่นพระ นาง ยักษ์ ลิง และหุ่นจีน มีเครื่องแต่งตัวคล้ายงิ้ว อาศัยท้องเรื่องสามก๊กในการดำเนินเรื่อง ใช้คนเชิด 1 คนต่อหุ่น 1 ตัว จัดแสดงอยู่เฉพาะในวงหน้า มีการออกไปแสดงตามงานอื่นๆ บ้างตามแต่พระราชประสงค์ ในปัจจุบันไม่มีการแสดงแล้ว สามารถชมหุ่นได้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

3) หุ่นกระบอก เป็นหุ่นที่สันนิษฐานว่ามาจากหุ่นจีนไหลลามีเพียงหัวกับมือ โครงสร้างมีแกนกลาง และไม่ใฝ่ผ่าซีกแยกจากกันแล้วเอาถุงคลุม ใช้คนเชิด 1 คนต่อหุ่น 1 ตัว ปัจจุบันยังสามารถหาดูได้ตามงานมหรสพต่างๆ

4) หุ่นละครเล็ก เป็นหุ่นที่สร้างขึ้นครั้งแรกโดยครูแกร ศัพทวณิช ในปี พ.ศ. 2444 และเป็นหุ่นที่ใช้ในการแสดงของโรงละครนาฏยศาลา ในปัจจุบัน มีลักษณะของการผสมผสานหุ่นหลวงและหุ่นเล็กเข้าด้วยกัน ตัวหุ่นสูงประมาณ 1 เมตร มีการดัดแปลงกลไกให้หุ่นเชิดงายขึ้น

ต่อมาสืบสานโดยครูสาคร ยังเขียวสด (ครูโจหุลยุส) และถึงแม้ในปัจจุบัน ครูสาครจะเสียชีวิตแล้ว ก็ยังมีการสืบสานโดยบุตร-ธิดาทั้ง 9 คน

หุ่นละครเล็กที่ครูโจหุลยุสสร้างขึ้นนั้นได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนในหลายด้านจากหุ่นละครเล็กในยุคครูแกร เพื่อให้หุ่นดูเหมือนมีชีวิต ทั้งโครงสร้างทางสรีระ ใบหน้า และกลไกที่ใช้บังคับส่วนหัว ลำตัว และแขนขาที่ทำให้หุ่นสามารถเคลื่อนไหวได้เหมือนจริงมากที่สุด ในส่วนของลำตัว ครูโจหุลยุสได้ใช้แท่งอลูมิเนียม ซ่อนเข้าไปข้างในเนื้อไม้ที่ใช้ทำหุ่น ทำให้ลำตัวกลายเป็นโครง สำหรับใช้มือจับแกนไม้ เพื่อบังคับคอหุ่น ซึ่งหุ่นบางตัวที่มีการแสดงอารมณ์มากๆ จะมีชิ้นไม้สี่เหลี่ยมเล็กๆ 2 ชิ้นอยู่ภายในบริเวณคอให้คนเชิดกดบังคับ ให้หุ่นสามารถยกคอได้เหมือนคนจริงๆ ส่วนหุ่นอื่นๆ เช่น ตัวพระ จะไม่มีส่วนชิ้นไม้นี้ จะทำได้เพียงเหยียดคอซ้ายขวาตามธรรมชาติ ในขณะที่ตัวตลกจะใช้ผ้ามุ้งแซมตรงคอให้มีความหยุ่นทำให้สามารถอ้าและหุบปากได้เหมือนธรรมชาติ นอกจากนี้ มือของหุ่นจะมีแกนไม้ต่อออกมาสำหรับเชิด โดยถ้าเป็นหุ่นตัวเอกจะมีสายใยโยงร้อยที่ข้อมือ ทำให้สามารถหักข้อมือและชี้นิ้วได้ ในขณะที่ตัวตลกจะมีเพียงมือแข็งๆ ขยับไม่ได้ อีกทั้งที่บริเวณเท้าหุ่นก็มีเดือยสำหรับจับเชิด

สำหรับตัวหุ่นนี้ได้มีการพัฒนาปรับปรุงมาอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งเน้นในการคิดค้นประดิษฐ์กลไกที่ทำให้หุ่นสามารถขยับเขยื้อนเคลื่อนไหวได้มากขึ้นและให้เหมือนธรรมชาติมากที่สุด โดยหนึ่งในความหวังอย่างหนึ่งของตระกูลยังเขียวสดคือการทำให้นิ้วทั้งห้าของหุ่นเคลื่อนไหวแยกจากกันได้ตัวอย่างอิสระเหมือนของคน นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือกันระหว่างนาฏยศาลา หุ่นละครเล็กกับห้องวิจัยวิทยาการควบคุมอัตโนมัติและระบบหุ่นยนต์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์ ในการพัฒนาหุ่นละครเล็กโดยใช้กลไกเดียวกับหุ่นยนต์ ซึ่งนวัตกรรมล่าสุดในการสร้าง

หุ่นนั้นจะมีให้เห็นในหุ่นครุสาคร หรือครุโหลยลุษี่ซึ่งมีขนาดเท่าตัวจริงของมนุษย์ และใช้ในการแสดงเรื่อง “คนสร้างหุ่น”

ในการพัฒนาหุ่นนั้นนอกจากจะให้ความสำคัญในเรื่องของกลไกการบังคับแล้วนั้น ยังได้ให้ความสำคัญในรายละเอียดต่างๆ ที่จะทำให้หุ่นดูมีชีวิตมากขึ้น เช่นในเรื่องของวัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง อย่างดวงตานั้นในสมัยยุคครุสาครใช้เศษแก้วจาก “ขวดน้ำมะเน็ด” ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนเป็นดวงตาที่ทำด้วยลูกแก้วแข็ง จนถึงการปรับใช้ดวงตาตุ๊กตาสำเร็จรูปในปัจจุบัน หรือในเรื่องของการเคลื่อนไหวของหัวโขน ในสมัยก่อนจะยึดติดกับลำตัวหุ่น ก็ได้มีการคิดค้นวิธีประดิษฐ์ให้สามารถถอดหัวโขนออกจากตัวหุ่นได้ เช่น หุ่นตัวนางผีเสื้อสมุทรซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าหุ่นทุกตัว เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการจัดสร้างหุ่นใหม่ๆ ขึ้นมาทุกครั้งที่เปิดการแสดงชุดใหม่ขึ้น และมีการเลือกใช้เสื้อผ้าอาภรณ์ที่เหมาะสมกับท้องเรื่องที่จัดแสดง อย่างในส่วนเสื้อผ้าหุ่นละครส่วนมากก็จะแต่งกายแบบโขนละคร เสื้อผ้าปักด้วยลูกปัด และดินเลื่อม มีความประณีตพอสมควร มีเครื่องประดับครบครันแบบโขนละครจริงๆ ส่วนก่าไลทำด้วยรักปั้นเป็นวงแล้วปิดทอง อย่างไรก็ดี คุณพิสุตรได้กล่าวว่าด้านสีสันทนของเสื้อผ้าหุ่นนั้นมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนกลับไปหาของเก่า เนื่องจากเสื้อผ้าที่เลียนแบบของเก่านั้นมีการใช้สีสันทันได้วิจิตรพิสดารมาก

หุ่นละครเล็กเป็นมหรสพที่อายุเก่าแก่กว่า 100 ปี เป็นองค์ความรู้ทั้งศาสตร์และศิลป์ชั้นสูง ไม่ว่าจะเป็นหัตถศิลป์ในการสร้างหุ่น และประดิษฐ์เครื่องแต่งกาย นาฏศิลป์ คีตศิลป์ และวรรณศิลป์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องสืบสานจากคนรุ่นเก่า และต้องใช้ทั้งชีวิตของคนรุ่นใหม่ในการเรียนรู้และพัฒนา แม้จะคลุกคลีกับหุ่นละครเล็กมาตั้งแต่เด็ก ทั้งคุณสุนรินทร์และคุณพิสุตร



ต่างก็ยอมรับว่าทุกวันนี้พวกเขายังเข้าไม่ถึงภูมิปัญญาที่หลักแหลมของ  
คนโบราณซึ่งซ่อนอยู่ในหุ่น โดยเชื่อว่าชั่วอายุของพวกเขาอาจไม่เห็น  
หุ่นละครเล็กที่มีความสวยงาม และกลไกสมบูรณ์แบบเหนือกว่าที่คนโบราณ  
สร้างไว้เป็นแน่ “ก่อนจะพุ่งไปข้างหน้า เราต้องย้อนกลับไปหางานโบราณ  
เพราะนั่น คือสุดยอดของหุ่น”



ที่มา: <http://www.thaipuppet.net>

รูปที่ 12 ภาพบรรยากาศนาฏยศาลา และพิพิธภัณฑ์หุ่นละครเล็ก

## ข. วิธีการเซตหุ่น

ในขณะที่หุ่นประเภทอื่นนั้นใช้คนเซต 1 คนต่อหุ่น 1 ตัว แต่หุ่นละครเล็กนั้นจะใช้ผู้เซตถึง 3 คนด้วยกัน โดยผู้เซตจะต้องแบ่งหน้าที่และจะต้องร่วมงานกันอย่างดีเยี่ยม โดยคนที่หนึ่งจะเป็นตัวหลักในการเซต จะเป็นคนยืนด้านซ้ายของหุ่น ทำหน้าที่คุมแกนหุ่นบังคับทิศทางส่วนศีรษะ และบังคับแขนซ้าย คนที่สอง ยืนตรงกลาง มีหน้าที่บังคับเท้าทั้ง 2 และคนที่สาม จะยืนขวาสุดเพื่อบังคับแขนขวา รวมมีจุดบังคับทั้งหมด 5 จุด สำหรับหุ่นบางตัวซึ่งไม่ได้มีบทบาทมากนักก็อาจจะใช้คนเซตเพียง 1 หรือ 2 คนต่อหุ่น 1 ตัวก็เป็นได้

การเซตหุ่นหน้ามามีขึ้นในการแสดงหุ่นละครเล็กยุคครูสาคร ซึ่งมี การปรับเปลี่ยนวิธีการเซตหุ่นจากยุคครูแกรโดยให้ผู้เซตออกท่าทางร้ายรำแบบโชนไปพร้อมๆ ตัวหุ่น มิใช่แต่เพียงยืนเซตเฉยๆ อย่างที่เคยปฏิบัติกันมา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ทำให้หุ่นละครเล็กกลายเป็นหุ่นที่สามารถเคลื่อนไหวได้ ต้องอาศัยคนเซตที่มีความชำนาญมาก มีความสามารถพื้นฐานในการเล่นโชนและละครเป็นหลัก เนื่องจากคนเซตทำอะไร หุ่นก็จะออกมาในลักษณะเช่นนั้น ซึ่งหลักการในการเซตที่สำคัญคือการทำที่ผู้เซตจะต้อง “ผสมศิลป์และจิตใจ มือบังคับเส้นด้าย และถ่ายทอดความมีชีวิต”

นอกจากนี้ เนื่องจากในระยะหลังได้มีการสร้างหุ่นสมัยใหม่ ขึ้นมาในการแสดง เช่น หุ่นบียองเซ่ และไมเคิล แจ็คสัน ทำให้ผู้เซตซึ่งเป็นนักแสดงในรุ่นหลานของครูสาครต้องหัดเต้นในท่าลูบเป้า ท่ามูนอวอร์ด และท่าด้านแรงโน้มถ่วงโลกให้เป็นเพื่อทำให้หุ่นมีการเคลื่อนไหวอย่างเป็นธรรมชาติที่สุดอีกด้วย

### ค. บทละครที่ใช้ในการแสดง

การแสดงหุ่นละครเล็กแต่เดิม (สมัยยุคครุฑแกร) อาศัยท้องเรื่องรามเกียรติ์และพระอภัยมณีเป็นสำคัญ และมีการแสดงอื่นๆ จากท้องเรื่องประเภทจักรๆ วงศ์ๆ บ้างเป็นตอนสั้นๆ ต่อมาเมื่อครุฑสาครพลิกพื้นหุ่นละครเล็กขึ้นมาอีกครั้งก็ยังคงใช้เรื่องรามเกียรติ์ และพระอภัยมณีเป็นท้องเรื่องสำคัญเช่นเดิม โดยเฉพาะในช่วงแรกที่ยังมีจำนวนหุ่นที่จำกัดเช่นเดียวกันกับในยุคของโจหลุยส์เซี่ยเตอร์

บทละครที่เคยใช้ในการแสดงมาแล้ว ได้แก่ เรื่อง “รามเกียรติ์” ตอนยกรบ ตอนนางลอย ตอนศึกไมยราพ ตอนกำเนิดทศกัณฐ์ และตอนนางเบญจกายแปลงกาย เรื่อง “พระอภัยมณี” ตอนปราบนางผีเสื้อสมุทร และตอนกำเนิดสุดสาคร เรื่อง “กุมารวาทาร ดำน่านพระราหู” เรื่อง “กำเนิดพระคเณศ” เป็นต้น ซึ่งเนื้อเรื่องเหล่านี้มักหยิบยกมาจากวรรณคดีโบราณมีคำศัพท์ที่ยากผสมคำราชาศัพท์ที่ทำให้เข้าใจยากสำหรับคนที่ไม่มีพื้นฐานความรู้ในเรื่องวรรณคดีนั้นๆ

อย่างไรก็ดี ในยุคของโจหลุยส์เซี่ยเตอร์ได้มีการพัฒนาการแสดงที่ตัดแปลงจากบทประพันธ์ชื่อดังในปัจจุบันอย่างเช่นเรื่อง “โหมโรง” ซึ่งเป็นมิติใหม่ของการนำเสนอการแสดงที่ใช้หุ่นละครเล็กที่สวมใส่เสื้อผ้าแบบชาวบ้านธรรมดาทั่วไป ไม่มีการตกแต่งประดับประดาด้วยเพชรนิลจินดาอย่างเสื้อผ้าสำหรับการแสดงโขน อีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีการแสดงที่จัดทำขึ้นจากการเขียนบทละครขึ้นมาใหม่ ได้แก่เรื่อง “ครุฑยุคนาค” ที่หยิบยกเอาเหตุการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยมาเสนอ มีการจัดทำการแสดงพิเศษชุด “ครุฑเฉลิมพระเกียรติ” เพื่อร่วมแสดงในรายการคุณพระช่วย เนื่องในมหาวโรกาสที่

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมายุ ๘๐ พรรษา และยังมี การแสดงเรื่อง “คนสร้างหุ่น” ที่เล่าขานตำนานและประวัติความเป็นมาของ หุ่นละครเล็กและเป็นการแสดงชุดล่าสุดของนาฏยศาลา หุ่นละครเล็กอีกด้วย

## ง. การนำเสนอ แสง สี เสียง

หุ่นละครเล็กในยุคครูแกรนั้นเปิดการแสดงโดยใช้บทร้องตามบท ในวรรณคดี โดยครูแกรได้แต่งเติมเองบ้าง มีต้นเสียง และลูกคู่ร้องรับ มีการบอกบทเช่นเดียวกับละครนอก ใช้เครื่องดนตรีวงปี่พาทย์ เครื่องห้า หรือเครื่องคู่ ไม่มีการใช้ซออยู่แบบหุ่นกระบอก เน้นการใช้เพลงสองชั้นและ ร่ายเป็นพื้น มีคนเชิดเป็นคนเจรจา ถ้าหากหุ่นมีคนเชิด หลายคนก็สามารถ ให้คนเชิดนั้นๆ ผลัดกันเจรจาได้

สำหรับหุ่นละครเล็กในยุคโจหลุยส์เธียเตอร์ปัจจุบันนั้นได้มีการ ปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอให้มีความดึงดูดมากขึ้น โดยการนำเทคนิคใหม่ๆ โดยเฉพาะเรื่องแสง สี เสียงเข้ามาประกอบการแสดง โดยคุณพิสุตรได้กล่าว ไว้ว่าสำหรับการแสดงที่อิงวรรณกรรมดั้งเดิมนั้น อยากจะยึดแนวทางเดิม ที่เคยมีมา เนื่องจากของโบราณได้มีการนำมาไว้ดีมากแล้ว เรื่องบทและ เนื้อร้องนั้นคืออยู่แล้ว อยากจะพัฒนาให้อยู่ในกรอบ และไม่ยากเปลี่ยนแปลง ไปมากจนไม่ใช่หุ่นละครเล็ก หากแต่จะเพิ่มแสงสีและเทคนิคต่าง ๆ เข้าไป ก็จะทำให้การแสดงมีครบมากขึ้น ตัวอย่างการแสดงในเรื่องกำเนิดสุตศสาร นั้น ก็ได้มีการนำเสนอในรูปแบบใหม่ที่เน้นการพากย์สดในทำนองที่รวดเร็ว มีการใช้ดนตรีแนวใหม่ที่ประพันธ์โดยบรูส แกสตัน และให้ผู้เชิดแต่งกาย ในชุดดำปกปิดหน้าตาเพื่อให้เกิดความโดดเด่นกับหุ่นละครเล็กทุกๆ ตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งหุ่นนางผีเสื้อสมุทรที่มีขนาดเท่าคนจริง

นอกจากนี้ยังได้มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยในการนำเสนอ เช่น การทำเทคนิคให้หุ่นสามารถแยกร่างจากกันได้อย่างแนบเนียน เช่น ในการแยกร่างหุ่นยักษ์ราหูขาดออกจากกันในเรื่องgurมาวตาร ตำนานพระราหู หรือการใช้แสดงเลเซอร์ยิงเพื่อทำให้เหมือนพระศิวะยิงศรตัดเศียรศิวบุตรและต่อเศียรเป็นช้างในการแสดงเรื่องกำเนิดพระคเณศ ทั้งยังมีการใช้ภาพคอมพิวเตอร์กราฟฟิกเป็นฉากหลังเพื่อเพิ่มความสมจริงในการแสดง และการใช้แรงลมและไฟในการสร้างเอฟเฟ็กต์ เป็นต้น

ทั้งนี้ยังได้มีการพัฒนาระบบการอัดเสียงให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ถูกต้องสละสลวย มีการใช้วีดีโอโปรเจคเตอร์ในการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการแสดงบางตอนบริเวณด้านข้างทั้งสองข้างของเวที เช่น การฉายภาพแนะนำเรื่องหุ่นประเภทต่างๆ การแนะนำตัวละครที่ใช้ในการแสดง หรือแม้แต่ในขณะที่กำลังแสดงและต้องการให้ผู้ชมเห็นรายละเอียดของหุ่นมากขึ้น เช่น ในการแสดงเรื่องโหมโรงที่มีการฉายภาพการเดี่ยวระนาดของตัวเอกของเรื่อง ทำให้ผู้ชมได้เห็นมือของหุ่นตีระนาดด้วยท่วงท่าที่สมจริงมากที่สุด เป็นต้น



ที่มา: <http://www.thaipuppet.net>

รูปที่ 13 การแสดงของนาฏยศาลาฯ

## จ. เวทีการแสดงและสถานที่

การแสดงหุ่นละครเล็กในยุคครูแกรนั้นยึดการแสดงตามงานมหรสพต่างๆ เป็นสำคัญ ในขณะที่ครูสาครก็มีการแสดงตามงานมหรสพต่างๆ และตามสถานที่ที่ได้รับความนิยมไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งรูปแบบในการนำเสนองานนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการจัดตั้งโรงละครโจหลุยส์เรียวเตอร์ขึ้นในบริเวณลานหน้าบ้านของครูสาครในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งในขณะนั้นมีเวทีขนาดกว้างเพียงแค่ 2 เมตร มีที่นั่งสำหรับคนดูเพียง 30 คน และมีการสร้างบรรยากาศให้เข้ากับบรรยากาศชานเมืองโดยการบริการรถสามล้อถีบจากจังหวัดนนทบุรีไปรับแขกชาวต่างชาติจากหน้าปากซอย

มายังโรงละคร ทั้งยังมีการวางขายสินค้าที่มีเอกลักษณ์สอดคล้องกับการแสดงอีกด้วย

การย้ายสถานที่โรงละครจากจังหวัดนนทบุรีมายังสวนลุมไนท์บาซาร์ นั้นนับเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของหุ่นละครเล็กโจหลุยส์เรียวเตอร์ เนื่องจากการพัฒนาโรงละครให้มีขนาดใหญ่ขึ้น มีเนื้อที่ประมาณไร่ครึ่ง ต่อมาได้มีการพัฒนาด้านหน้าของโรงละครเป็นร้านอาหาร “นาฏยศาลา เทอเรส” มีดนตรีบรรเลงพร้อมเสิร์ฟอาหารไว้อรรับนักท่องเที่ยว มีคนเซ็ดหุ่นด้านหน้าทางเข้าเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เมื่อเข้าไปด้านในของอาคาร ก่อนที่จะเข้าไปในโรงละครทางด้านขวา จะมีนิทรรศการเกี่ยวกับหุ่นละครเล็กและวิวัฒนาการของหุ่นไทยตลอดจนการจัดแสดงหัวโขนพร้อมคำบรรยายให้ผู้ชมได้ทำความรู้จักกับตัวละครต่างๆ ได้ในบริเวณเดียวกัน ยังมีร้านค้าขายของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยให้เลือกมากมาย มีการสาธิตการทำหุ่นและหัวโขน ทั้งยังมีบริการถ่ายรูปนักท่องเที่ยวกับหุ่นก่อนการแสดงเริ่ม ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถซื้อรูปที่ใส่กรอบอย่างดีไว้เป็นที่ระลึกได้ ในส่วนของเวทีด้านในสามารถจะบรรจุผู้ชมได้กว่า 300 ที่นั่ง มีการจัดวางฉาก และอุปกรณ์อันเป็นองค์ประกอบในการนำเสนอหุ่นละครเล็กได้อย่างดี นอกจากนี้ ทางนาฏยศาลาฯ ก็ได้มีการปรับปรุงรูปแบบภายในและมาตรฐานโรงละครอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีโครงการที่จะปรับปรุงโรงละครในอนาคต ซึ่งคาดว่าจะใช้งบประมาณ 200-300 ล้านบาท ซึ่งยังอยู่ในระหว่างการทำแผนหาเงินทุนอยู่อีกด้วย



ที่มา: <http://www.thaipuppet.net>

รูปที่ 14 เวทีการแสดงของนาฏยศาลาฯ

อย่างไรก็ดี โครงการปรับปรุงโรงละครนี้ยังขึ้นอยู่กับอนาคตของนาฏยศาลาฯ ว่าจะต้องย้ายไปอยู่ที่ใดหลังจากสัญญาเช่าในบริเวณสวนลุมไนท์บาซาร์หมดลง ซึ่งสถานที่ตั้งในอนาคตของนาฏยศาลาฯ นั้นอาจจะเป็นที่สวนลุมไนท์บาซาร์ที่เดิม หรือย้ายไปบริเวณโรงพิมพ์คุรุสภาเก๋าริมแม่น้ำเจ้าพระยา ในเขตเกาะรัตนโกสินทร์ หรือสถานที่อื่นๆ เช่น บริเวณถนนรัชดาภิเษกใกล้ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทยซึ่งยังไม่ทราบแน่ชัด

ในปัจจุบันนาฏยศาลาฯ ได้ขยายกิจการและมีการสร้างโรงละครขึ้นเป็นแห่งที่ 2 ในเขตพญาไทได้ เมื่อปี พ.ศ. 2552 ในขณะที่โครงการโรงละครแห่งใหม่ที่ภูเก็ตซึ่งวางแผนไว้เป็นอย่างดีกลับต้องล้มเลิกไปเมื่อเกิดเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิขึ้นในปี พ.ศ. 2547



## จ. การบริหารจัดการ

ศิลปินและการบริหารจัดการมักไม่ซ้ำของที่อยู่คู่กัน ในกรณีของ โจเอลุยส์เรียดเตอร์ก็เช่นกัน เมื่อครูสาครผู้พลิกชีวิตหุ่นละครเล็กขึ้นมาอีกครั้งยอมรับว่าตนเองเป็นศิลปินที่ไม่มีความรู้ในเรื่องของการบริหารเท่าไร ไม่ทราบว่าการเปลี่ยนการแสดงจากการทำการแสดงแบบครอบครัวเข้าสู่การบริหารงานแบบโรงละครจะต้องหาเงินทุน ต้องกู้ยืมเงินเพื่อให้โรงละครอยู่รอด หากแต่ท่านมีความตั้งใจอยากให้หุ่นละครเล็กอยู่คู่เมืองไทยตลอดไป ไม่ใช่เหลือแค่เพียงหุ่นที่ถูกเก็บไว้ในตู้จัดแสดงเมื่อมีการจัดตั้งโรงละครโจหลุยส์เรียดเตอร์ขึ้น จึงทำให้คุณพิสุตรและคณะต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีในการบริหารโรงละครตลอดมา เพื่อให้ฝ่าฟันปัญหาที่เกิดขึ้นได้

จุดเปลี่ยนอีกจุดที่สำคัญของโรงละครโจหลุยส์สืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสัญญาอุปถัมภ์ของบริษัทบางกอกมาร์เก็ตเพลส จำกัด ผู้ดูแลพื้นที่เช่าในบริเวณสวนลุมไนท์บาซาร์ทำให้โรงละครโจหลุยส์ต้องรับภาระในการจ่ายค่าเช่าพื้นที่ถึงเดือนละกว่า 3 แสนบาท ตั้งแต่เดือนแรกที่ย้ายเข้าไปและไม่ได้รับการอุปถัมภ์ในระยะเวลา 6 เดือนแรกตามสัญญาเดิม ด้วยเหตุนี้ทำให้โรงละครโจหลุยส์ต้องค้างค่าเช่านานเกือบครึ่งปี ทำให้ถูกตัดน้ำตัดไฟ ต้องใช้แสงเทียนทดแทน จนได้พระบารมีของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ซึ่งท่านทรงชื่นชอบการแสดงหุ่นละครเล็ก เมื่อท่านทราบข่าวว่าโรงละครโจหลุยส์ต้องเผชิญปัญหาทางการเงินอย่างหนัก ทำให้ท่านได้ทรงจดหมายถึงรัฐบาล และได้กระทรวงวัฒนธรรมเข้ามาช่วยไกลเกลี่ย ทำให้ยังคงมีโรงละครสำหรับหุ่นละครเล็กอยู่ถึงทุกวันนี้

การเป็นเอกชนที่ดำเนินการในเชิงอนุรักษ์ทำให้ไม่สามารถได้รับการอุดหนุนจากรัฐบาลอย่างเต็มที่นัก แตกต่างจากบางประเทศที่รัฐบาลให้ความสำคัญและสนับสนุนอย่างจริงจัง เช่น ประเทศเวียดนามที่ให้การสนับสนุนหุ่นกระบอกน้ำจนกลายเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของประเทศ สำหรับหุ่นละครเล็กของไทยนั้นเห็นได้ชัดว่า ขาดการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร การทำการประชาสัมพันธ์โดยใช้การสนับสนุนจากรัฐนั้น จำเป็นต้องลงทุนลงแรงอย่างสูง ซึ่งอาจจะไม่ใช่เส้นทางที่นาฏยศาลาย ทำได้ในขณะนี้ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในการดูแลตนเอง และหาวิธีการประชาสัมพันธ์ให้คนไทยได้รู้จักนาฏยศาลาย และการเล่นหุ่นละครเล็กมากขึ้น พร้อมๆ กับสร้างชื่อเสียงหุ่นละครเล็กให้เป็นที่รู้จักทั่วโลกผ่านการเข้าแข่งขันประกวดในงานหุ่นนานาชาติหลายครั้ง

การแสดงทุกรอบจะมีต้นทุนจำนวนหนึ่งเท่าๆ กันไม่ว่าจะมีผู้ชมกี่คน ก็ตามแต่หุ่นทุกๆ ตัวจะถูกเชิดอย่างเต็มที่ทุกๆ รอบ เป็นเหตุให้นาฏยศาลายต้องแบกรับกำไรขาดทุนสลับไปตามจำนวนคนดูแต่ละรอบ แม้ในทุกวันนี้มีคนดูเพิ่มขึ้น แต่รายรับที่ได้แค่ทำให้บริษัทพออยู่ได้เท่านั้น ในอดีตนั้นรายได้บางส่วนจะต้องนำไปใช้จ่ายภาระเก่าที่ค้างชำระ ทำให้ไม่มีทุนสำหรับการพัฒนาการแสดงชุดใหม่ๆ ในขณะที่ต้นทุนการสร้างละครชุดใหม่ทั้งค่าทำหุ่น ค่าทำฉาก ค่าอัดเสียง และอื่นๆ นั้นต้องใช้เงินก้อนราว 4-5 ล้านบาท ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เอกชน และรัฐวิสาหกิจเพียงจำกัด ทำให้ต้องลดต้นทุนการสร้างด้วยการยืดระยะเวลาสำหรับการแสดงให้นานขึ้นจากที่จะปรับเปลี่ยนทุกๆ 6 เดือน ก็ต้องยืดระยะเวลาไปเป็นทุกๆ 1 ปี และเพิ่มราคาบัตรเข้าชมขึ้น นอกจากนี้ นักแสดงยังต้องเดินสายรับงานนอก เพื่อหารายได้อีกทาง

จุดบอดของการดำเนินกิจการคือขาดการสื่อสารกับสังคมและกลุ่มผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง การรับรู้ส่วนใหญ่ขึ้นชมในเจตนาภรณ์ที่สืบสานศิลปะการแสดงที่มีเอกลักษณ์ไทยไว้ให้คนรุ่นหลัง แต่ไม่เกิดพฤติกรรมการเข้าชม โจทย์สำคัญที่ทางนาฏยศาลาฯ จะต้องเผชิญคือการจะอย่างไรให้อยู่ได้ เมื่อธุรกิจทางศิลปวัฒนธรรมนั้นไม่ได้สร้างรายได้มากมายนัก และทำอะไรให้สามารถดึงกลุ่มคนที่มีความสนใจให้กลายมาเป็นผู้ชมในโรงละคร ดังนั้นในช่วงเวลาที่ผ่านมาจึงได้มีการสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรต่างๆ เพื่อสร้างการตลาดและเสริมสร้างภาพลักษณ์ใหม่ โดยปัจจุบันไม่ได้ใช้ระบบเอเยนต์ทัวร์อย่างสมัยก่อน มีแผนในการสร้างมาตรฐานราคาบัตรเข้าชมเป็นราคาเดียวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เริ่มมีการรุกในการสร้างการตลาดมิใช่ตั้งรับเพียงอย่างเดียว มีการจำหน่ายบัตรผ่านช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น มีการโฆษณาบนสายการบิน เพื่อหวังดึงลูกค้าโดยตรง และการจัดกิจกรรมสัญจรในแต่ละภูมิภาค

ในปัจจุบันนาฏยศาลาฯ มีรายได้หลักที่ใช้ในการบริหารงานมาจากการขายอาหารและของที่ระลึกในบริเวณโรงละคร โดยค่าขายบัตรเข้าชมนั้นเป็นรายได้เพียงส่วนน้อย โดยเฉพาะรายได้จากการจัดแสดงรอบนักเรียนตลอดช่วงเวลาเปิดภาคการศึกษานั้น คิดเป็นเพียงร้อยละ 10 ของรายได้ทั้งหมด เนื่องจากการจัดแสดงในรอบนักเรียนนั้นมีจุดมุ่งหมายหลักในการเปิดโอกาสให้เด็กรุ่นใหม่ได้สัมผัสกับหุ่นละครเล็กสมดังเจตนาภรณ์และอุดมการณ์ที่มีมาตั้งแต่สมัยครุสภาครเป็นสำคัญ นอกจากนี้ ยังมีรายได้จากการรับงานนอกคิดเป็นประมาณร้อยละ 20 ของรายได้ทั้งหมด ส่วนรายได้ที่ได้จากผู้สนับสนุนนาฏยศาลาฯ นั้น ครอบคลุมเพียงค่าใช้จ่ายพื้นฐานประจำเดือนเท่านั้น ในขณะที่รายได้ด้านอื่นๆ นั้นจะถูกใช้ไปในการสร้างการแสดงชุดใหม่ๆ ซึ่งมีต้นทุนประมาณ 1 ล้าน 5 แสนบาทต่อการแสดงใหม่ 1 ชุด

## 4.3 ตลาดน้ำอัมพวา

### 4.3.1. ความเป็นมา

บริเวณพื้นที่ตำบลอัมพวาเดิมเรียกว่าแขวงบางช้าง ไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัดว่าจัดตั้งขึ้นเมื่อใด บริเวณแขวงบางช้างนี้ถูกเรียกว่า “สวนนอก” มีลักษณะเป็นชุมชนเล็กๆ แต่มีความเจริญทั้งในการเกษตรกรรมและการพาณิชย์กรรม เพราะในสมัยพระเจ้าปราสาททอง แห่งกรุงศรีอยุธยา แขวงบางช้างมีตลาดแห่งหนึ่งเรียกว่า “ตลาดบางช้าง” มีนายตลาดบางช้างเป็นผู้เก็บภาษีอากรขนาดตลาด นายตลาดผู้นี้เป็นผู้หญิงชื่อน้อย มีบรรดาศักดิ์เป็นท้าวแก้วผลึก เป็นคนในตระกูลเศรษฐีในแขวงบางช้าง ซึ่งต่อมาเป็นต้นวงศ์ราชินิกุลบางช้าง ในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ในปี พ.ศ. 2481 ได้รวมท้องที่ตำบลอัมพวาและตำบลบางกะพ้อมเข้าด้วยกันเป็นตำบลอัมพวา

อัมพวามีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์เนื่องจากเป็นสถานที่พระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และพระบรมราชินีอีก 2 พระองค์แห่งมหาจักรีบรมราชวงศ์ คือ สมเด็จพระอมรินทราบรมราชินี (นาก) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 1 และสมเด็จพระศรีสุริเยนทราบรมราชินี (บุญรอด) พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 2 นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ที่พระมหากษัตริย์แห่งมหาจักรีบรมราชวงศ์อีกหลายพระองค์เสด็จประพาส โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เสด็จประพาสจังหวัดสมุทรสงครามถึง 4 ครั้ง คือ ใน พ.ศ. 2416 พ.ศ. 2439 พ.ศ. 2447 และ พ.ศ. 2452

สภาพของพื้นที่ตำบลอัมพวาเป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่าน มีลำคลองผ่านหลายสาย ได้แก่ คลองอัมพวา คลองวัดนางวัง คลองวัดบางกะพ้อม คลองบางจาก คลองดาวดึงษ์ คลองลัดดาโชติ ได้รับอิทธิพลจากน้ำทะเลหนุน น้ำไหลขึ้นลงตลอดปี คลองอัมพวาจึงเป็นพื้นที่ 3 น้ำ คือ มีน้ำจืดไหลเวียนสลับกับน้ำกร่อยและน้ำเค็ม พื้นที่ส่วนใหญ่ในบริเวณนั้นเป็นสวนผลไม้ ได้แก่ สวนลิ้นจี่ สวนส้มโอ สวนมะพร้าว สวนมะม่วง ฯลฯ

วิถีชีวิตของชาวอัมพวามีความสัมพันธ์กับแม่น้ำลำคลองโดยจะอาศัยอยู่ตามริมคลอง การเดินทางส่วนใหญ่จะอาศัยเรือ ในตอนย่ำรุ่งของทุกวันพระภิกษุจะออกเดินบิณฑบาตตามทางเดินริมคลองอัมพวา พระสงฆ์บางรูปจะพายเรือไปบิณฑบาตเพื่อให้พุทธศาสนิกชนในชุมชนได้ตักบาตรตอนเช้า คนในชุมชนยังคงติดต่อซื้อขายสินค้าทางเรือ ไม่ว่าจะเป็นอาหารหรือผัก ผลไม้ ปลา เนื้อ

ในอดีตอัมพวาเคยเป็นตลาดน้ำขนาดใหญ่ในช่วงรัชกาลที่ 4-5 ต่อมาหลังจากก่อสร้างเขื่อนทางเหนือลำน้ำ ประกอบกับเปลี่ยนแปลงคมนาคมจากทางน้ำเป็นทางบก เริ่มโดยการสร้างทางรถไฟสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว และการใช้รถยนต์ในการเดินทางทำให้ตลาดน้ำอัมพวาลดความสำคัญลง เศรษฐกิจซบเซา ผู้คนอพยพย้ายออกไปยังเมืองใหญ่ ในชุมชนเหลือเพียงผู้สูงอายุและเด็กเป็นส่วนใหญ่ ขาดคนหนุ่มสาวและคนวัยทำงาน สภาพอาคารบ้านเรือนบางส่วนมีความทรุดโทรมเนื่องจากถูกทิ้งร้าง อย่างไรก็ตาม การที่ชุมชนอัมพวายังคงสามารถรักษาเอกลักษณ์ของการตั้งถิ่นฐานริมคลองซึ่งเป็นบ้านไม้ห้องแถวไม้ที่ต่อเนื่องกัน ผู้คนที่อาศัยริมคลองยังคงอาบน้ำในคลองยังคงใช้เรือ ซึ่งมีวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับน้ำ ยังมีเรือค้าขาย ชาวบ้านยังคงใส่บาตรพระที่มาทางเรือ

การฟื้นฟูเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ริเริ่มโครงการการอนุรักษ์และพัฒนาบ้านเรือน และสภาพแวดล้อมหลายโครงการโดยอาจารย์และนิสิตใช้ความรู้ความสามารถด้านวิชาการทำงานร่วมกับท้องถิ่น คือ เทศบาลตำบลอัมพวา ชุมชนต่างๆ วัด โรงเรียน มูลนิธิชัยพัฒนา และหน่วยงานต่างๆ สรุปได้ดังนี้

1) โครงการจัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมแม่น้ำ คู คลองในพื้นที่ลุ่มน้ำภาคตะวันตก ร่วมกับสำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม กระทรวงวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม เมื่อ พ.ศ. 2544

2) โครงการนำร่องเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมคลองอัมพวาร่วมกับกองทุนสิ่งแวดล้อม และสำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา เมื่อ พ.ศ. 2545

3) โครงการสถาปัตยกรรมศาสตร์ ซึ่งเป็นการปฏิบัติงานภาคสนามเกี่ยวกับการอนุรักษ์ชุมชนช่วงปิดภาคฤดูร้อนสำหรับนิสิต เริ่มเมื่อ พ.ศ. 2545 จนถึงในปัจจุบัน

4) จัดทำ “คู่มือท่องเที่ยวอัมพวาและบริเวณใกล้เคียง” ให้แก่เทศบาลตำบลอัมพวา เมื่อ พ.ศ. 2546

5) โครงการสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมร่วมกับสำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสำนักให้ความช่วยเหลือทางวิชาการของประเทศเดนมาร์ก (DANIDA) เมื่อ พ.ศ. 2546-2548

6) นิทรรศการผลงานทางศิลปะ “เรื่องราวอันงดงามที่อัมพวา” หนอศิลป์จามจรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม-14 สิงหาคม พ.ศ. 2548

7) ร่วมจัดงานนิทรรศการ สูดยอดหมู่บ้านอุตสาหกรรมและผ้าทอไทยครั้งที่ 4 : เจ้าฟ้านกอนุรักษ์ของแผ่นดิน ที่เมืองทองธานี วันที่ 25 ตุลาคม-6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2548 โดยมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานหลัก

8) โครงการปฏิบัติการภาคสนามเรื่อง “Amphawa Missing Link” ระหว่างอาจารย์และนิสิตนักศึกษาของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ร่วมกับสถาบันสถาปัตยกรรมศาสตร์แห่งแวร์ซายส์ สาธารณรัฐฝรั่งเศส เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2549

9) ร่วมจัดทำโครงการรักษ้อมัพวา เพื่อเฉลิมฉลองสิริราชสมบัติ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช 60 ปี โดยมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานหลัก เมื่อ พ.ศ. 2549

10) การปรับปรุงและดูแลศูนย์ข้อมูลชุมชนริมคลองอัมพวา โดยใช้เรือนแถวไม้ของมูลนิธิชัยพัฒนา ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับมรดกวัฒนธรรมของชุมชน โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเทพรัตนสฤดาฯ สยามบรมราชกุมารี ให้ใช้อาคารดังกล่าวตั้งแต่ พ.ศ. 2548-ปัจจุบัน

11) จัดทำหนังสือ “มรดกทางวัฒนธรรมเทศบาลตำบลอัมพวา” ให้แก่เทศบาลตำบลอัมพวา เมื่อ พ.ศ. 2549

12) การวิจัยเรื่อง “โครงการจัดทำแผนการจัดการพื้นที่สีเขียวที่สมบูรณ์ทางด้านระบบนิเวศอย่างยั่งยืน” ร่วมกับสำนักนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เมื่อ พ.ศ. 2549

ที่สำคัญคือ ในปี พ.ศ. 2547 นายกเทศมนตรีและชาวบ้านบางส่วนร่วมกันฟื้นฟูตลาดน้ำยามเย็นเฉพาะศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ เพื่อให้ต่างจาก

ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จุดเด่นที่ทำให้ตลาดน้ำฟื้นตัวเร็ว คือ

- ภูมิทัศน์เหมาะแก่การทำตลาดน้ำ คือ มีบ้านหันหน้าเข้าหาคลอง และมีทางเดินริมน้ำ และสภาพนิเวศน์ทางน้ำมีคุณภาพเป็นที่อยู่ของกุ้งแม่น้ำ ปลากระเบน และหิ่งห้อย
- ทิวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สมัยก่อนอัมพวาเคยเป็นเมืองเจ้าและที่เกิดของนักดนตรีเอก (หลวงประดิษฐไพเราะ และ ทูน ทองใจ) จึงสะท้อนออกมาในรูปแบบทางวัฒนธรรม ดนตรี และวัด
- ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ทั้งอาหารทะเล สวนผลไม้ ทำให้อัมพวามีความโดดเด่นทางด้านอาหารคาวหวาน เช่น ปลาทุบแกล่ง ฟริกบางช้าง ลิ้นจี่ มะพร้าว และขนมไทย เป็นต้น



รูปที่ 15 วิถีชีวิตชาวอัมพวาสัมพันธ์กับแม่น้ำลำคลอง บ้านเรือนหันหน้าหาหน้า



124 ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :



รูปที่ 16 ทิวทางประวัติศาสตร์ของอัมพวา



รูปที่ 17 ความอุดมสมบูรณ์ในทรัพยากรธรรมชาติของอัมพวา

### 4.3.2. พื้นฐานความรู้และเทคโนโลยี

พื้นฐานความรู้ที่ชุมชนใช้ส่วนใหญ่เป็นความรู้ดั้งเดิมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น การทำอาหารและขนมไทย การตกกุ้ง การพายเรือ การค้าขาย การเล่นดนตรี ขณะเดียวกันก็มีการแสวงหาความรู้ใหม่จากแหล่งอื่นๆ นอกพื้นที่ เช่น การบริหารจัดการรีสอร์ทและโฮมสเตย์ การบริหารจัดการและการให้บริการร้านอาหารสมัยใหม่ การทำขนมโบราณที่กำเนิดจากราชสำนัก การทำน้ำจากดอกไม้ และไอศกรีมดอกไม้ เป็นต้น ความรู้ทั้งสองส่วนนี้ได้มีการนำมาผสมผสานกันอย่างลงตัวทำให้เกิดนวัตกรรมในหลายด้าน

### 4.3.3. อุปสงค์ของนักท่องเที่ยว

รายได้จากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ คือ จากไม่ถึง 50 ล้านบาทเมื่อเริ่มฟื้นฟูตลาดน้ำในปี พ.ศ. 2547 เป็น 600 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2552 ค่าใช้จ่ายรายหัว (การซื้อสินค้าบริการและที่พัก) ของนักท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นเป็น 800-1,000 บาทต่อคน

เมื่อพิจารณาประเภทของนักท่องเที่ยว ประมาณร้อยละ 90 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นคนไทย ในจำนวนนี้ประมาณร้อยละ 80 เป็นนักท่องเที่ยวไทยที่ขับรถมาจากกรุงเทพฯ ในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่คนไทยพามา ไม่ใช่มาโดยบริษัททัวร์เหมือนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วไป สิ่งที่เห็นได้ชัดอีกประการหนึ่งคือการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของอัมพวาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุมากเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา และคนเพิ่งเริ่มทำงาน

#### 4.3.4. ผู้มีบทบาทในระบบนวัตกรรม

##### ก. ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการในอัมพวามีหลายสาขาอาชีพ ในที่นี้จะขอกล่าวถึงผู้มีบทบาทสำคัญในเทศบาลตำบลอัมพวา

##### ก) ผู้ประกอบการร้านค้าและอาหาร

ส่วนใหญ่เป็นผู้เช่าที่สามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรกคือผู้ประกอบการในท้องถิ่นที่อยู่มาตั้งแต่บรรพบุรุษ เช่น ร้านกาแฟโบราณ (อย่างร้านอึ้งเซ่งฮวดและร้านสมานการค้า) ร้านขายขนมเปี๊ยะและจันอับเจ้าเก่าแก่ (ร้านขนมเปี๊ยะเฮงกี) ร้านขายยาไทยและจีนแผนโบราณ (ร้านสวรรค์โอสถ) ร้านโชห่วย เป็นต้น กลุ่มที่สองคือ ลูกหลานคนพื้นที่ที่เคยไปทำงานนอกพื้นที่และกลับมาอัมพวาอีกครั้งเมื่อตลาดน้ำได้รับความนิยม กลุ่มสุดท้ายคือ ผู้ประกอบการจากภายนอก กลุ่มนี้มีประมาณร้อยละ 10 ของผู้ประกอบการทั้งหมด และกำลังมีจำนวนเพิ่มขึ้น ลักษณะเด่นของกลุ่มนี้คือมีการแต่งและบริหารร้านโดยใช้วิธีการบริหารจัดการสมัยใหม่ และ/หรือมีการนำเสนอสิ่งใหม่สำหรับชุมชนอัมพวา เช่น เพลงตะวันตกยุคทศวรรษ 1960 เป็นต้น

ข) เจ้าของที่ดิน มีการปรับค่าเช่าสูงขึ้นหลังตลาดน้ำคึกคักอีกครั้ง แต่ก็ยังมีบางรายที่คงค่าเช่าในระดับเดิมและให้คนท้องถิ่นเช่าเท่านั้น

ค) ผู้ประกอบการเรือท่องเที่ยว ในเขตเทศบาลอัมพวามีเรือทั้งหมดมากกว่า 100 ลำ ส่วนใหญ่ยังเป็นของคนในพื้นที่ แต่ก็มีเรือที่เป็นของผู้ประกอบการจากอำเภอดำเนินสะดวกเข้ามาบ้าง เนื่องจากไม่สามารถจำกัดการเข้าออกได้ ปัจจุบันมีท่าเทียบเรือในเขตเทศบาล 2 ท่า ผู้ประกอบการมีปัญหาเสียงจากเรือรบกวนชาวบ้านในขณะดูหิ่งห้อย แต่ปัญหาได้บรรเทาลงจากการจัดระเบียบร่วมกัน

ง) ผู้ประกอบการรีสอร์ตและโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการเฉพาะในเขตเทศบาลมี 41 แห่ง ในขณะที่ทั้งจังหวัดสมุทรสงครามมี 700 กว่าแห่ง สามารถแบ่งผู้ประกอบการเป็น 3 ประเภท คือ

- ผู้ประกอบการที่เป็นรีสอร์ตขนาดใหญ่หรูหรา มีการบริการระดับโรงแรม ซึ่งมีอยู่แห่งเดียว คือ บ้านอัมพวา ที่เน้นลูกค้าต่างชาติ และลูกค้าที่มาจัดประชุมสัมมนา

- ผู้ประกอบการกลุ่มที่สอง คือ รีสอร์ตขนาดเล็ก ซึ่งมีการแยกส่วนที่พักของเจ้าของออกจากที่พักของนักท่องเที่ยว และมีการบริหารจัดการและเน้นเรื่องคุณภาพการบริการพอสมควรแต่ไม่ถึงระดับโรงแรม

- กลุ่มสุดท้ายคือ โฮมสเตย์ ซึ่งไม่มีการแยกส่วนที่พักของเจ้าของออกจากที่พักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากจุดเน้นคือการให้นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมร่วมกับชาวบ้าน

โฮมสเตย์หลายแห่งมีปัญหาเรื่องมาตรฐาน เช่น จำนวนห้องน้ำไม่พอกับปริมาณนักท่องเที่ยว ไม่มีกิจกรรมจริงกับผู้เข้าพัก การบริการไม่ได้คุณภาพและเสียงดังกระทบชาวบ้านบ้าง

จ) ผู้ประกอบการขายขนมไทย เช่น ทำขนมในกาพย์เห่เรือที่เป็นพระราชนิพนธ์ของรัชกาลที่ 2 ซึ่งทรงเป็นชาวอัมพวาโดยกำเนิด ผู้ประกอบการบางรายริเริ่มทำขนมเองโดยอาศัยการลองผิดลองถูก และทดลองตลาดกับผู้บริโภคไปเรื่อย ในขณะที่ผู้ประกอบการบางรายได้รับการถ่ายทอดความรู้และทักษะจากผู้ที่เคยอยู่ในวัง แล้วนำมาพัฒนาต่อยอดเองในภายหลัง

ฉ) ตัวแทนจำหน่ายที่พักและตั๋วโดยสาร ผู้ประกอบการประเภทนี้มีความสำคัญในเรื่องการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว และเป็นตัวกลางระหว่างผู้ประกอบการอื่นๆ กับนักท่องเที่ยว ในปัจจุบันเริ่มมีความสำคัญลดลง

เนื่องจากผู้ประกอบการอื่นมีการขายตรงกับนักท่องเที่ยว เช่น รีสอร์ทและโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะมีเว็บไซต์ของตัวเอง

ข) ผู้ประกอบการสินค้านวัตกรรมที่ใช้เทคโนโลยีจากภายนอกแต่วัตถุดิบในพื้นที่ เช่น คุณสำเนียงที่ทำน้ำดอกไม้ ร้านอิน-จันที่จำหน่ายไอศกรีมจากดอกไม้ และลุงแวนที่ขายข้าวแต่น เป็นต้น

## ข. เทศบาล

ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในเทศบาลคือนายกเทศมนตรี (ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ) เป็นผู้ริเริ่มและจุดประกายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเขตเทศบาลอัมพวา เช่น การฟื้นฟูตลาดน้ำ การชมหิ่งห้อย และเป็นผู้มีวิสัยทัศน์และความเป็นผู้นำสูง ได้รับความไว้วางใจจากชาวอัมพวา เนื่องจากบิดาเป็นอดีตนายกเทศมนตรีมาก่อน ตัวนายกเทศมนตรีเกิดที่อัมพวาแต่ไปเติบโตและได้รับประสบการณ์จากโลกภายนอก ที่สำคัญคือนอกจากเข้าใจสภาพพื้นที่และรู้จักชาวบ้านแล้ว ยังเคยมีประสบการณ์ทั้งในภาครัฐคือเป็นทหารและปลัดอำเภอ และในภาคธุรกิจ

เทศบาลอัมพวามีข้าราชการและลูกจ้างประมาณ 40 คน โดยร้อยละ 60 เป็นคนในพื้นที่

เทศบาลมีรายได้จำกัด ส่วนใหญ่มาจากการจัดสรรของรัฐบาลกลาง นอกนั้นได้จากภาษีท้องถิ่น เช่น ภาษีป้าย ภาษีโรงเรือน เป็นต้น เทศบาลมีงบประมาณ 20 ล้านบาทปี โดยเพียงครึ่งหนึ่งเป็นงบลงทุน เช่น การศึกษา สาธารณสุข โครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น ซึ่งเมื่อเทียบกับภาระหน้าที่ที่มากแล้ว ถือว่ารายได้ของเทศบาลมีน้อย นอกจากนั้นนายกเทศมนตรียังมีทีมงานที่จะใช้ปฏิบัติตามนโยบายและติดตามการทำงานซึ่งไม่เพียงพอ



รูปที่ 18 เทศบาลตำบลอัมพวา และพิพิธภัณฑ์ขนมไทยในตึกของเทศบาล

### ค. ชมรมในพื้นที่

อัมพวามีชมรมที่เป็นการรวมตัวของคนในพื้นที่หลายชมรม ในส่วนของการท่องเที่ยว ยังไม่มีการจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยวของอัมพวา โดยเฉพาะ แต่มีชมรมการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่คือเจ้าของโฮมสเตย์และรีสอร์ท แต่ไม่ค่อยมีประสิทธิภาพในการทำกิจกรรมร่วมกัน เนื่องจากผู้ประกอบการมีหลายประเภท และมีความต้องการที่หลากหลายเกินไป นอกจากนั้นอัมพวามีชมรมที่เทศบาลเป็นผู้ดูแล เช่น ชมรมผู้สูงอายุ ซึ่งมีสมาชิก 300-400 คน และชมรมหาบเร่แผงลอย ซึ่งเทศบาลใช้เป็นกลไกในการให้ความรู้ผู้ประกอบการในเรื่องสาธารณสุข และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

## ง. หน่วยราชการส่วนภูมิภาค

ส่วนราชการภูมิภาคมีส่วนช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวอัมพวา โดยเฉพาะในเรื่องที่เทศบาลไม่มีอำนาจหรือความสามารถ เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัดและนายอำเภอเข้ามาช่วยเรื่องการจัดระเบียบ เรือท่องเที่ยว การประสานงานระดับจังหวัด การจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัด ผู้บังคับการตำรวจภูธรจังหวัด มีส่วนช่วยเรื่องการจัดจราจร การอนุญาตให้ขายของบนพื้นที่สาธารณะ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม มีการเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลที่เป็นหัวหน้าส่วนราชการในภูมิภาคบ่อยมาก ส่งผลให้นโยบายขาดความต่อเนื่องและขึ้นกับตัวบุคคลสูง นอกจากนี้ ยังมีปัญหาการทำงานในเขตพื้นที่ที่ซ้ำซ้อนกัน และไม่ชัดเจนในเรื่องอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ระหว่างหน่วยงานระดับท้องถิ่นอย่างเทศบาลและหน่วยงานส่วนภูมิภาค ทำให้มีผลกระทบต่อการพัฒนา

## จ. หน่วยงานและสถาบันการศึกษาจากส่วนกลาง

อัมพวาได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานและสถาบันการศึกษาในส่วนกลางและนอกพื้นที่หลายหน่วยงาน ที่สำคัญมีดังนี้

### 1) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ เป็นผู้ริเริ่มการอนุรักษ์และฟื้นฟูบ้านเรือนและสภาพแวดล้อม ทำให้ชุมชนได้รับรางวัล “UNESCO Asian-Pacific for Culture Heritage Conservation” ระดับ Honorable Mention จากองค์กร UNESCO ในปี พ.ศ. 2551 นอกจากนี้ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ยังจัดตั้งศูนย์ศึกษาอัมพวา และพิพิธภัณฑสถานอัมพวาในพื้นที่อุทยาน ร. 2 โดยเป็นความร่วมมือกับมูลนิธิชัยพัฒนาและมูลนิธิอุทยานแห่งชาติ ร. 2

ในขณะที่คณะสัตวแพทย์ร่วมกับกรมประมงได้จัดทำโครงการพัฒนาสายพันธุ์ปลากะเบน ทำให้ปลากะเบนกลับมาชุกชุมอีกครั้ง

**2) มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา** โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มีการทำวิจัยด้วยการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เพื่อศึกษาคุณสมบัติของสารต่อต้านการเกิดอนุมูลอิสระที่อยู่ในน้ำดอกไม้ และไอศกรีมดอกไม้ ซึ่งเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่คิดค้นโดยผู้ประกอบการท้องถิ่น

**3) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม** โดยโครงการพัฒนาผู้ประกอบการตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ช่วยพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นโดยผู้ประกอบการท้องถิ่น เช่น ข้าวแต๋น และสนับสนุนการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ขนมไทยในอัมพวา

**4) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** สนับสนุนและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์สินค้าให้ทันสมัยและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

**5) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ** โดยโครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (ITAP) ช่วยจัดหาและสนับสนุนเงินทุนในการเสาะหาผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยศิลปากรเพื่อทำวิจัยกระบวนการทอดข้าวแต๋นที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ประกอบการท้องถิ่นให้เข้มข้นน้อยที่สุด

**6) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.)** สนับสนุนเงินทุนการสร้างอัตลักษณ์ของอัมพวาโดยเปลี่ยนสีร่มและผ้าใบเป็นสีเดียวกัน และมีโลโก้ อัมพวา



7) กรมเจ้าท่า จดทะเบียน คู่มือมาตรฐานความปลอดภัยของเรือ และจัดการผู้รุกกล้าแม่น้ำ (แต่ไม่ค่อยได้ผลมากนักในทางปฏิบัติ)

8) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีสำนักงานท่องเที่ยวตั้งอยู่ที่อัมพวา แต่หน้าที่รับผิดชอบครอบคลุมจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม นครปฐม ทำให้ไม่ได้เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเฉพาะของอัมพวา เช่น ไม่มีการพัฒนาเว็บไซต์ของอัมพวา (มีโครงการจะทำสำหรับสมุทรสงครามทั้งจังหวัด) ไม่มีการทำแผนที่สำหรับการท่องเที่ยว (ททท. เห็นว่าเป็นงานของเทศบาล) และไม่มีการทำป้ายบอกความสำคัญของสถานที่ (เป็นหน้าที่ของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว) เป็นต้น

#### จ. องค์กรไม่แสวงหากำไรนอกพื้นที่

องค์กรที่โดดเด่นคือ มูลนิธิชัยพัฒนา ภายใต้โครงการ “โครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์” ที่ริเริ่มและสร้างตัวอย่างให้คนในพื้นที่ได้ปฏิบัติตาม เช่น การเข้าร่วมโครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูบ้านเรือนของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นรายแรกๆ การอนุญาตให้เรือของผู้ประกอบการเข้ามาขายของในบริเวณพื้นที่ของมูลนิธิ การส่งเสริมวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เช่น จัดให้ลานวัฒนธรรม “นาคะวะรังค์” เป็นลานอเนกประสงค์สำหรับการแสดงและกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรมหมุนเวียนปีละ 3 ครั้ง ในช่วงเดือนเมษายน สิงหาคม และธันวาคม เพื่อเล่าเรื่องราวความเป็นมา รูปแบบ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมพื้นบ้านของชุมชนอัมพวา นอกจากนี้ก็ริเริ่มให้มีสวนสาธารณะเกษตร การเล่นดนตรีไทย และโครงการมัคคุเทศก์น้อยที่ฝึกอบรมเด็กในพื้นที่ เป็นต้น

ที่สำคัญคือได้ริเริ่มกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่มีลักษณะของการปฏิสัมพันธ์กับชุมชนมากขึ้น เช่น การนำใบเตยมาพับเป็นดอกกุหลาบ การเพ้นท์ไข่ เพ้นท์เสื้อ อันเป็นการทำให้การท่องเที่ยวอัมพวาเข้าสู่นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น

## ข. บริษัทขนาดใหญ่นอกพื้นที่

เนื่องจากพื้นที่อัมพวาเป็นพื้นที่เปิดทำให้บริษัทขนาดใหญ่เข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนได้หลายทาง เช่น บริษัทโคคาโคล่าได้จัดทำป้ายร้านค้าโดยมีสีที่กลมกลืนกับบ้านเรือน จัดทำกระป๋องโคคาโคล่าแบบพิเศษ ขายแล้วนำเงินให้เทศบาล บริษัท TOA กำลังเจรจากับเทศบาล เพื่อใช้สีของบริษัทปรับภูมิทัศน์อัมพวาให้เป็นแนวเดียวกัน บริษัท TRUE กำลังเจรจาเพื่อใช้เป็นชุมชนอัมพวาต้นแบบ 3G ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านมือถือ บริษัท 3BB ให้บริการอินเทอร์เน็ต WIFI ทั่วประเทศเทศบาลโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ใน 20 นาทีแรก

### 4.3.5. ความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ

#### ก. ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน

ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันมีบ้าง เช่น ระหว่างผู้ประกอบการรีสอร์ทและโฮมสเตย์ มีการส่งลูกค้าให้กัน ถ้าห้องพักเต็ม แต่ความร่วมมือยังไม่ได้พัฒนาถึงขั้นทำการตลาดด้วยกันเหมือนกลุ่ม Hotel De Charm ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ boutique hotels ของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น เว็บไซต์ร่วมกัน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรีสอร์ทกับผู้ประกอบการเรือท่องเที่ยว

ก็มีความร่วมมือระยะยาวในการส่งลูกคำให้กัน ความร่วมมือจะเป็นในลักษณะความไว้นื้อเชื่อใจ เป็นเจ้าประจำของกันและกัน

## ข. ระหว่างผู้ประกอบการกับชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นอย่างยิ่งที่นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และชุมชน จะต้องอยู่ร่วมกันและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ผู้ประกอบการรีสอร์ทและโฮมสเตย์ในอัมพวามีปัญหากับชุมชนบ้าง เช่น เรื่องเสียงดัง แต่ส่วนใหญ่แก้ปัญหาได้โดยใช้กลไกการควบคุมของชุมชน (social sanction) เช่นเดียวกับผู้ประกอบการเรือท่องเที่ยว ซึ่งมีปัญหากับชุมชนเรื่องเสียงดังจากเรือในขณะที่ชมหิ่งห้อย แต่ในภายหลังทั้งสองฝ่ายแก้ปัญหาาร่วมกันได้ในระดับหนึ่งโดยการจัดทูลอยไม่ให้เรือประชิดบ้าน การจำกัดเสียง และเวลาชมหิ่งห้อย เป็นต้น

## ค. ระหว่างผู้ประกอบการกับเทศบาล

เทศบาลมีแนวคิดรักษาผู้ประกอบการที่เป็นคนในพื้นที่ โดยจำกัดเวลาตลาดน้ำเฉพาะ 3 วัน ทำให้ไม่จุงใจพอให้ผู้ประกอบการจากภายนอกเข้ามา ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ชื่นชมนายกเทศมนตรีในเรื่องการฟื้นฟูตลาดน้ำ วิสัยทัศน์และการแก้ปัญหาระยะสั้น เช่น การกำจัดขยะ โดยจ้างบริษัทเอกชนจากจังหวัดราชบุรีมาดำเนินการ ความร่วมมือบางด้านจึงเกิดขึ้น เช่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ของเขตเทศบาลอัมพวา เช่น ป้ายและผ้าใบของร้านค้าและเรือให้เป็นสีเดียวกัน และติดโลโก้ของอัมพวา



รูปที่ 19 การสร้างอัตลักษณ์เมืองอัมพวาจากความร่วมมือ  
ของเทศบาลและผู้ประกอบการ

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการบางส่วนเห็นว่ายังขาดกลยุทธ์ และการดำเนินการเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ และการแก้ปัญหาในระยะยาวยังไม่ดีเท่าที่ควร เช่น การจัดแบ่งเขต (zoning) ระหว่างเขตของร้านค้ากับเขตที่อยู่อาศัยให้ชัดเจน การแก้ปัญหาการรुकูล้ำล้นคลอง เป็นต้น ในขณะที่เทศบาลเห็นว่าตัวเองมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ กำลังคน และการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งบางเรื่อง เช่น การแก้ปัญหารुकูล้ำล้นคลองต้องค่อยๆ ดำเนินการโดยคำนึงถึงหลักรัฐศาสตร์

## ง. ระหว่างผู้ประกอบการ เทศบาลและวัด

ในอดีตวัดคือศูนย์กลางและสถานศึกษาของชุมชน ในปัจจุบันเมื่อมีการฟื้นฟูตลาดน้ำ บางวัด เช่น วัดนางสีและวัดกุมรินทร์ ได้อนุญาตให้ใช้สถานที่ของวัดเป็นที่จอดรถ อันเป็นการบรรเทาปัญหาการจราจรและการหาที่จอดรถของนักท่องเที่ยวลงได้บ้าง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการทางเรือ เทศบาลและวัดในพื้นที่ได้ร่วมกันประชาสัมพันธ์วัดต่างๆ ให้เป็นส่วนหนึ่งของแพ็คเกจการท่องเที่ยวทางน้ำ เช่น การไหว้พระ 9 วัด เป็นต้น เจ้าอาวาสวัดหลายแห่งก็มีแนวคิดพัฒนาวัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวโดยการสร้างความแตกต่างด้านถาวรวัตถุ โบสถ์ มณฑป ทำน้ำ การแกะสลักผนัง และการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ดูดีและสะอาด

### 4.3.6. บริบทเชิงสถาบัน

บริบทเชิงสถาบันที่เกี่ยวข้องกับอัมพวาอย่างมากมี 2 ประเด็น

#### ก. กฎหมาย กฎระเบียบและมาตรฐาน

ปัญหาที่สำคัญมี 4 ประการ คือ

1) ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่ เช่น เรื่องการรुक้าแม่ น้ำ การปรับและรักษาภูมิทัศน์ซึ่งได้รับผลกระทบจากการเข้ามาของบริษัทขนาดใหญ่ที่ไม่เข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและความพยายามสร้างอัตลักษณ์ของอัมพวา

2) มาตรฐานการให้บริการโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการหลายแห่งยังไม่มีมาตรฐานการให้บริการที่น่าพอใจและมีความแตกต่างมากระหว่างผู้ประกอบการในเรื่องมาตรฐาน

3) พ.ร.บ. โรงแรมที่ออกมาใหม่ (กำหนดให้ผู้ประกอบการที่มีห้องพักเกิน 4 ห้อง หรือแขกที่มาพักเกิน 20 คน จัดเป็นโรงแรม)

ส่งผลกระทบต่อโฮมสเตย์และรีสอร์ทในเรื่องการปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานระดับโรงแรม ซึ่งอาจจะไม่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอัมพวา เช่น ข้อกำหนดในเรื่องโครงสร้างอาคาร มาตรฐาน คุณภาพ ห้องน้ำ ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย

**4) การปรับตัวขึ้นของค่าเช่าร้านค้าและร้านอาหารติดคลอง** มีการปรับเพิ่มขึ้นมากจากประมาณ 800 บาท ก่อนมีโครงการอนุรักษ์บ้านเรือนและฟื้นฟูตลาดน้ำ เป็นหลายพันบาท บางห้องเป็นหมื่นบาท การเพิ่มขึ้นของค่าเช่าเป็นเรื่องที่ไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นคนในพื้นที่บางส่วนต้องย้ายออกไป

## ข. ค่านิยมและวัฒนธรรมของชุมชนอัมพวา

ชุมชนอัมพวามีการผสมผสานวัฒนธรรมพุทธ คริสต์ อิสลาม คนอัมพวาได้ชื่อว่ามี ความมุ่งมั่น ตรงไปตรงมา และมีความสามารถเรื่องการดนตรีและการทำอาหารและขนม ปัจจัยทางวัฒนธรรมเหล่านี้ ทำให้อัมพวามีจุดเด่นและมีความหลากหลายที่สร้างจุดขายทางวัฒนธรรมได้

ประชากรในเขตเทศบาลอัมพวามีประมาณ 5,000 คน ประชากรแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ พ.ศ. 2483 เขตเทศบาลอัมพวา แบ่งออกเป็น 10 ชุมชน ชุมชนที่ได้ประโยชน์จากตลาดน้ำโดยตรง เดิมมีเพียง 3 ชุมชน แต่เนื่องจากตลาดน้ำได้ขยายตัวออกไป ทำให้มีอีก 2 ชุมชนได้รับประโยชน์โดยตรง รวมเป็น 5 ชุมชน ความขัดแย้งระหว่างชุมชนที่ได้รับประโยชน์ และยังไม่ได้รับประโยชน์โดยตรงเกิดขึ้นบ้าง แต่ไม่ถึงกับเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนา และนายกเทศมนตรีมีนโยบายกระจายผลประโยชน์ไปยังชุมชนต่างๆ เช่น ส่งเสริมให้มีเรือเข้าไปเที่ยวถึงบริเวณสวนในชุมชนที่ไม่ได้อยู่ในเขตตลาดน้ำ

การที่ประชากรไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ส่วนใหญ่ยังเป็นคนในพื้นที่ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นชุมชนเดียวกันซึ่งสามารถนำมาใช้แก้ปัญหาบางอย่างได้ในระดับหนึ่ง เช่นเสียงดังที่เกิดจากนักท่องเที่ยวที่พักโฮมสเตย์หรือจากเรือบริการท่องเที่ยว เป็นต้น และเป็นพื้นฐานให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาพอสมควร แต่ส่วนใหญ่ความร่วมมือจะเกิดขึ้นจากความคิดริเริ่มของเทศบาลชุมชนอัมพวาเองยังไม่ถึงขั้นที่จะริเริ่มทำกิจกรรมเองอย่างแข็งขัน

#### 4.3.7. นวัตกรรมที่เกิดขึ้น

ตั้งแต่มีการฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวา ทำให้อัมพวากลับมาคึกคัก และมีนวัตกรรมเกิดขึ้นหลายประการ นวัตกรรมที่สำคัญ ได้แก่

##### ก. ตลาดน้ำยามเย็น

จัดเป็นนวัตกรรมการเปลี่ยนตำแหน่ง (position innovation) เนื่องจากเป็นสิ่งที่เคยมีมาก่อน (ตลาดน้ำยามเช้า) แต่ได้รับการฟื้นฟูขึ้นมาใหม่และมีการปรับเวลาเป็นตลาดน้ำช่วงเย็น โดยจงใจให้เกิดความแตกต่างจากตลาดน้ำที่มีอยู่แล้วในพื้นที่อื่นๆ เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

การฟื้นฟูเกิดขึ้นจากการริเริ่มของนายกเทศมนตรีและความร่วมมือของผู้ประกอบการและชุมชนในพื้นที่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ในปี พ.ศ. 2552 ตลาดน้ำทำรายได้ให้ชุมชนกว่า 600 ล้านบาท ที่สำคัญคือนวัตกรรมนี้ได้กลายเป็นต้นแบบให้มีการพัฒนาตลาดน้ำในที่อื่นๆ ของประเทศ มีองค์กรส่วนปกครองท้องถิ่นจากภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศมาดูงานและศึกษาความสำเร็จของตลาดน้ำอัมพวาและนำไปประยุกต์กับสภาพแวดล้อมในพื้นที่ของตนเอง

## ข. นิ่งเรือชมหิ่งห้อย

จัดเป็นนวัตกรรมบริการ เกิดขึ้นจากการคิดร่วมกันของนายกเทศมนตรี และชาวบ้านที่จะพัฒนาบริการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยใช้ประโยชน์จากความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ

บริการท่องเที่ยวชมหิ่งห้อยมีวิวัฒนาการเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) คือ หาจุดที่ลงตัวระหว่างผู้ประกอบการเรือท่องเที่ยว ชาวบ้าน และการรักษาสิ่งแวดล้อมจนได้กติกา เช่น ปล่อยให้ติดบ้านชาวบ้านเกินไป ดับเครื่องเวลาเข้าใกล้ ไม่มีบริการหลัง 4 ทุ่ม

## ค. การท่องเที่ยวแบบปฏิสัมพันธ์

เป็นนวัตกรรมบริการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมโดยตรงในกิจกรรม เช่น การตกกุ้ง การนำใบเตยมาพับเป็นดอกกุหลาบ การแฟนท์ไข่ แฟนท์เสื่อ รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่นี้ทำให้การท่องเที่ยวอัมพวาเข้าใกล้นิยามการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม

## ง. น้ำดอกไม้

จัดเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาสกัดเป็นน้ำดอกไม้ 5 ชนิด ซึ่งไม่เคยมีใครทำมาก่อนคือ น้ำดอกเข็ม น้ำดอกบัว น้ำดอกกุหลาบ น้ำอัญชัน และน้ำดอกดาหลา คิดค้นโดยผู้ประกอบการท้องถิ่นคือ คุณสำเนียง ดีสวัสดิ์



ปัจจุบันมีสินค้าใหม่คือชาหอมหมื่นลี้ นอกจากนี้ มีน้ำใบบัวบก น้ำแครอท และน้ำตะลิงปิง ความพิเศษของน้ำดอกไม้อีกคือมีสรรพคุณ ในการต้านอนุมูลอิสระซึ่งจะช่วยชะลอความชรา มีสารต้านมะเร็ง โรคมัลไซเมอร์ รวมทั้งโรคที่เกิดเกี่ยวกับหลอดเลือดหัวใจ คุณสมบัติดังกล่าวได้รับการยืนยัน จากงานวิจัยของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ เจ้าพระยา โดยทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ต่อมาโครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (ITAP) ช่วยหาผู้เชี่ยวชาญ จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มาถ่ายทอด ความรู้ให้คุณสำเนียงเกี่ยวกับกระบวนการพาสเจอร์ไรส์ และสเตอริไรส์ ทำให้สามารถยืดอายุน้ำดอกไม้ออกไปได้ เนื่องจากความแปลกใหม่ ราคา ที่สมเหตุสมผล (10 บาทต่อขวด) และรสชาติที่ดีของน้ำดอกไม้อีก ทำให้ ยอดขายค่อนข้างสูง ขณะนี้กำลังอยู่ระหว่างการขึ้นทะเบียนกับสำนักงาน อาหารและยา



คุณสำเนียง ดีสวัสดิ์  
เจ้าของเครื่องดื่มจากดอกไม้  
นวัตกรรมจากดอกไม้

รูปที่ 20 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์น้ำจากดอกไม้

## จ. ไอศกรีมดอกไม้

จัดเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยวัตถุดิบมาจากดอกไม้พื้นบ้านของอัมพวา 5 ชนิด คือ ดาหลา เข็ม กุหลาบมอญ บัว และอัญชัน มาผสมกับวัตถุดิบอื่นๆ จนได้ไอศกรีมดาหลา ไอศกรีมดอกเข็มสตรอเบอร์รี่ ไอศกรีมกุหลาบ และไอศกรีมบัว ความคิดริเริ่มมาจากผู้ประกอบการต่างถิ่นคือสองพี่น้องตระกูลวงศ์นภาพรรณ ผู้ปลูกปั้นไอศกรีมของไทยภายใต้เครื่องหมายการค้า onemore ด้วยการนำสิ่งแปลกใหม่มาบวกกับรสชาติที่ถูกต้องคนไทยอย่างไอศกรีมผลไม้ไทย เช่นเดียวกับน้ำดอกไม้ ไอศกรีมดอกไม้ไทยมีคุณสมบัติต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งได้รับการยืนยันจากทีมวิจัยเดียวกันของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา โดยการสนับสนุนจากโครงการ IRPUS ของ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) การวิจัยดังกล่าวได้รับรางวัล popular vote ในปี 2552

## ไอศกรีมดอกไม้ไทย



ชนะเลิศรางวัล **Popular Vote 2009**  
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

รูปที่ 21 นวัตกรรมไอศกรีมจากดอกไม้

## จ. ข้าวแต๋นลุงแวน

จัดเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์โดยมีลุงแวนผู้ประกอบการท้องถิ่น เป็นผู้พัฒนาสูตรด้วยวิธีการลองผิดลองถูก เริ่มจากการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ ทั่วๆ ไป ได้แก่ ข้าวเหนียว น้ำมันพืช และน้ำตาล ผนวกกับแรงงานครอบครัว และองค์ความรู้ขั้นพื้นฐานอย่างง่าย ๆ มาเริ่มผลิตเป็นสินค้าทำให้ข้าวแต๋น มีบุคลิก รูปลักษณ์และรสชาติเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร และเริ่มสร้างเอกลักษณ์ใหม่ในสไตล์ข้าวแต๋นอัมพวาโดยเปลี่ยนจากการใช้น้ำตาลอ้อย มาเป็นน้ำตาลมะพร้าวราดลงบนแผ่นข้าวแต๋นแบบเหนียวชุ่มเต็มแผ่น และขนานนามว่า “ข้าวแต๋นรสเอ็กซ์ตร้าคาราเมล”

ที่มาของนวัตกรรมนี้คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และบริษัทอุตสาหกรรมขนมไทย จำกัด (ภายใต้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม) เป็นผู้จุดประกายความคิดให้กับคุณลุงแวน โดยเชิญเข้าร่วมโครงการพัฒนาผู้ประกอบการตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียงซึ่งได้รับทุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาได้พาไปดูงาน ของผู้ประกอบการข้าวแต๋นที่ลำปางซึ่งเป็นก้าวแห่งการเรียนรู้ที่สำคัญ ของลุงแวน ปัจจุบันข้าวแต๋นตราลุงแวนมียอดขาย 6-7 หมื่นบาทต่ออาทิตย์ อย่างไรก็ตาม ลุงแวนก็ยังพยายามปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ดีขึ้น โดยขอรับการสนับสนุน จากโครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของ อุตสาหกรรมไทย (ITAP) ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งชาติ และในการหาผู้เชี่ยวชาญมหาวิทยาลัยศิลปกรได้มาทำการวิจัย เพื่อให้กระบวนการทอดข้าวแต๋นอมน้ำมันน้อยที่สุด



ข้าวแต๋นลู่แวน  
ข้าวแต๋นราดน้ำตาลมะพร้าว  
รายแรกของประเทศไทย



รูปที่ 22 นวัตกรรมข้าวแต๋นลู่แวน

## บทที่ 5

# สรุปบทเรียนความสำเร็จและ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

### 5.1 บทเรียนความสำเร็จจากกรณีศึกษา

หากพิจารณากรณีศึกษาทั้งสามกรณีตามประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ถูกพัฒนาจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในงานประชุมนานาชาติ เรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2008” ซึ่งจัดโดย UNESCO ณ เมือง Santa Fe มลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา (ดูรายละเอียดได้ในบทที่ 2) จะพบว่าฟาร์มโชคชัยอาจจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โรงละครโจหลุยส์อาจอยู่ในหมวดหมู่ของศิลปะการแสดง การเดินร่ำ และดนตรี ส่วนตลาดน้ำอัมพวาอาจจัดอยู่ในหมวดของชุมชน วัฒนธรรม มรดกทางประเพณี นอกจากนี้ หากพิจารณาตามคำนิยามของ Crispin Raymond ผู้ริเริ่มแนวทางการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเห็นได้ว่ากรณีของฟาร์มโชคชัยและโจหลุยส์อาจพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ เนื่องจากมีเอกชนบริษัทเดียวเป็นเจ้าของ และมีจุดมุ่งหมายทำการค้าอย่างชัดเจน ในขณะที่กรณีของตลาดน้ำอัมพวาอาจสามารถพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในรูปแบบเครือข่ายชุมชน เนื่องจากมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับวิถีชีวิตของชุมชนอันเป็นสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ถึงแม้จะมีความแตกต่างกัน ทั้งสามกรณีศึกษาก็มีบทเรียนความสำเร็จบางประการที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 5 ประเด็น ดังนี้

### ก. ภาวะผู้นำ

ผู้นำเป็นผู้ริเริ่ม โน้มน้าว ชักจูงและประสานให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ไม่ว่าจะ เป็นบุคคลและองค์กรทำกิจกรรมใหม่ๆ ร่วมกัน เปลี่ยนแปลงทัศนคติและความเชื่อเดิม กระตุ้นให้กล้าคิดนอกกรอบและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และยืนหยัดต่อสู้ที่จะทำสิ่งนั้นจนประสบความสำเร็จ ดังแสดงให้เห็นจากวิสัยทัศน์ ความกล้า และความมุ่งมั่นของคุณโชคที่จะเปลี่ยนแปลงจากธุรกิจฟาร์มโคเนื้อและนมเป็นธุรกิจบริการท่องเที่ยวทางเกษตร อุดมการณ์ในการสืบสานและพัฒนาหุ่นละครเล็กของครอบครัวยังเขียวสดให้คงอยู่ต่อไป และวิสัยทัศน์ของนายกเทศมนตรีอัมพวา ในการฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวาและกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ

### ข. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ผู้มีบทบาทในระบบนวัตกรรม)

ผู้นำคนเดียวไม่เพียงพอที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ แต่ความร่วมมือและสนับสนุนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงเป็นปัจจัยที่ขาดไม่ได้ ดังแสดงให้เห็นจากการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของพนักงานฟาร์มโชคชัยที่ปฏิบัติงานในฝ่ายต่างๆ ด้วยจิตใจยึดมั่นในการบริการและมีความสุขจากการทำงาน นักแสดงและพนักงานของโจหลุยส์ทั้งที่อยู่ในโรงละครและร้านอาหารที่มีความเป็นศิลปินและยอมรับที่จะ

เปลี่ยนแปลงและพัฒนาารูปแบบการแสดง และผู้ประกอบการประเภทต่าง ๆ ตลอดจนชุมชนอัมพวาที่มีส่วนร่วมในการพัฒนา และฟื้นฟูตลาดน้ำ และร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

### ค. การยอมรับและประยุกต์ความรู้จากภายนอก

สิ่งที่น่าสังเกตอีกประการคือความสำเร็จของทั้งสามกรณีศึกษาไม่ได้เกิดจากการใช้และยึดติดกับความรู้และทักษะเดิมที่มีอยู่เพียงอย่างเดียว แต่มีการเปิดรับและประยุกต์ความรู้จากภายนอกที่มีความหลากหลาย ผ่านการปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในระบบนวัตกรรม ดังกรณีฟาร์มโชคชัยที่มีการร่วมวิจัยกับมหาวิทยาลัยด้านพันธุ์โคนม และการเรียนรู้ทักษะการจัดการร้านค้าผ่านการว่าจ้างบริษัทผู้เชี่ยวชาญ ในกรณีโจหลุยส์มีการเรียนรู้เทคนิคการแสดงใหม่ๆ จากเครือข่ายวงการนาฏศิลป์และดนตรีไทยและชมรมหุ่นนานาชาติ และในกรณีอัมพวาที่มีการรับความรู้และร่วมมือกับองค์กรภายนอกทั้งภาครัฐ มูลนิธิ เอกชน และมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะการบริหารจัดการสมัยใหม่และเทคโนโลยีเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ของอัมพวา

### ง. ความยืดหยุ่นและพลวัต

ทั้งสามกรณีแสดงถึงการมีวิวัฒนาการไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ หากแต่มีความยืดหยุ่นและมีพลวัตในการเปลี่ยนแปลง การสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อยู่เสมอของฟาร์มโชคชัย การอนุรักษ์ความรู้ดั้งเดิมไปพร้อมกับการพัฒนาการแสดงใหม่ๆ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ชมของโรงละครโจหลุยส์ และการผสมผสานของเก่าและของใหม่เข้าด้วยกัน

ของผู้ประกอบการและชุมชนอัมพวาเป็นประจักษ์พยานที่ชัดเจนในเรื่องนี้

### จ. เอกลักษณะและอัตลักษณ์

ถึงแม้ว่าทั้งสามกรณีศึกษาจะมีความยืดหยุ่นและพลวัตในการพัฒนา แต่ในขณะที่เดียวกันก็สามารถรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตนเองไว้ได้ ดังจะเห็นได้จากวัฒนธรรมการใช้ชีวิตแบบโคบาล แบบฟาร์มโชคชัย การแสดงหุ่นละครเล็กที่โรงละครโจหลุยส์พัฒนา จนมีความแตกต่างจากละครหุ่นประเภทอื่นๆ และการฟื้นฟูวิถีชีวิตริมคลอง ตลอดจนการสร้างตลาดน้ำยามเย็นซึ่งไม่เหมือนที่ใดของชุมชนอัมพวาเหล่านี้มีส่วนสำคัญอย่างมากในการให้ประสบการณ์แท้ที่ไม่ซ้ำแบบที่ใด (authentic experience) แก่นักท่องเที่ยว

การศึกษาชิ้นนี้ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่มีอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแบบเน้นปริมาณนักท่องเที่ยว (mass tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งเน้นในการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน ดังจะเห็นได้จากลักษณะสำคัญทั้ง 6 ประการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ปัจจัยด้านเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ความสัมพันธ์กับเมืองและชุมชน ประสบการณ์แท้ วัฒนธรรมที่มีชีวิต การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น ซึ่งหากพิจารณาจาก 6 ลักษณะสำคัญข้างต้นแล้วจะพบว่า ทั้งสามกรณีศึกษาค่อนข้างประสบความสำเร็จในปัจจัยด้านเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ประสบการณ์แท้ วัฒนธรรมที่มีชีวิต



และผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ในปัจจัยความสัมพันธ์กับเมืองและชุมชน รวมทั้งการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ดังแสดงในตารางที่ 7 กล่าวคือ

การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (participative learning) ของนักท่องเที่ยว ยังมีไม่เห็นเด่นชัดมากนักและเพิ่งจะได้รับการริเริ่มในทั้งสามกรณีศึกษา แต่ก็เป็นไปได้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จะให้ความสำคัญในเรื่องนี้ เพิ่มขึ้นในอนาคต เช่น การมีกิจกรรมร่วมทำไอศกรีม รีดนม และขี่ม้าของนักท่องเที่ยวฟาร์มโชคชัย การทดลองให้นักท่องเที่ยวเซ็ดหุ่นละครเล็กด้วยตนเองของโรงละครโจหลุยส์ และการตกกุ้ง กิจกรรมนำใบเตยมาพับเป็น ดอกกุหลาบ การพื้นที่ไข่ พื้นที่เสื่อของนักท่องเที่ยวในอัมพวา เป็นต้น

การมีปฏิสัมพันธ์กับเมืองและชุมชนที่เป็นสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ยังมีจำกัด จะเห็นได้ว่าในกรณีของโรงละครโจหลุยส์ ไม่พบว่ามีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ประกอบการอื่นๆ ในสวนลุมไนท์บาซาร์มากนัก เช่นเดียวกับกรณีฟาร์มโชคชัยที่ไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนและผู้ประกอบการอื่นๆ ในอำเภอปากช่อง โดยเฉพาะในแง่ของการแลกเปลี่ยนข่าวสารและความรู้ ในกรณีตลาดน้ำอัมพวาพบว่า มีความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและชุมชนในพื้นที่อยู่บ้าง แต่ยังคงพบว่ามีปัญหาความขัดแย้งในบางกรณี

กล่าวโดยสรุปก็คือ ทั้งสามกรณีศึกษายังมีมิติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่ครบถ้วนหรือเต็มรูปแบบ แต่ก็มีแนวโน้มที่จะสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ในอนาคต

**ตารางที่ 7** สรุปลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
ในสามกรณีศึกษา

ลักษณะสำคัญ	ฟาร์มโชคชัย	โรงละคร โจหลุยส์	ตลาดน้ำ อัมพวา
1. เอกลักษณะและอัตลักษณ์	มาก	มาก	มาก
2. เมืองและชุมชน	น้อย	น้อย	ปานกลาง
3. ประสบการณ์แท้	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
4. วัฒนธรรมที่มีชีวิต	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก
5. การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม	น้อย	น้อย	น้อย
6. ผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น	มาก	มาก	มาก

**5.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย  
อย่างยั่งยืน**

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบทางตรงและทางอ้อมที่จะเกิดต่อผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่นและสถานที่ท่องเที่ยวในระยะยาว หากสามารถพัฒนาการแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 6 ประการแล้ว คาดว่าจะสร้างผลดีกับแหล่งท่องเที่ยว คือ ทำให้ผู้คนในชุมชนมีความรักในท้องถิ่นของตนเอง ให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนของตนเอง ส่งผลในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

นอกจากลักษณะสำคัญ 6 ประการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นแล้ว การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมยังขึ้นอยู่กับการณ์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือการยอมรับและเข้าใจในความแตกต่างและหลากหลายของสังคม (ความหลากหลายคือพลังในการพัฒนา) และการสนับสนุนคนที่มีความรู้ ความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ในสังคมให้มีโอกาสในการสร้างสรรค์งานในแบบที่ต้องการ และมีความสนใจ เพื่อให้สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับฐานความรู้ต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้ที่มีในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

จากการศึกษานี้พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งสามกรณีนี้ขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในกรณีของฟาร์มโชคชัยและโรงละครโกลด์สตาร์เซียเตอร์ หากจะพัฒนาการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์นี้ให้มีความยั่งยืนจำต้องเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้มีบทบาทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และต้องมีการคำนึงถึงต้นทุนและประโยชน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อทั้งธุรกิจนั้น ๆ (private cost and benefit) และสังคมโดยรวม (public cost and benefit) ตัวอย่างเช่น ในกรณีของฟาร์มโชคชัยนั้น เป็นการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ ดังนั้นประโยชน์ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ตกอยู่ในภาคเอกชนมากกว่าประโยชน์ต่อสังคม ในขณะที่โรงละครโกลด์สตาร์เซียเตอร์ถึงแม้จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ แต่ผลประโยชน์ที่ให้ต่อสังคมโดยรวมกลับมีมากกว่าประโยชน์ที่ตกกับผู้ประกอบการโดยตรง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่มีคุณค่าแก่สังคม ในกรณีของตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงชุมชน จะมีประโยชน์ในเชิงสังคมโดยตรงและเห็นชัดกว่ากรณีศึกษาอีกสองกรณี

ด้วยเหตุนี้ในการให้ความช่วยเหลือเพื่อพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ข้างต้นเพื่อให้การพัฒนาเป็นไปได้อย่างยั่งยืน

### 5.3 ลักษณะเด่นของนวัตกรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

บทสรุปลักษณะเด่นของนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากกรณีศึกษาทั้งสามกรณี สามารถจำแนกได้ดังนี้

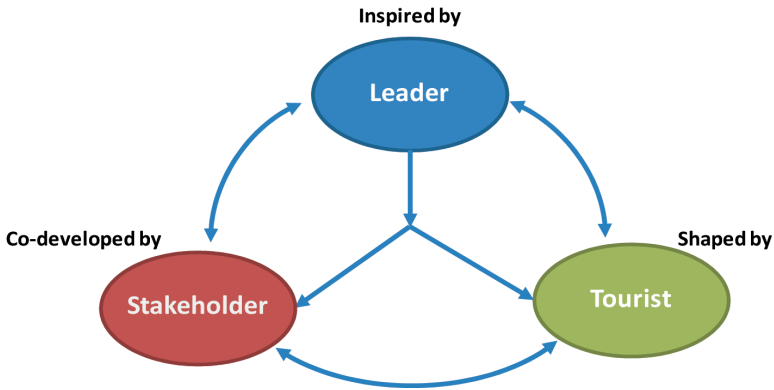
- นวัตกรรมที่เกิดขึ้นส่วนมากเป็นนวัตกรรมเชิงศิลป์ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีจากหลายสาขาแฝงตัวอยู่ภายใน เช่น กรณีของอัมพวา ในการฟื้นฟูตลาดน้ำ มีการใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในสาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ผนวกเข้ากับความรู้ดั้งเดิมของท้องถิ่น ในกรณีของฟาร์มโชคชัย ได้มีการนำเอาศิลปะการปรุงแต่งรสบวกกับเทคโนโลยีการทำไอศกรีมสมัยใหม่มาใช้ในการพัฒนาไอศกรีมฟาร์มโชคชัย ส่วนกรณีของนาฏยศาลา มีการนำกลไกเชิงวิศวกรรมการผลิตหุ่นยนต์มาผสมผสานกับศิลปะการทำหุ่นแบบดั้งเดิม
- นวัตกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละกรณีศึกษามีความหลากหลายและพลวัตสูงตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจนั้นๆ ไม่มีขั้นตอนที่แน่นอนตายตัวเหมือนอุตสาหกรรมการผลิตหรือการบริการทั่วไป
- นวัตกรรมที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะที่แตกต่างกัน และมีการเปิดรับความต้องการเหล่านั้นในการพัฒนาธุรกิจ โดยที่ไม่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เสียเอกลักษณ์ของตัวเองไป

นอกจากนี้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เข้าใกล้สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีความรู้ความเข้าใจในสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมา ตลอดจนเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ต่างๆ ในชุมชน และการพัฒนาต่อเนื่องให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ความรู้เชิงลึก และสร้างกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมและเรียนรู้จากผู้คนในเมืองหรือชุมชน และสร้างประสบการณ์แท้จากการท่องเที่ยว จำเป็นต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างนวัตกรรมในการสื่อสารและการนำเสนอที่มีรูปแบบที่น่าสนใจ เพื่อเพิ่มคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ อีกด้วย

## 5.4 บทบาทการศึกษาเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### 5.4.1 กระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาคนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กระบวนการเรียนรู้ในกรณีศึกษาทั้งสามกรณีนั้นเริ่มมาจากการจุดประกายโดยผู้นำ แต่การพัฒนาหลังจากนั้นเกิดขึ้นโดยอาศัยความร่วมมืออย่างมากของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) และได้รับอิทธิพลจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะและมีความหลากหลาย จึงเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มีความสลับซับซ้อนมาก และไม่มีรูปแบบตายตัวแน่นอน ดังรูปที่ 23



รูปที่ 23 ความเชื่อมโยงของกระบวนการเรียนรู้

ด้วยเหตุนี้ บุคลากรที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากจำเป็นต้องมีทักษะพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจบริการต่างๆ ไป เช่น การมีจิตสำนึกในการบริการ (service mind) แต่ยังคงต้องมีคุณสมบัติเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

- ก. มีความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตัวเอง มีความใฝ่รู้ มีความสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับตัวเอง (self motivation)
- ข. มีจิตสาธารณะ (ความเป็นผู้นำ ความเป็นผู้ให้)
- ค. มีวิถีชีวิตเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่และมีเครือข่ายทางสังคมกว้างขวาง
- ง. มีจิตใจที่เปิดกว้างยอมรับการมีส่วนร่วมและเรียนรู้ร่วมกันกับนักท่องเที่ยว (participative learning)

#### 5.4.2 นัยสำคัญทางการศึกษาเพื่อสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในปัจจุบันระบบการศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในแง่ของหลักสูตรการศึกษา ความพร้อมและความเข้าใจของครูผู้สอน ความต่อเนื่องในการพัฒนาการศึกษา และความเข้าใจของผู้บริหารสถาบันการศึกษา นอกจากนี้ความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการ และสถาบันการศึกษาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังมีน้อย ด้วยเหตุนี้ในการที่จะพัฒนาให้ระบบการศึกษาสามารถสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างได้ผลแล้ว มีความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ก) ลดบทบาทของภาครัฐในการจัดการศึกษาโดยตรงและให้ภาคเอกชนและชุมชนมีบทบาทมากขึ้นในเรื่องการร่างหลักสูตรการบริหารจัดการศึกษา และกระบวนการเรียนรู้ทั้งในระบบ นอกระบบ และการเรียนรู้ตามอัธยาศัย

ข) ปลุกฝังจิตสำนึกรักท้องถิ่น และปรับปรุงหลักสูตรการศึกษา ตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงอุดมศึกษาให้สอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นที่ผู้เรียนอาศัยอยู่ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้เรียนมีความรักและเข้าใจในท้องถิ่นของตนเอง และสามารถนำเสนอให้บุคคลภายนอกได้เรียนรู้และเข้าใจในท้องถิ่นของตนเองมากขึ้น

ค) เป้าหมายของการศึกษาไม่ควรเน้นแต่ปริมาณผู้สำเร็จการศึกษา แต่อย่างเดียว แต่ควรคำนึงถึงคุณภาพของผู้จบการศึกษา และควรให้ความสำคัญกับการสร้างผู้มีความคิดสร้างสรรค์ (creative people) ในทุกวัยและทุกระบบการศึกษา

ง) การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของผู้เรียน ควรให้ความสำคัญกับการวัดที่ความสามารถในการสร้างจินตนาการ (มากกว่าความรู้แบบท่องจำ) และความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้อย่างเป็นระบบระหว่างใจ สมองและมือ (จินตนาการ การคิดวิเคราะห์ และสังเคราะห์ และการเรียนรู้จากการใช้ชีวิตและลงมือปฏิบัติจริง)

## 5.5 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากบทเรียนความสำเร็จของสามกรณีศึกษา ลักษณะเฉพาะของนวัตกรรม ตลอดจนกระบวนการเรียนรู้และบุคลากรที่ต้องการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าวแล้วข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอเป้าหมายในการพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า 2 เป้าหมายคือ

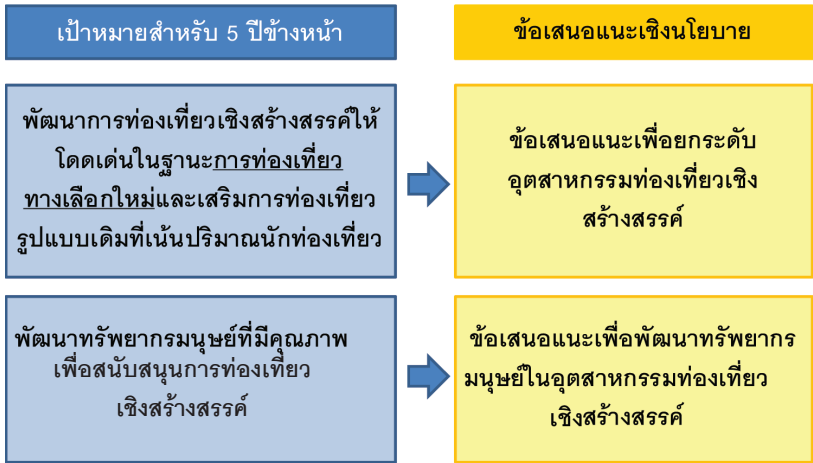
ก) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้โดดเด่นในฐานะการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่เน้นประสบการณ์ตรงและการเรียนรู้ร่วมกันของนักท่องเที่ยวทั้งในระดับธุรกิจและชุมชน และช่วยเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยว (mass tourism)

ข) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทั้งสองประการข้างต้น คณะผู้วิจัยได้พัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ข้อ ได้แก่ ข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (เพื่อให้บรรลุเป้าหมายแรก) ประกอบด้วยข้อเสนอแนะย่อย 5 ข้อ และข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาทรัพยากร



มนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่สอง) ประกอบด้วยข้อเสนอแนะย่อย 2 ข้อ ดังแสดงในรูปที่ 24



รูปที่ 24 เป้าหมายและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายใน 5 ปีข้างหน้า

### 5.5.1 ข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

#### ก. สร้างความเข้าใจและประชาสัมพันธ์แนวคิดและรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ใช้สื่อของรัฐประชาสัมพันธ์แนวคิดและลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยยกตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จทั้งในและต่างประเทศ เนื้อหาเน้นเรื่อง 6 ปัจจัยที่เป็นลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวแบบนี้ คือ เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เมืองและชุมชน ประสบการณ์แท้ วัฒนธรรมที่มีชีวิต การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น

ตลอดจนรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีทั้งแบบ ก) ธุรกิจที่มีการบริหารจัดการเป็นเอกเทศและ ข) แบบชุมชนที่มีพื้นฐานบนวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปรู้จักและเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และความแตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมประชาสัมพันธ์ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย องค์การเอกชนด้านการท่องเที่ยว เช่น สมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และสมาคมด้านการท่องเที่ยวต่างๆ

## ข. จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการเฉพาะเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีความชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สมาคมด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และชุมชนที่ประสบความสำเร็จ

## ค. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบเดิมที่มีอยู่แล้วบางแห่งให้มีองค์ประกอบของความเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น

จัดให้มีกิจกรรมที่นำเสนอประสบการณ์แก่และเน้นการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว เช่น การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (workshop)

ที่ให้นักท่องเที่ยวได้แสดงออก เรียนรู้และปฏิสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มมูลค่า/คุณค่า และความแปลกใหม่ให้กับแหล่งท่องเที่ยวแบบเดิม เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอยู่

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมกับ สถาบันการศึกษาท้องถิ่นและชุมชน และผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น

### ง. สร้างโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. ให้มีการสำรวจสถานภาพ ศึกษาและพัฒนาโมเดลใหม่ ๆ ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในระดับธุรกิจและชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างต้นแบบในการพัฒนาธุรกิจและชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในฐานะการท่องเที่ยวทางเลือก

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ วิทยาลัยในระดับอาชีวศึกษา และมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนด้านการท่องเที่ยวและบริหารธุรกิจ ตลอดจนด้านศิลปกรรมศาสตร์ การออกแบบ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านสถาปัตยกรรมศาสตร์ วัสดุศาสตร์ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และวิศวกรรมโยธา) โดยร่วมมือกับสมาคมด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและชุมชนที่สนใจ และผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น

2. จัดให้มีเวทีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Forum) เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและชุมชน ตลอดจนนักประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ศิลปิน นักวิทยาศาสตร์และวิศวกร สถาปนิก มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของคนที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ และผู้สนใจ

ที่จะประกอบธุรกิจนี้ในอนาคต เพื่อนำไปสู่สู่นวัตกรรมในอุตสาหกรรมที่มักเกิดจากความรู้และประสบการณ์ที่หลากหลาย

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ สถาบันการศึกษาในภูมิภาค (เน้นในระดับอาชีวศึกษา) สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สมาคมด้านการท่องเที่ยวร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น

3. จัดให้มีรางวัลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดีเด่น (Creative Tourism Award) แก่ธุรกิจและชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการสร้างอัตลักษณ์ และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างตัวอย่างความสำเร็จ และจูงใจให้ผู้ประกอบการและชุมชนต่างๆ มีความสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและสมาคมด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งสถาบันการศึกษาที่มีความพร้อมในด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

#### จ. ส่งเสริมการทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย

จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย Creative Tourism Thailand มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมด้านการท่องเที่ยวต่างๆ และผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น

## 5.5.2. ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

### ก. พัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. พัฒนาหลักสูตรวิชาการท่องเที่ยวให้มีเนื้อหาส่วนหนึ่งที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะและความต้องการของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยให้ออกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตร มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ในอนาคต

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ร่วมกับมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนด้านการท่องเที่ยว สมาคมด้านการท่องเที่ยว

2. พัฒนาหลักสูตรสหกิจศึกษาด้านการท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยให้มีระยะเวลาการฝึกงานในพื้นที่มากกว่า 1 ภาคการศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบุคลากรที่มีความรู้ และความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างแท้จริง โดยเฉพาะในเรื่องของวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นและการเรียนรู้ร่วมกับนักท่องเที่ยว

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ร่วมกับมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนด้านการท่องเที่ยว สมาคมด้านการท่องเที่ยว

3. พัฒนาหลักสูตรตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงระดับมัธยมศึกษาที่เน้นในเรื่องความรู้ท้องถิ่น และปลูกฝังความสามารถในการคิดสร้างสรรค์

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการ

## ข. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในฐานะแหล่งเรียนรู้ทางการศึกษา

1. สร้างโครงการวิจัยร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยและเอกชน/ชุมชน โดยการใช้โจทย์จากผู้ประกอบการและชุมชนในการทำวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นฐานความรู้ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ สมาคมด้านการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับผู้ประกอบการและชุมชน และผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น

2. ฝึกอบรมผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชนและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ที่มีอยู่แล้วให้มีความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยจัดโครงการฝึกอบรม ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน มีความเข้าใจในลักษณะธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนด้านการท่องเที่ยว สมาคมด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและชุมชนที่ประสบความสำเร็จ

3. สนับสนุนการทำ e-learning platform ของทักษะและความรู้ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักศึกษา ผู้ประกอบการ ชุมชน และผู้ทำงานด้านการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ที่ทำงานในภาคอุตสาหกรรมและผู้สนใจสามารถเรียนรู้ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ด้วยตัวเอง และแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนด้านการท่องเที่ยว สมาคมด้านการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการและชุมชนที่ประสบความสำเร็จ

4. สร้างเครือข่ายผู้ปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้เกิดเป็นชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารระหว่างนักปฏิบัติด้วยกัน

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ สถาบันการศึกษาท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้ปฏิบัติในชุมชนต่างๆ

5. ส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีศูนย์รวมองค์ความรู้ท้องถิ่น เพื่อการศึกษาตลอดชีวิต (lifelong learning center) ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามอัธยาศัยของชุมชน

เจ้าภาพผู้รับผิดชอบ ได้แก่ สถาบันการศึกษาท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้ปฏิบัติในชุมชนต่างๆ และผู้มีความคิดสร้างสรรค์ประจำถิ่น

## 5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นเพียงแค่จุดเริ่มต้นของการศึกษาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากการท่องเที่ยวลักษณะนี้เป็นเรื่องใหม่ องค์ความรู้และประสบการณ์ในประเทศไทยยังมีน้อย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการวิจัยสืบเนื่อง ตัวอย่างของหัวข้อวิจัยมีดังต่อไปนี้

ก) การวิจัยกรณีศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบและสถานที่อื่นๆ ในประเทศไทยให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ในภาพรวม (generalization) และเป็นต้นแบบการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ ในอนาคต

ข) การวิจัยเรื่องความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการใช้นโยบายการเงินและการคลัง (เช่น การให้เงินอุดหนุน การให้เงินกู้ ดอกเบี้ยต่ำ หรือการลดหย่อนภาษีเงินได้) เพื่อส่งเสริมธุรกิจหรือชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีปัญหาเรื่องความอู่รอดทางการเงิน แต่ให้ประโยชน์ต่อสังคม (social benefit) มากกว่าประโยชน์ส่วนตัว (private benefit) เช่น กรณีของโรงละครโกลด์ยัลส์ เป็นต้น



# บรรณานุกรม

## ภาษาไทย

- ไชศรี ภัทต์สุขเจริญ. (2548). วาทกรรมของเมืองผ่านโครงสร้างเชิงสัณฐาน. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ฉบับภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง.
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2549). **เที่ยวชุมชน อัมพวาและพื้นที่ใกล้เคียงในจังหวัดสมุทรสงคราม**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2546). **รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการนำร่องเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมคลองอัมพวา**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เทิดศักดิ์ เตชะกิจจจร. (2549). **สัณฐานบางช่วง : จากพื้นที่ชุ่มน้ำสู่ศูนย์กลางของกลุ่มน้ำแม่กลอง, อัมพวา (หน้า 32-50)**. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิธิ ลิศนันท์. (2544). **แนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนริมคลองอัมพวา สมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตภาควิชาการออกแบบชุมชนเมือง บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- มินตรา ติรณปริชญ์. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริเวณเทศบาลตำบลอัมพวาและพื้นที่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิลาวัณย์ ภมรสวรรณ. (2548). การเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดของชุมชนริมน้ำดั้งเดิมในพื้นที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ ศิลพัชรนันท์. (2549). ประสบการณ์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมพื้นที่ชุมชนริมคลองอัมพวา, อัมพวา (หน้า 52-66). คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2551). โครงการวิจัยในหัวข้อบทบาทของการออกแบบต่อธุรกิจไทย, เมษายน.

สมเจตนา มุณีโมไนย. (2550). ปัญหาวิจัยเล่าเรื่องวิถีแห่งปัญญาวิจัยจากการสังเคราะห์งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น กลุ่มงานประวัติศาสตร์ท้องถิ่นภาคใต้.

สุริชัย หวันแก้ว. (2548). ความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย. สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน). (2552). **Policy Dialogue on Creative Economy in Thailand.** มีนาคม.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์, พฤษภาคม.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). จากพลังความคิด...สู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์, พฤษภาคม.

## ภาษาอังกฤษ

- Bakhshi and McVitte. (2009). **Creative supply-chain linkages and innovation: Do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy?**. Innovation: Management, Policy&Pratice. Vol 11, PP. 169-189.
- Carafa, Andrea. (2009). **Creative Sector and the Knowledge Economy in Europe**. In SSRN working paper series.
- Cunningham and Higgs. (2009). **Measuring creative employment: Implications for innovation policy**. Innovation: Management, Policy&Pratice. Vol 11, PP. 190-200.
- Davis, Creutzberg and Arthurs. (2009). **Applying an innovation cluster framework to a creative industry: The case of screen-based media in Ontario**. Innovation: Management, Policy&Pratice. Vol 11, PP. 201-214.
- DTI. (2007). **Innovation in Services**. DTI Occational Paper. DTI, London.
- Eltham Ben. (2009). **Australian cultural and innovation policies: Never the twain shall meet?**. Innovation: Management, Policy&Pratice. Vol 11, PP. 230-239.
- Florida, R. (2002). **The Rise of the Creative Class: And How it's transforming work, leisure, community and everyday life**. New York: Perseus Book Group,

- Grwee June. (2009). **Innovation and the creative industries cluster: A case study of Singapore's creative industries.** Innovation: Management, Policy&Pratice. Vol 11, PP. 240-252.
- Howkins, John. (2001). **The Creative Economy: How People Make Money From Ideas: Penguin**
- Jaaniste Luke. (2009). **Placing the creative sector within innovation: The full gamut.** Innovation: Management, Policy&Pratice. Vol 11, PP. 215-229.
- Landry, Charles. (2008). **Experiencing imagination: Travel as a creative trigger.** In Creative Tourism, a global conversation: How to provide unique creative experiences for travelers worldwide, edited by R. Wurzburger, T. Ageson, A. Pattakos and S. Pratt. Santa Fe, New Mexico : Sunstone Press.
- Lundvall, B.-Ake and Larenz, E. (2007). **Modes of Innovation and Knowledge Taxonomies in the Learning economy,** Paper to be presented at the CAS workshop on Innovation in Firms, Oslo, October 30 - November 1.
- Mohd Makhtar Abdul Rahman. (2007). **Amphawa row-house,** Nakhara (3). 1-10, November.
- Muller, Rummer and Truby. (2009). **The role of creative industries in industrial innovation.** Innovation: Management, Policy &Pratice. Vol 11, PP. 148-168.

- Office of the National Economic and Social Development Board.  
(2007). **Creative and Economy Development in Thailand**.  
October.
- Office of the National Economic and Social Development Board.  
(2008). **The 10th National Economic and Social  
Development Plan and Creative Economy**. September  
Pappalepore, Ilaria. 2008. Marketing a postmodern city:  
A shift from tangible to intangible advantages. In From  
cultural tourism to creative tourism - Part 3: Changing  
places, the spatial challenge of creativity, edited by G. R.  
a. J. Wilson. Arnhem: ATLAS.
- Pattakos, Alex. (2008). **Discovering the deeper meaning  
of tourism. In Creative Tourism**, a global conversation:  
How to provide unique creative experiences for travelers  
worldwide, edited by R. Wurzbürger, T. Aageson, A. Pattakos  
and S. Pratt. Santa Fe, New Mexico: Sunstone Press.
- Pattakos, Alex. (2008). **Introduction and common themes (keynotes  
and key concepts)**. In **Creative Tourism**, a global  
conversation: How to provide unique creative experiences  
for travelers worldwide, edited by R. Wurzbürger,  
T. Aageson, A. Pattakos and S. Pratt. Santa Fe, New Mexico:  
Sunstone Press.
- Pavitt, K. (1984) "Sectoral Patterns of Technical Change - Towards  
a Taxonomy and a Theory", **Research Policy**, 13(6), 343-373.

Raymond, Crispin. (2008). **The practical challenges of developing creative tourism: A cautionary tale from New Zealand.**

In Creative Tourism, a global conversation: How to provide unique creative experiences for travelers worldwide, edited by R. Wurzburger, T. Aageson, A. Pattakos and S. Pratt. Santa Fe, New Mexico: Sunstone Press.

Raymond, Crispin. (2008). **What's in a name?: The origins of the term 'creative tourism'.**

In Creative Tourism, a global conversation: How to provide unique creative experiences for travelers worldwide, edited by R. Wurzburger, T. Aageson, A. Pattakos and S. Pratt. Santa Fe, New Mexico: Sunstone Press.

Richards, Greg. (2008). **Creative tourism and local development.**

In Creative Tourism, a global conversation: How to provide unique creative experiences for travelers worldwide, edited by R. Wurzburger, T. Aageson, A. Pattakos and S. Pratt. Santa Fe, New Mexico: Sunstone Press. Richards, Greg, and Julie Wilson. 2008. The changing context of cultural tourism - An introduction. In From cultural tourism to creative tourism - Part 1: The changing context of cultural tourism, edited by G. Richards and J. Wilson. Arnhem: ATLAS.

Richards, Greg, and Julie Wilson. (2008). **Changing experiences**

**- The development of creative tourism.** In From cultural tourism to creative tourism - Part 4: Changing

experiences. The development of creative tourism, edited by G. Richards and J. Wilson. Arnhem: ATLAS.

Siriwan Silapacharanan. (2007). **Amphawa and its culture heritage**, Nakhara (3). 11-22, November.

Takerng Pattanopas and Pim Sudhikam (Kongsangchai). (2007). **From amphawa to Florence: How the navarong pottery progressed from a quiet river town**, Nakhara (3). 23-36, November.

Terdsak Tachakitkachorn (Ph.D). (2007). **Morphological study of an orchard system in the lower of chao phraya delta: A case study of amphawa neighborhood**, Nakhara (3). 37-56, November.

UNESCO. **Toward Sustainable Strategies for Creative Tourism**, 2006.

Wang, N. (1999). "Rethinking Authenticity in Tourism Experience", **Annals of Tourism Research** 26 (2); 349-370. Wurzburger, Rebecca. 2008. Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference: A global conversation on best practices and new opportunities. In *Creative Tourism, a global conversation: How to provide unique creative experiences for travelers worldwide*, edited by R. Wurzburger, T. Aageson, A. Pattakos and S. Pratt. Santa Fe, New Mexico: Sunstone Press.

- Wannasilpa Peerapan. (2007). **King Rama V ' s incognito visit to Samut songkhram province in 1904**, Nakhara (3). 57-74, November.
- Yusuf, Shahid. (2007). **World Bank Policy Research Working Paper . 4262.**

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กรุงเทพธุรกิจ. (2552, พฤษภาคม). เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com> (วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2553)
- กุลธิดา สามะพุทธิ, วันชัย ตันติวิทยาพิทักษ์. (2529, พฤศจิกายน). โจหุลยส์ ผู้ชุบชีวิตหุ่นละครเล็ก มหรสพที่ถูกลืม. (ออนไลน์). สารคดี. 2 (21). เข้าถึงได้จาก <http://www.sarakadee.com/feature/2000/03/15year4.htm>. (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)
- ที่พักนักเดินทาง. (2545). หุ่นตีระนาด “โหมโรง” ฉบับ..โจหุลยส์. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.nairobroom.com/76modules.php?name=News&file=article&sid=197>. (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)
- ไทยรัฐออนไลน์. (2553). สนวนลมไนท์บาซาร์รัชดา (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.thairath.co.th/column/eco/market/66003>. (วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2553)
- นาฏยศาลา หุ่นละครเล็ก (2553, กุมภาพันธ์) “สืบสานหุ่นละครเล็กไทยอนุรักษ์ไว้เป็นมรดกของแผ่นดิน” กับ หุ่นละครเล็ก โจหุลยส์ ชุดคนสร้างหุ่น. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.thaipr.net/nc/>



**readnews.aspx?newsid=2A0307096082CF39CA9AFE6252  
BAD76F.** (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)

ประชาชาติธุรกิจ. (2553). เปิดจอง “สวนลุมไนท์บาซาร์รัชดาฯ”. (ออนไลน์).  
เข้าถึงได้จาก [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?  
newsid=1266370189&grpId=00&catid=00](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1266370189&grpId=00&catid=00). (วันที่ค้นข้อมูล  
15 มีนาคม 2553)

ผู้จัดการออนไลน์. (2547). พาทัวร์ 'สวนลุมไนท์บาซาร์' ซอปปิงยามราตรี  
เวทีวัดไอเดีย. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก [http://travel.sanook.com/  
bangkok/bangkok\\_08065.php](http://travel.sanook.com/bangkok/bangkok_08065.php). (วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม  
2553)

ผู้จัดการออนไลน์. (2548). ซอปปิงหรรษายามค่ำคืนที่ “สวนลุมไนท์บาซาร์”.  
(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก [http://webboard.mthai.com/7/2006-  
06-07/242534.html](http://webboard.mthai.com/7/2006-06-07/242534.html). (วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2553)

ผู้จัดการออนไลน์. (2548). ชมหุ่นละครเล็กโจหลุยส์. (ออนไลน์). เข้าถึงได้  
จาก <http://www.childmedia.net/node/59>. (วันที่ค้นข้อมูล 12  
มีนาคม 2553)

ผู้จัดการรายวัน. ทรัพย์สินฯ ประกาศชัด CPN คว่าสวนลุมไนท์. (ออนไลน์).  
(2550, กุมภาพันธ์). เข้าถึงได้จาก [http://www.gotomanager.com/  
news/details.aspx?id=56729](http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=56729). (วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม  
2553)

ผู้จัดการออนไลน์. (2551). พระบารมี “พระพี่นางฯ” ฟิ้นชีวิตหุ่นละครเล็ก.  
(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก [http://edunews.eduzones.com/  
sukanya/1954](http://edunews.eduzones.com/sukanya/1954). (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)

ผู้จัดการออนไลน์. (2552). CPN รอแก้ว พี.คอน. ยื้อสวนลุมฯ ร้างศาลอุทธรณ์ ต่อ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/StockMarket/ViewNews.aspx?NewsID=9520000139241>. (วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2553)

ผู้จัดการออนไลน์. (2553, กุมภาพันธ์). คนสร้างหุ่น วิโจหลุยส์. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/CelebOnlineViewNews.aspx?NewsID=9530000022516>. (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)

มติชนรายวัน. (2550, มีนาคม). วิชาการรมสำนักทรัพย์สินฯ “สวนลุมไนท์บาซาร์” ซ้ำรอย “เวสต์เทรตซ์” ปัญหาค้างเต็งคู่สัญญาเดิมไล่ไม่ไป. (ออนไลน์). มติชนรายวัน. 30 (10583). เข้าถึงได้จาก <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2007q1/2007march02p6.htm>. (วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2553)

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2552). หุ่นละครเล็กนาฏยศาลากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการสาธิตการแสดงหุ่นละครเล็ก. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.dpu.ac.th/artsciences/ht/gallery.php?mode=image&id=485>. (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. หุ่นละครเล็ก. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.nsruc.ac.th/oldnsru/webelearning/dance/hunlakhonleg.html>. (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. (2551). ทรัพย์สิน' ยึดพื้นที่สวนลุมไนท์ฯ. (ออนไลน์). หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. ฉบับที่ 2328. เข้าถึงได้

- จาก <http://xiewuji.exteen.com/20080607/entry>. (วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2553)
- สายสุนีย์ สิงห์ทัศน์. (2543, พฤษภาคม). หุ่นละครเล็ก (ออนไลน์).. อนุสาร อ.ส.ท.. 40 (10). เข้าถึงได้จาก <http://www.siamganesh.com/osotho3.html>. (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)
- สำนักข่าวอินโฟเควสท์ (IQ). (2552). CPN เผยเลื่อนรับมอบที่ดินสวนลุมไนท์ฯ ไม่มีกำหนด/กลางปี 53 ชัดเจนลงทุนจีน. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.ryt9.com/s/iq05/751166>. (วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2553)
- อรรธรณ บัณฑิตกุล. (2546, พฤษภาคม). หุ่นละครไทยมีชีวิตที่โจหลุยส์. (ออนไลน์). ผู้จัดการ. เข้าถึงได้จาก <http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=6222>. (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)
- อรรธรณ บัณฑิตกุล. (2546, พฤษภาคม). เส้นทาง 102 ปี ของหุ่นละครเล็ก. (ออนไลน์). ผู้จัดการ. เข้าถึงได้จาก <http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=6223>. (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)
- Auddy228 (2552, ธันวาคม) หุ่นละครเล็ก (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.baanmaha.com/community/thread22155.html>. (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)
- BizBlog. (2550, มิถุนายน) สวนลุมไนท์ปิดฯ ผู้ประกอบการจะอย่างไร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/bizblog/2007/06/25/entry-1>. (วันที่ค้นข้อมูล 15 มีนาคม 2553)

Department of Culture, Media and Sport (DCMS). 2001. Creative Industries Mapping Document 2001. (Online). Place Published. Available: [http:// www.culture.gov.uk/ reference\\_library/ publications/4632.aspx](http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4632.aspx) (accessed 2009-10-01).

Prijoelouis. (2552, ตุลาคม). หุ่นละครเล็กสุดเจ๋ง หนึ่งเดียวของไทยบนเวทีเทศกาลหุ่นระดับโลก. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก [http:// webboard.kapook.com/viewthread.php?tid=10117](http://webboard.kapook.com/viewthread.php?tid=10117). (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)

Wasittee. (2552, พฤศจิกายน). หุ่นละครเล็ก (โจหลุยส์) ร่วมสืบสานอนุรักษ์หุ่นละครเล็กไทย. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จากเว็บไซต์สถานีโทรทัศน์ Money Channel <http://www.moneychannel.co.th>. (วันที่ค้นข้อมูล 12 มีนาคม 2553)

UNCTAD. 2008. Creative Economy Report 2008. (Online). Available: [http://www.unctad.org/ en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf) (accessed 2009-10-01).

UNESCO. Creative Industries - UNESCO Culture. (Online). Available: [http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php.URL\\_ID=35024&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php.URL_ID=35024&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html) (accessed 2009-10-01).

## จากเว็บไซต์

หมูหินดอทคอม. เข้าถึงได้จาก

<http://www.moohin.com/trips/bangkok/saunlum/>

ฟาร์มโชคชัย. เข้าถึงได้จาก <http://www.farmchokchai.com/>

นาฏยศาลาหุ่นละครเล็ก โจหลุยส์เชียงใหม่. เข้าถึงได้จาก

<http://www.thaipuppet.com/>

สำนักงานเทศบาลตำบลอัมพวา. เข้าถึงได้จาก

<http://www.amphawa.go.th>

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. เข้าถึงได้จาก

<http://www.thailandtourismcouncil.org>

สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก <http://www.atta.or.th/>

สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ. เข้าถึงได้จาก

<http://www.domesticthailand.com>

สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก <http://www.ttaa-thai.com>

สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย. เข้าถึงได้จาก

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

สนุกดอทคอม. เข้าถึงได้จาก

[http://travel.sanook.com/story\\_picture/m/08065\\_008.jpg](http://travel.sanook.com/story_picture/m/08065_008.jpg)

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. เข้าถึงได้จาก

<http://www.culture.go.th/knowledge/story/puppet/t01.htm>

Australian Policy Online. Available:

<http://www.apo.org.au/creative-economy>

Creative economic. Available: <http://www.creativeeconomy.com.au/>

Creative Thailand. Available: <http://www.creativethailand.org/>

Creative tourism New Zealand: Interactive workshops & creative experiences Available: <http://www.creativetourism.co.nz/>

Santa Fe Creative Tourism: Experiences in Santa Fe, New Mexico, the United States' first UNESCO\* Creative City. Available:

<http://www.santafecreativetourism.org/>



# ကဏ္ဍပုဒ်

## ก. รายชื่อผู้ที่ได้รับสัมภาษณ์

- ดร.อภิสิทธิ์ ไส้ตัญญูไกล (ผู้อำนวยการ TCDC)  
สัมภาษณ์วันที่ 24 กันยายน 2552
- ธาณิชร์ ฝะเอม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม  
แห่งชาติ) สัมภาษณ์วันที่ 30 กันยายน 2552
- สุรพล ศรีตระกูล (นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวไทย (ATTA))  
สัมภาษณ์ วันที่ 5 ตุลาคม 2552
- ผศ.ดร.การดี เลี้ยวไพโรจน์ (ที่ปรึกษารัฐมนตรีช่วยกระทรวงพาณิชย์  
ด้านเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์) สัมภาษณ์วันที่ 8 ตุลาคม 2552
- สมประสงค์ ไชมพัตร (รองผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว)  
สัมภาษณ์วันที่ 19 พฤศจิกายน 2552
- พรศิริ มโนหาญ (ประธานสมาคมพาด้า (PATA))  
สัมภาษณ์วันที่ 1 ธันวาคม 2552
- พิสูตร ยังเขียวสด (ผู้บริหารนาฏยศาลาฯ)  
สัมภาษณ์วันที่ 3 ธันวาคม 2552
- คณะครูและนักเรียนโรงเรียนมัธยมวัดบึงทองหลาง ม.5 - ม.6  
สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2553
- โชค บูลกุล (ผู้บริหารฟาร์มโชคชัย)  
สัมภาษณ์วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2553
- แก้วสรร อติโพธิ สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2553
- ศิริวรรณ ศิลาพัชรนันท์ (อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) สัมภาษณ์วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2553



- พีรวงศ์ จาตุรงค์กุล (ที่ปรึกษานายกเทศมนตรีอัมพวา)  
สัมภาษณ์วันที่ 2 มีนาคม 2553
- สุกิน บางประสิทธิ์ (นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองน้ำแดง)  
สัมภาษณ์วันที่ 2 มีนาคม 2553
- คณิธิป บุญเกตุ (นายอำเภอปากช่อง) สัมภาษณ์วันที่ 3 มีนาคม 2553
- ร้อยโทพัชโรดม อุณสุวรรณ (นายกเทศมนตรีตำบลอัมพวา)  
สัมภาษณ์ วันที่ 18 มีนาคม 2553
- ณรงค์ สมานพิบูลย์ (เจ้าของร้านสมานการค้า)  
สัมภาษณ์วันที่ 18 มีนาคม 2553
- แจ๊ต (ร้านข้าวแกงหม้อดิน) สัมภาษณ์วันที่ 18 มีนาคม 2553
- อีออฟ (ภูติชาลวีร์สปอร์ต) สัมภาษณ์วันที่ 19 มีนาคม 2553
- ศุภชาติ เจียมศิวานนท์ (ลุงแวนข้าวแต่น)  
สัมภาษณ์วันที่ 19 มีนาคม 2553
- สำเนียง ดีสวาสดี (น้ำดอกไม้) สัมภาษณ์วันที่ 19 มีนาคม 2553
- สุกิจรา (ร้านสุจิตราขนมไทย) สัมภาษณ์วันที่ 19 มีนาคม 2553
- เจ้าหน้าที่ ททท. (สำนักงานเขตสมุทรสงคราม)  
สัมภาษณ์วันที่ 19 มีนาคม 2553
- สนั่น ถิตตยานุรักษ์ (ศรีอัมพวา) สัมภาษณ์วันที่ 19 มีนาคม 2553
- อรุณี ศรีราษฎร์ (ร้านขนมไทยโบราณที่อุทยาน ร.2)  
สัมภาษณ์วันที่ 19 มีนาคม 2553
- ร้านน้ำมันมะพร้าว สัมภาษณ์วันที่ 19 มีนาคม 2553
- กฤตย มีทวิ (เจ้าหน้าที่โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์)  
สัมภาษณ์วันที่ 19 มีนาคม 2553
- ร้านอาหารทองโบราณ สัมภาษณ์วันที่ 19 มีนาคม 2553

## ข. ประมวลคำศัพท์

Aesthetic Innovation	นวัตกรรมเชิงศิลป์
Creative Cities	เมืองสร้างสรรค์
Creative Economy	เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์
Creative Industries	อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์
Creative Tourism	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
Dynamic process of innovation	กระบวนการพลวัตของนวัตกรรม
High aesthetic	เอกลักษณ์ในทางศิลป์ที่ดี
Knowledge-based Economy	เศรษฐกิจฐานความรู้
Knowledge-based Society	สังคมฐานความรู้
Sectoral innovation system	ระบบนวัตกรรมรายสาขา
Symbolic content	สิ่งที่สื่อความหมายในเชิงสัญลักษณ์
Systemic failures	ความล้มเหลวของระบบนวัตกรรม
Technological Innovation	นวัตกรรมทางเทคโนโลยี

## ค. แนวทางการสัมภาษณ์กรณีศึกษา

### ก. เรื่องทั่วไป

- อายุของการประกอบการ/กิจกรรม
- ความเป็นเจ้าของ
- การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในอดีตและเหตุผลเบื้องหลัง

### ข. ประเภทของนวัตกรรม

- นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (technological innovation)
- นวัตกรรมทางสุนทรีย์ (aesthetic innovation)
  - นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
  - นวัตกรรมกระบวนการ
  - นวัตกรรมทางองค์กร (organizational innovation)
  - นวัตกรรมการเปลี่ยนตำแหน่ง (position innovation)
  - นวัตกรรมการเปลี่ยนมโนทัศน์ (paradigm innovation)
- เกิดขึ้นได้อย่างไร
- ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีใครบ้าง
- ผลที่เกิดขึ้นจากนวัตกรรม: มูลค่า/คุณค่า

### ค. พื้นฐานความรู้และเทคโนโลยี (Knowledge and technological domain)

- ขอบเขตของความรู้และเทคโนโลยีครอบคลุมอะไรบ้าง

- ความรู้และเทคโนโลยีหลักคืออะไร
- ความรู้อื่นๆ เทคโนโลยีอื่นๆ และสิ่งอื่นๆ ที่เป็นตัวผสมผสาน (complementarities) คืออะไร
- ที่มาของความรู้และเทคโนโลยี
- เมื่อเวลาผ่านไป มีการพัฒนาอย่างไรบ้าง

ง. ผู้มีบทบาทในระบบนวัตกรรม: มีบทบาทอย่างไร และมีขีดความสามารถเท่าไร

- ผู้ประกอบการ
  - ผู้ผลิตสินค้าและให้บริการขั้นสุดท้าย
  - ซัพพลายเออร์ (เครื่องจักร วัตถุดิบ ที่ดิน)
  - บริษัทในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (supporting/related industries)
  - บริษัทที่ให้ความรู้ (บริษัทที่ปรึกษา)
- รัฐบาล
  - รัฐบาลกลาง
  - รัฐบาลส่วนภูมิภาค
  - องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- สถาบันการศึกษา/สถาบันวิจัยของรัฐ
  - ส่วนกลาง
  - ส่วนภูมิภาค/ท้องถิ่น
- สมาคมการค้า สมาคมอุตสาหกรรม องค์กรเอกชน มูลนิธิ
  - ส่วนกลาง
  - ส่วนภูมิภาค/ท้องถิ่น

- เครือข่ายชุมชน/องค์กรภาคประชาชนในท้องถิ่น

#### จ. ความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีบทบาทต่าง ๆ

- ประเภทของความเชื่อมโยง
  - การซื้อ-ขายสินค้าและบริการ
  - การแลกเปลี่ยนความรู้
  - การให้การศึกษาดูงาน
  - การแลกเปลี่ยนบุคลากร
- ความถี่ของความเชื่อมโยง
  - สม่ำเสมอ
  - เป็นครั้งคราว
  - ครั้งเดียว
- ผลที่เกิดขึ้นจากความเชื่อมโยง
  - นวัตกรรม
  - ความรู้ใหม่
  - การปรับปรุงผลิตภัณฑ์/บริการเดิมให้ดีขึ้น
  - การเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต/ทำงานเดิมให้ดีขึ้น
  - การปรับปรุงรูปแบบองค์กรเดิมให้ดีขึ้น

#### จ. บริบทเชิงสถาบัน (institutional context)

- กฎหมาย
- กฎระเบียบ
- ค่านิยม/ความเชื่อ
- ระบบมาตรฐาน

186 ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ :

- นโยบายของรัฐ
- ความไว้วางใจ (trust)
- ความกล้าเสี่ยง
- ความสามารถในการประกอบการ (entrepreneurship)
- การยอมรับนวัตกรรมของลูกค้า/สังคม

## คณะผู้ดำเนินงาน

### ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์พิเศษทรงทอง จันทรางศุ  
 ดร.สุทศศรี วงษ์สมาน  
 ดร.จิรพรรณ ปุณณเกษม

เลขาธิการสภาการศึกษา  
 รองเลขาธิการสภาการศึกษา  
 ผู้อำนวยการสำนักนโยบาย  
 ด้านการศึกษามหาภาค

### คณะผู้วิจัย

ดร.ภัทรพงศ์ อินทรกำเนิด  
 ดร.พันธ์ุอาจ ชัยรัตน์  
 ดร.มุกทรีกา พฤกษาพงษ์  
 นายธนพนธ์ ตั้งตระกูล

หัวหน้าโครงการ

### คณะผู้พิจารณารายงานการวิจัย

นายสมพงษ์ วนภา  
 รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติ ลิ้มสกุล  
 นายชูศักดิ์ วรพิทักษ์  
 ดร.รอม หิรัญพฤษ์

ผู้ทรงคุณวุฒิที่เข้าร่วมการประชุมเพื่อนำเสนอผลการวิจัยเรื่อง  
 “ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และ  
 เชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์”

### ผู้รับผิดชอบโครงการ

ดร.สุภาพร โกเฮงกุล  
 นางรัชนี พึ่งพานิชย์กุล  
 นางสาวชิตชล ตั้งสุขขีเกียรติ

หัวหน้าโครงการ  
 นักวิชาการประจำโครงการ  
 นักวิชาการประจำโครงการ

### บรรณาธิการ

ดร.สุภาพร โกเฮงกุล  
 นางรัชนี พึ่งพานิชย์กุล

### หน่วยงานรับผิดชอบ

กลุ่มนโยบายการศึกษามหาภาค  
 สำนักนโยบายด้านการศึกษามหาภาค  
 สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา