

แนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ :
กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CULTURAL CAPITAL MANAGEMENT GUIDELINES FOR PROMOTING CREATIVE ECONOMIC
DEVELOPMENT : A CASE STUDY OF NAKHON SI THAMMARAT PROVINCIAL CULTURAL
OFFICE



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Public Administration in Public Administration

Department of Public Administration

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	แนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริม การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ :กรณีศึกษาสำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช
โดย	นายเอกราช จันทร์กลับ
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กীরติ ชื่นพิทยาธร)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชฎิล โรจนานนท์)

เอกสาร จันทร์ทกลับ : แนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ
 สร้างสรรค์ :กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช. (CULTURAL CAPITAL
 MANAGEMENT GUIDELINES FOR PROMOTING CREATIVE ECONOMIC DEVELOPMENT : A
 CASE STUDY OF NAKHON SI THAMMARAT PROVINCIAL CULTURAL OFFICE) อ.ที่ปรึกษา
 หลัก : ผศ. ดร.ศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา

การศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษาสำนักงาน
 วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ กลยุทธ์ (การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) เกี่ยวกับบทบาท
 สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิง
 คุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารสำนักงาน
 วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช (วัฒนธรรมจังหวัด) ผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช (ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริม
 ศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม และนักวิชาการวัฒนธรรม) ประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 สำนักงานนครศรีธรรมราช และผู้ประกอบการสินค้าและบริการ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน พบว่า 1) จุดแข็ง (Strengths) ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความ
 โดดเด่นและหลากหลาย, สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชมีเครือข่ายในการทำงานจำนวนมาก, และผู้บริหารระดับจังหวัดให้
 ความสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) จุดอ่อน (Weaknesses) ได้แก่ การส่งเสริมตลาด
 ยังไม่มีให้เห็นเป็นรูปธรรม, การประชาสัมพันธ์ยังไม่เพียงพอที่หลากหลายและไม่ครอบคลุมถึงผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอก
 จังหวัด, การขาดการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ, การมีจำนวนนักวิชาการวัฒนธรรม
 ค่อนข้างน้อยซึ่งไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน, รวมถึงนักวิชาการวัฒนธรรมยังไม่ทำงานร่วมกับชุมชน/คนในพื้นที่เท่าที่ควร สำหรับการวิเคราะห์
 สภาพแวดล้อมภายนอก พบว่า 1) โอกาส (Opportunities) ได้แก่ นโยบายระดับชาติและนโยบายส่วนกลาง (กระทรวงวัฒนธรรม) เอื้อต่อการ
 ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช, และนักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่นให้ความสนใจเข้ามา
 ท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช 2) อุปสรรค (Threats) ได้แก่ การเปลี่ยนผู้บริหารส่วนกลาง (กระทรวงวัฒนธรรม) ทำให้รายละเอียดของ
 กิจกรรมและนโยบายเปลี่ยนแปลงไปด้วย, การจัดสรรงบประมาณจากส่วนกลางยังมีจำนวนน้อย, รวมถึงแนวทางการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการ
 พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของส่วนกลางที่มอบหมายไปยังสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังไม่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม
 และการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นรูปธรรมและจริงจัง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 CHULALONGKORN UNIVERSITY

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์
 ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อนิสิต
 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6280147024 : MAJOR PUBLIC ADMINISTRATION

KEYWORD: cultural capital, cultural capital management, creative economy, strategic analysis

Ekkarach Janklab : CULTURAL CAPITAL MANAGEMENT GUIDELINES FOR PROMOTING CREATIVE ECONOMIC DEVELOPMENT : A CASE STUDY OF NAKHON SI THAMMARAT PROVINCIAL CULTURAL OFFICE. Advisor: Asst. Prof. SIRIPONG PALAKAWONG-NA-AYUDHYA, Ph.D.

This study of “Cultural Capital Management Guidelines for Promoting Creative Economic Development: A Case Study of the Nakhon Si Thammarat Provincial Cultural Office” aims at analyzing the strategies (analysis of strengths, weaknesses, opportunities and threats) concerning the roles, situations and guidelines for cultural capital management to promote creative economic development. This is qualitative research conducted by means of in-depth interviews of important informants, who include the administrator of the Nakhon Si Thammarat Provincial Cultural Office (the Provincial Cultural Officer), staff of the Nakhon Si Thammarat Provincial Cultural Office (the Director of the Religious, Art and Cultural Promotion Group and Cultural Specialists), the President of the Nakhon Si Thammarat Chamber of Commerce, The Director of the Nakhon Si Thammarat Office of the Thailand Tourism Authority, business entrepreneurs and service providers.

An analysis of the internal environment has found that 1) the strengths come from distinctive and various kinds of cultural capital of Nakhon Si Thammarat Province; the Nakhon Si Thammarat Provincial Cultural Office has many operational networks; provincial administrators give importance to the promotion of cultural capital for creative economic development; 2) the weaknesses are that market promotion cannot yet be concretely seen; publicizing channels are not varied and do not include consumers and tourists from both inside and outside the province; entrepreneurs have not been encouraged to use technology to add value to their merchandise and services; there are a small number of cultural specialists resulting in a lack of manpower in work operations and these specialists have not been working with communities/local people as they should. The analysis of the external environment has found that 1) opportunities come from the national policy and the central policy (The Ministry of Culture) that have helped to promote the creative economic development of the Nakhon Si Thammarat Provincial Cultural Office; tourists from other provinces are interested in visiting Nakhon Si Thammarat; 2) Threats arise from the change of administrators in the central administration (the Ministry of Culture), causing a change in the details of activities; budget allocation from the central administration is small; the guidelines for work operations to promote creative economic development assigned by the central administration to the Nakhon Si Thammarat Provincial Cultural Office do not promote the use of technology, innovation and public relations in a concrete and serious manner.

Field of Study: Public Administration

Student's Signature

Academic Year: 2020

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความกรุณาอย่างยิ่งของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ซึ่งคอยชี้แนะแนวทาง ให้คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือในหลายประการ ตลอดจนสร้างกำลังใจที่ดีในการจัดทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณอาจารย์มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.สิริพรรณ นกสวน สวัสดิ์ ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ รวมถึงผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิรติ ชื่นพิทยธร และอาจารย์ ดร.ชฎิล โรจนานนท์ กรรมการ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม และนักวิชาการวัฒนธรรมของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช และผู้ประกอบการสินค้าและบริการในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้สัมภาษณ์ และสนับสนุนเอกสารจนได้ข้อมูลที่สำคัญยิ่งต่อการจัดทำสารนิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและพร้อมให้กำลังใจในการเรียนและการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณกัลยาณมิตรร่วมรุ่นทุกท่านที่คอยให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลที่ดีเสมอมา และช่วยให้คำปรึกษารวมทั้งแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เผชิญทุกข์ร่วมสุขกันมาจนถึงวันที่เราต่างพานพบความสำเร็จไปพร้อมกัน

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ให้การสนับสนุนในด้านการศึกษาและเป็นแรงใจสำคัญ ผู้อยู่เบื้องหลังทุกความสำเร็จในทุกช่วงชีวิต และหากสารนิพนธ์ฉบับนี้ผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยเป็นอย่างสูง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์นี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่สนใจทุกท่านต่อไป

เอกราช จันทร์กัลป์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูปภาพ.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีวิจัย.....	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	17
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	37
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์กลยุทธ์ (Strategic Analysis).....	41
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	44
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	45
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	45

3.2 แหล่งข้อมูล	45
3.3 กลุ่มประชากรเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	45
3.4 วิธีการเลือกและการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	46
3.5 เทคนิคและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
3.6 แนวทางการวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิจัย	49
3.7 จริยธรรมการวิจัย.....	49
บทที่ 4 ผลการศึกษาและการอภิปรายผล	50
4.1 บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	50
4.2 สถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	57
4.3 สถานการณ์และแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	66
4.4 ทิศนคติเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้บริหารและปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	89
4.5 การวิเคราะห์กลยุทธ์ (SWOT Analysis) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช.....	97
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	102
5.1 สรุปสาระสำคัญของการออกแบบการวิจัย	102
5.2 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาที่สำคัญ	103
5.3 ข้อจำกัดและอุปสรรคของการทำวิจัย.....	111
5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัย	112
บรรณานุกรม.....	114
ประวัติผู้เขียน.....	119

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สัดส่วนมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งหมดต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP).....	2
ตารางที่ 2 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงสุด 5 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2561.....	2
ตารางที่ 3 ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์	22
ตารางที่ 4 แบบทดสอบทัศนคติของกลุ่มบุคคล	40
ตารางที่ 5 บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์	56
ตารางที่ 6 ชุมชนคุณธรรมฯ บวร On Tour ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	79
ตารางที่ 7 ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับการส่งเสริมการพัฒนาจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	80
ตารางที่ 8 เปรียบเทียบทัศนคติเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	96
ตารางที่ 9 การวิเคราะห์กลยุทธ์ (SWOT Analysis) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช	100

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กลยุทธ์ 8C	13
ภาพที่ 2 การจำแนกประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ของ UNCTAD	24
ภาพที่ 3 3T กับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์.....	30
ภาพที่ 4 แนวคิดโครงสร้างพื้นฐานสร้างสรรค์ 5 ระดับ.....	31
ภาพที่ 5 แก่นของเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	36
ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดการวิจัย	44



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น การดำเนินการทางเศรษฐกิจของไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากการคำนึงถึงการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติและการใช้แรงงานไปเป็นเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของการผลิตและบริการที่อิงกับการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรมมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความสามารถในการแข่งขันพร้อมไปกับวางรากฐานการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2562) ประกอบกับประเทศไทยมีจุดเด่นด้านทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถต่อยอดเป็นสินค้าและบริการที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่มากมาย ทำให้สามารถสร้างโอกาสในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจกับต่างประเทศได้

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าทุนทางวัฒนธรรม¹ มีส่วนช่วยให้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น โดยทุนทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากทุนทางวัฒนธรรมเป็นต้นน้ำของห่วงโซ่มูลค่าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทุนทางวัฒนธรรมมีทั้งส่วนที่สัมผัสได้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัตถุ ผลงานทางศิลปะ ภาพเขียน รูปปั้น และส่วนที่สัมผัสไม่ได้ซึ่งเป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ใช่วัตถุ เช่น ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม การปฏิบัติ ภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรม ศิลปะการแสดง วรรณกรรม ดนตรีพื้นบ้าน เป็นต้น เมื่อทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าวถูกพัฒนาและเข้าไปฝังตัวในอุตสาหกรรมหรือการผลิต จะกลายเป็นสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำส่วนประกอบของทุนทางวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น เรื่องราว เรื่องเล่า ความเป็นมา ของวัฒนธรรมท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ให้สินค้าและบริการเกิดความโดดเด่น น่าสนใจ และน่าติดตาม สร้างจุดขายเพื่อดึงดูดลูกค้า กลายเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ ทุนทางวัฒนธรรมจึงไม่ใช่แค่เรื่องของแบบแผนการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญา และศิลปะ เท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอีกด้วย (สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, 2562)

การส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ส่งผลให้มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น โดยข้อมูลจากธนาคารโลก เมื่อปี พ.ศ. 2558 รายงานว่ารายได้จากเศรษฐกิจสร้างสรรค์ช่วยสร้างมูลค่าให้แก่ GDP ของโลก 2,250,000 ล้านดอลลาร์ และมีการเติบโตปีละ 15% ในส่วนของประเทศไทยจากรายงานประมวลผลมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำแนกตามสาขาการผลิต และข้อมูลจำนวนแรงงานที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรม

¹ ทุนทางวัฒนธรรมในที่นี้ผู้วิจัยใช้การนิยามของ Throsby ที่จำแนกทุนทางวัฒนธรรมไว้ 2 ประเภท คือ ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (อ้างถึงใน พงษธร เครือฟ้า, 2562)

สร้างสรรค์ โดยศูนย์บริการวิชาการเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์พบว่า ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2559 อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ที่ร้อยละ 5.61 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเจริญเติบโตของ GDP ที่เท่ากับร้อยละ 5.24 และในปี พ.ศ. 2560 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ณ ราคาประจำปี มีมูลค่าเท่ากับ 1.4 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.09 ของ GDP (ณัฐพร จาตุศรีพิทักษ์, 2562) แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สัดส่วนมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งหมดต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)

ปี	มูลค่าอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ (ล้านล้านบาท)	ผลิตภัณฑ์มวลรวม ในประเทศ (GDP) (ล้านล้านบาท)	ร้อยละของ มูลค่าอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ ต่อ GDP
2553	0.96	10.81	8.9
2554	1	11.31	8.8
2555	1.09	12.36	8.8
2556	1.16	12.92	9
2557	1.18	13.23	8.9
2558	1.26	13.74	9.2
2559	1.32	14.55	9.1
2560	1.4	15.45	9.1

ที่มา : <https://www.cea.or.th/statistic-creative-industry-gdp>

โดยในปี พ.ศ. 2561 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 กลุ่มอุตสาหกรรมของไทย สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจถึง 1.46 ล้านล้านบาท โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายสาขาอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงสุด 5 อันดับแรก พบว่า อันดับที่ 1 ได้แก่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีสัดส่วนสูงสุดถึงร้อยละ 28.04 มูลค่ารวม 4.09 แสนล้านบาท อันดับที่ 2 คือ อุตสาหกรรมอาหารไทย มีสัดส่วนร้อยละ 18.29 มูลค่ารวม 2.67 แสนล้านบาท อันดับที่ 3 คือ อุตสาหกรรมการโฆษณา มีสัดส่วนร้อยละ 14.28 มูลค่ารวม 2.08 แสนล้านบาท อันดับที่ 4 คือ อุตสาหกรรมแฟชั่น มีสัดส่วนร้อยละ 12.99 มูลค่ารวม 1.89 แสนล้านบาท และอันดับที่ 5 อุตสาหกรรมการออกแบบ มีสัดส่วนร้อยละ 8.6 มูลค่ารวม 1.25 แสนล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2562) แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงสุด 5 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2561

กลุ่มอุตสาหกรรม	มูลค่าทางเศรษฐกิจ (พันล้านบาท)
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	409,891
อาหารไทย	267,432

กลุ่มอุตสาหกรรม	มูลค่าทางเศรษฐกิจ (พันล้านบาท)
โฆษณา	208,803
แฟชั่น	189,934
ออกแบบ	125,783

ที่มา : <https://www.cea.or.th/th/single-statistic/creative-industry-value>

จุดแข็งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก อันเนื่องมาจากมีประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและมรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีชนบทรอบเนินม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความประณีตละเอียดในการสร้างสรรค์ผลงานที่ใช้ฝีมือผ่านการถ่ายทอดสู่ภูมิปัญญาไทย จนเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับโลก และสามารถถ่ายทอดและรักษาไว้ได้เป็นจำนวนมาก (เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา,2553) ประเทศไทยจึงถือได้ว่าเป็นหนึ่งในผู้เล่นที่โดดเด่นในตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของโลก และยังเป็นที่ยึดถือในเวทีโลก เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังถือเป็นสาขาเศรษฐกิจที่มีศักยภาพสำหรับประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง และในการส่งเสริมการขยายตัวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศไทยจึงใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ อาทิ อาหารไทย และหัตถกรรมไทย รวมทั้งงานศิลปะ สื่อสร้างสรรค์ และงานออกแบบที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วในประเทศ โดยสำหรับประเทศไทย สินค้าส่งออกเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน และสินค้าแฟชั่น เป็นต้น (จูนินทร์ ลักษณะวิเศษ,2562)

จากการเติบโตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบด้านทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทยรัฐบาลในปัจจุบันจึงมีนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้ภูมิปัญญา ในการขับเคลื่อนประเทศไปสู่ประเทศไทย 4.0 ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไปสู่อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้และความมั่นคงให้กับประเทศ โดยมีกระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาล โดยการพัฒนา สืบสาน สร้างสรรค์ ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าในแต่ละท้องถิ่น แต่ละจังหวัดทั่วทุกภาคของประเทศไทย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ผ่านการส่งต่อนโยบายจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานส่วนกลางที่เป็นหน่วยงานระดับกรม ไปสู่ส่วนภูมิภาคโดยมีสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด หน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่เป็นหน่วยงานปฏิบัติ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเปรียบเสมือนผู้แทนกระทรวงวัฒนธรรมในส่วนภูมิภาค เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมภายในจังหวัด เพื่อให้ชุมชน สังคม มีความเจริญด้านวัฒนธรรมควบคู่ไปกับยุทธศาสตร์ชาติ

ทุนทางวัฒนธรรมในแต่ละจังหวัดของประเทศไทยมีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ที่ต่างกัน จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานถือเป็นอาณาจักรโบราณที่มีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และศาสนามากที่สุดอาณาจักรหนึ่ง

ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ วิวัฒนาการอันยาวนานและรุ่งโรจน์ของนครศรีธรรมราช บรรพบุรุษได้สร้างมรดกและทุนทางวัฒนธรรมไว้ให้อนุชนมากมาย วัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นเอกลักษณ์แห่งนครศรีธรรมราชในฐานะเมืองแม่แห่งวัฒนธรรมในคาบสมุทรไทย (ปรีชา นุ่นสุข, 2554) ปัจจุบันนครศรีธรรมราชกลายเป็นจังหวัดที่มีเสน่ห์น่าสนใจอุดมสมบูรณ์ไปด้วยธรรมชาติทั้งภูเขา ป่าไม้ แม่น้ำ ลำธาร และทะเล รวมถึงวิถีชีวิต มรดกภูมิปัญญา และทุนทางวัฒนธรรม ทั้งด้านศิลปะการแสดง พื้นบ้าน เช่น การเล่นหนังตะลุง รำโนราห์ ด้านงานหัตถศิลป์ เช่น เครื่องถม เครื่องเงิน ผ้ายกงานจักสานย่านลิเภา ตลอดจนเป็นจุดเริ่มต้นของประเพณีที่มีชื่อเสียง เช่น การแห่ผ้าขึ้นพระธาตุ ประเพณีบุญสารทเดือนสิบ รวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่สำคัญ เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร หมู่บ้านคีรีวง เป็นต้น โดยในปี พ.ศ. 2562 ขนาดเศรษฐกิจของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีมูลค่าประมาณ 167,072 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.00 ของ GDP ประเทศไทย มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจอยู่ที่ภาคบริการมากที่สุด คือ 49.9% รองลงมาเป็นภาคเกษตรกรรม 26.2% และภาคอุตสาหกรรม 23.9% และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ย 1.8 ล้านคน/ปี มีรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ย 8,061 ล้านบาท/ปี (สำนักงานคลังจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2563) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชจึงถือว่าเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนสำคัญในการหยิบยกทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดมาพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสร้างรายได้ทางอุตสาหกรรมและภาคบริการทางวัฒนธรรม

ภายในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชมีการแบ่งส่วนงานย่อย โดยมีกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม มีบทบาทหน้าที่ในการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์งานทางวิชาการ เพื่อพัฒนางานด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมและภูมิปัญญา และส่งเสริมพัฒนาแหล่งเรียนรู้ทางด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมในชุมชน นอกจากนี้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีบทบาทหน้าที่ในการรับนโยบายจากส่วนกลาง เพื่อดำเนินการส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาทิ นโยบายจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ดำเนินโครงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product of Thailand : CPOT) โดยให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชสนับสนุนให้ท้องถิ่นมีการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่มาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่น ตระหนัก และเห็นคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมในท้องถิ่นตนเองซึ่งเป็นสิ่งใกล้ตัวมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป กล่าวคือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่แฝงไว้ด้วยเรื่องราวทางวัฒนธรรม ซึ่งได้มีการคัดเลือกสินค้าที่มีความโดดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราชให้เป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย เช่น ผลิตภัณฑ์บาติกข้าว เป็นการผลิตผ้าบาติกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้น้ำข้าวแทนการเขียนเทียน ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในขั้นตอนการผลิต เป็นนวัตกรรมที่ช่วยลดพลังงานความร้อน ส่วนลดลายบนผ้าได้แนวคิดเริ่มต้นจากลูกปิดหินสีอารยธรรมศรีวิชัย ซึ่งมีความสวยงามและแฝงความเชื่อในเรื่อง โชคลาภ ความปลอดภัย และความเป็นสิริมงคลแก่ผู้ที่ได้เป็นเจ้าของ จึงได้ถ่ายทอดและจัดวางลดลายลงบนผืนผ้าบาติก ย้อมด้วยสีธรรมชาติจากเปลือกและพืชพรรณในท้องถิ่น สร้างสรรค์เป็นผลงานรูปแบบใหม่ๆ เช่น หมอนอิง เบาะนั่ง ที่เหมาะกับการใช้งานในปัจจุบัน (กระทรวงวัฒนธรรม, 2562) นโยบายพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมผ่านโครงการ บวร On Tour ของชุมชนคุณธรรม น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ขับเคลื่อนด้วยพลังบวร (วัด บ้าน และโรงเรียน) เป็นการ

ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านการท่องเที่ยวโดยมิติทางวัฒนธรรมของชุมชน ที่มีความงดงามทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต วิถีพอเพียง ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ตลอดจนความงดงามทางธรรมชาติของชุมชน ความรักความสามัคคี เป็นเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือนชุมชน เช่น บวร On Tour ชุมชนคุณธรรมฯ วัดพรหมโลก อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นชุมชนที่มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสัมผัสวิถีชีวิต เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีวัดพรหมโลกเป็นศูนย์รวมจิตใจ มีแหล่งท่องเที่ยวและศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เช่น วัดเขาขุนพนม ศึกษาประวัติศาสตร์และตามรอยพระเจ้าตากสินมหาราช พระตำหนักเมืองนคร ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นที่ประทับทรงงาน มีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสวนจันทร์ศรี ศึกษาเรียนรู้มรดกภูมิปัญญาการแปรรูปอาหารของชาวสวนปักษ์ใต้เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น การทำกล้วยเล็บมือนางอบ ข้าวเกรียบ สบู่สมุนไพร น้ำสมุนไพร ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจ เช่น เส้นทางธรรมชาติน้ำตกพรหมโลก และเยี่ยมชมแหล่งเรียนรู้ศิลปะร่วมสมัยสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ณ บ้านสติน (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2563)

อย่างไรก็ตามการจําจัดโครงการข้างต้นนั้น ในปัจจุบันยังพบว่ามีกรรับรู้ไม่กว้างขวาง และไม่เป็นที่รู้จักของคนหมู่มาก รวมถึงสินค้าและบริการของโครงการยังไม่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายด้วยเหตุนี้จึงสนใจศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อจะได้ทราบกระบวนการทำงานในขั้นตอนต่างๆ รวมถึงบทบาท สถานการณ์ ทศนคติและความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน และกลยุทธ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาให้การนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นรูปธรรม ให้สินค้าและบริการ เกิดความน่าสนใจและเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาล และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน จังหวัดและประเทศชาติต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาบทบาทและสถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ (การวิเคราะห์จุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส, อุปสรรค) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ได้รับทราบบทบาทและสถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.3.2 ได้รับทราบทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.3.3 ได้รับทราบกลยุทธ์เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยมุ่งค้นคว้าและศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีตัวอย่างสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช จากข้อมูลเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย บทความ บทสัมภาษณ์ และข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีขอบเขตดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

มุ่งศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทและสถานการณ์ รวมทั้งทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชในปัจจุบัน และศึกษาแนวคิดหรือทฤษฎีในด้านกลยุทธ์เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาทิ ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาด ด้านการบูรณาการ ด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม ด้านงบประมาณ และด้านทรัพยากรเชิงปัญญา ที่จะสามารถส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อชี้ให้เห็นว่าแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นไปตามแนวคิดหรือทฤษฎีหรือไม่ รวมทั้งจะได้รับทราบถึงปัญหาของการทำงานแต่ละด้านในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มเป้าหมาย และพื้นที่

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเพื่อทำการศึกษาค้นคว้าสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหาร (วัฒนธรรมจังหวัด) และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน (นักวิชาการวัฒนธรรม) ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช ตลอดจนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย จำนวน 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงเมษายน พ.ศ. 2564 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินงาน ในช่วงปีงบประมาณ 2562-2564

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 การบริหารจัดการ หมายถึง การประสานงานและการบริหารหน้าที่ต่างๆ อาทิ การวางแผน การควบคุมองค์กร การบริหารข้อมูลและองค์ความรู้ การพัฒนาองค์ความรู้ การบูรณาการ การติดตามงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.5.2 ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น โบราณสถาน ผลงานศิลปะแขนงต่างๆ ทั้งภาพวาด ทัศนกรรม เป็นต้น ทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความเชื่อ จารีต ประเพณี วิถีชีวิต เป็นต้น

1.5.3 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้ องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation)

1.5.4 บทบาท หมายถึง แนวทางของการแสดงออกหรือปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.5.5 สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์และเรื่องราวที่กำลังเป็นอยู่เกี่ยวกับการบริหารจัดการ ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช

1.5.6 ทศนคติ หมายถึง แนวความคิดเห็นหรือความรู้สึกนึกคิดที่ผู้บริหารและปฏิบัติงาน ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชมีต่อแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.5.7 กลยุทธ์ หมายถึง แผนการหรือแนวทางในการดำเนินงานเกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ให้ไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายของสำนักงานวัฒนธรรม รวมทั้ง เป้าหมายของกระทรวงวัฒนธรรมและรัฐบาลที่กำหนดไว้

1.5.8 การวิเคราะห์กลยุทธ์ (SWOT Analysis) หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหาร จัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยของ สภาพแวดล้อมภายนอก และปัจจัยของสภาพแวดล้อมภายในที่มีผลกระทบและอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อการบริหารจัดการ

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ทุนทางวัฒนธรรม
- 2.2 เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2.3 ทักษะคนดี
- 2.4 การวิเคราะห์กลยุทธ์
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องอาศัยพื้นฐานทางด้านทุนทางวัฒนธรรมและทุนมนุษย์เป็นหลัก โดยอัตราการเติบโตของมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (การดี เลียวไพโรจน์ และคณะ, 2556) ทุนทางวัฒนธรรมของประเทศจึงมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าแก่เศรษฐกิจของประเทศ การศึกษาแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมจึงเป็นเหตุจำเป็นในการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ทราบวาทะทุนทางวัฒนธรรมคืออะไร เป็นแบบไหน เพื่อนำไปสู่การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลเชื่อมโยงกับทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช

2.1.1 นิยาม

ในการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมจะเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจถึงนิยามของ “ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)” ให้กระจ่างเสียก่อน โดยมีผู้ให้ความหมายและนิยามของทุนทางวัฒนธรรมไว้หลายท่าน หลายคณะ อาทิ

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ทุนที่สะสมอยู่ในตัวตนของแต่ละบุคคล วัตถุสิ่งของ และที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน ซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการหล่อหลอมและผลิตซ้ำ เพื่อสืบทอดผ่านทางระบบการศึกษา ผลผลิตที่ได้จากการสะสมทุนทางวัฒนธรรมคือ รสนิยม (Taste) ซึ่งจะสร้างความแตกต่างและเป็นเครื่องมือที่ใช้ร่ำรรักษาชนชั้นในสังคมให้ดำรงอยู่ต่อไป (Bourdieu, 1986 อ้างถึงใน อุทิศ ทาหอม และคณะ, 2558)

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ทุนที่เข้าไปในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2545)

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ระบบคุณค่าต่างๆ เช่น ความไว้วางใจ เชื่อใจ คุณธรรม วินัย จิตสำนึกสาธารณะ เป็นต้น รวมถึงวัฒนธรรมไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งประวัติศาสตร์ และโบราณคดี ตลอดจนระบบเครือข่ายและเครือข่ายความร่วมมือ (สุวรรณดี คำมั่น และคณะ, 2546)

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณค่า ความรู้ ภูมิปัญญาและงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น (ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์และคณะ, 2547) อ้างถึงใน ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว,2554)

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมสืบทอดกันมาและยังคงอยู่ เป็นสิ่งที่สังคมเห็นคุณค่า เป็นที่ต้องการ เป็นทรัพยากรที่ล้ำค่าของประเทศ สะท้อนเอกลักษณ์ของความเป็นชาติ เป็นรากฐานของความมั่นคงของสังคมที่สะสมสืบทอดยาวนานมาถึงปัจจุบันและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมจะมีลักษณะไม่คงที่ สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยี อาทิ เดิมคนไทยมักทอผ้าใช้ในครัวเรือน เมื่อมีการพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีการทอผ้า คนจึงซื้อเสื้อผ้ามาใส่แทนการทอด้วยตนเอง เป็นต้น (นิสวันต์ พิษณุดำรง,2553)

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ข้อมูลความรู้ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น ความเชื่อ ศาสนา วิถีชีวิต การแสดงออกทางศิลปกรรมต่างๆ ตำนาน ประวัติความเป็นมา ซึ่งสามารถนำมาใช้พัฒนาชุมชน พัฒนาเศรษฐกิจ เสนอภาพลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้จากการผลิตสินค้าใหม่ และการท่องเที่ยว (สุกัญญา สุจฉายา,2555)

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบ คุณค่าของการดำเนินชีวิต ประเพณี ความเชื่อ บรรทัดฐาน รวมถึงลักษณะของมรดกวัฒนธรรม (การดี เลียวไพโรจน์ และคณะ,2556)

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง มรดกภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมของชาติที่ผ่านการสั่งสม มาจากรุ่นสู่รุ่น ที่มีเอกลักษณ์และทรงคุณค่า (สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม,2562)

กล่าวโดยสรุป ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ข้อมูลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับคุณค่า ความเชื่อ ความเป็นมา วิถีชีวิต ภูมิปัญญา ที่ถูกค้นพบและสั่งสมสืบทอดกันมาในท้องถิ่นหรือสังคมนั้นๆ หลายรุ่น หลายสมัย และเป็นสิ่งที่สังคมเห็นคุณค่าเพราะสะท้อนตัวตนของสังคมได้ ซึ่งมีลักษณะไม่คงที่ สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีในแต่ละสมัย นอกจากนี้ทุนทางวัฒนธรรมในปัจจุบันยังสามารถนำมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสร้างรายได้จากสินค้าและบริการรวมถึงการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

2.1.2 ประเภททุนทางวัฒนธรรม

ประเภทของทุนทางวัฒนธรรมในมุมมองของนักวิชาการต่างประเทศอย่าง Bourdieu (1986, อ้างถึงใน อารีญา บุญทวี และคณะ, 2561) มองว่าทุนทางวัฒนธรรม สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1) ทุนที่เกิดขึ้นจากการสั่งสมจากปัจจัยต่างๆ (Embodied State) เป็นลักษณะของทุนทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นผ่านการสั่งสมขึ้นมาเป็นเวลานานและปรากฏอยู่เป็นคุณสมบัติถาวร ในตัวของปัจเจกชน โดยทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้จะแสดงออกผ่านลักษณะทางกายภาพ หรือพฤติกรรมตลอดจนความรู้สึนึกคิดภายในจิตใจของปัจเจกชน

2) ทุนที่ปรากฏอยู่ในรูปของวัตถุ (Objectified State) เป็นทุนวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในรูปของวัตถุ โดยวัตถุแห่งภูมิปัญญานั้นสามารถสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาซึ่งสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นได้อย่างมีความหมาย

3) ทุนที่เกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงคุณค่ากับสถาบัน (Institutionalized State) เป็นทุนทางสังคมที่เกิดจากการเชื่อมโยงคุณค่าของปัจเจกชนหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งกับสถาบัน องค์กร หรือสถานที่ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันโดยตรงในฐานะเป็นแหล่งกำเนิดหรือที่มา โดยการเชื่อมโยงดังกล่าวจะนำไปสู่การกำหนดและรับรองคุณค่าหรือคุณสมบัติที่มีอยู่ในบุคคลหรือสิ่งนั้นๆ

ในขณะที่ Throsby (2001, อ้างถึงใน พงษธร เครือฟ้า, 2562) นักเศรษฐศาสตร์ชาวออสเตรเลีย ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม โดยมีผลงานที่สำคัญ คือ หนังสือ Economics and Culture เขาได้จำแนกทุนทางวัฒนธรรมไว้ 2 ประเภท ดังนี้

1) ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Culture) เป็นลักษณะของการมองเห็นสัมผัสทางกายได้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัตถุ ผลงานสร้างสรรค์ทางศิลปะ ภาพวาดเขียน รูปหล่อปูนปั้น เครื่องแต่งกาย ลักษณะของทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ไม่ได้ถูกจำกัดในรูปแบบเฉพาะมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงทุนกายภาพ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น อย่างเช่น ตัวอาคารสถานที่ สิ่งประดิษฐ์ ทุนวัฒนธรรมรูปแบบนี้สร้างขึ้นแล้วนานวันย่อมสามารถสึกหรอ ผุพังได้ ถ้าไม่ได้รับการดูแลรักษา โดยที่เราสามารถวัดมูลค่าในรูปของเงินได้ไม่ว่าจะเป็นตัววัตถุเองหรือ การบริการที่ใช้วัตถุที่สัมผัสจับต้องได้นั้นเป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการทางวัฒนธรรม

2) ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Culture) เป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางความคิดที่เกิดจากการใช้ปัญญา หรืออาจเรียกว่าทุนทางวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Nonmaterial Culture) ได้แก่ ความรู้ สึกนิกคิด การปฏิบัติ ความเชื่อ และค่านิยมบางอย่างที่สามารถแบ่งปันระหว่างสมาชิกในสังคมชุมชน เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี พิธีกรรม ศิลปะการแสดง เพลง บทประพันธ์ นิทาน ตำนานพื้นบ้าน ดนตรี เป็นต้น

ส่วนในมุมมองนักวิชาการและหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยได้ออกมาเสนอความคิดเห็นและมุมมองด้านประเภทของทุนทางวัฒนธรรม ไว้หลายแบบ อาทิ

นิสวันต์ พิษณุดำรง (2553) ได้อธิบายถึงประเภทของทุนทางวัฒนธรรมในบทความเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรม ชุมทรัพย์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไว้ที่น่าสนใจว่าทุนทางวัฒนธรรมสามารถจำแนกประเภทได้หลายรูปแบบ หากจำแนกตามรูปลักษณะจะแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Throsby ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดังนี้ ชนิดมีรูปลักษณะสามารถจับต้องได้ อาทิ อาหารพื้นถิ่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และชนิดที่ไม่มีรูปลักษณะ ไม่สามารถจับต้องได้ อาทิ ประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม ศาสนา ภาษา หรือหากจำแนกตามการปรากฏของทุนทางวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับแนวความคิดของ Bourdieu คือ เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่ในตัวคนหรือกลุ่มคน อาทิ ความคิด จินตนาการ ความเชื่อ ทุนวัฒนธรรมที่มีรูปลักษณะ อาทิ ภาพวาด เครื่องมือ สิ่งก่อสร้าง และทุนวัฒนธรรมที่มีความเป็นสถาบัน เกิดจากการยอมรับของหลายฝ่าย เช่น สถาบันพระมหากษัตริย์ ประเพณี และกิจกรรมร่วมกันในสังคม เป็นต้น ในขณะที่ สุกัญญา สุจนายา (2558) ได้อธิบายไว้ในงานวิจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการจัดการวัฒนธรรม ในทำนองเดียวกันว่าทุนทางวัฒนธรรมมี 2 ประเภท ทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม โดยในประเภทที่เป็นรูปประเภท เช่น วัด ปราสาทหินพนมรุ้ง แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย พระแก้วมรกต พระบรมธาตุนครศรีธรรมราช หมอนขิดยโสธร ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าแพรวากาฬสินธุ์ รมบ่อสร้าง ใส่อ้วเียงใหม่ ไข่เค็มไชยา หมูยออุบล ลวดลายไทย หนังสือ ทุน

เป็นต้น และที่เป็นนามธรรม เช่น ความรู้วิธีการปั้นหล่อพระพุทธรูป ความเชื่อเรื่องแกนและการจุดบั้งไฟ ตำนานพญาคันคาก ตำนานหลวงปู่ทวด เป็นต้น

ในส่วนของหน่วยงานราชการ อาทิ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2559) ได้ให้คำจำกัดความของประเภททุนทางวัฒนธรรมไว้ว่าเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม ที่แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม ผลงานศิลปะแขนงต่างๆ ทั้งภาพวาด หัตถกรรม เหล่านี้มักจะมีมูลค่าเป็นตัวเงินได้ ส่วนทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ความเชื่อ จารีต ประเพณี วิถีชีวิต เช่นเดียวกับกระทรวงวัฒนธรรม (2562) ที่กล่าวถึงทุนทางวัฒนธรรมว่ามีทั้งที่จับต้องได้และที่จับต้องไม่ได้เหมือนกัน

กล่าวโดยสรุป ทุนทางวัฒนธรรมมีด้วยกันหลายรูปแบบหลายประเภท และมีนักวิชาการได้จำแนกประเภทของทุนทางวัฒนธรรมไว้หลายท่าน กลุ่มนักวิชาการที่จำแนกทุนทางวัฒนธรรมเป็น 3 ประเภท จะประกอบด้วย ทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่ในตัวของคุณคคลหรือกลุ่มคน ทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปของวัตถุ มีรูปลักษณ์ และทุนทางวัฒนธรรมที่มีความเป็นสถาบัน องค์กร หรือสถานที่ แต่อย่างไรก็ตามก็มีนักวิชาการบางกลุ่มที่แบ่งประเภทของทุนทางวัฒนธรรมให้แคบลงเหลือแค่ 2 ประเภท ประกอบด้วย ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ มีรูปลักษณ์ เป็นวัตถุ กับทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ ไม่มีรูปลักษณ์ ซึ่งเป็นเรื่องของทรัพย์สินทางปัญญา ความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตที่มีอยู่ในทุกท้องถิ่น

2.1.3 การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม

ชวตี โกศล (2561) ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม เป็นการจัดการโดยประชาชนในพื้นที่ โดยนำแนวคิดการมีส่วนร่วม คือ ร่วมทำ ร่วมคิด ร่วมกันบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ นำภาคีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ส่วนราชการ เอกชน เข้ามาช่วยกันบูรณาการกันทางความคิด ซึ่งทำให้เกิดประโยชน์ทั้งภาคประชาชนและประโยชน์ต่อภาครัฐ โดยรัฐมีหน้าที่สนับสนุนด้านงบประมาณ ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านสถานที่ส่วนภาคประชาชนมีหน้าที่สร้างสรรค์กิจกรรม ประเพณีหรือประยุคต์พัฒนา เพื่อเปลี่ยนทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นทุนทางเศรษฐกิจ

สมบัติ เวชกามา และคณะ (2552) ได้อธิบายการบริหารจัดการงานวัฒนธรรมชุมชนที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

V : วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นการกำหนดภาพอนาคตที่ต้องการให้เกิดขึ้นจากการพัฒนาการบริหารจัดการวัฒนธรรม

M : พันธกิจ (Mission) กรอบแนวทางการปฏิบัติที่เป็นพันธะต้องทำให้เกิดภาพอนาคตทางวัฒนธรรม

G : จุดหมาย (Goal) เป็นการกำหนดปลายทางที่จะไปให้ถึงวิสัยทัศน์

S : กลยุทธ์ (Strategies) เป็นกรอบที่ชี้ความสำเร็จตาม จุดหมายขององค์การจะเกิดขึ้นได้ต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาส่งเสริม ปรับปรุง โดยมีกลยุทธ์ 8C ประกอบด้วย

C1 = มิติกลยุทธ์ที่ 1 : วัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ (Culture for Learnings) เป็นการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ วัฒนธรรม และแหล่งประวัติศาสตร์ในท้องถิ่น เพื่อการศึกษา ค้นคว้าวิจัย ถ่ายทอดตำนาน เรื่องราว วรรณคดี ประวัติศาสตร์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เยาวชนได้รับรู้

และพัฒนาระบบฐานข้อมูลวัฒนธรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศทุกระดับร่วมกับองค์กรต่างๆ เพื่อการเผยแพร่อย่างมีประสิทธิภาพ

C2 = มิติกลยุทธ์ที่ 2 : การสร้างคุณค่าวัฒนธรรมสังคม (Culture Worthiness Establishment for Society) ร่วมกันอนุรักษ์ ฟื้นฟู ถ่ายทอด ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมในท้องถิ่น ปลูกจิตสำนึก สร้างค่านิยมทวงแหวนมรดกวัฒนธรรม มองปัญหาแก้ปัญหา ร่วมกัน รู้จักพึ่งพาตนเอง มีคุณธรรมจริยธรรมและบูรณาการหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตในสังคม สร้างความร่วมมือวัฒนธรรมระดับท้องถิ่น จังหวัด ภูมิภาค และระหว่างประเทศ

C3 = มิติกลยุทธ์ที่ 3 : การเพิ่มมูลค่าวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ (Culture with added value for Economy) เสริมสร้างนวัตกรรมการผลิตและการบริการจากพื้นฐาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทยเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยการผลิตสินค้าเกษตรกรรม หัตถกรรม และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แหล่งโบราณคดี โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ทางธรรมชาติ สร้างเอกลักษณ์ความโดดเด่นทางภูมิปัญญาในท้องถิ่น พัฒนาการค้าเชื่อมโยงระดับชุมชน จังหวัด ภูมิภาค และต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

C4 = มิติกลยุทธ์ที่ 4 : การสร้างเครือข่ายทางวัฒนธรรม (Culture for Network Establishment) ส่งเสริมความร่วมมือการพัฒนางานวัฒนธรรมในลักษณะเครือข่ายสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างองค์กรกับองค์กร องค์กรกับชุมชน ชุมชนกับชุมชน พร้อมเชื่อมโยงเครือข่ายไปสู่ระดับท้องถิ่น สังคม เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี การท่องเที่ยวและการรักษาวัฒนธรรมให้ยั่งยืน

C5 = มิติกลยุทธ์ที่ 5 : การพัฒนาองค์กรเพื่อวัฒนธรรม (Culture Organization Development) พัฒนาองค์กรทางวัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน ปรับบทบาทโครงสร้างและกลไกการทำงาน สร้างโอกาสและความเสมอภาพ ร่วมกันประสานงานและปรับปรุงการบริหาร พัฒนาบุคลากร สร้างทัศนคติ จิตสำนึกเพื่อให้เป็นองค์กรการพัฒนาวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

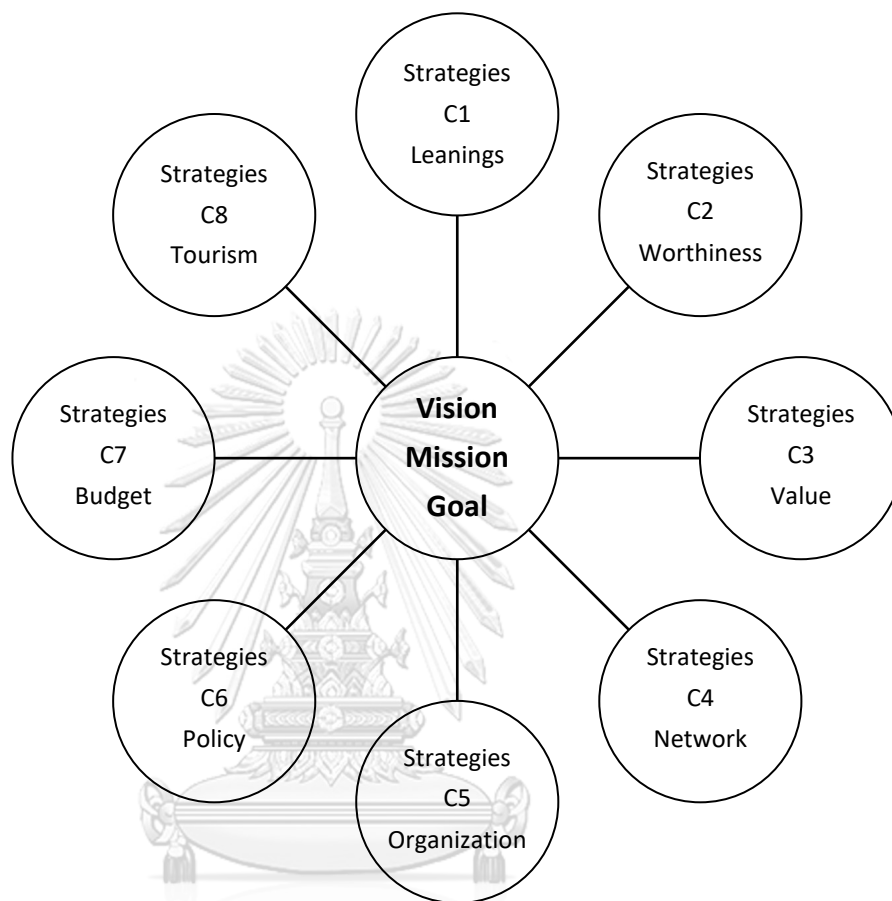
C6 = มิติกลยุทธ์ที่ 6 : ปรับปรุงนโยบายการบริหารจัดการงานวัฒนธรรม ภาครัฐ (Culture work Management Policy Improvement) ปรับปรุงนโยบายการพัฒนาวัฒนธรรมระดับจังหวัด ให้เป็นแผนหลักรองรับแผนพัฒนาระดับกระทรวงสอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น และส่งเสริมสนับสนุนนโยบายองค์กรภาครัฐและเอกชนให้มีการพัฒนาแบบบูรณาการร่วมกับงานวัฒนธรรมในท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตทางสังคมอย่างกลมกลืน

C7 = มิติกลยุทธ์ที่ 7 : การสนับสนุนงบประมาณงานวัฒนธรรม (Culture work Budget Support) สนับสนุนงบประมาณการพัฒนางานวัฒนธรรมจากภาครัฐเพิ่มมากขึ้น โดยการจัดสรรงบประมาณให้กับท้องถิ่นได้นำไปบริหารจัดการงานวัฒนธรรมด้วยตนเองสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน สร้างความร่วมมือภาคองค์กรต่างๆ

C8 = มิติกลยุทธ์ที่ 8 : การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Culture for Tourism) พัฒนา ปรับปรุงการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์และการบริหารให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากองค์กรต่างๆ ปรับปรุงระบบฐานข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมทุกรูปแบบ สร้างการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอก

เพื่อการเผยแพร่ต่อสาธารณชน พัฒนาเส้นทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์เชิงนิเวศน์ทั้งภายใน และภายนอกจังหวัด แสดงตามภาพที่ 1

ภาพที่ 1 กลยุทธ์ 8C



ที่มา : สมบัติ เวชกามา และคณะ (2552)

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบสำคัญของการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม คือ ประชาชนในชุมชนในท้องถิ่น ที่ต้องเข้าใจทุนทางวัฒนธรรมของตนและเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม สร้างสรรค์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นรวมถึงการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้ โดยเชื่อมโยงและบูรณาการกับหน่วยงานภายนอก เช่น หน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ในส่วนของหน่วยงานราชการบทบาทที่สามารถดำเนินการในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม อาทิ การสนับสนุนงบประมาณ การช่วยประชาสัมพันธ์ การสนับสนุนสถานที่ในการจัดกิจกรรม รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ของหน่วยงานให้สามารถบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน ท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ เช่น การใช้กลยุทธ์ 8C ประกอบด้วย C1 วัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ (Culture for Leanings) C2 การสร้างคุณค่าวัฒนธรรมสังคม (Culture Worthiness Establishment for Society) C3 การเพิ่มมูลค่าวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ (Culture with added value for Economy)

C4 การสร้างเครือข่ายทางวัฒนธรรม (Culture for Network Establishment) C5 การพัฒนาองค์กรเพื่อวัฒนธรรม (Culture Organization Development) C6 ปรับปรุงนโยบายการบริหารจัดการงานวัฒนธรรมภาครัฐ (Culture work Management Policy Improvement) C7 การสนับสนุนงบประมาณงานวัฒนธรรม (Culture work Budget Support) และ C8 การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Culture for Tourism) จาก 8C ข้างต้น เป็นเหตุผลที่ว่าการศึกษาครั้งนี้จำเป็นต้องสัมภาษณ์หน่วยงานหลายภาคส่วน ไม่ใช่แค่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชหน่วยงานเดียว ยังรวมไปถึงหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ดูแลเรื่องมูลค่าทางเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนของจังหวัด และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช ที่ดูแลการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดด้วย

2.1.4 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยกับการบริหารจัดการด้านวัฒนธรรม

ประเทศไทยมีประวัติศาสตร์ความเป็นชาติเอกราชมายาวนาน เราจึงมีภาษา วัฒนธรรมประเพณี สถาปัตยกรรม งานศิลปะเป็นของตนเองที่สะท้อนถึงความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ อันเป็นเอกลักษณ์ของชาติ และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่ายิ่งที่คนไทยทั้งชาติภาคภูมิใจ รัฐบาลมีนโยบายในการอนุรักษ์ ทำนุบำรุง และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมไทย ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนา ต่อยอด และสร้างสรรค์งานด้านศิลปวัฒนธรรมไทยในทุกภูมิภาคที่มีการปฏิบัติสืบต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (กระทรวงวัฒนธรรม, 2557) นอกจากนี้รัฐบาลมีนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและนวัตกรรม การสืบสาน สร้างสรรค์ ต่อยอดวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม ในการขับเคลื่อนประเทศไปสู่ประเทศไทย 4.0 ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งภารกิจงานข้างต้นมีกระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานหลัก ในการขับเคลื่อนภารกิจตามนโยบายรัฐบาล (สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, 2562)

กระทรวงวัฒนธรรม ทั้งหน่วยงานส่วนกลางระดับกรมและหน่วยงานส่วนภูมิภาค (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด) มีหน้าที่บริหารจัดการงานด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ เพราะวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บ่งบอกความเจริญรุ่งเรือง ความมั่นคงของชาติ เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนในสังคม เพราะวัฒนธรรมสร้างระเบียบแก่สังคม ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ความผูกพัน ความสามัคคี และประเพณีติดอยู่ในศีลธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีร่วมกัน การพัฒนาจึงต้องควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี โดยกระทรวงวัฒนธรรมมีนโยบายและยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศ (สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, 2560) ดังนี้

1) ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

การบริหารจัดการด้านวัฒนธรรมของกระทรวงวัฒนธรรมต้องอยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี โดยมีวิสัยทัศน์ "ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" มีการแบ่งยุทธศาสตร์ออกเป็น 6 ด้าน คือ 1) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง 2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน 4) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาค

และเท่าเทียมกันทางสังคม 5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ 6) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

2) ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

กระทรวงวัฒนธรรมมีภารกิจในการบริหารจัดการด้านวัฒนธรรม เพื่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย ยุทธศาสตร์ที่ 10 ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

3) ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0

กระทรวงวัฒนธรรมมีบทบาทในการขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศไปสู่ประเทศไทย 4.0 เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ใน 4 ลักษณะที่สำคัญ คือ อยู่บนพื้นฐานของความรู้และภูมิปัญญา มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม มีความโดดเด่นหรือสร้างความแตกต่าง รวมทั้งมีตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์หรือตราสินค้าที่ชัดเจน โดยในระยะแรกกระทรวงวัฒนธรรมจะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทางด้านวัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง โดยเริ่มจากสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ 5 ประเภท คือ 1) อาหาร 2) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 3) การออกแบบแฟชั่น 4) มวยไทย 5) เทศกาล ประเพณี โดยจะร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการดังกล่าวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและลูกค้า

4) ภายใต้ยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม ประกอบด้วย

- (1) เสริมสร้างความตระหนักต่อสถาบันหลักของชาติ และพัฒนากลไกในการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรม
- (2) ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ
- (3) พัฒนาความสัมพันธ์ และส่งเสริมเกียรติภูมิและภาพลักษณ์ไทยในเวทีโลก
- (4) เสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และความเป็นไทย
- (5) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการศึกษา วิจัย บริหารจัดการความรู้และสร้างนวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม
- (6) พัฒนากลไกและยกระดับการบริหารจัดการงานวัฒนธรรม

ในส่วนของการขับเคลื่อนทุนวัฒนธรรมตามนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีผลการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่ 1) การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับภาคและท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ในพื้นที่โดยการต่อยอดภูมิปัญญาไทย อาทิ โครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน และโครงการบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ความรู้และสนับสนุนการต่อยอดทางธุรกิจ 2) ยกย่องความสำเร็จของคนไทยที่มีผลงานความคิดสร้างสรรค์ที่ทำชื่อเสียงให้กับประเทศชาติ และสนับสนุนโครงการต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระแสเมืองไทย เมืองนักคิด อาทิ โครงการศิลปินแห่งชาติ 3) จัดให้มีพื้นที่กิจกรรมและแสดงผลงานที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นทั้งใน กทม. และส่วน

ภูมิภาค เพื่อเปิดกว้างให้นักคิดนักสร้างสรรค์นำเสนอผลงานโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย อาทิ โครงการเทศกาลศิลปวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ ได้จัดทำเว็บไซต์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้น โดยใช้ชื่อ www.CreativeCultureThailand.com เพื่อเป็นศูนย์กลางเผยแพร่การพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการพัฒนาต่อยอดต้นทุนทางด้านวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั่วประเทศ เว็บไซต์ดังกล่าวเป็นฐานข้อมูล และรูปภาพบรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับองค์ความรู้ผู้ประกอบการที่มีผลงานดีเด่น รายงานและผลงานวิจัย การแนะนำสินค้าทางวัฒนธรรมจากผู้ผลิตในท้องถิ่นต่างๆ กว่า 2,000 รายการทั่วประเทศ อาทิ งานหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแพทย์แผนไทย อาหารไทย ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เป็นช่องทางสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น สินค้าทุกประเภทที่เผยแพร่ในเว็บไซต์จะได้รับการดูแลเรื่องลิขสิทธิ์ และมีการบูรณาการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (นิสวันต์ พิษณุดำรง, 2553)

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาพบว่าปัจจุบันรัฐบาลของประเทศไทยมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์เศรษฐกิจ โดยการใช้ความรู้ ทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและนวัตกรรม มาพัฒนา ต่อยอด และสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้เกิดเป็นมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจผ่านนโยบายประเทศไทย 4.0 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โดยมีกระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบ และมีสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเป็นหน่วยงานขับเคลื่อนในส่วนภูมิภาค ซึ่งยุทธศาสตร์และนโยบายข้างต้นนับได้ว่าเป็นการคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจกับทุนทางวัฒนธรรม จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาเพื่อตอบโจทย์และวัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นกรณีศึกษา ซึ่งจำเป็นต้องเข้าใจนิยามและประเภทของทุนทางวัฒนธรรมเป็นอันดับแรก การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกแบ่งทุนทางวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ ตามแนวคิดของ Throsby เป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมทั้ง 2 ประเภท ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างไรก็ตามการที่จะใช้ทุนทางวัฒนธรรมแต่ละประเภทให้เกิดประโยชน์สูงสุดจะต้องมีกระบวนการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม ผ่านการร่วมมือกันทั้งประชาชน ชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้หลักการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเชิงกลยุทธ์ 8C ซึ่งครอบคลุมในทุกด้านของการจัดการทุนทางวัฒนธรรมมาประกอบการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เมื่อทำการศึกษาแนวคิดของทุนทางวัฒนธรรมแล้ว ทำให้พบว่าทุนทางวัฒนธรรมสามารถนำมาสร้างสรรค์หรือเป็นต้นน้ำของสินค้าและบริการได้ กลายเป็นอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

2.2.1 นิยาม

การกำหนดคำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับการนำไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งนิยามโดย John Howskins ผู้แต่งหนังสือ Creative Economy : How People Make Money from Ideas ว่าเป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ส่วนความหมายที่กำหนดโดยองค์การระหว่างประเทศ (พวงแก้ว พรพิพัฒน์, 2553) ได้แก่

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD : United Nations Conference on Trade and Development) ให้ความหมายว่าเป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO : World Intellectual Property Organization) ก็ให้ความหมายเป็นอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะ ทั้งในรูปสินค้าและบริการที่ต้องใช้ความพยายามในการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้น หรือผ่านกระบวนการผลิต และเน้นการปกป้องผลงานผ่านลิขสิทธิ์

องค์การยูเนสโก (UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) ได้ให้ความหมายว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถในการสร้างงาน และความมั่งคั่ง โดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

โดยประเทศไทยได้กำหนดนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยอ้างอิงจาก UNCTAD และ UNESCO ที่ให้ความหมายว่าเป็นแนวคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจบนฐานความรู้และวัฒนธรรมผสมผสานเอกลักษณ์ความเป็นไทย ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์และครอบคลุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศได้เป็นอย่างดี ประเทศไทยได้นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเบื้องต้นว่า

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็น แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรม”

พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) ยังอธิบายอีกว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดใหม่ในการสร้างรายได้จากการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสิ่งใหม่ๆ ผ่านการค้าและลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญบบนพื้นฐานขององค์ความรู้ และการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม รวมทั้งการใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

การดี เลียวไพโรจน์ และคณะ (2556) กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ได้รับความสนใจของทั้งกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา

แนวคิดหลักของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งอาจจะอยู่บนพื้นฐานของการต่อยอดจากวัฒนธรรม และการมีทักษะเฉพาะด้านในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ

สุกัญญา สุจฉายา (2555) กล่าวว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดที่เกิดขึ้นมา จากการรวมและเชื่อมต่อการคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรม เศรษฐศาสตร์ และเทคโนโลยีเข้าไว้ด้วยกันใน โลกปัจจุบัน แม้ว่า Creative Economy หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเป็นคำที่ยอมรับในการประชุม ระดับนานาชาติ ทั้งการประชุมของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา แต่คำจำกัด ความของ Creative Economy หรือกลุ่มอุตสาหกรรมที่จัดเป็น Creative ยังคงขึ้นอยู่กับแต่ละ ประเทศ ที่นำมาปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของประเทศตนเอง ซึ่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็น แนวคิดที่เชื่อมโยงกับมิติหลายด้าน ได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจและการเจริญเติบโตระดับภูมิภาค การวางผังเมือง การค้าระหว่างประเทศ แรงงาน และแรงงานสัมพันธ์ การอพยพ การลงทุนของ เอกชนในประเทศและนักลงทุนจากต่างประเทศ เทคโนโลยีและการสื่อสาร ศิลปะและวัฒนธรรม การท่องเที่ยว สวัสดิการสังคม การศึกษา ทั้งยังสัมพันธ์กับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน การวางแผนและวางนโยบายจึงต้องมองภาพรวมดังกล่าวด้วย

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center: TCDC) ได้ให้นิยาม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไว้ว่า การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์สาขาการผลิต ที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries : CI) เป็นกลุ่ม กิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ (เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา,2553)

นอกจากนี้ในหนังสืออัตลักษณ์ไทย ทุนความคิด ทุนสร้างสรรค์ ได้กล่าวว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือระบบเศรษฐกิจที่นำแรงบันดาลใจ ความคิดสร้างสรรค์ องค์กรความรู้ ศิลปวัฒนธรรม และค่านิยมที่สั่งสมกันมาผ่านรุ่นสู่รุ่นมาพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างความแตกต่าง แปลกใหม่ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิต ผู้คิด นักประดิษฐ์ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่การขยายตัวทางเศรษฐกิจก่อให้เกิดอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ (Creative Industries) หรืออุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม,2555)

กล่าวโดยสรุป เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการสร้างมูลค่าโดยใช้สินทรัพย์ ทุนทางสังคม ที่มนุษย์ มีอยู่มาผ่านกระบวนการทางความคิดเชิงสร้างสรรค์ใหม่ๆ โดยเชื่อมโยงกับองค์ความรู้ วัฒนธรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรม ลิขสิทธิ์ ให้กลายเป็นสินค้าและบริการที่สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชนและ ประเทศได้

2.2.2 ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ปัจจุบันแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์ผลงานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรม เป็นที่ยอมรับจากหลายประเทศทั่วโลก ในการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีคุณภาพสูง ประเทศต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่เน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้า และบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์ ในฐานะที่เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ ดังเช่นประเทศ

สหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นต้นแบบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศอิตาลี ที่มีทุนทางวัฒนธรรมอยู่มากมาย และประเทศเกาหลี ซึ่งใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงวัฒนธรรมผ่านทางดนตรี ภาพยนตร์ และการท่องเที่ยว (ภาธรณี วัฒนา, 2553)

ในประเทศไทย รัฐบาลก็เริ่มให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากขึ้น เนื่องจากเศรษฐกิจไทยปี พ.ศ. 2552 ต้องเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจจากการหดตัวของกำลังซื้อในประเทศต่างๆ ทำให้การส่งออกและการท่องเที่ยวลดลง รวมทั้งมีผลกระทบต่อเนื่องทำให้ภาคการผลิตหดตัว เลิกจ้างงานขณะที่การปรับโครงสร้างการผลิตและบริการในระยะที่ผ่านมายังไม่ประสบผลสำเร็จ อีกทั้งยังเป็นเพราะเหตุผลหลายประการ (พวงแก้ว พรพิพัฒน์, 2553) ดังนี้

1) เงื่อนไขและข้อจำกัดของประเทศไทย ที่เป็นระบบเศรษฐกิจเปิดที่พึ่งเศรษฐกิจต่างประเทศ โดยเฉพาะการส่งออกที่สูงถึงร้อยละ 71.9 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และการส่งออกเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจไทยสูง เห็นได้จากวิกฤตทางการเงินของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ลุกลามไปทั่วโลกและส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศจากปี พ.ศ. 2550 ที่ขยายตัวร้อยละ 4.9 เป็นร้อยละ 2.5 ต่อปี ในปี พ.ศ. 2551 เป็นผลจากตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่องถึงต้นปี พ.ศ. 2552 อาทิ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม การใช้กำลังการผลิตในภาคอุตสาหกรรม ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน มูลค่าการส่งออก และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ การส่งออกสินค้าของไทยยังพึ่งปัจจัยการผลิตด้านแรงงานและการลงทุนจากต่างชาติเป็นสำคัญ สินค้าส่งออกอันดับต้นๆ เป็นกลุ่มคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนยานยนต์ และชิ้นส่วน ที่ชาวต่างชาติเป็นผู้ลงทุนหลัก ขณะที่ประเทศไทยได้ประโยชน์เพียงมูลค่าเพิ่มจากค่าจ้างแรงงานหรือการเป็นผู้รับจ้างผลิตที่ไม่มีเทคโนโลยีเป็นของตนเอง

ขณะเดียวกัน บทบาทของภาคเกษตรกรรมที่ไทยมีศักยภาพและมีการใช้แรงงานสูง ไม่สามารถรองรับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากสัดส่วนของภาคเกษตรกรรมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศอยู่ในระดับต่ำ ในปี พ.ศ. 2549-2553 มีเพียงร้อยละ 8.7 ประกอบกับการแข่งขันทางการค้าที่ความได้เปรียบด้านราคาของไทยมีแนวโน้มลดลง ขณะที่ ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพภายใต้รัฐธรรมนูญปัจจุบัน ทำให้เกิดข้อจำกัดและความล่าช้าในการพัฒนาเศรษฐกิจ

2) การแสวงหาทางเลือกใหม่ การรักษาอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เป็นเหตุสำคัญที่จะต้องมุ่งแสวงหาแนวทางการพัฒนาใหม่ๆ เป็นการก้าวสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ผ่านการปรับเปลี่ยนจากสินค้าและบริการที่ใช้แรงงานและทรัพยากรสิ้นเปลือง ไปสู่สินค้าและบริการบนพื้นฐานนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ผนวกกับเศรษฐกิจฐานความรู้จะสามารถแก้ไขข้อจำกัดการพัฒนาที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศได้

3) ความเหมาะสมของแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” แนวคิดการพัฒนาในการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการเพื่อยกระดับสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ ด้วยการนำแนวคิดเรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่ใช้ความโดดเด่นเป็นคุณลักษณะและเอกลักษณ์เฉพาะของไทย ผนวกเข้ากับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม มาเป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ ลดความเสี่ยงในการพึ่งการส่งออกอุตสาหกรรม และการลงทุนที่ชะลอตัวลง รวมทั้งเป็นการพัฒนาที่มุ่งให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์

เป็นเครื่องมือสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจให้สามารถปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง มีภูมิคุ้มกัน และมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น สิ่งสำคัญที่ต้องตระหนักรู้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียวไม่ทำให้เกิดมูลค่า แต่ต้องนำไปใช้ในทางธุรกิจที่ถูกต้อง บนฐานของความรู้ และมีเทคโนโลยีที่เหมาะสม การสร้างมูลค่าและคุณค่าต้องอาศัยทักษะ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่ผสมผสานกันอย่างเหมาะสม

ทั้งนี้ พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) ยังได้กล่าวว่าท่ามกลางข้อจำกัดการพัฒนา เศรษฐกิจสังคมไทย ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงภายนอกที่เกิดการเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็วพรมแดนของทุน ความรู้ สินค้าและบริการ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี การแข่งขันที่รุนแรง และภัยคุกคามอีกนานัปการ ขณะที่โครงสร้างเศรษฐกิจสังคมไทยเผชิญปัญหาข้อจำกัดทั้งด้านที่ด้านการผลิต การขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม การขาดแคลนแรงงานอันเนื่องจากการเป็นสังคมผู้สูงอายุ และปัญหาความเหลื่อมล้ำที่นำมาสู่ความขัดแย้งในสังคมไทย เป็นประเด็นท้าทายการพัฒนาประเทศในระยะต่อไป สะท้อนถึงความจำเป็นที่ต้องกำหนดยุทธศาสตร์นำประเทศให้หลุดพ้นจากข้อจำกัด ก้าวสู่การพัฒนาแบบก้าวหน้า มีการเจริญเติบโตที่มีคุณภาพ เกิดประโยชน์สุขต่อคนไทยทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเป็นเครื่องมือใหม่ที่เป็นความหวังของสังคมไทยในการยกระดับการพัฒนาประเทศและทำให้คนไทยอยู่ดีมีสุขอย่างยั่งยืน การให้ความสำคัญกับการใช้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่คำนึงถึงศักยภาพ ความพร้อม การมีภูมิคุ้มกันผลกระทบต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ไม่ใช่การทำตามกระแสนิยมปัจจุบัน ที่มุ่งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากโอกาสการเติบโตของสินค้าบริการเชิงสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงอิทธิพลที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงลบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชน วัฒนธรรม และสังคม

ศักดิ์ชัย เกียรติจินาคินทร์ (2553) ได้อธิบายความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยชี้ให้เห็นถึงประเด็นที่ส่งผลต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจการแสวงหาระบบเศรษฐกิจใหม่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และในทศวรรษนี้ประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่หันไปสู่ระบบเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งจะเห็นได้จากตัวเลขอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตเร็วที่สุดในประเทศพัฒนาแล้ว อย่างสหภาพยุโรป เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 12 ซึ่งสูงกว่าเศรษฐกิจโดยรวม และในสหรัฐอเมริกา อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์มีสัดส่วนถึงร้อยละ 11.12 ของ GDP และมีการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 30 ของการจ้างงานทั้งหมดในประเทศ ในส่วนของอัตราการขยายตัวในด้านการส่งออกสินค้าและบริการ สินค้าสร้างสรรค์ มีมูลค่าในปี พ.ศ. 2548 ถึง 445.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยประเทศที่พัฒนาแล้วครองส่วนแบ่งการตลาดอยู่ถึงร้อยละ 82 และคาดการณ์ว่าอีก 10 ปีข้างหน้า การแข่งขันด้านเศรษฐกิจของโลกจะเคลื่อนไปสู่การแข่งขันกันด้วยความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งประเทศต่างๆ ทั่วโลกยอมรับว่า ความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเพื่อคงความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศตนไว้ ทุกประเทศล้วนต้องการปรับระบบเศรษฐกิจของตนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งสิ้น ดังนั้น เมื่อแนวโน้มของเศรษฐกิจโลกกำลังพัฒนาจากระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่เน้นผลิตจำนวนมากไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำเป็นที่ประเทศไทยจะต้องปรับเปลี่ยนแนวทางและรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ เพราะรูปแบบเศรษฐกิจเดิมที่พึ่งพาการส่งออกโดยใช้แรงงานต้นทุนต่ำและการผลิตจำนวนมากกำลังสูญเสียความสามารถในการแข่งขันลงไปทุกวันเพราะมี

ประเทศคู่แข่งอื่นๆ ที่แรงงานราคาถูกกว่า ผลิตสินค้าต้นทุนต่ำกว่า ประเทศไทยจะต้องกลับมาพิจารณาจุดเด่นของประเทศที่มีบุคลากรมากมายมีความสามารถมีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะในการทำงานศิลปะ มีวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น มีศิลปะหัตถกรรมที่ประณีตงดงาม ซึ่งสามารถนำมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

สมบัติ กุสุมาวาลี (2558) ยังกล่าวสอดคล้องกันว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะก่อให้เกิดการสร้างรายได้ การสร้างงานและการสร้างรายได้จากการส่งออก ในขณะที่เดียวกันก็จะก่อให้เกิดโอกาสการมีส่วนร่วมทางสังคมเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งเหนียวแน่นทางสังคม (Social Inclusion) เคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการพัฒนามนุษย์

การตี เลี้ยวไฟโรจน์ และคณะ (2556) อธิบายความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจไว้ว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ส่งผลต่อการเติบโตของมูลค่าอุตสาหกรรมต่อ GDP ของประเทศที่มีการกำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม จะพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างอัตราการเติบโตของมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับอัตราการเติบโตของ GDP ส่งผลโดยตรงต่อการเติบโตและความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา นอกจากนี้การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งในด้านมูลค่าทางอุตสาหกรรม ปริมาณและมูลค่าการจ้างงาน เมื่อพิจารณาต้นทุนทั้งทางด้านวัฒนธรรม แรงงานสร้างสรรค์ และแนวโน้มของตลาดโลก ที่รองรับทั้งผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ของไทย พบว่า ผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ของไทยมีแนวโน้มด้านความต้องการอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการกำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ควรจัดลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากมูลค่าของอุตสาหกรรม อัตราการจ้างงานและการต่อยอดจากอุตสาหกรรมพื้นฐานที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ

กล่าวโดยสรุป เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้รับการยอมรับว่าเป็นพลังที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลกในปัจจุบัน เป็นแนวทางใหม่ในระบบเศรษฐกิจปัจจุบันที่ต้องการปรับเปลี่ยนจากสินค้าและบริการที่ใช้แรงงานและทรัพยากรสิ้นเปลืองมาสู่สินค้าและบริการบนพื้นฐานของนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ทำให้มูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขยายตัวขึ้น สร้างการจ้างงาน เพิ่มรายได้ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจที่เติบโตตามไปด้วย นอกจากนี้ยังส่งผลต่อความเข้มแข็งทางสังคมด้วยเช่นกัน

2.2.3 ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และในบริบทของประเทศไทยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้จำแนกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยเป็น 4 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก ครอบคลุม 15 อุตสาหกรรมย่อย (การตี เลี้ยวไฟโรจน์ และคณะ, 2556) แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อุตสาหกรรมหลัก	อุตสาหกรรมย่อย
1. มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)	1. งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) 2. การแพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine) 3. อาหารไทย (Thai Food) 4. บริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Historical and Cultural Tourism)
2. ศิลปะ (Art)	1. ศิลปะการแสดง (Performing Arts) 2. ทักษะศิลป์ (Visual Arts)
3. สื่อ (Media)	1. ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film and Video) 2. การพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing) 3. การกระจายเสียง (Broadcast) 4. ดนตรี (Music)
4. สร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation)	1. การออกแบบ (Design) 2. แฟชั่น (Fashion) 3. สถาปัตยกรรม (Architecture) 4. การโฆษณา (Advertising) 5. ซอฟต์แวร์ (Software)

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552, อ้างถึงในการตี เลี้ยวไฟโรจน์ และคณะ, 2556)

CHULALONGKORN UNIVERSITY

สมบัติ กุสุมาวดี (2558) ได้อธิบายและยกตัวอย่างของเศรษฐกิจสร้างสรรค์แต่ละประเภทเพิ่มเติมโดยขยายความจากการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) ซึ่งสอดคล้องกับประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จำแนกโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) มรดก (Heritage) มรดกทางวัฒนธรรมถือได้ว่าเป็นจุดกำเนิดของศิลปะทุกรูปแบบ อีกทั้งยังถือได้ว่าเป็นจุดกำเนิดของศิลปะทุกรูปแบบ อีกทั้งยังถือได้ว่าเป็นจิตวิญญาณที่สำคัญของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มรดก คือ จุดศูนย์รวมสำคัญที่ดึงเอาแง่มุมทางวัฒนธรรมมาจากทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นมิติเชิงประวัติศาสตร์ มิติด้านมานุษยวิทยา มิติทางชาติพันธุ์วรรณา มิติทางสุนทรียะ และแง่มุมทางสังคม มรดกทางวัฒนธรรมคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญที่จะก่อให้เกิดความสร้างสรรค์และเป็นจุดกำเนิดของสินค้าและบริการ รวมทั้งกิจกรรมทางวัฒนธรรมจำนวนมากมานับไม่ถ้วน สิ่งที่ติดตามมาควบคู่ไปกับมรดกก็คือแนวคิดที่ว่าด้วย “ความรู้ตามจารีตพื้นถิ่น” และ “การสำแดงออกทางวัฒนธรรม” ซึ่งฝังอยู่ในการสร้างสรรค์

ศิลปะและหัตถกรรม รวมทั้งที่อยู่ในประเพณีความเชื่อของผู้คนและกิจกรรมเทศกาลทางวัฒนธรรม ที่จัดกันเป็นประจำ อุตสาหกรรมกลุ่มนี้จึงสามารถจัดจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่

- กลุ่มที่สำแดงออกทางวัฒนธรรมจารีตประเพณี เช่น งานศิลปะและหัตถกรรม งานเทศกาล และการเฉลิมฉลอง

- สถานที่ทางวัฒนธรรม เช่น สถานที่เชิงโบราณคดี พิพิธภัณฑ์ ห้องสมุด งานแสดง นิทรรศการต่างๆ

2) ศิลปะ (Arts) จัดเป็นอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่อยู่บนพื้นฐานของศิลปะและ วัฒนธรรมอย่างแท้จริง ผลงานทางศิลปะกลุ่มนี้มักได้รับแรงบันดาลใจมาจากมรดกทางวัฒนธรรม คุณค่าทางเอกลักษณ์และความหมายเชิงสัญลักษณ์ กลุ่มนี้แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มย่อยใหญ่ๆ ได้แก่

- ทัศนศิลป์ เช่น จิตรกรรม งานแกะสลัก การถ่ายภาพ โบราณวัตถุ

- ศิลปะการแสดง เช่น การแสดงดนตรีสด ละคร นาฏศิลป์ โอเปร่า ละครสัตว์

การแสดงหุ่นเชิด การแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น

3) สื่อ (Media) อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์กลุ่มนี้จะประกอบด้วย 2 กลุ่มย่อยที่มุ่ง ผลิตสารัตถะที่สร้างสรรค์ โดยมีเป้าหมายที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก (แต่จะแยกเอา “สื่อแนวใหม่” ออกไปอยู่อีกกลุ่มหนึ่ง)

- การจัดพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ หนังสือพิมพ์ สำนักพิมพ์ การตีพิมพ์

ในรูปแบบอื่นๆ

- ภาพและเสียง ได้แก่ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ และการกระจายภาพและเสียงใน

รูปแบบอื่นๆ

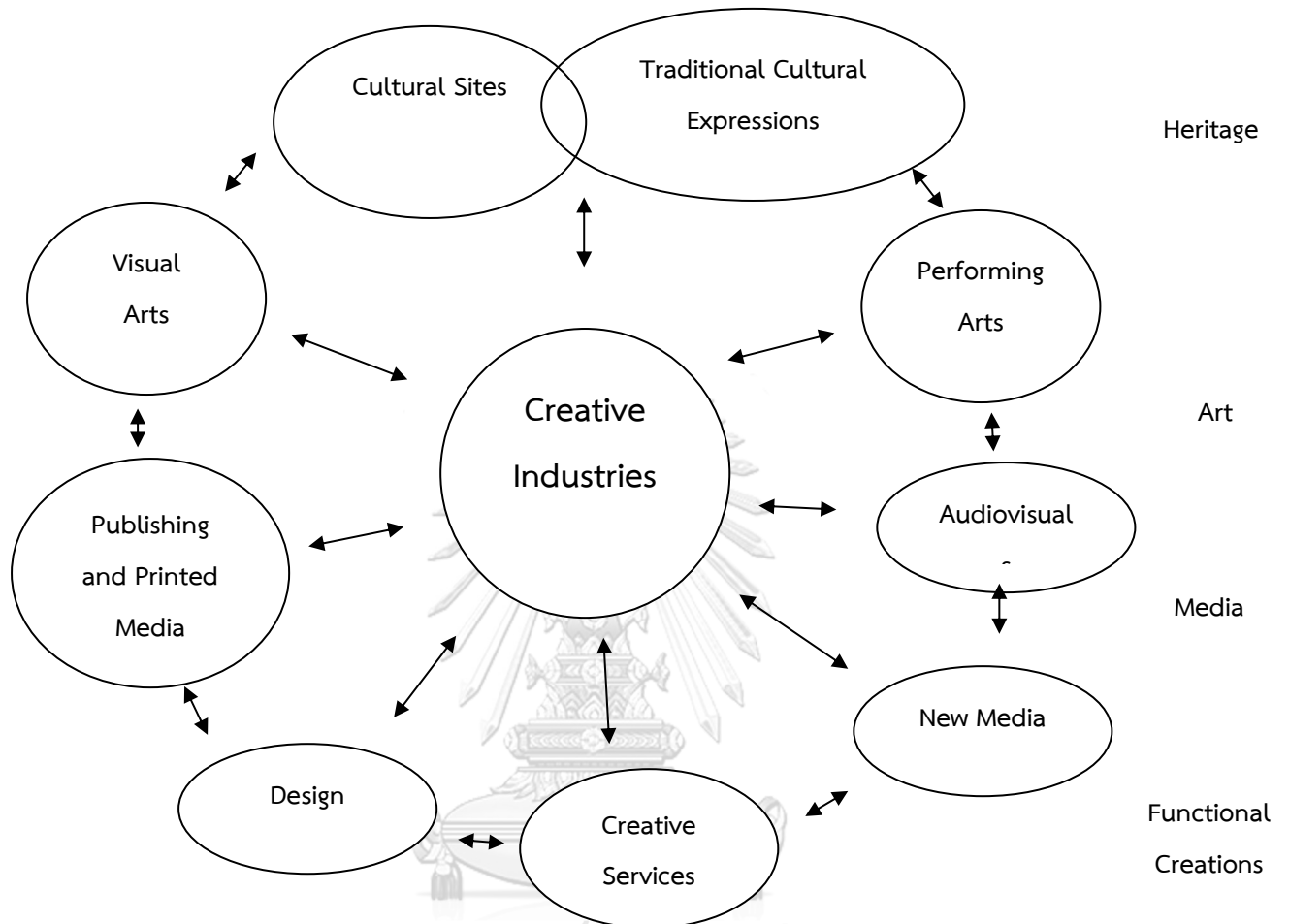
4) งานสร้างสรรค์ที่มุ่งใช้งาน อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์กลุ่มนี้ประกอบไปด้วย อุตสาหกรรมที่เน้นตอบสนองอุปสงค์ และมุ่งงานบริการ โดยผลิตสินค้าและบริการเพื่อมุ่งเป้าหมายที่ เน้นใช้งาน สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มย่อย ดังนี้

- กลุ่ม “งานออกแบบ” เช่น งานออกแบบตกแต่งภายใน งานกราฟิก เครื่องประดับ ตกแต่ง อาภรณ์ ของเล่น

- กลุ่ม “สื่อแนวใหม่” เช่น ซอฟต์แวร์ เกม วิดีโอ

- กลุ่ม “บริการเชิงสร้างสรรค์” เช่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา กิจกรรมทาง วัฒนธรรมและนันทนาการ การวิจัยและพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ งานบริการเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นดิจิทัล แสดงตามภาพที่ 2

ภาพที่ 2 การจำแนกประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ของ UNCTAD



ที่มา www.unctad.org อ้างถึงใน สมบัติ กุสุมาวดี (2558)

นอกจากนี้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังสามารถเชื่อมโยงกับเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ด้วย จากการประชุมเตรียมการสำหรับการประชุมนานาชาติ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 25-27 ตุลาคม 2549 ที่เมืองซานตาเฟ รัฐนิวเม็กซิโก สหรัฐอเมริกา โดยที่ประชุมกล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและมีการเชื่อมโยง ด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดก หรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนที่ยังอาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตนั้นขึ้นมา (สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, 2562)

กล่าวโดยสรุป เศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถที่จะแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก และ 15 อุตสาหกรรมย่อย ประกอบด้วย 1. มรดกทางวัฒนธรรม (งานฝีมือและหัตถกรรม การแพทย์แผนไทย อาหารไทย ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม) 2. ศิลปะ (ทัศนศิลป์ และศิลปะการแสดง) 3. สื่อ (ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การจัดพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง และดนตรี) 4. สร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (การออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และซอฟต์แวร์)

2.2.4 แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) กล่าวว่าปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในเวทีโลก จำเป็นต้องมีการพัฒนาและสร้างเสริมปัจจัยต่างๆ ให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมทั้งการพัฒนาระบบฐานข้อมูลใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพรองรับภาคการผลิตสร้างสรรค์ พัฒนาระบบการดูแลและบริหารทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ อาทิ ออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเชิงสร้างสรรค์ กฎระเบียบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และกระบวนการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่สนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น การสร้างนักสร้างสรรค์ และแนวทางการประกอบอาชีพ เป็นต้น สร้างแหล่งเรียนรู้ พัฒนาพื้นที่สาธารณะรูปแบบต่างๆ ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งสร้างเมืองสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่สำหรับนักคิดสร้างสรรค์ได้แสดงผลงานเชิงพาณิชย์ เป็นศูนย์รวมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักคิด ผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือของทุกภาคส่วนเพื่อผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดผลอย่างจริงจัง โดยการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทย ควรพิจารณาดังนี้

1) สร้างเศรษฐกิจไทยให้เข้มแข็งบนฐานการผลิตที่แข็งแกร่ง และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง จากการสร้างฐานเศรษฐกิจใหม่แทนการพึ่งอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก โดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ความได้เปรียบด้านอัตลักษณ์และคุณค่าของทุนวัฒนธรรมที่สะสมมานานและเลียนแบบได้ยาก มาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการที่มีศักยภาพ รวมทั้งการวิจัยพัฒนาสร้างนวัตกรรมที่เหมาะสมได้ด้วยตนเอง โดยเน้นการสร้างคุณค่าและผลิตภาพการผลิตให้กับสินค้าและบริการ เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้โครงสร้างการผลิตของประเทศเข้มแข็งและแข่งขันได้ นอกจากนี้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม รวมทั้งธุรกิจชุมชนที่มีทัศนคติและขีดความสามารถในการทำธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาธุรกิจให้เข้มแข็ง อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งด้านการออกแบบให้มีรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและคุณภาพมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง การพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการสร้างสรรค์ที่ไทยมีศักยภาพทั้งขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการทางการตลาด ส่งผลให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศนำไปสู่การปรับสมดุลระหว่างเศรษฐกิจและสังคมของคนเมืองกับคนชนบท ระหว่างภาคเศรษฐกิจในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ขยายตัวอย่างมีคุณภาพ พึ่งตนเองมากขึ้น และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก

2) เกิดสังคมสร้างสรรค์และสงบสุข เนื่องจากเงื่อนไขความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถยืนหยัดอยู่ในโลกอนาคตได้อย่างมีความสุข ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตและในด้านการทำงาน สามารถปรับตัวให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ ด้วยการพัฒนากระบวนการรับรู้และการคิดอย่างเป็นระบบ ควบคู่ไปกับการพัฒนาจิตใจทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย จิตแห่งวิทยาการ จิตแห่งการสังเคราะห์ จิตแห่งการสร้างสรรค์ จิตแห่งความเคารพ และจิตแห่งคุณธรรม จิตแห่งการสร้างสรรค์ หมายถึง “การมีความคิดสร้างสรรค์ และคิดนอกกรอบ” เป็นการเปิดรับมุมมองใหม่ๆ ทางความคิด และแนวทางการแก้ปัญหาต่างๆ ที่ออกนอกกรอบความคิดเดิม บนฐานคิดและแนวทางปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง นำมาสู่การเพิ่มศักยภาพพลเมืองไทยที่สามารถใช้คุณธรรมกำกับการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ในเรื่องที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ ยกระดับประชาชนทุกกลุ่มทุกพื้นที่ให้มีความรู้ ความสามารถและทักษะในการคิดสร้างสรรค์ตลอดจนการปรับใช้เทคโนโลยีในระดับที่เพียงพอต่อการเพิ่มผลิตภาพการผลิต และยกระดับรายได้ลดความแตกต่างระหว่างอาชีพและพื้นที่ ทำให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

3) สร้างเศรษฐกิจสังคมสีเขียว เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมสีเขียว ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมที่ยั่งยืน ไม่เบียดเบียนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เตรียมพร้อมรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของราคาอาหารและพลังงานและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยอาศัยการคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ใช้ความรู้และภูมิปัญญารวมทั้งต้องพึ่งการมีส่วนร่วมของทุกคน ในการพัฒนากระบวนการผลิตที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีผลต่อการลดปรากฏการณ์เรือนกระจกซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดโลกร้อน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการสร้างสมดุลของระบบนิเวศ อาทิ การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ และการเลือกใช้พลังงานทดแทน บนฐานศักยภาพของพื้นที่ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น เพื่อมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

ทั้งนี้ พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) ยังอธิบายเพิ่มเติมอีกว่าการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในอนาคต จะต้องสร้างความพร้อมให้กับคนเป็นสำคัญ เนื่องจากหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนฐานขององค์ความรู้จากการเรียนรู้ และภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สั่งสมมา นำมาผสมผสานกับวัฒนธรรม แล้วนำมาผลิตเป็นสินค้า โดยการใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้ลิขสิทธิ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการปกป้องผลงาน อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ได้แก่ การผลิตบุคลากรที่มีความรู้และทักษะการคิดสร้างสรรค์ได้ทันความต้องการ การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์กระตุ้นการค้าเชิงสร้างสรรค์ทั้งในระดับประเทศและโลก การลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา และการเชื่อมโยงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อลดช่องว่างระหว่างคนจน คนรวย และคนเมืองกับคนชนบท ต้องอาศัยความร่วมมือเป็นเครือข่ายจากฝ่ายต่าง ๆ ในสังคมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมเดินทางพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทยอย่างจริงจัง

ในขณะเดียวกัน ภัทรจิต จุมพล กอซโซลี (2553) ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยยกตัวอย่างประเทศที่มีความโดดเด่นและประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยอธิบายว่าประเทศสหราชอาณาจักร และประเทศอิตาลี ให้ความสำคัญอย่างสูงกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รัฐบาลสหราชอาณาจักรได้กำหนดนโยบาย Creative Britain New talents for the New Economy โดยมุ่งพัฒนาตั้งแต่ระดับโรงเรียน วางรากฐานการศึกษาด้านการคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ผ่านการเล่นตั้งแต่ในระดับก่อนวัยเรียน รวมทั้งส่งเสริมทักษะการคิดสร้างสรรค์ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา นอกเหนือไปจากโรงเรียนเฉพาะทาง รวมทั้งกระตุ้นให้องค์กรต่างๆ มีส่วนร่วม อาทิ แผนงานการออกแบบของคนรุ่นใหม่ของ Sorrell Foundation ที่เปิดโอกาสให้เด็กนักเรียนทำงานร่วมกับนักศึกษาด้านการออกแบบในมหาวิทยาลัยหรือ First Light Movies ที่ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้เยาวชนผลิตภาพยนตร์สั้น ตลอดจนจัดให้มีการวิจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ให้สามารถผลิตแรงงานที่มีความรู้ ทักษะอาชีพตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบัน และยังเปิดช่องทางการเข้าถึงแหล่งงานให้แก่คนรุ่นใหม่ ผ่านโครงการต่างๆ อาทิ แผนงานสร้างเส้นทางผู้มีพรสวรรค์ที่เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้และฝึกทักษะกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จัดตั้งโครงการ Social Skills Councils ดูแลการพัฒนาทักษะแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ได้ตั้งเป้าหมาย ที่จะให้เยาวชนเข้าฝึกงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ถึง 5,000 คนต่อปีภายในปี พ.ศ. 2556 เป็นการพัฒนามือและความคิดเชิงสร้างสรรค์

สำหรับประเทศอิตาลี ภาครัฐมีแนวทางส่งเสริมการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ โดยให้ความรู้และฝึกทักษะตั้งแต่ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา รวมทั้งส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มีบทบาทร่วมดำเนินโครงการพัฒนาหลักสูตร การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านศิลปะระหว่างนักเรียนและศิลปินที่มีชื่อเสียง ประเทศอิตาลีมีทุนทางวัฒนธรรมสูงและมีการพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง อาทิ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดแรงงานจึงมีความต้องการคนรุ่นใหม่อยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในฤดูท่องเที่ยว นอกจากนี้องค์กรระดับภาค จังหวัด และท้องถิ่น มีการทำงานประสานกันเป็นองค์กรร่วม

นอกจากนี้ ศักดิ์ชัย เกียรติวนาคินทร์ (2553) ก็ได้ยกตัวอย่างแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศด้วยเช่นกัน กล่าวคือ กรณีของประเทศอังกฤษได้มีการจัดตั้ง National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA) ภายใต้ The National Lottery Act โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการสนับสนุนและส่งเสริมพรสวรรค์ นวัตกรรมและการสร้างสรรค์ในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและศิลปะให้เข้ากับงานพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมีการจัดตั้งคณะทำงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดูแลโดยกระทรวงวัฒนธรรม สื่อสาร และการกีฬา นอกจากนี้ยังส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านต่างๆ เช่น การจัดทำแผนงานการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาบุคลากร การจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบโดยเฉพาะ สนับสนุนเงินทุน การสร้างเครือข่าย การตลาด และออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องและเอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การส่งเสริมด้านการตลาดและการสร้างเครือข่าย รัฐบาลอังกฤษมีความตั้งใจอย่างจริงจังที่จะทำให้ประเทศอังกฤษเป็นศูนย์กลางด้านความคิดสร้างสรรค์ของโลก จึงมีการรณรงค์จัดการประชุมธุรกิจสร้างสรรค์โลกและจัดเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นที่รู้จัก เพื่อขยายตลาดและเพิ่มความรับรู้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังจัดตั้งเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อ

ส่งเสริมให้ใช้สาธารณูปโภคร่วมกัน ตัวอย่างความสำเร็จ เช่น มีเดีย ซิตี้ (Media City) ขนาด 200 เอเคอร์ ใน Salford Quays ทางตะวันตกเฉียงเหนือของอังกฤษ ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งของกลุ่มผู้ประกอบการด้านสื่อสารมวลชน ทั้งเล็กและใหญ่กว่า 1,000 ราย

ด้านการพัฒนาบุคลากร รัฐบาลอังกฤษได้เปิดฝึกอบรมบุคลากรในโครงการ Apprenticeship โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างบุคลากรให้มีความสามารถเข้าสู่งาน ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ นอกจากนี้กระทรวงวัฒนธรรม สื่อสารและการกีฬา ร่วมมือกับหน่วยงานอิสระในการส่งเสริมพัฒนาแรงงานให้มีความหลากหลายใน 3 ด้าน คือ ความหลากหลายด้าน ประชากร ความหลากหลายด้านทักษะ และความหลากหลายด้านการตลาด

ด้านเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา ได้เปิดพื้นที่แก่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการแบ่งปันข้อมูลและความคิด เพื่อสนับสนุนการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการ

ในประเทศสิงคโปร์ รัฐบาลได้พัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศมาโดยตลอด จากระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมแบบดั้งเดิมที่ใช้โอเลทโรนิกส์เป็นพื้นฐาน มาสู่ระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมบริการด้านการเงิน สื่อสารสนเทศ การท่องเที่ยว และกำลังก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ในปัจจุบัน ภายใต้เงื่อนไขของประเทศที่ไม่มีทรัพยากรธรรมชาติ การนำพลังความคิดสร้างสรรค์มาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจึงเป็นทางออก โดยมีการพัฒนาบุคลากรแทนการก่อสร้างถนนหนทางและโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ รัฐบาลสิงคโปร์มุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในหลายระดับ ดังนี้

1) จัดตั้งมหาวิทยาลัยแห่งชาติ และโรงเรียนเปิดสอนด้านศิลปะ วัฒนธรรม และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความสามารถในสาขาต่างๆ สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2) โรงเรียนสอนศิลปะในระดับต่างๆ เช่น Nanyang Academy of Fine Arts และวิทยาลัยศิลปะ LASALLE ได้ขยายหลักสูตรให้รองรับสาขาต่างๆ ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

3) กระตุ้นประชาชนให้สนใจกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เช่น การจัดฟร็อกอนเสิร์ตหลายครั้งต่อปีที่เอสพลานาด จัดเทศกาลศิลปะ เทศกาลภาพยนตร์ ทั้งของสิงคโปร์และต่างประเทศโดยมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์เหล่านี้ ไม่เพียงแต่เข้าร่วมทำงานกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่างๆ เท่านั้น แต่ยังเป็นผู้บริโภคและได้ประโยชน์จากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศด้วย

รัฐบาลสิงคโปร์ยังสนับสนุนด้านการตลาดและการสร้างเครือข่ายแก่ผู้ประกอบการ ให้มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ ด้วยการจัดให้มีการเจรจาการค้า การเจรจาร่วมลงทุน ทั้งในธุรกิจการศึกษา การสอนภาษา ธุรกิจการเงินและไอที เพื่อให้ธุรกิจสร้างสรรค์ขยายตัวครอบคลุมไปทั่วภูมิภาค

นอกจากนี้ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2553) เสนอแนวทางที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเพิ่มเติมจากศักดิ์ชัย เกียรติณาคินทร์ ในหนังสือเล่มเดียวกัน ดังนี้

1) ต้องให้ความสำคัญกับการค้นคว้าวิจัย การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นต้องการการผสมผสานที่ลงตัวของ ก) มรดกวัฒนธรรม (ที่ต่างกันของพื้นที่ต่างๆ) ข) ความรู้วิชาการ ค) ศิลปะ ง) เทคโนโลยี การผสมผสานนี้ต้องการการวิจัย คือความรู้วิชาการจะสามารถทำให้เรา

อธิบายมรดกวัฒนธรรมนั้นๆได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการที่นำเสนอมีความหมายส่วนศิลปะและเทคโนโลยีจะมีผลต่อรูปแบบของการนำเสนอ อารมณ์และความประทับใจ

2) ต้องการเครือข่าย การทำงานที่ดีของผู้คนจากที่มาทั้ง 4 ด้านของข้อที่ 1 นั้น เพราะบุคคลแต่ละคนมักจะเชี่ยวชาญกันไปแต่ละด้าน การสร้างผลผลิตและบริการสร้างสรรค์ต้องการรวมเป็นหนึ่งของความรู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 ด้านพร้อมกัน ซึ่งมักไม่ได้รวมอยู่ในตัวคนเดียวกัน การมีองค์กรแบบเครือข่าย คือความสัมพันธ์ที่ดีและเข้มข้นในแนวนอน จึงสำคัญมาก เราจะต้องลดทอนความสัมพันธ์แนวตั้งแบบเจ้าขุนมูลนายและราชการในสังคมของเรา การทำงานแบบเครือข่ายและชุมชนอิสระ ยึดโยงกันโดยสมัครใจ ซึ่งดำรงอยู่แล้ว ณ ระดับรากหญ้าในสังคมของเรา จึงจะพัฒนาได้เต็มที่ เส้นทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงจะเฟื่องฟูได้ ทั้งการสร้างสรรค์ในแบบลักษณะนี้ จะมีส่วนช่วยการเดินทางสู่การเป็นสมัยใหม่ของสังคมไทย โดยวิถีทางการพัฒนาจากเครือข่ายชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจวัฒนธรรมหรือระบบวัฒนธรรม คือเป็นส่วนของมรดกประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่เราสืบทอดมาจากบรรพชน ที่เรานำมาต่อยอดปรับและเสนอเป็นสินค้าในตลาด โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ แม้ว่าสำคัญมากเพราะเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่มีมูลค่าแลกเปลี่ยน มีราคาเป็นเงินเป็นทอง แต่ทว่าก็เป็นเพียงส่วนน้อยของระบบวัฒนธรรมทั้งหมดของประเทศ และชีวิตของผู้คนในประเทศก็เพียงจำนวนหนึ่งที่อยู่ในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากการศึกษาของ Richard Florida ได้ตกผลึกทางความคิด แล้วพัฒนาเป็นตัวแบบหรือสูตรสำเร็จขึ้นมาว่า ตัวแบบสามที (3Ts) ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันได้แก่ Technology Talent และ Tolerance (อ้างอิงใน สมบัติ กุสุมาลี, 2558)

ปัจจัยแรก “เทคโนโลยี” (Technology) เป็นปัจจัยที่สำคัญมากของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Richard Florida กล่าวถึงนักคิดหลายคนโดยเฉพาะ Robert Solow จาก MIT ผู้ได้รับรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐศาสตร์ เมื่อ ค.ศ. 1987 เป็นผู้หนึ่งที่ทุ่มเททำการศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดการพัฒนา จนในที่สุดพบว่าปัจจัยด้าน “เทคโนโลยี” คือพลังขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ในขณะที่นักเศรษฐศาสตร์ชาวอเมริกันแห่ง Stanford University อีกท่านหนึ่ง คือ Paul Romer นำเสนอแนวคิดที่ว่า การเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นกระบวนการภายในที่อยู่บนพื้นฐานของการสั่งสมและการใช้ความรู้ของมนุษย์อย่างต่อเนื่อง การสร้างสมและประยุกต์ใช้ความรู้อย่างต่อเนื่อง เมื่อมาถึงจุดหนึ่งจะเกิดพัฒนาการของแนวความคิดใหม่ๆ สูตรสำเร็จแบบใหม่ๆ รวมทั้งเกิดการพัฒนาเทคโนโลยีแบบใหม่ๆ ดังนั้น หากสังคมใดมีกิจกรรมของมนุษย์ในทางสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง เช่น มีการวิจัยและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ก็จะมีโอกาสที่จะค้นพบสูตรสำเร็จใหม่อย่างต่อเนื่องเช่นกัน

ปัจจัยที่สอง “ความสามารถ” (Talent) นักเศรษฐศาสตร์ชั้นนำ เช่น Robert Lucas ผู้ได้รับรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐศาสตร์ เมื่อ ค.ศ. 1995 อีกท่านที่ชี้ให้เห็นว่าความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นผลพวงมาจากทุนมนุษย์ เช่นเดียวกับ Edward Glaeser จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ก็ได้แสดงทัศนคติอย่างมั่นใจว่ายิ่งสังคมที่เป็นเมืองมากขึ้นเท่าใดและยิ่งพื้นที่ใดมีความหนาแน่นของเมืองมากขึ้นเท่าใดก็จะเป็นที่ที่มีความได้เปรียบในเชิงผลิตภาพ มากยิ่งขึ้นเท่านั้น นั่นเป็นเพราะพื้นที่นั้นสามารถที่จะได้ประโยชน์จากเศรษฐกิจของการผสมผสานผลงานสร้างสรรค์ของมนุษย์ และเน้นว่าการวัดเรื่องความสามารถนี้จะต้องวัดจาก “อาชีพที่สร้างสรรค์” มากกว่าการวัดทุน

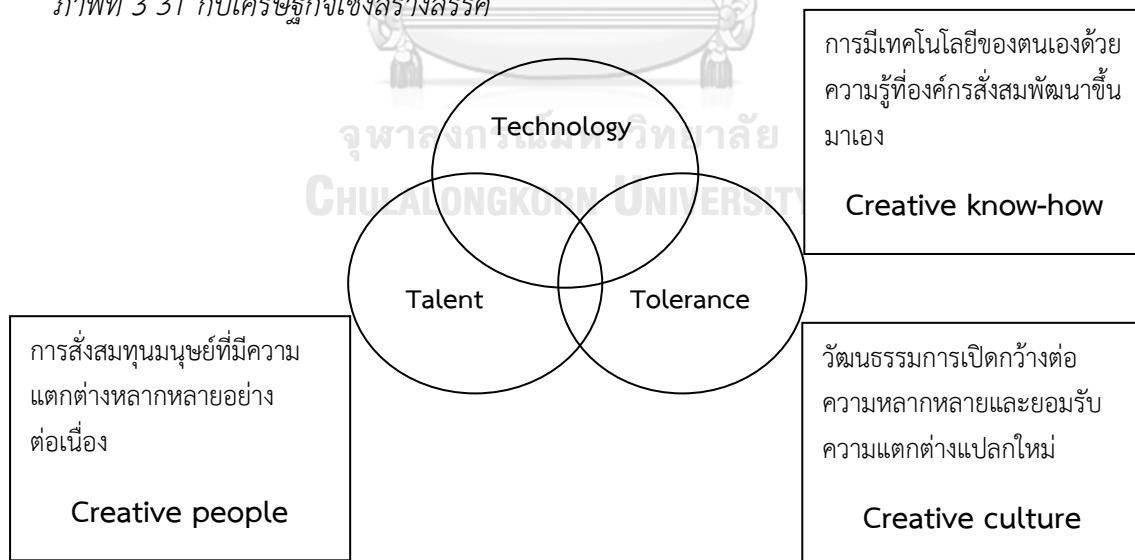
มนุษย์จาก “การศึกษา” แบบเดิมๆ เพราะเรามุ่งเน้นที่คน “ทำจริงๆ” มากกว่า “ความสำเร็จจากการศึกษา”

ปัจจัยที่สาม “ขันติธรรม” (Tolerance) ในขณะที่เมื่อนักเศรษฐศาสตร์มองเทคโนโลยีและความสามารถว่าเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจ พวกเขา มักจะคิดถึงสิ่งเหล่านี้ไปในการทำนองเดียวกันกับเวลาที่เขาคิดถึงปัจจัยการผลิตแบบเดิมๆ เช่น วัตถุดิบ นั่นคือพวกเขามักจะมองว่ามันเป็นเสมือนองค์ประกอบของของสิ่งหนึ่ง ตามที่คณะเช่นนี้ สถานที่ต่างๆ จะประกอบไปด้วยชุดของเทคโนโลยีและความสามารถชุดหนึ่ง และชุดขององค์ประกอบชุดนี้จะก่อให้เกิดอัตราการเกิดนวัตกรรมและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน แต่ทว่าทรัพยากรอย่างเทคโนโลยี ความรู้และทุนมนุษย์ มีลักษณะพื้นฐานที่แตกต่างไปจากปัจจัยการผลิตแบบเดิมๆ อย่างเช่น ที่ดินหรือวัตถุดิบ เพราะทรัพยากรแบบใหม่ไม่เป็นชุดของวัสดุแต่มันเป็นเสมือน “กระแส” มนุษย์มีใช้สิ่งมีชีวิตที่จะยึดติดอยู่กับสถานที่ใดสถานที่หนึ่งตลอดไปพวกเขาสามารถเคลื่อนที่ไปได้อยู่ตลอดเวลา เทคโนโลยีและความสามารถก็เช่นกัน เป็นสิ่งที่มนุษย์สามารถนำพามันเคลื่อนที่ไปด้วย

กุญแจสำคัญจึงอยู่ที่การต้องทำความเข้าใจว่า “ทำไมพื้นที่บางพื้นที่ เมืองบางเมือง จึงมีความโดดเด่นเหนือกว่าที่อื่นๆ ในการที่จะสร้าง ดึงดูด และรักษาปัจจัยการผลิตที่สำคัญเหล่านี้ไว้ได้ คำตอบที่ Richard Florida เชื่อก็คือ พื้นที่นั้นๆ มักมีลักษณะที่ “เปิดกว้าง หลากหลาย และมีขันติธรรม”

ดังนั้น ปัจจัย 3Ts นี้จึงเป็น “ปัจจัยเคลื่อนที่” และมันพร้อมที่จะเคลื่อนที่จากที่หนึ่ง ไปสู่อีกที่หนึ่งได้เสมอ แสดงตามภาพที่ 3

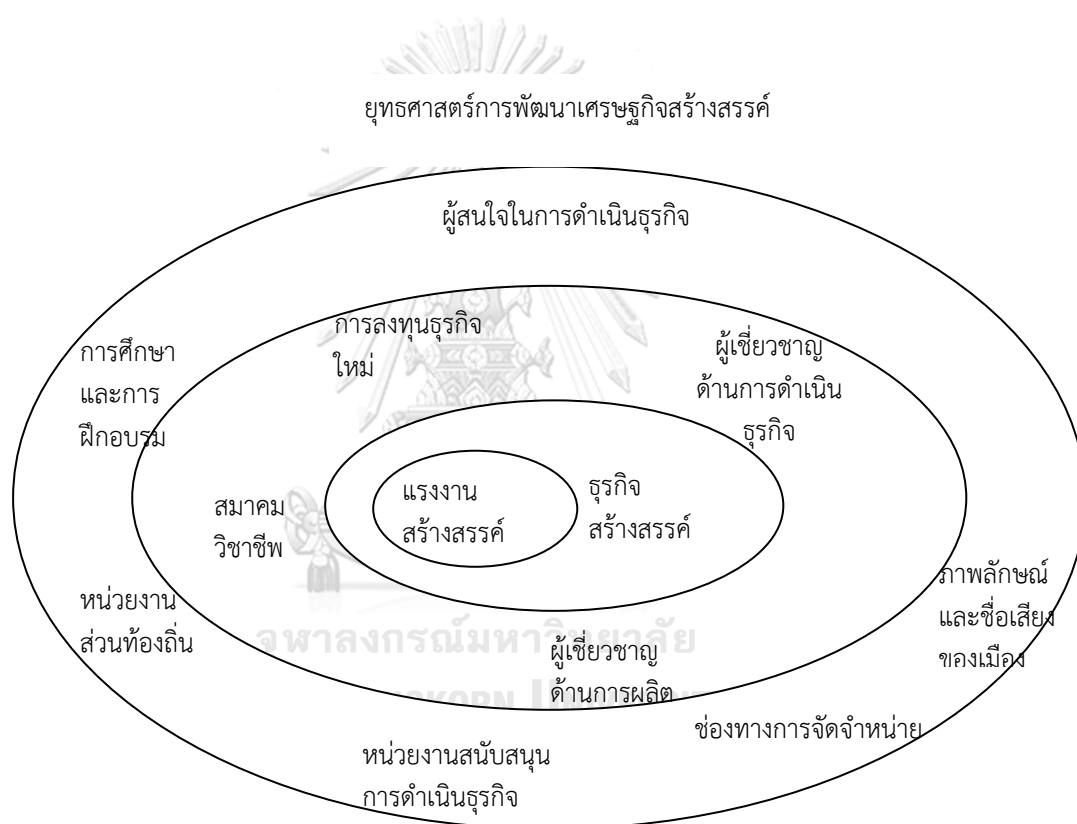
ภาพที่ 3 3T กับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์



ที่มา Inspired and adapted from : Richard Florida (2002, อ้างถึงใน สมบัติ กุสุมาวลี, 2558)

การตี เลี้ยวไฟโรจน์ และคณะ (2556) ได้กล่าวถึงการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต้องให้ความสำคัญกับ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสร้างสรรค์ (Creative Infrastructure) และปัจจัยด้านวิสาหกิจสร้างสรรค์ (Creative Cluster) จากการศึกษาถึงองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ การพัฒนากรอบแนวคิดในการกำหนดยุทธศาสตร์ได้คำนึงถึงแนวทางการพัฒนาแรงงานสร้างสรรค์ ธุรกิจสร้างสรรค์ ต้องการปัจจัยพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์ ทั้งในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ดำเนินธุรกิจ และพัฒนาต่อยอดธุรกิจสร้างสรรค์ โดยแบ่งความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภายใต้แนวคิดโครงสร้างพื้นฐานสร้างสรรค์ออกเป็น 5 ระดับ แสดงตามภาพที่ 4

ภาพที่ 4 แนวคิดโครงสร้างพื้นฐานสร้างสรรค์ 5 ระดับ



ที่มา การตี เลี้ยวไฟโรจน์ และคณะ (2556)

ทั้งนี้ การตี เลี้ยวไฟโรจน์ และคณะ (2556) ยังอธิบายเพิ่มเติมอีกว่าการดำเนินงานสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องอาศัยการกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความชัดเจนและเชื่อมโยงตั้งแต่ระดับประเทศจนถึงระดับท้องถิ่น เพื่อจะสามารถครอบคลุมการพัฒนาศักยภาพในทุกกระดับและทุกมิติ พร้อมทั้งยังเป็นการผลักดันให้เกิดอุปสงค์ในด้านความต้องการของประชาชนที่จะดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์และสร้างอุปทานเพื่อเป็นที่รองรับผลผลิตของธุรกิจสร้างสรรค์ในประเทศและต่างประเทศ

ในขณะที่เดียวกัน เสาวรณย์ กุสุมา ณ อยุธยา (2553) ก็ได้อธิบายเพื่อให้เห็นความสำคัญของการพัฒนาคนในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีองค์ประกอบร่วมในการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจหลายประการ อาทิ การใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ นอกจากนี้การพัฒนาทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศจะสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์ภายใต้แนวคิดสร้างสรรค์ได้นั้นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจหลักที่สำคัญ

พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2556) กล่าวว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องคำนึงถึงว่าจะสามารถใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน “การขับเคลื่อน” ไปสู่การพัฒนาได้อย่างไร ภาคใดจะมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ขับเคลื่อนดังกล่าว ในทางทฤษฎีแล้วการขับเคลื่อนของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดขึ้นได้จาก 2 ทาง ได้แก่ 1) การขับเคลื่อนทางด้านอุปทาน และ 2) การขับเคลื่อนทางด้านอุปสงค์

1) การขับเคลื่อนทางด้านอุปทาน

การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างสูงต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ จะส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมได้ เช่น

- ผลกระทบทางตรงยกตัวอย่าง เช่น การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ช่วยในการสร้างสรรค์งานที่หลากหลายในธุรกิจเพลง ธุรกิจภาพยนตร์สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์เคเบิล และการออกแบบใหม่ๆ หรือการเกิดขึ้นของระบบอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาของเกมสโอฟต์แวร์และระบบเครือข่ายทางสังคม

- ผลกระทบทางอ้อม เป็นการเกิดขึ้นของระบบอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลกระทบต่อเจริญเติบโตของธุรกิจโฆษณา รวมไปถึงการขยายตลาดการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2556) ยังกล่าวอีกว่าการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ยังนำมาสู่ “อุปสงค์สืบเนื่อง” (Derived Demand) ของการจ้างงานแรงงานที่มีทักษะเฉพาะด้านและการบริโภคในสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น โทรศัพท์แบบ Smart Phone หรือหน้าจอแบบระบบสัมผัส เป็นต้น

2) การขับเคลื่อนทางด้านอุปสงค์

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะเจริญเติบโตได้ก็ต่อเมื่อ การผลิตนั้นเป็นที่ยอมรับของคนจำนวนมากและสามารถสร้างประโยชน์ได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) จากการวิเคราะห์ของ UNCTAD (พ.ศ. 2551 (ค.ศ. 2008)) กล่าวว่า ความต้องการ (อุปสงค์) ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยปัจจัยขับเคลื่อนทางด้านอุปสงค์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้จาก 2 ช่องทางหลัก ได้แก่

(1) การส่งออกสินค้า

เนื่องจากการบริโภคในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยทั่วไปแล้วจะเป็นไปในทางเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของรายได้ของคนในประเทศ กล่าวคือประเทศที่คนมีรายได้ต่อหัวสูง

(เช่น ประเทศที่พัฒนาแล้ว) มักจะมีสัดส่วน/มูลค่าของการบริโภคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สูงกว่าประเทศที่มีรายได้ต่ำ ดังนั้น จึงไม่เป็นที่น่าแปลกใจว่าเพราะเหตุใดธุรกิจใอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ผลิตขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาจำเป็นต้องพึ่งพา “การค้าระหว่างประเทศ” เช่นการส่งออกเป็นตลาดสำคัญ นอกจากรายได้ต่อหัวของประเทศคู่ค้าที่สูงกว่าแล้ว การส่งออกยังเป็นการเพิ่มขนาดของตลาด นอกเหนือจากการพึ่งพาเพียงแค่ตลาดภายในประเทศที่มีขนาดเล็ก นอกจากนี้ด้วยความแตกต่างของรสนิยม โดยทั่วไปผู้ส่งออกในสินค้าสร้างสรรค์จะสามารถตั้งราคาได้สูงกว่าสินค้าที่ขายภายในประเทศ ยกตัวอย่าง เช่น วัฒนธรรมไทยและสินค้าของไทยเป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวของคนไทยอยู่แล้วจึงไม่ได้รับความสนใจมากเท่ากับคนต่างชาติ นอกจากนี้ลักษณะของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังมีความเปิดกว้างกว่าภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ แรงงานกลุ่มนี้มักนิยมเรียนรู้และเปิดรับความคิดใหม่ๆ จากต่างประเทศ

(2) การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวส่งผลกระทบเป็นอย่างสูงต่อการยอมรับในวัฒนธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในหลายๆ ประเทศ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปและสามารถดึงดูดจากสื่อโฆษณาและสื่อบันเทิงได้ง่ายกว่านักท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศเกาหลีหรือประเทศจีนที่ใช้ภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์เข้ามาผูกติดกับการท่องเที่ยวและประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูง นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังสามารถถูกผูกให้เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเภทศิลปะและการแสดงได้ อย่างไรก็ตามแม้ว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญในการขับเคลื่อนทางด้านอุปสงค์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ตาม ผู้ผลิตในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควรยังจำเป็นที่จะคำนึงถึงความต้องการหรืออุปสงค์ภายในประเทศด้วยเช่นเดียวกันเนื่องจากการพึ่งพาแต่ภาคการส่งออก (และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ) แต่เพียงอย่างเดียวอาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากความผันผวนทางเศรษฐกิจของโลกได้ง่าย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการแบ่งสัดส่วนของตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศตามแต่ความเหมาะสม

ดังนั้น ในการขับเคลื่อนทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทานดังกล่าว ผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุดก็คือ “ภาควิสาหกิจเอกชน” (Private Sector) เนื่องจากภาคเอกชนเปรียบเสมือนกับ “เครื่องยนต์” ที่มีประสิทธิภาพ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนรถยนต์ให้ไปสู่เป้าหมายในระยะยาว เพราะถ้าปราศจากเครื่องยนต์หรือเครื่องยนต์เกิดขัดข้องก็คงเป็นไปไม่ได้ที่รถยนต์คันนั้นจะสามารถถูกขับเคลื่อนออกไปได้ในขณะที่เครื่องยนต์ที่มีประสิทธิภาพสูงจะช่วยให้รถยนต์สามารถขับเคลื่อนไปสู่ที่หมายได้ตามต้องการโดยไม่เกิดการสะดุดระหว่างทาง ในกรณีของการเป็นผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “ภาคเอกชน” ไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรือวิสาหกิจขนาดใหญ่ต่างมีบทบาททั้งการเป็น “ผู้สร้างอุปทาน” และ “ผู้แสวงหาอุปสงค์” ภาคธุรกิจเอกชนเป็นผู้ริเริ่มผลิตงานสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ๆ จากการว่าจ้างแรงงานที่มีทักษะ ในขณะเดียวกันก็ยังเป็นผู้นำนวัตกรรมไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในที่นี้รวมไปถึงการนำเสนอขายสินค้าสร้างสรรค์ออกสู่ตลาดการส่งออกทั้งในเชิงการขายสินค้าหรือการให้บริการผ่านช่องทางการค้าระหว่างประเทศ และการขายสินค้าในลักษณะของการเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา

นิสวันต์ พิษณุดำรง (2553) กล่าวว่า การต่อยอดสินค้าและบริการที่มาจากทุนวัฒนธรรม เป็นการศึกษาวิเคราะห์สินค้าเพื่อดึงจุดเด่นด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่น่าสนใจมาปรับปรุง โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสินค้า แล้วสร้างค่านิยมเสริมเข้าไป ผ่านกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ มีหลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) การปรับปรุงรูปแบบของสินค้าให้เหมาะสม มีความทันสมัย หรือออกแบบให้เกิดความแปลกใหม่ น่าสนใจ แต่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม จะต้องศึกษาจุดเด่นของวัฒนธรรมและนำมาปรับให้กลมกลืนสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยมและวิถีชีวิตของสังคม (2) การสร้างตราสินค้า โดยสร้างนวัตกรรมที่มีเอกลักษณ์และเรื่องราว เป็นการหยิบยกเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับสินค้านำมาเสนอ และ (3) ความตั้งใจ และทักษะด้านการบริหารจัดการเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

การรักษาคุณทรัพย์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มั่นคง เพื่อเป็นทุนของประเทศที่ยั่งยืน เป็นเรื่องท้าทายการพัฒนาในระยะต่อไป โดยมีประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ ดังนี้

1) การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ต้องเริ่มจากความเข้าใจรากฐานทางวัฒนธรรม คำนึงถึงการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างรอบคอบ ต้องเข้าถึงและร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นด้วยความไว้วางใจกัน เนื่องจากทุนวัฒนธรรมเป็นสมบัติสาธารณะ ชุมชนเป็นเจ้าของร่วมกันเพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนให้ดำรงอยู่อย่างมีศักดิ์ศรีและยั่งยืน สามารถเผชิญผลกระทบการเปลี่ยนแปลงและภัยคุกคามจากภายนอก โดยเฉพาะการครอบงำจากทุนนิยมที่เน้นผลกำไรมากกว่าคุณค่าทางจิตใจ อาทิ การทำธุรกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นสำคัญ อาจทำลายศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น

2) การขับเคลื่อนทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องจัดทำยุทธศาสตร์และแนวทางผลักดันสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน ให้ความสำคัญกับทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ มีความพร้อมด้านองค์ความรู้และเทคโนโลยี วางระบบบริหารจัดการที่เหมาะสมตลอดห่วงโซ่อุปทาน การศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและกลุ่มผู้บริโภคเพื่อสร้างตลาดในประเทศที่สามารถบริโภคสินค้าวัฒนธรรมที่มีคุณภาพได้ ก่อนที่จะนำไปสู่การส่งออกในระยะต่อไป การพัฒนาฐานข้อมูลวัฒนธรรมและการจัดการองค์ความรู้ พร้อมทั้งวางระบบการติดตามประเมินผล ภายใต้กระบวนการทำงานเป็นเครือข่าย ทั้งหน่วยงานส่วนกลาง ภูมิภาค ท้องถิ่น สถาบันการศึกษาและกลุ่มประชาคมตลอดจนพัฒนากฎหมาย ระเบียบการคุ้มครองลิขสิทธิ์ที่ชัดเจนและดำเนินการอย่างจริงจัง

3) ให้ความสำคัญกับการพัฒนามนุษย์ ทั้งการศึกษาวรรณกรรมไทยอย่างลึกซึ้ง และการเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับระบบเศรษฐกิจและการบริหารจัดการยุคใหม่ โดยปลูกฝังความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมไทยตั้งแต่เด็กสอดแทรกการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอน สนับสนุนอาชีพที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนส่งเสริมศักยภาพและความรู้ในด้านความคิดสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการทั่วไป โดยเฉพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์

4) อนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ใกล้จะสูญหาย โดยจัดให้มีเวทีหรือช่องทางในการถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาไทยจากรุ่นสู่รุ่นอย่างสม่ำเสมอ

สร้างเครือข่ายวัฒนธรรมไทยเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการคัดกรองวัฒนธรรมจากภายนอก อาทิ มาตรการทางกฎหมาย มาตรการทางสังคม เพื่อให้เลือกรับแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์

นอกจากนี้ เฉลิมพล แจ่มจันทร์ และคณะ (2556) กล่าวว่า การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้บนแนวคิดสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้น เห็นได้จากปรากฏการณ์การหลั่งไหลของวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลี (Korean Pop Culture) ที่ได้รับอิทธิพลจากภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ดนตรี วิดีโอเกม เกมโชว์สิ่งพิมพ์ต่างๆ หรือที่เรียกว่ากระแสความนิยมเกาหลี (Korean Wave) เข้าสู่ประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกันอย่างรวดเร็วและกำลังค่อยๆ ขยายไปยังภูมิภาคอื่นทั่วโลก ซึ่งนับเป็นปรากฏการณ์แปลกใหม่ที่เหนือความคาดหมายและน่าสนใจอย่างมาก การเผยแพร่มรดกทางศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของประเทศผ่านทางอุตสาหกรรมเหล่านี้ถือเป็นกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ที่ดีทำให้ประเทศเกาหลีใต้เป็นที่รู้จักมากขึ้น สินค้าและบริการต่างๆ ก็ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เช่น แฟชั่นเสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องสำอาง บริการศัลยกรรม อาหาร และยาสมุนไพร ที่สำคัญคือการท่องเที่ยวที่ได้รับประโยชน์อย่างเห็นได้ชัด

กล่าวโดยสรุป การส่งเสริมให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นที่จะต้องพัฒนาและเสริมสร้างปัจจัยต่างๆ ให้เอื้อต่อการขับเคลื่อน ประกอบด้วย การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ การสร้างเครือข่ายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและมีมาตรฐาน การจัดหาตลาด แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาคนถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้นหน่วยงานด้านวัฒนธรรมต้องมีหน้าที่ในการพัฒนาคนให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

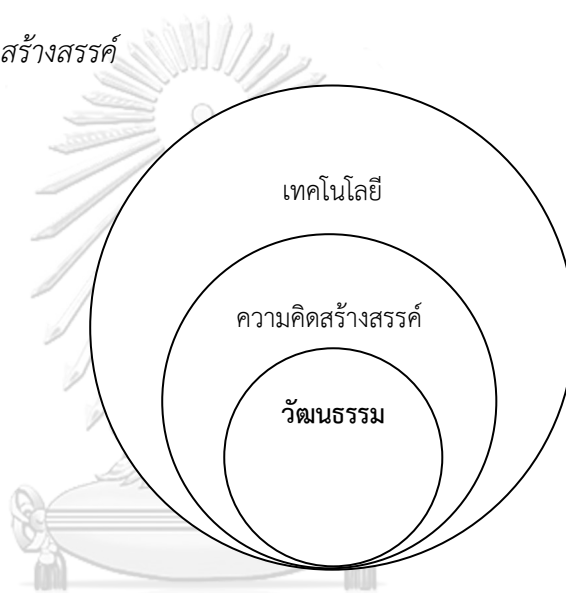
2.2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับทุนทางวัฒนธรรม

จากการศึกษาข้อมูลด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับแนวคิดด้านทุนทางวัฒนธรรม ทำให้ผู้วิจัยนำมาเชื่อมโยงกับหัวข้อต่อไปนี้อย่างมีความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับทุนทางวัฒนธรรม โดยพบว่าประเทศไทยได้เปรียบอีกหลายประเทศในด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่หลากหลาย โดดเด่น และสืบทอดมายาวนาน หากนำมาต่อยอดและผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ผนวกกับองค์ความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ จะทำให้ประเทศไทยสามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะโดดเด่น มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงยากที่จะเลียนแบบ “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่ไทยมีอยู่ จึงเปรียบเสมือนเป็นขุมทรัพย์ที่มีค่าในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยให้เป็นความหวังใหม่สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชาติ (นิสวันต์ พิษณุดำรง ,2553)

หลักการสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ โดยใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย เชื่อมโยงกับภาคการผลิตทั้งเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ อย่างเป็นระบบ เกิดเป็นสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่นแตกต่าง และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น

ทุนวัฒนธรรมจึงเปรียบเสมือน “แก่น” ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และในแถบทวีปยุโรป ใช้ว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” แทนคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยใช้นัยที่แตกต่างกัน กล่าวคือ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะเน้นการนำเสนอคุณค่าในเชิงศิลปวัฒนธรรมของสินค้าและบริการขณะที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะมุ่งความสำคัญไปที่มูลค่าเป็นตัวเงิน การพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าและการท่องเที่ยว หลายประเทศในยุโรปและเอเชียใช้แนวความคิดนี้ในการพัฒนาและสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศ ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมทั้งในเชิงการอนุรักษ์และการนำวัฒนธรรมมาเป็นทุนเชื่อมโยงสู่การพัฒนาทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจในยุคโลกาภิวัตน์ เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและวัฒนธรรมนำมาซึ่งการหลั่งไหลของสินค้าและวัฒนธรรมจากประเทศหนึ่งสู่ประเทศหนึ่ง แสดงดังภาพที่ 5

ภาพที่ 5 แก่นของเศรษฐกิจสร้างสรรค์



ทีมา นิสวันต์ พิชญ์ดำรง (2553) **लगर्णमहाविद्यालय**

CHULALONGKORN UNIVERSITY

นอกจากนี้ นิสวันต์ พิชญ์ดำรง (2553) ยังได้ยกตัวอย่างการต่อยอดสินค้าและบริการที่มาจากทุนทางวัฒนธรรมในต่างประเทศ ได้แก่

ประเทศอังกฤษ ส่งเสริมการเชื่อมโยงกิจกรรมสร้างสรรค์กับประวัติศาสตร์ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ เรื่องราวและวัฒนธรรมเกี่ยวกับบราซวงส์ การออกแบบดีไซน์ แฟชั่นของอังกฤษ และวัฒนธรรมเพลง โดยจัดตั้งสถาบันเพื่อดูแลระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง และส่งเสริมในระบบการเรียนการสอน

ประเทศเยอรมนี ฟื้นฟูประเทศหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยการบูรณะอาคารสถานที่พิพิธภัณฑ์ที่เสียหายอย่างมากจากระเบิดในช่วงสงคราม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในเชิงประวัติศาสตร์ วิธีการบูรณะไม่เพียงแต่ฟื้นฟูให้กลับเป็นเหมือนเดิม แต่ได้สถาปนิกของโลกมาบูรณะซ่อมแซมและปรับปรุงให้ดีกว่าเดิม โดยผนวกแนวคิดใหม่ๆ เข้าไปด้วย ทำให้พิพิธภัณฑ์กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งใหม่ของประเทศ

ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี เร่งพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยนำทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นจุดขาย สามารถนำเงินเข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล อาทิ วัฒนธรรมการรับประทานอาหารเกาหลี และการแต่งกายผ่านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาพบว่าทุนทางวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพราะถือว่าเป็นแก่นของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้เปรียบในปัจจุบันด้านนี้เนื่องจากเป็นประเทศที่มีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีประวัติความเป็นมาที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน จนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เฉพาะถิ่น เป็นดั่งทรัพย์สินที่สามารถพัฒนาและต่อยอดให้สามารถสร้างมูลค่าได้

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้นอกจากต้องศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดของทุนทางวัฒนธรรมแล้ว เนื่องจากเป็นการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การค้นคว้าแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งสำคัญในการรับรู้ที่ถูกต้อง ทั้งนิยาม ประเภท ความสำคัญ และแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จะสามารถนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับภาระงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาการนำทุนทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นหลัก ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้ปัจจัยด้านการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี การสร้างเครือข่าย การส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ การจัดระบบประมาณของภาครัฐ มาประกอบการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จเป็นไปตามบทบาทหน้าที่ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชนั้น สิ่งที่สำคัญไม่ได้คือการมีทัศนคติที่ดีของผู้บริหารต่อแนวทางและแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ เพื่อให้แนวทางการบริหารจัดการนั้นถูกต้องและเหมาะสม

2.3.1 นิยาม

ทัศนคติ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรับรู้ของบุคคล กับแนวโน้ม ที่จะมียพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่ง ต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น เป็นความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม (รัตนภรณ์ มั่นศรีจันทร์, 2559)

ทัศนคติ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อหรือการรับรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมียพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น ทัศนคติเป็นเรื่องของจิตใจ ทำที่ ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับ ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ (พิชญาวี คณะผล, 2554)

ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงของแต่ละบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ เป็นความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ ที่บุคคลมีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมในอนาคตของบุคคลนั้นๆ อีกด้วย (ชนิดา กิ่งรุ่งเพชร,2561)

กล่าวโดยสรุป ทัศนคติ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกและความเชื่อ ที่จะนำไปสู่การประพฤติปฏิบัติในสิ่งต่างๆของบุคคลตามความเชื่อนั้นๆ

2.3.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

Zimbardo และ Leippe (1991,อ้างถึงใน กาญจนมาส ชานาญกิจ,2555) ได้อธิบายถึงระบบทัศนคติว่า มีองค์ประกอบ ที่สำคัญ 5 ประการคือ

1) องค์ประกอบด้านความรู้ความนึกคิด (Cognitions) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่สิ่งใดดีก็มักจะ มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น องค์ประกอบด้านความรู้ความนึกคิดประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง (Knowledge) ส่วนที่เป็นความเชื่อ และส่วนที่เป็นการประเมิน เหล่านี้คือความนึกคิดและการรับรู้ของเราทั้งสิ้น

2) องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (The Affective Responses) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้นเป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน

3) ความตั้งใจทางด้านพฤติกรรม (Behavior Intentions) คือ ความตั้งใจที่จะแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือแนวคิดหนึ่งแนวคิดใด ซึ่งเป็นองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิดและความรู้สึกในการวิจัยเชิงประจักษ์ถ้าเราวัดพฤติกรรมโดยตรงไม่ได้เราอาจวัดความตั้งใจทางด้านพฤติกรรมได้

4) พฤติกรรม (Behaviors) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งแนวคิดหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

5) ทัศนคติ (Attitude) คือ ความโน้มเอียงในการประเมินวัตถุแนวคิด บุคคลสถาบัน ฯลฯ ในขณะที่ รัตนารักษ์ มั่นศรีจันทร์ (2559) อธิบายไว้ว่านักวิชาการส่วนใหญ่ได้จัดแบ่งองค์ประกอบของทัศนคติ ออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่องค์ประกอบด้านความรู้ (ความเชื่อ) องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม(แนวโน้มที่จะตอบสนอง) องค์ประกอบแต่ละอย่างอธิบายได้ดังนี้

1) องค์ประกอบทางด้านความรู้ ประกอบด้วยความเชื่อ ซึ่งความเชื่อนี้ไม่จำเป็นจะต้องถูกต้องหรือเป็นความจริงเสมอไป

2) องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก คือ ปฏิกริยาทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่ออย่างใดอย่างหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ เป็นความรู้สึกทั้งในแง่บวกหรือแง่ลบ เป็นการแสดงผลของการประเมินทางด้านอารมณ์หรือความรู้สึก บุคคลอาจมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่างกันจากความเชื่อเหมือนกัน

3) องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม หมายถึง แนวโน้มที่จะตอบสนองในลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งต่อวัตถุหรือกิจกรรม

สอดคล้องกันกับ ทิตยา สุวรรณชัย (2547 อ้างถึงใน เดือนเพ็ญ แบลิว, 2559) ที่กล่าวว่า ทักษะสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน เช่นกัน ประกอบด้วย

1) องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) ในส่วนนี้เป็นการเรียนรู้ของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เกี่ยวกับวัตถุสิ่งของ บุคคล เหตุการณ์ กล่าวคือการทำที่บุคคลสามารถนำเอาคุณค่าทางสังคมที่ได้รับจากการอบรมสั่งสอนและถ่ายทอดมาใช้ในการวิเคราะห์พิจารณาประกอบเหตุผลของการที่ตนจะประเมิน หากรู้ในทางที่ดีก็จะมีทัศนคติที่ดี หากไม่รู้เลยก็ไม่มีทัศนคติ ข้อแตกต่างระหว่างส่วนนี้กับความรู้คือการพิจารณาของบุคคลในส่วนนี้จะมีลักษณะปลอดจากอารมณ์แต่จะเป็นเรื่องของเหตุผลอันสืบเนื่องมาจากความเชื่อของบุคคล

2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ที่สอดคล้องกับความคิด เช่น บรรดาความรู้สึกที่ชอบ ไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย คิดว่าเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ของบุคคล

3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) ซึ่งหมายถึงความพร้อมที่จะทำหรือมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรม (Action Tendency) อันเป็นผลต่อเนื่องมาจากความคิดและความรู้สึกซึ่งออกมาในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธ

กล่าวโดยสรุป ทักษะต้องเกิดจากองค์ประกอบด้วยกัน 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ของบุคคล ประกอบกับด้านความรู้สึกที่สอดคล้องกับความคิดมีทั้งแง่บวกและแง่ลบ และด้านพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคล

2.3.3 การวัดทัศนคติ

สุชา จันทร์หอม (2541, อ้างถึงใน บุษกร ทับทิม, 2549) กล่าวว่า การวัดทัศนคติทำให้เราเข้าใจทัศนคติของบุคคลและสามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ ได้ การวัดทัศนคติทำได้หลายแบบ ดังนี้

1) Scaling Technique เป็นวิธีหนึ่งที่ใช้วัดทัศนคติมีอยู่ 2 แบบ ดังนี้

ก. วิธีของเธอร์สตัน (The Thurston method) แบบนี้ประกอบด้วย ประโยคต่างๆ ประมาณ 10-20 ประโยค หรือมากกว่านั้น ประโยคต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวแทนของระดับความคิดเห็นต่างๆ กัน ผู้ถูกทดสอบจะต้องแสดงให้เห็นว่าเขาเห็นด้วยกับประโยคใดบ้าง ประโยคหนึ่ง ๆ จะกำหนดค่าเอาไว้คือ กำหนดเป็น Scale Value ขึ้น เริ่มจาก 0.0 ซึ่งเป็นประโยคที่ไม่พึงพอใจมากที่สุด เรื่อย ๆ ไปถึง 5.5 สำหรับประโยคที่มีความรู้สึกเป็นกลาง ๆ (Neutral Statement) จนกระทั่งถึง 11.0 ซึ่งมีค่าสูงสุดสำหรับประโยคที่พึงพอใจมากที่สุด

ตัวอย่าง การสร้างแบบทดสอบตามวิธีเธอร์สตัน เพื่อวัดทัศนคติของพนักงานที่มีต่อบริษัทที่เขาทำงานอยู่

ข้าพเจ้าคิดว่า บริษัทนี้ดูแลคนงานดีกว่าบริษัทอื่น..... 10.4

ถ้าข้าพเจ้าจะหางานใหม่ ก็คงเลือกบริษัทนี้อีก..... 9.5

คนงานเอาใจใส่บริษัทเท่า ๆ กับบริษัทเอาใจใส่คนงาน..... 5.1

ท่านต้องติดตามกระตุนคนงานบางคนในบริษัทนี้งานจึงจะดี..... 2.1

คนที่ซื้อสตั๊ยทำงานล้มเหลวในบริษัทนี้..... 0.8

ข. วิธีของลิเกิร์ต (The Liker Technique) มาตรฐานแบบนี้ประกอบด้วย ประโยคต่างๆ ซึ่งแต่ละประโยคผู้ถูกทดสอบจะแสดงความรู้สึกของตนออกมา 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่ละระดับมีคะแนนให้ไว้ตั้งแต่ 1-5 คะแนน คะแนนของคนหนึ่ง ๆ ได้จากคะแนนรวมจากทุก ๆ ประโยค ตัวอย่างแสดงตามตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 แบบทดสอบทัศนคติของกลุ่มบุคคล

รายการ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. รัฐบาลควรออกระเบียบเกี่ยวกับ ธุรกิจให้มากขึ้น					
2. รัฐบาลควรเป็นเจ้าของ อุตสาหกรรมใหญ่ ๆ เสียเอง					

ที่มา สุชา จันทรหอม (2541, อ้างถึงใน บุษกร หับทิม, 2549)

2) Polling การหยั่งเสียงประชาชน ส่วนมากใช้ในการเลือกตั้งพรรคการเมือง หรืออะไรที่เกี่ยวกับประชาชน ก็ต้องมีการตรวจสอบ หยั่งเสียงเพื่อดูว่าประชาชนมีความรู้สึกในเรื่องนั้น ๆ อย่างไร เช่น การลดกำลังอาวุธ การเลือกตั้งพรรคการเมือง เป็นต้น

3) Questionnaire คือ การใช้แบบสอบถามว่าเห็นด้วยหรือไม่ ดีหรือไม่ดีโดยแบ่งการสอบถามออกเป็น 2 แบบ คือ

ก. Fixed-alternative questions คำถามที่ถามเฉพาะเจาะจงลงไป แล้วให้ตอบเรื่องที่ถามเท่านั้น

ข. Open-ended questions คำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม แล้วนำความคิดเห็น หรือความรู้สึกของคนส่วนมากมาจัดกลุ่มดูว่าพวกเขาเหล่านั้นมีความรู้สึกอย่างไร หรือมีทัศนคติอย่างไร ในการถามคำถามปลายเปิดนี้ ผู้ถามได้รู้ถึงข้อมูลมากมาย รวมทั้งความคิดเห็นทุกๆ อย่างของผู้ตอบ เป็นคำถามที่เราจะได้ข้อมูลละเอียดกว่าการถามด้วยคำถามชนิดอื่น

กล่าวโดยสรุป ทัศนคติสามารถวัดหรือประเมินค่าได้ในหลายวิธี ใช้ได้ทั้งการวัดแบบเชิงปริมาณ เช่น วิธีของเธอร์สตัน วิธีของลิเกิร์ต และวิธี Polling และใช้กับการวัดเชิงคุณภาพ เช่น วิธี Open-ended questions

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริหารและปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย ดังนั้นจึงต้องศึกษาแนวคิดด้านทัศนคติเพื่อเป็นการสร้างแบบการวัดที่เหมาะสมในการศึกษา การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงเลือกใช้การวิเคราะห์และวัดทัศนคติด้วยการใช้วิธี Open-ended questions หรือคำถามที่เปิดโอกาสให้

ผู้ตอบสนองความคิดเห็นอย่างมีอิสระ อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยไม่ได้วัดทัศนคติเป็นค่าคะแนน แต่เป็นการพิจารณาจากคำสำคัญที่ผ่านการสัมภาษณ์ในประเด็นแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์กลยุทธ์ (Strategic Analysis)

ในการเสนอแนวทางเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎี ที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ได้ประสิทธิภาพนั้น สิ่งที่สำคัญที่จะต้องทำคือการวิเคราะห์กลยุทธ์ขององค์กร การศึกษาครั้งนี้จะได้เห็นว่ากลยุทธ์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอย่างไร และต้องพัฒนาหรือส่งเสริมไปในทิศทางใด

2.4.1 นิยาม

การวิเคราะห์กลยุทธ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร โดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยของสภาพแวดล้อมภายนอก และปัจจัยของสภาพแวดล้อมภายในที่มีผลกระทบและอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการบริหารจัดการขององค์กร แม้ว่าสภาพแวดล้อมรอบองค์กรจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามพลวัตของสังคม แต่ผลการวิเคราะห์อาจช่วยให้การกำหนดทิศทางการบริหารองค์กรเกิดประสิทธิผลได้พอสมควร (วิทยา วาริรักษ์รุจกิจ, 2559)

การวิเคราะห์กลยุทธ์ หมายถึง ขั้นตอนในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เพื่อพิจารณาปัจจัยสภาพแวดล้อมว่ามีผลกระทบอย่างไรต่อองค์กรและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร โดยพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน ตลอดจนค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร (ชลธิชา ดีเพ็ญ, 2557)

กล่าวโดยสรุป การวิเคราะห์กลยุทธ์ คือ กระบวนการในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน เพื่อศึกษาว่าสภาพแวดล้อมดังกล่าวมีผลอย่างไรต่อการดำเนินงานขององค์กร

2.4.2 ความสำคัญของการวิเคราะห์กลยุทธ์

การวิเคราะห์กลยุทธ์มีความสำคัญในการช่วยกำหนดตำแหน่งทางกลยุทธ์ขององค์กรที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร (ชลธิชา ดีเพ็ญ ,2557) และเนื่องจากการวิเคราะห์กลยุทธ์เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งปัจจัยแต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจองค์กรหรือหน่วยงานว่าเป็นอย่างไร โดยจะรู้ว่ามีโอกาสหรือผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กรเป็นอย่างไร มีความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรมากน้อยเพียงใด ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรเป็นอย่างไรจะหาโอกาสหรือผลกระทบต่อการทำงาน กระทั่งต่อสภาพแวดล้อมหรือไม่อย่างไร และทำให้รู้ถึงสภาพปัญหาอุปสรรค สถานการณ์ ที่ขัดขวางการดำเนินงานขององค์กร (คณะกรรมการจัดทำมาตรฐานความโปร่งใสกรมเจ้าท่า,2561)

กล่าวโดยสรุป การวิเคราะห์ที่กลยุทธ์มีความสำคัญที่ช่วยให้คนในองค์กรสามารถเข้าใจ องค์กรมากยิ่งขึ้น และช่วยในการกำหนดบทบาทหน้าที่และภารกิจให้สอดคล้องกับเป้าหมายและ สภาพแวดล้อมขององค์กรได้ดีมากยิ่งขึ้น

2.4.3 SWOT

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับองค์กรหรือโครงการซึ่ง ช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจาก สภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร โดยผลจากการวิเคราะห์ SWOT จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์และการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้อุตสาหกรรมพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , 2554 อ้างถึงใน พนิดา ศรีสว่าง, 2558) โดย SWOT Analysis มีองค์ประกอบ ดังนี้

S : Strengths คือ จุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงาน ภายในที่องค์กรทำได้ดี

W : Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อย ความสามารถซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือ หมายถึงการดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี

O : Opportunities คือ โอกาส หมายถึง โอกาสซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่ สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาส แตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมา จากสภาพแวดล้อมภายใน ผู้บริหารที่ดีจะต้องเสาะแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จาก โอกาสนั้น

T : Threats คือ อุปสรรค หมายถึง อุปสรรคซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิด จากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและพยายาม ขจัดอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้จริงและในทางกลับกันอุปสรรคอาจกลับกลายเป็นโอกาสได้เช่นกัน

กล่าวโดยสรุป การวิเคราะห์ที่กลยุทธ์ที่จะนำมาใช้กับการศึกษาการบริหารจัดการทุนทาง วัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นวิธีการที่จะทำให้สามารถเข้าใจสภาพแวดล้อม ทั้งภายนอกและภายในขององค์กรที่มีผลต่อการ ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการวิเคราะห์ที่กลยุทธ์ในครั้งนี้จะใช้วิธีการผ่านเทคนิคการ วิเคราะห์ SWOT ที่ประกอบไปด้วย Strengths (จุดแข็ง) Weaknesses (จุดอ่อน) Opportunities (โอกาส) และ Threats (อุปสรรค)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2556) ได้ศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญในการนำความรู้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสู่กระบวนการผลิตและสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยเฉพาะด้านการจ้างงานเนื่องจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชนจะเน้นการผลิตที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมากนักรายได้ส่วนใหญ่จึงตกอยู่กับแรงงาน โดยเฉพาะกลุ่มแรงงานที่ขาดโอกาส เช่น ผู้หญิงและคนชรา นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างแรงผลักดันที่มีประสิทธิภาพต่อการเข้าร่วมของคนในชุมชนโดยส่งเสริมความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของร่วมกัน และยังพบว่าวิสาหกิจเอกชนไทยไม่ได้ประสบปัญหาในการขาดแคลนบุคลากรในเชิงของปริมาณที่ผลิตจากมหาวิทยาลัยแต่ขาดแคลนซึ่งคุณภาพและทักษะของบัณฑิตที่จบการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นทักษะพื้นฐาน (Basic Skill) หรือทักษะในเชิงสร้างสรรค์ (Creative Skill) ความต้องการฝีมือแรงงานสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับการจ้างงานคนรุ่นใหม่ที่มีพรสวรรค์ (Young Talent) ที่พร้อมที่จะเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรม นอกจากนี้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังสร้างความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน เนื่องจากเป็นระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาการผลิตที่ใช้ความรู้เป็นพื้นฐานสำคัญเพื่อต่อยอด ต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจเนื่องจากความรู้และนวัตกรรม และยังสร้างงานและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนจากการมีเครือข่ายความร่วมมือ และสร้างการมีส่วนร่วมภายในชุมชนอีกด้วย

เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา (2553) ได้ศึกษาประเด็น Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย พบว่า การนำทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้เพื่อตอบสนองความมั่งคั่งทางการค้า ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติขาดความสมดุล เกิดภัยพิบัติตามธรรมชาติตามมา นอกจากนี้ การแสวงหาความ มั่งคั่งได้ละเลยการพัฒนาหรือต่อยอดแนวความคิดในตัวสินค้า ทำให้ผู้บริโภคถึงจุดอิ่มตัวในการเลือกซื้อสินค้าผู้บริโภคต้องการแสวงหาความแปลกใหม่และความหลากหลายจากตัวสินค้า ปრაการณณ์เปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงดำเนินไปในวิถีการผลิตทางเศรษฐกิจที่แต่ละประเทศต้องขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างเร่งด่วน มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการนำเสนอความแปลกใหม่ในตัวสินค้า มุ่งเน้นการผลิตที่มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของทรัพยากรมนุษย์ ภายใต้การใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ยึดหลักการพัฒนาที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติและห่วงใยในสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

ธัชภรณ์ ศรีเมือง (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมกับวัฒนธรรมไทยในศตวรรษที่ 21 ประเด็นการสร้างนวัตกรรม ทูทางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า เศรษฐกิจยุคปัจจุบันนี้ นวัตกรรมถือเป็นกุญแจหลักของเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบสินค้า กระบวนการ ระบบงานและการตลาด ประเทศไทยถือว่ามีประชาชนที่มีทักษะ ความสามารถ และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น มีทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งสะสมฐานคิดเพื่อต่อยอด สิ่งเหล่านี้เหมาะสมอย่างมากกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม และยังพบว่า การนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้เป็นแบบ “ไทยๆ” แต่สิ่งที่ควรเพิ่มนั้น ต้องเน้นการสร้างเวที (platform) สำหรับผู้คนสร้างนวัตกรรม

ที่แตกต่าง สร้างเรื่องราวที่มีวัฒนธรรมไทยเป็นฐาน เพิ่มเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าไป รวมทั้งการพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและเทคนิคต่างๆ ด้วย

อัญธิชา มั่นคง (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษาชุมชนในตำบลบ้านต๋อน อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า การนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อสร้างประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคมแก่ชุมชนและประชาชนนั้น ต้องเป็นความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่มีความสนใจสร้างผลิตภัณฑ์ให้ร่วมกันคิดร่วมกันทำอย่างจริงจัง

2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ในครั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นผู้วิจัยได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาประกอบกับบทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช การประเมินทัศนคติของผู้บริหารสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช และการวิเคราะห์กลยุทธ์ที่ต้องการให้เห็นสภาพแวดล้อมของการดำเนินงานเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวในองค์การ ผ่าน SWOT Analysis มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา แสดงดังภาพที่ 6

ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เนื่องจากงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทและสถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศึกษาทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริหารและผูปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเชิงลึก ทั้งเรื่องราว พลวัตร วิธีการทำงานและกระบวนการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมให้พื้นที่ในจังหวัดนครศรีธรรมราชพัฒนาเป็นแหล่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.2 แหล่งข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการวิจัยโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการทำงานและการดำเนินงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งข้อมูลจากเอกสารทางราชการ บันทึกทางราชการ หนังสือหรือเอกสารทางวิชาการที่จัดพิมพ์เผยแพร่ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ และข้อมูลทางด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจและการค้าจากหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราชด้วย นอกจากนี้ยังเลือกใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริหารและผูปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช และบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.3 กลุ่มประชากรเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

3.3.1 ผู้บริหารสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช (วัฒนธรรมจังหวัด) เนื่องจากเป็นผู้รู้ข้อมูลการบริหารจัดการครอบคลุมทั้งองค์การ และเข้าใจกระบวนการทำงานภาพรวมขององค์การ และเป็นผู้รับนโยบายลำดับต้นจากหน่วยงานส่วนกลางมาสู่การปฏิบัติในส่วนภูมิภาค

3.3.2 ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากวัฒนธรรมจังหวัดและมีอำนาจหน้าที่ตามโครงสร้างองค์การให้ดูแล รับผิดชอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง

3.3.3 ข้าราชการผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 3 คน ซึ่งได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่ในการประสาน การดำเนินงานกับชุมชน และประชาชนในพื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราชในทุกอำเภอ เป็นผู้เข้าถึง ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม ได้รับความต้องการของพื้นที่ ได้รับความสำเร็จและปัญหาโดยตรง และรับผิดชอบปฏิบัติงานในโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น โครงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product of Thailand : CPOT) โครงการ บวร On Tour เป็นต้น

3.3.4 ประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านมูลค่าทาง เศรษฐกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความสำคัญในการให้ข้อมูล ด้านการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.3.5 ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรวมทั้งการประชาสัมพันธ์สร้างการ รับรู้ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

3.3.6 ผู้ประกอบการสินค้าและบริการ จำนวน 3 คน กำหนดจากผู้ประกอบการที่มีอาชีพ ในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาผลิตสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจาก เป็นผู้ที่มีความชำนาญและใช้ชีวิตร่วมกับทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่มาอย่างยาวนาน และรับทราบถึง ปัญหาและอุปสรรคในภาคผู้ผลิต และสามารถสะท้อนความต้องการในการส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่แท้จริงได้ เช่น ผู้ประกอบการผ้ามัดย้อมคีรีวง ผู้ประกอบการเครื่องถมเมืองนคร ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์बाटักข้าวลายลูกปัดศรีวิชัย เป็นต้น

3.4 วิธีการเลือกและการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นผู้ให้ ข้อมูลที่มีตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ ความเชี่ยวชาญ ตามที่ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ในหัวข้อก่อนหน้านี้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดต่อเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากสำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช

3.5 เทคนิคและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แนว คำถามสำหรับการสัมภาษณ์ซึ่งแบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญต่างๆ โดยจำแนกตามประเภทผู้ให้ข้อมูล สำคัญ ดังต่อไปนี้

3.5.1 ผู้บริหารสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช (วัฒนธรรมจังหวัด)

- 1) ทูทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่สำคัญมีอะไรบ้าง
- 2) ท่านคิดว่าอะไรคือทูทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช เพราะเหตุใด
- 3) บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดต่อการดำเนินงานด้านบริหารจัดการทูทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอย่างไร
- 4) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทูทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างไร
- 5) ทูทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือไม่มากนักแค่ไหน
- 6) ปัจจุบันสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดได้ดำเนินการเพื่อนำทูทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างไรบ้าง
- 7) เห็นด้วยหรือไม่กับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทูทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยขับเคลื่อน
- 8) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชมีการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทูทางวัฒนธรรมในพื้นที่ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี การสร้างเครือข่าย การส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และการจัดสรรงบประมาณของภาครัฐ ที่เกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างไร
- 9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทูทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอะไรบ้าง
- 10) อุปสรรคในการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอะไรบ้าง

3.5.2 ผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช (ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม และนักวิชาการวัฒนธรรม)

- 1) ทูทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่สำคัญมีอะไรบ้าง
- 2) ท่านคิดว่าอะไรคือทูทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช เพราะเหตุใด
- 3) โครงการที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชดำเนินการมีโครงการใดบ้างที่เกี่ยวข้องหรือมีวัตถุประสงค์ที่จะบริหารจัดการทูทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 4) ชุมชนหรือท้องถิ่นมีส่วนช่วยหรือให้ความร่วมมือต่อการบริหารจัดการทูทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือไม่ อย่างไร
- 5) เห็นด้วยหรือไม่กับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทูทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยขับเคลื่อน
- 6) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทูทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอะไรบ้าง
- 7) อุปสรรคในการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอะไรบ้าง

3.5.3 ประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช

- 1) ท่านคิดว่าอะไรคือทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช เพราะเหตุใด
- 2) มูลค่าทางเศรษฐกิจในปัจจุบันของจังหวัดนครศรีธรรมราชมีส่วนสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรือไม่ อย่างไร
- 3) ปัจจุบันมูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอย่างไร และทิศทางในอนาคตมีแนวโน้มจะเป็นอย่างไร

3.5.4 ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช

- 1) ท่านคิดว่าอะไรคือทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช เพราะเหตุใด
- 2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราชมีการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างไรบ้าง
- 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราชมีผลการดำเนินงานและแผนการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างไร
- 4) คิดว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้หรือไม่ อย่างไร

3.5.5 ผู้ประกอบการสินค้าและบริการ

- 1) ท่านคิดว่าอะไรคือทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช เพราะเหตุใด
- 2) ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างไรบ้าง
- 3) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชมีการสนับสนุนผู้ประกอบการในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือไม่ อย่างไร
- 4) ผลกระทบของท่านมีการนำทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชมาผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าให้เศรษฐกิจได้อย่างไร
- 5) ปัญหาและอุปสรรคในส่วนของผู้ผลิตในการสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าและสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นมีอะไรบ้าง
- 6) ผู้ประกอบการต้องการให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชหรือหน่วยงานอื่นๆ เข้ามาสนับสนุนในด้านใดบ้าง

3.6 แนวทางการวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) จากคำให้สัมภาษณ์ และข้อมูลจากเอกสารต่างๆ โดยนำเสนอเป็นประเด็นต่างๆ ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการยกตัวอย่างการดำเนินงานตามบทบาทสถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญสุดแทรกเป็นระยะ

3.7 จริยธรรมการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการจัดทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลและเข้าสัมภาษณ์อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร และจะเก็บข้อมูลและเนื้อหาจากการสัมภาษณ์ไว้เป็นความลับ



บทที่ 4

ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

การศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทและสถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงศึกษาทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริหารและปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ทฤษฎี (การวิเคราะห์จุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส, อุปสรรค) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผลการศึกษา แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

1. บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. สถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช
3. สถานการณ์และแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช
4. ทัศนคติเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้บริหารและปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช
5. การวิเคราะห์ทฤษฎี (SWOT Analysis) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1 บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้วิจัยได้ศึกษากฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพบว่ ในกฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการสำนักงานปลัดกระทรวงกระทรวงวัฒนธรรม พ.ศ. 2562 ที่ออกโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 8 ฉ แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2543 ได้กำหนดให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ประกอบด้วย

“ข้อ 15 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด มีหน้าที่และอำนาจ ดังต่อไปนี้

- (1) ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะตัวแทนของกระทรวงในส่วนภูมิภาค รวมทั้งประสานและสนับสนุนงานด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด
- (2) ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้และแหล่งเรียนรู้ด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัด
- (3) ดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหาการเบี่ยงเบนทางวัฒนธรรมโดยประสานงานหรือร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและเอกชน
- (4) จัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด
- (5) ส่งเสริม สนับสนุน และประสานการดำเนินงานของสภาวัฒนธรรมจังหวัด สภาวัฒนธรรมอำเภอ และสภาวัฒนธรรมตำบล รวมทั้งหน่วยงานอื่นที่ดำเนินงานด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัด
- (6) ปฏิบัติงานและให้คำปรึกษา แนะนำเกี่ยวกับพิธีการศพที่ได้รับพระราชทานในเขตพื้นที่จังหวัด รวมทั้งสนับสนุนการปฏิบัติงานในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดตามที่ได้รับมอบหมาย
- (7) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย”

จากข้อความตามกฎกระทรวงข้างต้นจะพบว่าบทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช ในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นไปตามหน้าที่และอำนาจ ข้อ (1) (2) (4) และ (7) ทั้งนี้ การดำเนินงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้สอดคล้องและอยู่ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม ดังนี้

4.1.1 ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0

ผู้วิจัยได้ศึกษานโยบายประเทศไทย 4.0 พบว่าเป็นความมุ่งมั่นของรัฐบาล คสช. ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม (นายวีระ โรจน์พจนรัตน์) ซึ่งดำรงตำแหน่งในช่วงรัฐบาล คสช. (ดำรงตำแหน่งตั้งแต่ 30 สิงหาคม 2557 - 15 กรกฎาคม 2562) ได้นำนโยบายประเทศไทย 4.0 มาปรับใช้กับกระทรวงวัฒนธรรม โดยในหนังสือวัฒนธรรมสรรค์สร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งจัดพิมพ์โดยสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม เมื่อปี พ.ศ. 2562 ระบุว่ารัฐบาลโดยกระทรวงวัฒนธรรมให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง ขับเคลื่อนด้านมิติวัฒนธรรมโดยเฉพาะสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ 5 ด้าน ด้วยการใช้หลักการ 5F ประกอบด้วย อาหาร (Food) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์

(Film) ผ้าไทยและการออกแบบ (Fashion) มวยไทย (Fighting) และซบเคลื่อนเทศกาล ประเพณีสู่ระดับโลก (Festival) โดยมอบหมายให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดทั่วประเทศดำเนินการพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ในส่วนของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชจากข้อมูลในเอกสารแบบรายงานตัวชี้วัดการดำเนินงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชตามแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม ใน 9 จุดเน้น 30 เรื่อง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 พบว่าตัวชี้วัดที่ 1 จุดเน้นเรื่องที่ 12 พัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ได้ดำเนินโครงการพัฒนาเมืองคอนนาคูอยู่ คนคอนมีคุณภาพ กิจกรรมสร้างคน สร้างศิลป์ถิ่นนคร จังหวัดนครศรีธรรมราช ประจำปี 2562 กิจกรรมย่อยที่ 2 อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพเยาวชน/ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งปัจจุบันโครงการนี้ก็ยังคงดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องทุกปี

4.1.2 ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

ผู้วิจัยได้ศึกษาแผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563 – 2565 พบว่ายุทธศาสตร์ชาติให้ความสำคัญกับการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้ประเทศก้าวไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยมุ่งเพิ่มผลผลิตการผลิต (Productivity) โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยพัฒนา และนวัตกรรมไทยในทุกสาขาของภาคการผลิตและบริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและต่อยอดเป็นฐานรายได้ใหม่ ซึ่งจะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการจากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Value Creation) ในส่วนของกระทรวงวัฒนธรรมได้นำประเด็นยุทธศาสตร์ชาติมาประกอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเอกสารประกอบการประชุมสัมมนา เรื่อง “สรุปผลการดำเนินงานปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 และการขับเคลื่อนงานด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562” เมื่อวันที่ 21 – 22 กันยายน 2561 ณ ห้องศรีวรา แกรนด์ บอลรูม โรงแรมทาว์นอินทาว์น เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมเป็นวัฒนธรรมจังหวัดทุกจังหวัด ระบุว่ากระทรวงวัฒนธรรมได้ใช้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มาส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ รวมทั้งสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยมอบหมายให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดดำเนินโครงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (CPOT)

จากการศึกษาเอกสารแบบรายงานตัวชี้วัดการดำเนินงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชตามแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม ใน 9 จุดเน้น 30 เรื่อง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ผู้วิจัยยังพบว่าตัวชี้วัดที่ 1 จุดเน้นเรื่องที่ 12 พัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินงาน

ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเช่นกัน

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ข้อมูลจากแผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี ระบุว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มีแผนการดำเนินงานโครงการสร้างคน สร้างศิลป์ ถิ่นนคร กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบริการทางวัฒนธรรม ซึ่งดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

นอกจากนี้ข้อมูลจากเอกสารทางราชการของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ตามหนังสือจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ นศ 0017.2/ว 5147 ลงวันที่ 28 กันยายน 2563 เรื่อง แจ้งผลการอนุมัติโครงการงบจังหวัดภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ระบุว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้รับการอนุมัติจากผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราช (นายศิริพัฒน์ พัทธกุล) ให้ดำเนินโครงการนครแห่งธรรม เมืองศิลปวัฒนธรรม มีกิจกรรมหลักที่ 1 สร้างคน สร้างศิลป์ ถิ่นนคร 1.4 จัดกิจกรรมสืบสาน ต่อยอดสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช “นครแห่งอารยธรรม” 1) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) 2) จัดแสดงผลงานสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) โดยในแบบฟอร์มข้อมูลพื้นฐานโครงการของจังหวัดที่จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการอนุมัติโครงการได้ระบุว่าโครงการนี้อยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ใน 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และด้านการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ถึงการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในประเด็นการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“...เราก็แสดงบทบาทโดยใช้ยุทธศาสตร์ของยุทธศาสตร์ชาติและก็มาสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของจังหวัดที่จะนำทุนทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ...”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

4.1.3 ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

ผู้วิจัยได้ศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) พบว่า ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบัน เพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงจากพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการด้วยการวิจัยและพัฒนาการใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ พื้นฐานทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย รวมทั้ง

สนับสนุนให้ผู้ประกอบการยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดสินค้าที่มีมูลค่าสูงมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2562 นายกฤษฎพงษ์ ศิริ ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ได้ให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนว่ากระทรวงวัฒนธรรมได้สนองนโยบายรัฐบาลตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (ให้สัมภาษณ์เมื่อครั้งเป็นประธานในพิธีเปิดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย ประจำปี 2562 ณ โรงแรมดิ เอ็มเมอรัลด์ กรุงเทพฯ โดยมีเจ้าหน้าที่จากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และเครือข่ายผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย จากทั่วประเทศ จำนวน 200 คน เข้าร่วม)

จากเอกสารแบบรายงานตัวชี้วัดการดำเนินงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราชตามแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม ใน 9 จุดเน้น 30 เรื่อง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ผู้วิจัยยังพบว่าตัวชี้วัดที่ 1 จุดเน้นเรื่องที่ 12 พัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ระบุว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการพัฒนาต่อยอดและสร้างเยาวชน ประชาชน ผู้ประกอบการ ที่มีผลงานโดดเด่นในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดและยั่งยืน ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้จากเอกสารแผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชจัดทำแผนการดำเนินโครงการสร้างคน สร้างศิลป์ ถิ่นนคร กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบริการทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ข้อที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ และข้อที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

4.1.4 ภายใต้ยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษายุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรมพบว่ากระทรวงวัฒนธรรมได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ของกระทรวงวัฒนธรรมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ มีเป้าประสงค์ให้ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น และกำหนดแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

- 1) ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์
- 2) ส่งเสริมการพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม
- 3) พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

4) ส่งเสริมกิจกรรม ประเพณีหรือเทศกาลสำคัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนและชุมชน

5) ส่งเสริมและสนับสนุนบทบาทศิลปิน เพื่อการสร้างงาน และสร้างรายได้

6) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการนำทุนและทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้นำยุทธศาสตร์ดังกล่าวมาปรับใช้ในภาคปฏิบัติในส่วนภูมิภาค ปรากฏตามเอกสารแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม ใน 9 จุดเน้น 30 เรื่อง ในเรื่องที่ 13 พัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม และเอกสารแผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ถึงการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ของกระทรวงวัฒนธรรมในประเด็นการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยให้สัมภาษณ์ว่ายุทธศาสตร์การดำเนินงานของกระทรวงวัฒนธรรม ด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และสร้างนวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ถือได้ว่าเป็นแนวทางที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราชในประเด็นการพัฒนาสังคมแห่งการเรียนรู้และภูมิปัญญาเพื่อสร้างคุณภาพของคนนครศรีธรรมราช (ปรากฏในหนังสือโครงการพัฒนาเมืองคอนน่าอยู่ คนคอนมีคุณภาพ กิจกรรมสร้างคน สร้างศิลป์ถิ่นนคร จังหวัดนครศรีธรรมราช กิจกรรมย่อยที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเยาวชน/ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ประจำปีงบประมาณ 2562 “ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT)”))

การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากจะดำเนินการภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรมแล้วนั้น ยังต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาของจังหวัดนครศรีธรรมราชด้วย จากเอกสารแบบฟอร์มข้อมูลพื้นฐานโครงการของจังหวัด ซึ่งสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชจัดทำขึ้นเพื่อเป็นเอกสารประกอบการขออนุมัติโครงการจากผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 โครงการที่มีความเกี่ยวเนื่องกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น โครงการนครแห่งธรรม เมืองศิลปวัฒนธรรม (กิจกรรมสืบสาน ต่อยอด สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช) ได้ดำเนินการภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ของจังหวัด ข้อ 4 การพัฒนาคน ชุมชน และสังคมให้น่าอยู่ เข้มแข็ง มั่นคง ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และข้อ 6 การส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

“...จังหวัดเราก็ต้องเอานโยบายและยุทธศาสตร์ของกระทรวงมาไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ 5F เป็นพวกเทศกาล แฟชั่น อาหาร นำมาปรับใช้ในการทำกิจกรรมของจังหวัด แล้วเราก็เข้าไปตอบสนอง โจทย์ของยุทธศาสตร์จังหวัด ในส่วนของจังหวัดเราก็ได้งบประมาณในยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดมา ขับเคลื่อนการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเศรษฐกิจให้กับประชาชน ให้เจ้าของทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ได้พัฒนาศักยภาพแล้วก็นำทุนเหล่านี้มาสร้างเป็นมูลค่าเพิ่ม...”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

จากข้อมูลที่ได้ศึกษาประเด็นการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้ยุทธศาสตร์ต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาจัดทำเป็นตารางสรุป บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชในการบริหารจัดการทุนทาง วัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ระดับ	บทบาท/ยุทธศาสตร์		
รัฐบาล	นโยบาย	ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
	ประเทศไทย 4.0	20 ปี	สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12
	5F ประกอบด้วย	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ข้อที่ 1 การเสริมสร้างและ
	อาหาร (Food)	ด้านการสร้างขีด	พัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
	ภาพยนตร์และ	ความสามารถในการ	ข้อที่ 3 การสร้างความ
	วีดิทัศน์ (Film)	แข่งขัน	เข้มแข็งทางเศรษฐกิจและ
	ผ้าไทยและการออกแบบ	ยุทธศาสตร์ที่ 3	แข่งขันได้อย่างยั่งยืน
	(Fashion)	ด้านการพัฒนาและ	
	มวยไทย (Fighting)	เสริมสร้างศักยภาพ	
	และขับเคลื่อนเทศกาล	ทรัพยากรมนุษย์	
ประเพณีสู่ระดับโลก			
(Festival)			

กระทรวง กฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการสำนักงานปลัดกระทรวงกระทรวงวัฒนธรรม พ.ศ. 2562

- 1) ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะตัวแทนของกระทรวงในส่วนภูมิภาค รวมทั้งประสานและ สนับสนุนงานด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด
- 2) ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้และแหล่งเรียนรู้ด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมใน เขตพื้นที่จังหวัด

ระดับ	บทบาท/ยุทธศาสตร์
	<p>4) จัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด</p> <p>7) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย</p> <p><u>ยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม</u></p> <p>ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ</p>
จังหวัด	<p><u>ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาจังหวัด</u></p> <p>ข้อ 4 การพัฒนาคน ชุมชน และสังคมให้น่าอยู่ เข้มแข็ง มั่นคง ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p>ข้อ 6 การส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม</p>
ที่มา : รวบรวมและสรุปโดยผู้วิจัย	

4.2 สถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.2.1 ทุนทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการศึกษาพบว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งที่เป็นประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ งานหัตถศิลป์ อาหารการกิน และศิลปะการแสดงพื้นบ้าน โดยทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญและเป็นจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช อาทิ เครื่องถมเมืองนคร ผ้ายกเมืองนคร จักสานย่านลิเภา นอกจากนี้จังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โบราณสถานที่สำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา ที่สำคัญ คือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ปรากฏตามรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ให้ข้อมูลว่า

“...ในจังหวัดนครศรีธรรมราชด้วยความที่เราเป็นเมืองเก่าเราก็จะมีมรดกทั้งทางธรรมชาติ ทั้งทางสภาพแวดล้อม ทั้งทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และพวกที่เป็นอารยธรรม ถ่ายทอดกันมา ไม่ว่าจะเป็นองค์พระธาตุ ไม่ว่าจะเป็นโบราณสถานที่ยึดโยงมาจากศาสนาตั้งแต่ศาสนาพราหมณ์จนพัฒนามาเป็นศาสนาพุทธ และในจังหวัดนครศรีธรรมราชประชาชนที่นับถือศาสนาก็มีความหลากหลายเป็นพหุวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังมีพวกประเพณีที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตกับศาสนา ทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญในจังหวัด เช่น งานประเพณีต่างๆ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ มีนาคม จะเป็นประเพณีมาบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ งานประเพณีบุญสารทเดือนสิบ อันนี้ก็ถือว่าเป็นวิถีชีวิตเป็นการแสดงออกถึงความรักความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ แหล่ง

ท่องเที่ยวก็ถือว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรม โบราณสถาน งานศิลปหัตถกรรมที่เป็นงานช่างฝีมืออย่างเช่น เครื่องถม เครื่องจักสานย่านลิเภา เครื่องเงิน...”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

ประกอบกับผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากวัฒนธรรมจังหวัดและมีอำนาจหน้าที่ตามโครงสร้างองค์การให้ดูแล รับผิดชอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง ได้ให้ข้อมูลว่า

“...จังหวัดนครศรีธรรมราชมีทุนด้วยกันสามประเภท 1) ธรรมชาติ จะเชื่อมโยงกับพระพุทธศาสนา อาทิ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ธรรมะเป็นศูนย์รวมของพระพุทธศาสนาในภาคใต้ ซึ่งวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามียุอายุประมาณ 1,200 ปี 2) ธรรมชาติ นครศรีธรรมราชมีทั้งภูเขา ทะเล น้ำตก มีพืชสวน ไร่นา ที่โดดเด่นเยอะ มีเขาหลวง น้ำตกพรหมโลก คีรีวง ทะเลปากพ่อง ขนอม ลิซล ท่าศาลา มีวิถีชีวิตชาวสวน เช่น สวนสมรมที่พรหมคีรี 3) วิถีชีวิต ชาวานครศรีธรรมราชก็มีวิถีชีวิตทั้งประเภทอาหาร เช่น ขนมจีน แกงไตปลา แกงส้ม เป็นต้น งานช่างฝีมือ เช่น เครื่องถม จักสานย่านลิเภา ผ้าพื้นเมือง ผ้ายกเมืองนคร...”

(ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 13 เมษายน 2564)

รวมทั้งนักวิชาการวัฒนธรรม ซึ่งเป็นข้าราชการผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีหน้าที่ในการประสานการดำเนินงานกับชุมชน และประชาชนในพื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราชในทุกอำเภอ เป็นผู้เข้าถึงข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม ได้รับความต้องการของพื้นที่ ได้รับความสำเร็จและปัญหาโดยตรง และรับผิดชอบปฏิบัติงานในโครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 3 คน ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 กล่าวว่า

“...ทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของนครศรีธรรมราช อย่างแรกคือเรื่องอาหาร นั่นก็คือขนมจีน ขนมจีนเส้นสด มีเกือบทุกอำเภอในจังหวัด หากนักท่องเที่ยวมาในตัวเมืองก็จะมีร้านใหญ่ๆ หลายร้าน บางร้านจัดให้มีที่ถ่ายภาพ ในพื้นที่ในหมู่บ้านก็จะมีวัฒนธรรมของนครศรีธรรมราชที่ว่าต้องมีขนมจีนอยู่เกือบทุกชุมชน นอกจากนี้ ก็คืออาหารตามประเพณี เช่น ขนมพอง ขนมลา ไม่ใช่ขายเฉพาะงานประเพณีอย่างเดียว สามารถนำไปวางจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวได้ ผ้ายกเมืองนครก็มีชื่อเสียง มีกลุ่มทอผ้าหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มบ้านเนินธัมมัง กลุ่มทอผ้าบ้านเนินมวง กลุ่มทอผ้าบ้านตรอกแค ส่วนงานประเพณีก็มีประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ ทำต่อเนื่องกันมานาน ประเพณีบุญสารทเดือนสิบ และที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกอย่าง ก็คือ ประเพณีแห่นางदान ที่จัดขึ้นช่วงสงกรานต์ มีการจัดงาน

แสง สี แสง กันมาโดยตลอด สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้พอสมควร ศิลปะการแสดงจะเป็นพวกหนัง ตะลุง มโนราห์...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2564)

ประกอบกับนักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 2 ได้ให้ข้อมูลว่า

“...ทุนทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่สำคัญแบ่งออกเป็นประเภท ศิลปวัตถุ โบราณวัตถุ โบราณสถาน เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เครื่องแต่งกาย ผ้า เช่น ผ้าทอ ลายโบราณ ผ้ายกเมืองนคร เครื่องใช้ เช่น เครื่องถม จักสานย่านลิเภา ประเพณี เช่น บุญสารทเดือน ลีบ ประเพณีให้ทานไฟ ซึ่งจะจัดกันทุกวัดในจังหวัดนครศรีธรรมราช ในช่วงต้นฤดูหนาว ประเพณี มาฆบูชาแห่ผ้าขึ้นธาตุ ประเพณีชักพระ และในด้านความเชื่อ เช่น เรื่องพิธีกรรมที่เกี่ยวกับเทศกาล บุญสารทเดือนลีบที่เป็นการทำบุญให้บรรพบุรุษ ความเชื่อเรื่องครุหมอโนรา พิธีกรรมโนราโรงครู ศิลปะการแสดงพื้นบ้าน เช่น หนังตะลุง มโนราห์ เพลงบอก ดนตรีพื้นบ้าน เช่น กลองยาว...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 2 สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2564)

นอกจากนี้นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 3 ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในจังหวัด นครศรีธรรมราชเช่นกัน โดยกล่าวว่า

“...จังหวัดนครศรีธรรมราชถือได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ของประเทศที่มีศักยภาพ ที่โดดเด่นในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกทั้งยังมีประวัติศาสตร์อันยาวนานและเป็นแหล่งรวบรวม อารยธรรมทางพระพุทธศาสนา มีความพร้อมทางทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ อาทิเช่น ชายหาด น้ำตก ภูเขา และป่าไม้ ที่มีความงดงาม มีวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารที่มีชื่อเสียงโด่งดัง ระดับประเทศ มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ ประเพณีสารท เดือนลีบ ประเพณีทำบุญให้ทานไฟ ประเพณีชักพระ รวมถึงงานหัตถกรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น เครื่องเงิน เครื่องถม ซึ่งถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถส่งเสริมพัฒนาต่อยอดด้าน การท่องเที่ยวที่หลากหลายประเภท จึงสามารถใช้เป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยวได้เดินทางมาเที่ยวได้ ตลอดทั้งปี...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 3 สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2564)

ทั้งนี้ นอกจากผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราชแล้ว ผู้วิจัยยังได้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมจากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและดำเนินงาน ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรวมทั้งการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัด นครศรีธรรมราช ปรากฏตามรายละเอียดคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“...ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ ดังนั้นการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมถือว่ามียอดสูง ความหลากหลายของทุนในจังหวัดนครศรีธรรมราชทางประวัติศาสตร์ก็มี ทางธรรมชาติก็มี มีหลากหลาย เลยมองว่านครศรีธรรมราชเป็นเมืองแห่งอารยธรรม คนที่อยู่ในบ้านเมืองเราก็คืออารยชน ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราชเลยหยิบทุนเหล่านี้ขึ้นมา ถ้าเที่ยวเมืองอารย เรามีสี่อ่า ห้ารัก

“สี่อ่า” ประกอบด้วย

1) อาหาร เมืองนครไม่เป็นสองรองใคร โดยเฉพาะอาหารถิ่น และช่วงหลังโควิด ที่เข้าสู่ยุค new normal เราจะเน้นในเรื่องของ ฟิช ผัก สมุนไพร กินเพื่อเป็นยา เป็นวัฒนธรรมด้านการกิน

2) อากาศ นครเป็นเมืองที่อากาศดีที่ศรีวิชัย นอกจากอากาศดีแล้ว เรายังมีแหล่งน้ำที่สะอาดที่สุด เป็นป่าต้นน้ำอยู่ที่อำเภอพิบูล

3) อารมณ์ เช่น ผ้ายกเมืองนคร เครื่องถม เครื่องเงิน กระเป๋าย่านลิเกา

4) อาราม ศูนย์รวมใจของพุทธศาสนิกชนชาวนครศรีธรรมราชและชาวไทยทั้งหมด ก็คือ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ที่เรารณรงค์ให้เป็นมรดกโลกอยู่ในปัจจุบันนี้

“ห้ารัก” ประกอบด้วย

1) รักธรรมะ เป็นแก่นแห่งพระพุทธศาสนา ที่กษัตริย์องค์ปฐมฤกษ์ นั่นก็คือ พระเจ้าศรีธรรมโศกราชใช้อยู่ นครศรีธรรมราชจึงได้ชื่อว่า นครงามสง่า พระราชาผู้ทรงธรรม

2) รักธรรมชาติ ต้นทุนด้านการท่องเที่ยวของเราไม่ว่าจะเป็นทางวัฒนธรรม ทางธรรมชาติ ป่า เขา ลำเนา ไพร ทะเล มั่นอดมสมบูรณ์

3) รักศิลปะ ช่างฝีมือไม่ว่าจะเป็น เครื่องเงิน ช่างไม้ ช่างแกะสลัก เครื่องถม มีในนครทั้งนั้น

4) รักวัฒนธรรม วัฒนธรรมที่เป็นหนึ่งเดียวของเรา ที่เราทำร่วมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ไม่ว่าจะเป็นงานประเพณีแห่งงานงาน บุญสารทเดือนสิบ มีมาเกือบจะร้อยปีแล้ว เราดำเนินการมา 97-98 ปีแล้ว งานแห่ผ้าขึ้นธาตุ มีมา 800 กว่าปีแล้ว ถือว่าเป็นวัฒนธรรม เป็นอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความรุ่งเรืองในเรื่องของวัฒนธรรมของนครศรีธรรมราช

5) รักความเป็นธรรมดา เน้นไปที่การท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นศูนย์รวมของปราชญ์ชาวบ้าน ภูมิปัญญา วิถีวัฒนธรรมรวมอยู่...”

(ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2564)

จากการศึกษาเอกสารที่เผยแพร่โดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช มีเอกสารที่กล่าวถึงทุนทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราชเช่นกัน ดังรายละเอียดในหนังสือโครงการพัฒนาเมืองคอนน่าอยู่ คนคอนมีคุณภาพ กิจกรรมสร้างคน สร้างศิลป์ถิ่นนคร จังหวัดนครศรีธรรมราช กิจกรรมย่อยที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเยาวชน/ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ประจำปีงบประมาณ 2562 “ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT)” โดยได้แยกประเภททุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราชไว้ดังนี้

1) ประเพณี ประกอบด้วย

1.1) ประเพณีสารทเดือนสิบ เป็นการแสดงความกตัญญูตเวทีต่อบรรพบุรุษโดยรำลึกถึงคุณงามความดีของบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว เป็นโอกาสที่ได้รวมญาติที่อยู่ห่างไกลได้มาพบปะซักถามสารทุกข์สุกดิบต่อกันและได้มีโอกาสทำบุญร่วมกัน

1.2) ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ การนำผ้าผืนยาวขึ้นไปห่มองค์พระบรมธาตุเจดีย์ วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เนื่องในวันมาฆบูชา แสดงให้เห็นลักษณะสังคมของนครศรีธรรมราช ที่ยึดมั่นอยู่ในพระพุทธศาสนา การทำบุญเพื่ออุทิศเป็นพุทธบูชาเพื่อประสงค์ให้ใกล้ชิดกับพระพุทธเจ้า และแสดงให้เห็นว่าองค์พระบรมธาตุเจดีย์ เป็นศูนย์รวมจิตใจ ศูนย์รวมความศรัทธาของพุทธศาสนิกชนทั่วไปทุกทิศ จึงประสงค์มาห่มผ้าพระบรมธาตุอย่างพร้อมเพรียงกัน

1.3) ประเพณีลากพระ เป็นประเพณีที่ให้ความสำคัญกับสังคมเกษตรกรรม ด้วยความเชื่อว่าอันสงส์แห่งการลากพระจะทำให้ฝนตกต้องตามฤดูกาลจึงเป็นที่ปรารถนาอย่างยิ่ง การลากพระแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างประเพณีกับวิถีชีวิตของคนในสังคมเกษตรกรรม รวมทั้งเป็นการปฏิบัติตามความเชื่อ การทำบุญจะส่งผลให้ผู้ที่ทำได้รับบุญกุศลให้สำเร็จในชีวิตจึงมีการปฏิบัติตามประเพณีและความเชื่อตลอดมา

1.4) ประเพณีกวนข้าวยากู กล่าวว่า เป็นกิจกรรมที่สำคัญที่พุทธศาสนิกชนควรปฏิบัติ เพราะเป็นการปลูกฝังให้ผู้คนมีความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนา ทำให้เกิดความรักความสามัคคีกลมเกลียวในหมู่ญาติและมิตรสหายอันแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือร่วมใจกัน เป็นประเพณีที่มีความสัมพันธ์กับสังคมเกษตรกรรม คือให้ความสำคัญต่อข้าวซึ่งเป็นพืชหลักของชาวไทย

1.5) ประเพณีแห่นางดาน ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ เป็นส่วนหนึ่งของประเพณีตรียัมปวาย หรือประเพณีโล้ชิงช้า ของศาสนาพราหมณ์ โดยพราหมณ์จะอัญเชิญเทพนางกระดานมียู่ด้วยกัน 3 องค์ (พระอาทิตย์ พระธรรณี และพระคงคา) เทพทั้งสามนี้จารึกหรือแกะสลักลงบนแผ่นไม้ ขนาดกว้าง 1 คอก สูง 3 คอก ชาวนครศรีธรรมราช เรียกไม้แกะสลักเทพดังกล่าวนี้เรียกว่า “นางกระดาน” หรือ “นางดาน” เป็นพิธีอัญเชิญเทพดังกล่าวมารอรับเสด็จพระอิศวรที่เชื่อกันว่าจะเสด็จลงมาเยี่ยมมนุษย์ เมื่อถึงวันพิธีการพราหมณ์ก็จะอัญเชิญนางกระดานทั้งสามขึ้นแห่แห่นมายังเสาชิงช้า เข้าในหอพระอิศวรเพื่อรอรับพระอิศวร

2) ศาสนสถาน ประกอบด้วย

2.1) วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดซึ่งเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจของชาวนครศรีธรรมราช เป็นภาพสะท้อนแห่งความศรัทธาของชาวพุทธที่มีต่อการสร้างพระบรมธาตุเป็นปูชนียสถานที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของภาคใต้และประเทศไทย

2.2) หอพระอิศวร เป็นโบราณสถานในศาสนาพราหมณ์ลัทธิไศวนิกาย เป็นที่ประดิษฐานคิวลิ่งซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ของพระอิศวรและฐานโยนี รวมทั้งเทวรูปสำริดอีกหลายองค์ อาทิ เทวรูปศิวนาฏราช พระอุมาและพระพิฆเนศ ปัจจุบันเทวรูปสำริดในหอพระอิศวรเป็นของจำลองของ

จริงได้นำไปเก็บรักษาไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาตินครศรีธรรมราช สถานที่แห่งนี้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลมหาสงกรานต์แห่งงานด้านเมืองนคร

2.3) หอพระนารายณ์ เป็นโบราณสถานในศาสนาพราหมณ์อีกแห่งหนึ่ง สิ่งที่พบภายในหอพระนารายณ์ ได้แก่ เทวรูปพระนารายณ์สลักจากหินทรายสีเทา ปัจจุบันได้เก็บรักษาไว้ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาตินครศรีธรรมราช

นอกจากนี้ เอกสารแผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2563 ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ระบุข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม โดยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญและมีชื่อเสียงของจังหวัด ในด้านหัตถกรรม/ช่างฝีมือ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์เครื่องถม เครื่องเงิน ผลิตภัณฑ์ย่านลิเภา ผ้าทอเนินมวง ผ้าทอตรอกแค และด้านอาหาร ประกอบด้วย แกงไตปลา ปลาตุ๋น ร้า ขนมหินเส้นสด มังคุดคัต²

จากข้อมูลทั้งเอกสารทางวิชาการและคำให้สัมภาษณ์ข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามแนวคิดของ Throsby ได้ดังนี้

- 1) **ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้** ประกอบด้วย วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เครื่องถมเมืองนคร ผ้ายกเมืองนคร จักสานย่านลิเภา ขนมหินเส้นสด แกงไตปลา ขนมหินเทศกาลบุญสารทเดือนสิบ
- 2) **ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้** ประกอบด้วย ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ ประเพณีบุญสารทเดือนสิบ ประเพณีแห่หางดาน ประเพณีให้ทานไฟ ประเพณีชักพระ ประเพณีกวนข้าวยาคุ พิธีกรรมโนราโรงครู การแสดงพื้นบ้านหนังตะลุง การแสดงพื้นบ้านมโนราห์ การแสดงพื้นบ้านเพลงบอก

4.2.2 หลักการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเชิงกลยุทธ์ 8C กับการดำเนินงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

การบริหารจัดการงานวัฒนธรรมเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับประเด็นที่สำคัญหลายประการ หนึ่งในนั้นคือการกำหนดกลยุทธ์ (Strategies) โดยผู้วิจัยได้ใช้หลักกลยุทธ์ 8C และข้อมูลจากเอกสารแบบรายงานตัวชี้วัดการดำเนินงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชตามแนวทางการดำเนินงานตามนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม ใน 9 จุดเน้น 30 เรื่อง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 แผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เอกสารประกอบการขออนุมัติโครงการจากผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปีงบประมาณ

² มังคุดคัต คือ การนำเอาผลมังคุดห้ามๆ หรือมังคุดที่ยังไม่สุกดี เปลือกยังแข็งเป็นสีเขียว นำมาปอกเปลือกออกด้วยมีด ซึ่งภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “คัต” กรรมวิธีนี้ต้องใช้ความชำนาญไม่น้อย เพราะนอกจากจะต้องใช้แรงปอกเปลือกแข็งๆ ออกแล้ว ยังต้องระวังไม่ให้ยางมังคุดซึ่งมีมากและเนื้อมังคุดอีกด้วย มิฉะนั้นจะทำให้มังคุดมีสีคล้ำและเสียรสชาติ มีขายตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของนครศรีธรรมราช เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร

พ.ศ. 2564 และคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญมาประกอบการศึกษาในครั้งนี้ พบว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินงานสอดคล้องตามหลักกลยุทธ์ 8C ดังนี้

C1 = มิติกลยุทธ์ที่ 1 : วัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ (Culture for Learnings) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ วัฒนธรรม และแหล่งประวัติศาสตร์ในท้องถิ่น เพื่อการศึกษา ค้นคว้าวิจัย ถ่ายทอดตำนาน เรื่องราว ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เยาวชนได้รับรู้ อาทิ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ได้จัดโครงการอุดหนุนศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราช เช่น ศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราชตำบลควนชะลิก ศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราชแห่งนี้นับว่าเป็นศูนย์รวมของการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาเกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนตำบลควนชะลิก อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช พร้อมทั้งเปิดให้ประชาชนในชุมชนได้มาศึกษาแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เช่น การเลี้ยงสัตว์ เลี้ยงกบ การปลูกพืช ผักต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้งานช่างฝีมือด้านช่างไม้ นับว่าเป็นความโดดเด่นของชุมชน โดยเฉพาะการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ โต๊ะ ตู้ เก้าอี้ และงานที่เกี่ยวข้องกับประเพณีของชุมชน เช่น การทำยอดเจดีย์ที่ใช้ในขบวนแห่งานสารทเดือนสิบของชุมชน สำหรับวันเสาร์และอาทิตย์ จะเปิดให้คนในชุมชนใช้พื้นที่ในศูนย์จัดตลาดนัดเพื่อให้คนในชุมชนนำสินค้ามาจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็นของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนด้วย

C2 = มิติกลยุทธ์ที่ 2 : การสร้างคุณค่าวัฒนธรรมสังคม (Culture Worthiness Establishment for Society) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ฟื้นฟู ถ่ายทอด ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมในท้องถิ่น ปลูกจิตสำนึก สร้างค่านิยมหวงแหนมรดกวัฒนธรรม อาทิ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ได้ดำเนินการรณรงค์การแต่งกายด้วยผ้าไทย และผ้าพื้นเมืองในพื้นที่จังหวัด สำรวจแหล่งผลิตและผู้ประกอบผ้าไทย ผ้าพื้นเมืองในพื้นที่จังหวัด และกิจกรรมพัฒนาคุณภาพสินค้าผ้าไทย ผ้าพื้นเมือง เพื่อสนองนโยบายรัฐบาลในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรมไทย และในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ได้ดำเนินโครงการส่งเสริม สนับสนุน การอนุรักษ์ ฟื้นฟู ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้อนุชนรุ่นหลังได้เรียนรู้และสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นต่อไป และโครงการมหรหรรวมชนมธรรม ชมมไทยในงานบุญ ประเพณีจังหวัดนครศรีธรรมราช ในโครงการนี้มีการจัดกิจกรรมเสวนาองค์ความรู้เกี่ยวกับชนมธรรม ชมมไทยในงานบุญ กิจกรรมสืบค้น สานิต และประกวดชมมไทยในงานบุญ เพื่ออนุรักษ์ สืบสาน ชมมไทยโบราณในงานบุญประเพณีต่างๆ ของจังหวัดให้ลูกหลานได้เรียนรู้ เพื่อจะได้สืบทอดต่อไป

C3 = มิติกลยุทธ์ที่ 3 : การเพิ่มมูลค่าวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ (Culture with added value for Economy) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มีการส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างเอกลักษณ์ความโดดเด่นทางภูมิปัญญาในท้องถิ่น และสามารถสร้างรายได้แก่ชุมชนและจังหวัด อาทิ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ได้ดำเนินโครงการสร้างคน สร้างศิลป์ถิ่นนคร ประกอบด้วยกิจกรรม อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบริการทางวัฒนธรรม ให้มีความคิดสร้างสรรค์ในงานศิลปะและเพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนมุสลิมและพัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม

C4 = มิติกลยุทธ์ที่ 4 : การสร้างเครือข่ายทางวัฒนธรรม (Culture for Network Establishment) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ส่งเสริมการทำงานในลักษณะเครือข่าย สร้างความสัมพันธ์และร่วมบูรณาการการทำงานกับภาครัฐ ภาคเอกชน ท้องถิ่น และชุมชน โดยดำเนินการสร้างเครือข่ายทางวัฒนธรรมภายใต้ประกาศกรมส่งเสริมวัฒนธรรม เรื่อง การจดทะเบียนการจดทะเบียนการจดทะเบียนเป็นเครือข่ายวัฒนธรรม ซึ่งได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 129 ตอนพิเศษ 130 ง วันที่ 27 สิงหาคม 2555 ใช้มาจนถึงปัจจุบัน โดยเครือข่ายวัฒนธรรมที่ระบุในประกาศนี้ ประกอบด้วย เครือข่ายภาครัฐ เครือข่ายเอกชน เครือข่ายชุมชน เครือข่ายภาคธุรกิจ เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน เครือข่ายภาควิชาการ และเครือข่ายอื่น เครือข่ายเหล่านี้สามารถจดทะเบียนเป็นเครือข่ายวัฒนธรรมได้ที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และสามารถส่งผู้แทนเข้าร่วมเป็นสมาชิกสภาวัฒนธรรมได้ด้วย นอกจากนี้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังดำเนินโครงการต่างๆ โดยอาศัยความร่วมมือกับเครือข่ายชุมชนและหน่วยงานภาครัฐภายในจังหวัดเพื่อร่วมดำเนินงาน อาทิ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ได้ดำเนินการจัดโครงการชุมชนคุณธรรมขับเคลื่อนด้วยพลังบวร ร่วมกับชุมชนคุณธรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช หน่วยงานราชการ เช่น สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาานครศรีธรรมราช เขต 1-4 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 12 รวมทั้งจัดโครงการสืบสานประเพณีบุญสารทเดือนสิบ ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกอำเภอ สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดนครศรีธรรมราช และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช

C5 = มิติกลยุทธ์ที่ 5 : การพัฒนาองค์กรเพื่อวัฒนธรรม (Culture Organization Development) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มีการพัฒนาองค์กรทางวัฒนธรรม โดยการปรับปรุงการบริหาร พัฒนาบุคลากร สร้างทัศนคติ เพื่อให้เป็นองค์กรการพัฒนาวัฒนธรรมอย่างแท้จริง อาทิ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 บุคลากรในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้เข้าร่วมฝึกอบรมการเรียนรู้ "อัตลักษณ์ชุมชนสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน" ภายใต้ Project - based Coaching จัดโดยสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยใช้โปรแกรม ZOOM ระยะเวลาที่ 1 เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2564 เวลา 13.30 น. ณ ห้องประชุมสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ พัฒนาศักยภาพการเรียนรู้อัตลักษณ์ชุมชน นำคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน

C6 = มิติกลยุทธ์ที่ 6 : ปรับปรุงนโยบายการบริหารจัดการงานวัฒนธรรมภาครัฐ (Culture work Management Policy Improvement) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ส่งเสริมการทำงานแบบบูรณาการร่วมกับงานวัฒนธรรมในท้องถิ่น อาทิ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ได้ดำเนินการจัดโครงการ ลานธรรม ลานวิถีไทย เป็นการขับเคลื่อนงานมิติศาสนาและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการบูรณาการบ้าน วัด โรงเรียน นำมิติทางศาสนา และวัฒนธรรมให้ชุมชน สังคม ให้มีคุณธรรมด้วยการส่งเสริมการนำหลักธรรมทางศาสนาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

C7 = มิติกกลยุทธ์ที่ 7 : การสนับสนุนงบประมาณงานวัฒนธรรม (Culture work Budget Support) ในประเด็นการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนางานวัฒนธรรมให้กับท้องถิ่นเพื่อนำไปบริหารจัดการงานวัฒนธรรมด้วยตนเองนั้น ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้พัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์พระราชาเพื่อชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” โดยร่วมกับชุมชนคุณธรรมฯ เป้าหมาย ดำเนินโครงการ/กิจกรรมตามที่ขอรับการสนับสนุนงบประมาณตามความต้องการของชุมชน ที่ส่งผลให้เกิดการพัฒนาชุมชนคุณธรรมฯ ประกอบกับนักวิชาการวัฒนธรรมของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ให้ข้อมูลว่า

“...ส่วนของโครงการชุมชนคุณธรรมนั้นสนับสนุนงบประมาณให้ทำกิจกรรม โดยงบประมาณที่กรมการศาสนาหรือสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมจัดสรรมาจะระบุแนวทางการดำเนินการมาด้วย พร้อมแบบรายงานผล...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 2 สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2564)

C8 = มิติกกลยุทธ์ที่ 8 : การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Culture for Tourism) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการประชาสัมพันธ์พัฒนาเส้นทางวัฒนธรรม และทางประวัติศาสตร์ อาทิ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ได้จัดโครงการพระบรมธาตุ มรดกธรรม มรดกโลก เชื่อมเส้นทางศรีวิชัย เปิดประตูประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : มาบรูซาแห่งฟ้าขึ้นธาตุนานาชาติที่เมืองนคร โครงการตลาดวัฒนธรรม (ตลาดหน้าพระธาตุ) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งโครงการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์พระราชาเพื่อชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน (บวร On Tour) ของชุมชนคุณธรรมน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ขับเคลื่อนด้วยพลังบวร จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม ของชุมชนคุณธรรมฯ ต้นแบบ และสร้างการรับรู้ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สร้างกระแสของการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน

ผลจากการศึกษาและการใช้โครงการและกิจกรรมที่ดำเนินการโดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชมาวิเคราะห์เชื่อมโยงกับหลักการบริหารจัดการงานวัฒนธรรมด้านการกำหนดกลยุทธ์ (Strategies) 8C ผู้วิจัยพบว่ามิติกกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช อยู่ 2 มิติ คือ มิติกกลยุทธ์ที่ 3 : การเพิ่มมูลค่าวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ (Culture with added value for Economy) และมิติกกลยุทธ์ที่ 8 : การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Culture for Tourism) โดยรายละเอียดการดำเนินโครงการตามแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

4.3 สถานการณ์และแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.3.1 สถานการณ์การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการศึกษาพบว่าระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2562-2564 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยรับนโยบายจากกระทรวงวัฒนธรรมมาปฏิบัติโดยนำมาปรับใช้กับแผนงานบริหารจังหวัดและกลุ่มจังหวัด โดยโครงการหรือกิจกรรมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญมีลักษณะด้วยกัน 2 ประเภท คือ 1. กิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม 2. กิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

4.3.1.1 การดำเนินงาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

ก. กิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

จากการศึกษาข้อมูลจากหนังสือสรุปผลการดำเนินโครงการพัฒนาเมืองคอนน่าอยู่ คนคอนมีคุณภาพ กิจกรรมสร้างคน สร้างศิลป์ถิ่นนคร จังหวัดนครศรีธรรมราช กิจกรรมย่อยที่ 2 การพัฒนาศักยภาพเยาวชน/ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ประจำปีงบประมาณ 2562 “ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT)” พบว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนการนำทุนทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างคุณค่าทางสังคม และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ นำรายได้สู่ชุมชน และสร้างความมั่นคงให้แก่จังหวัดและประเทศชาติ ผ่านโครงการพัฒนาเมืองคอนน่าอยู่ คนคอนมีคุณภาพ กิจกรรมสร้างคน สร้างศิลป์ถิ่นนคร กิจกรรมย่อยที่ 2 อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพเยาวชน/ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะการส่งเสริมสนับสนุนชุมชนที่มีวิถีชีวิต และมรดกภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ เสริมสร้างความภาคภูมิใจ และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อพัฒนาให้เป็นสินค้าของชุมชน ทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (CPOT) หรือในรูปแบบของการบริการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อร่วมเป็นช่องทางในการสร้างรายได้ และขยายโอกาสในการพัฒนาให้เป็นสินค้าที่สำคัญของประเทศต่อไป

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT) จังหวัดนครศรีธรรมราช ดำเนินงานเพื่อสนองนโยบายของกระทรวงวัฒนธรรม ที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมตามหลักการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเนื้อหาภูมิหลังทางวัฒนธรรม นำมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเป็นแรงบันดาลใจ ในการออกแบบ ประยุกต์ พัฒนา ต่อยอด สร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้กับชุมชน

และสร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศไทย โดยวัฒนธรรมที่นำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ แบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ 1. มรดกทางวัฒนธรรม ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ 2. วัฒนธรรมแห่งวิถีชีวิต ได้แก่ การดำรงชีวิต (การแสวงหา/การปรับปรุง/สร้างสรรค์สิ่งจำเป็นสำหรับดำรงชีวิต เช่น อาหาร เครื่องแต่งกาย ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย) ความเชื่อ พิธีกรรม ภาษา วรรณกรรม สุนทรียศาสตร์ (งานทัศนศิลป์ ดุริยางคศิลป์ การแสดง การละเล่น นันทนาการต่างๆ)

การแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย แบ่งเป็น 2 ประเภท

1) ประเภทอนุรักษ์ ยึดนิยามตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 หมายถึง รักษาให้คงเดิม ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยยังคงรักษารูปแบบเดิมไว้เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคม และมีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

2) ประเภทสร้างสรรค์ ยึดนิยามตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 หมายถึง สร้างให้มีขึ้น ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยประเภทสร้างสรรค์ จึงหมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้น โดยนำรูปแบบหลักฐานทางวัฒนธรรมมาออกแบบ ประยุกต์ พัฒนา ต่อยอด สร้างสรรค์ ให้ได้ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามสมัยนิยมสอดคล้องกับความต้องการของคนในสังคม และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย ตามแนวทางการดำเนินงานกระทรวงวัฒนธรรม เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1) อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์สำหรับรับประทานแล้วทำให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย ในด้าน ต่างๆ โดยมีที่มาจากพิธีกรรม ความเชื่อ ศาสนา หรือประเพณีของไทย

2) ผ้าหรือผลิตภัณฑ์จากผ้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเส้นใย เส้นด้ายหรือรวมกันลักษณะเป็นผืน มีลวดลายหรือลักษณะที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต มรดกทางวัฒนธรรม กลุ่มชนใดกลุ่มชนหนึ่งหรือผลิตภัณฑ์ที่นำชิ้นส่วนของผ้ามาสร้าง ออกแบบ พัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ตอบสนองความต้องการของสังคม โดยมีแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์มาจากมรดกทางวัฒนธรรม อันได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ

3) เครื่องประดับ ที่เป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประดับ ตกแต่งร่างกาย โดยมีปัจจัยพื้นฐานการผลิตมาจากความเชื่อ ศิลปวัฒนธรรม ของชาติพันธุ์ใดชาติพันธุ์หนึ่ง

4) ของใช้หรือของตกแต่ง ในส่วนของใช้ ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยได้ให้นิยามว่า หมายถึง สิ่งของสำหรับอำนวยความสะดวกเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการสร้างสรรค์อย่างประณีต สวยงาม ตรงกับความต้องการของสังคม และมีเรื่องราวทางวัฒนธรรม ในส่วนของตกแต่ง ให้นิยามว่า หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการประดับ ปรับแต่งให้ดีขึ้นและสวยงามขึ้น ใช้สำหรับเพิ่มเข้าไปในสิ่งก่อสร้างหรือโครงสร้างของสิ่งก่อสร้าง หรือสิ่งอำนวยความสะดวก มีการออกแบบ สวยงาม มีเรื่องราวหรือที่มาจากวัฒนธรรมของท้องถิ่น

5) ศิลปะการแสดง ศิลปะการต่อสู้ การละเล่น ที่เป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย คือ การแสดง การต่อสู้ป้องกันตัว รวมถึงการละเล่น ที่มีการปฏิบัติกันอยู่ในประเทศไทยและมีเอกลักษณ์ สะท้อนวิถีไทย

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้รับงบประมาณจากสำนักงาน ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม โดย การนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ จึงได้ มีคำสั่งสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ 4/2562 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการ พัฒนาเมืองคอนน่าอยู่ คนคอนมีคุณภาพ กิจกรรมสร้างคน สร้างศิลป์ถิ่นนคร กิจกรรมย่อยที่ 2 อบรม เชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพเยาวชน/ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) จังหวัดนครศรีธรรมราช ลงวันที่ 15 มกราคม 2562 ประกอบด้วย คณะทำงาน 2 คณะ คือ 1. คณะทำงานฝ่ายอำนวยการ มีหน้าที่ ให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนะ แก้ไข ปัญหา อุปสรรค ในการดำเนินงานตามโครงการฯ โดยมีวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็น ประธานคณะทำงาน 2. คณะทำงาน กิจกรรมย่อยที่ 2 อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพเยาวชน/ ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) มีหน้าที่ เป็นฝ่ายเลขานุการดำเนินงาน จัดทำเอกสารประกอบการดำเนินงาน ดูแลอำนวยความสะดวก คณะวิทยากร คณะผู้เข้าร่วมกิจกรรม จัดทำเกียรติบัตร ควบคุมดูแลให้กิจกรรมต่างๆ ดำเนินไปด้วยความ เรียบร้อย โดยมีผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม เป็นประธานคณะทำงาน

จากคำสั่งสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชข้างต้น ได้ดำเนินการจัดอบรม การพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) เมื่อวันที่ 17-19 มกราคม 2562 ณ โรงแรมเมืองลิเกอร์ อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัด นครศรีธรรมราช โดยมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาต่อยอดและสร้างเยาวชน ประชาชนที่มีผลงานโดดเด่น ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยใช้ทุนทาง วัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดและยั่งยืน มีผู้ประกอบการเข้าร่วมอบรมครั้งนี้ ประกอบด้วย กลุ่มฝ่ายคนกรบ้านมะม่วงปลายแขน กลุ่มบ้านรักเฉลิมพระเกียรติ (ผ้าบาติกข้าว) กลุ่มมัดย้อมศรีวัง (ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ) กลุ่มทอผ้าตรอกแค กลุ่มทอผ้าเนินมวง กลุ่มเครื่องเงินเขา วัง กลุ่มวิทยาลัยศิลปหัตถกรรม (เครื่องถม) กลุ่มนครหัตถกรรม (เครื่องถมเครื่องเงิน) กลุ่มเครื่องเงิน เครื่องถม by Green เครื่องถมบ้านนายช่าง กลุ่มจักสานบ้านป่าใหม่ กลุ่มจักสานกระจูดราชน กลุ่มจักสานไม้คุ่มบ้านทุ่งโน กลุ่มจิตรากะลามะพร้าว (หัตถกรรมกะลามะพร้าว) กลุ่มลูกปัดมโนราห์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ปั้นหัวสัตว์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ Hand made สบู่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้า Hand made by Sasi ทั้งนี้ได้มีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มาให้ความรู้กับผู้ประกอบการ อาทิ ผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าและแฟชั่นจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ นักออกแบบอิสระ จากบริษัท นักคิดดีไซน์ สตูดิโอ จำกัด รองคณบดีสำนักวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เป็นต้น

ผลสืบเนื่องจากการจัดอบรมผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมทางสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มีการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีผลิตภัณฑ์เข้าร่วม แบ่งเป็น 5 ประเภท ประกอบด้วย

1) อาหาร เช่น ขนมลาบ้านไร่ สะตออบแห้ง แกงไตปลาทุ่งสวดสำเร็จ ขนมลाम้วน เล็กอบกรอบ

2) เครื่องดื่ม เช่น น้ำยอสกัด น้ำมังคุด 100%

3) ผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เช่น ผ้ายกเมืองนคร กำไลทองลายกำนันขด ผ้าบาติกลายหวนโม ผ้ามัดย้อม

4) ของใช้ ของตกแต่ง เช่น ภาพแกะสลักรูปพระฤๅษี ดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา แกะหนังรูปหงส์-มังกร ภาพแกะสลักหนังตะลุง ตะกร้าจักสานบ้านดอนซ้อ หมอนยางพารา เพื่อสุขภาพ โคมไฟดินเผา กระเป๋าย่านลิเกา

5) สมุนไพร เช่น ยาสีฟันสมุนไพรเปลือกข่อย น้ำมันเหลืองร้านอาภรณ์สมุนไพรสมุนไพรสูตรว่านหางจระเข้ สมุนไพรหัวไทรสด ยาเม็ดว่านชักมดลูก ยาธรมีสันชะฆาต

รวมจำนวน 248 รายการ แบ่งคัดสรรเป็น 5 ระดับ และมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรร ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ 5 ดาว จำนวน 81 รายการ 4 ดาว จำนวน 96 รายการ 3 ดาว จำนวน 54 รายการ 2 ดาว จำนวน 13 รายการ และ 1 ดาว จำนวน 4 รายการ และได้จัดส่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรและมีความโดดเด่นเข้าร่วมการประกวดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในระดับประเทศจัดโดยสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม โดยคณะกรรมการประเมินและตัดสินการประกวดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย ประจำปี 2562 ได้พิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานของกระทรวงวัฒนธรรมแล้ว ตามประกาศสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ลงวันที่ 15 มีนาคม 2562 โดยผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ผ่านเกณฑ์ คือ บาติกข้าวลูกปัดหินสีอารยธรรมศรีวิชัย จากชุมชนคุณธรรมวัดดอนตรอ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ มีที่มาและลักษณะของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

“ความเป็นมาเนื่องจากอาณาจักรศรีวิชัยซึ่งมีความสวยงามและมีความเชื่อในเรื่อง โชคลาภ ความปลอดภัย ผู้ผลิตจึงได้นำแนวคิดนี้มานำเสนอผ่านลวดลายลงบนผืนผ้าบาติก ให้มีความร่วมสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน รวมทั้งการนำข้าวซึ่งเป็นผลิตผลในท้องถิ่นมาใช้แทนเส้นเทียน ซึ่งถือเป็น นวัตกรรมทางการเกษตร ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในขั้นตอนการผลิต ช่วยลดพลังงานความร้อนจากการต้มผ้าในแบบโบราณ และเมื่อเสร็จกระบวนการผลิตสามารถปล่อยน้ำลงสู่ผืนดิน โดยสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ผ้าคลุมไหล่ เสื้อยืด ชุดหมอนอิง”

ทั้งนี้ ข้อมูลจากหนังสือราชการของสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมที่ส่งถึงสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ตามหนังสือ ด่วนที่สุด ที่ วธ 0203.7/1355 ลงวันที่ 27 มีนาคม 2562 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT)

ประจำปี 2562 “ผลิตภัณฑ์बाटักข้าวลูกปิดหินสีอารยธรรมศรีวิชัย” จำนวน 40,000 บาท โดยสามารถเบิกจ่ายเป็นค่าจ้างจัดทำผลิตภัณฑ์ ค่าจ้างออกแบบบรรจุภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม พัฒนาต่อยอดให้กับสมาชิก

นอกจากนี้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีการนำผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรมไทยที่มีความโดดเด่นเข้าร่วมการจำหน่ายและสาธิตในงานหรือมหกรรมต่างๆ ที่กระทรวง วัฒนธรรมจัดขึ้น เช่น งานมหกรรมวัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ ณ กรุงเทพมหานคร

ข. กิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนากาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารแบบรายงานตัวชี้วัด ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 พบว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง ในการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนา ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์จุดเด่นและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- 2) จัดทำคู่มือการนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัด
- 3) กำหนดแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างมี ประสิทธิภาพ
- 4) แสวงหาความร่วมมือในการสนับสนุนการดำเนินงานจากหน่วยงาน/องค์กร ภาครัฐ ภาคเอกชน
- 5) ติดตาม ประเมินผล การดำเนินงาน และปรับปรุงพัฒนา
- 6) ดำเนินการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัด โดยจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของจังหวัด เช่น แผ่นพับ แผนที่เดินทาง แกลงข่าว เว็บไซต์ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น

ตามเอกสารดังกล่าวสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้รายงานผลการ ดำเนินงานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1) กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านวังทอง ตำบลวังอ่าง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช มีการสำรวจ รวบรวมข้อมูลชุมชนบ้านวังทอง คัดเลือกเป็นตัวแทนสมัครเข้า ร่วมคัดเลือกเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประจำปีงบประมาณ 2562 มีการร่วมมือกับเครือข่าย ในการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลวังอ่าง และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด นครศรีธรรมราช

2) กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านแหลมโฮมสเตย์ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช มีการสำรวจ รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม บ้านแหลมโฮมสเตย์ คัดเลือกเป็นตัวแทนสมัครเข้าร่วมคัดเลือกเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประจำปีงบประมาณ 2562 มีการร่วมมือกับเครือข่ายในการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย องค์การ บริหารส่วนตำบลท่าศาลา และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช

3) กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านพรหมโลก อำเภอพรหมคีรี จังหวัด นครศรีธรรมราช จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายสำรวจและรวบรวมข้อมูลจัดทำโครงการเสนอขอรับการสนับสนุนงบประมาณโครงการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม “อนุรักษ์ สืบสานอาหารพื้นบ้านสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยวชุมชนพรหมโลก” มีการร่วมมือกับเครือข่าย ในการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย เทศบาลตำบลพรหมโลก สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด นครศรีธรรมราช และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช

4) กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกรุงชิง อำเภอนบพิตำ จังหวัด นครศรีธรรมราช ร่วมเป็นเจ้าของบ้านที่ดีต้อนรับเยาวชนต้นแบบ “สร้างคนวรรณศิลป์ถิ่นนคร” เมื่อวันที่ 29 - 31 มกราคม 2562 และสนับสนุนประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีการร่วมมือกับ เครือข่ายในการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลกรุงชิง สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดนครศรีธรรมราช และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช

5) กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนนครหัตถกรรม เครื่องถมเมืองนคร (นายนิคม นกอักษร) ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช จัดกิจกรรม/ ประชาสัมพันธ์ “นครเมืองศิลปะ เมืองหัตถกรรม” เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เปิดเป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปหัตถกรรมเครื่องถมเมืองนคร มีการร่วมมือกับเครือข่ายในการจัด กิจกรรม ประกอบด้วย ศิลปินอิสระในจังหวัด และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

6) กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนศิลปะชลประทานท่าดี โดยกลุ่ม Creative Nakhon ณ หอศิลป์ Paretas Art Club ตำบลโพธิ์เสด็จ อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช จัดกิจกรรม/ประชาสัมพันธ์ “นครเมืองศิลปะ เมืองหัตถกรรม” เชื่อมโยง เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เปิดเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านศิลปะ มีการร่วมมือกับเครือข่ายในการ จัดกิจกรรม ประกอบด้วย ศิลปินอิสระในจังหวัด มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช และ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

7) กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนศิลปะบ้านเขาปูน ณ สีดิน สตูดิโอ ตำบลพรหมโลก อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช จัดกิจกรรม/ประชาสัมพันธ์ “นครเมือง ศิลปะ เมืองหัตถกรรม” เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เปิดเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านศิลปะ มีการร่วมมือกับเครือข่ายในการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย ศิลปินอิสระในจังหวัด และ มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครศรีธรรมราช

4.3.1.2 การดำเนินงาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

ก. กิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

จากการศึกษาข้อมูลพบว่าในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราชยังคงดำเนินการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT) อย่างต่อเนื่อง ข้อมูลทางเอกสารราชการตามหนังสือสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ด่วนที่สุด ที่ วร 0203.7/ว1973 ลงวันที่ 20 พฤษภาคม 2563 พบว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

นครศรีธรรมราชได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT) เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ ส่งเสริมให้ชุมชนนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นการ กระตุ้นให้ชุมชนเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ หวงแหนในมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวัฒนธรรม ท้องถิ่นและวิถีชุมชน และเป็นการเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในและ ต่างประเทศ ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืนและเป็นการเยียวยาภาคีเครือข่ายภาคประชาชนและ ผู้ประกอบการจากกรณีการเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราชได้ดำเนินการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย

การได้รับจัดสรรงบประมาณจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมทำให้สำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชต้องปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินงานที่กำหนดไว้ โดยจะต้องมีการ สืบสวนและจัดบันทึกข้อมูลผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 และจัดส่งข้อมูล นี้ไปยังสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ได้จัดทำขึ้นนั้น ประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า/ผลิตภัณฑ์จากผ้า (ผ้าบาติกข้าว เสื้อมัดย้อม หมอนอิง) โดยนายจักรทอง ทองเกลียว อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช

2) ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า/ผลิตภัณฑ์จากผ้า (ผ้าทอยกดอกโบราณ ผ้าทอคลุมไหล่ จากผ้าทอยกดอกดินทอง) โดยนางวิไล จิตเวช กลุ่มทอผ้ายกดอกบ้านตรอกแค อำเภอชะอวด จังหวัด นครศรีธรรมราช

3) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ (กำไล แหวน จี้ เครื่องถมเงินถมทอง) โดยนาย ศุภชัย ณ นคร กลุ่มเครื่องถมบ้านนายช่าง อำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

4) ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับ (เครื่องเงินทำมือ ถมเงินทำมือ) โดยกลุ่ม เครื่องเงินทำมือบ้านเขาวิ้ง อำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

5) ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร (จันทน์เทศแช่อิ่ม เยลลี่จันทน์เทศ จันทน์เทศหยี จันทน์เทศเส้น น้ำจันทน์เทศ จันทน์เทศกวน) โดยนางวันดี อินทนุพัตร กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ จันทน์เทศ อำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

นอกจากนี้ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการส่งเสริม ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ภายใต้โครงการสร้างคน สร้างศิลป์ถิ่นนคร แผนงานบริหารจังหวัดและกลุ่มจังหวัด กิจกรรม ที่ 2 อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบริการทางวัฒนธรรม ตามยุทธศาสตร์ การดำเนินงาน ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และสร้างนวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม ที่ถือว่าเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ประจำปีงบประมาณ 2563

วงเงินจำนวน 402,000 บาท โดยได้มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบเครื่องถม เครื่องเงิน และเครื่องประดับ ให้กับผู้ประกอบการและผู้ประกอบการสินค้าทางวัฒนธรรม ระหว่างวันที่ 15 – 17 สิงหาคม 2563 ณ วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช อำเภอเมือง นครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช มีนายสมพงษ์ มากมณี รองผู้ว่าราชการจังหวัด นครศรีธรรมราช เป็นประธานเปิดการอบรมดังกล่าว มีผู้ประกอบการที่สนใจงานด้านการออกแบบ และนักเรียน นักศึกษาเข้าร่วมอบรม การอบรมครั้งนี้ประกอบด้วยกิจกรรม เสวนาความเป็นมาของ เครื่องถม “สร้างแรงบันดาลใจ” โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการ ประกอบด้วย

- 1) นายนิคม นกอักษร ครูภูมิปัญญาด้านเครื่องถมของเมืองนครศรีธรรมราช
- 2) นายระไว สุดเฉลย ครูภูมิปัญญาด้านเครื่องถมของเมืองนครศรีธรรมราช
- 3) นายศุภชัย แก้วทองงค์ นักออกแบบรางวัล Innovative Craft Award 2015

และ Designer of the year 2017

- 4) นายอุดม ขวัญสง ผู้ประกอบการด้านเครื่องถมจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 5) น.ส. นวธัญย์ รุ่งดิลกโรจน์ นักออกแบบอิสระ สาขาออกแบบเครื่องประดับ
- 6) รศ.เรวัต สุขสีทาญจน์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- 7) นางกฤตชญา ทรบันพฤกษ์ วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 8) นายประสิทธิ์ สุวรรณมา ผู้อำนวยการวิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช

ในการจัดอบรมครั้งนี้ยังมีกิจกรรมศึกษาแหล่งเรียนรู้เครื่องถมเมืองนคร “นคร หัตถกรรม” ถนนวัดสระเรียง ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช กิจกรรมอบรมเทคนิคการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางวัฒนธรรมสู่อาเซียน และปฏิบัติการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ : ทฤษฎี ลายเครื่องถม เครื่องเงิน เครื่องประดับ ประเภทอนุรักษ์ กิจกรรมฝึก ปฏิบัติการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เครื่องถมเมืองนคร ประเภทอนุรักษ์ (เครื่องถม เครื่องเงิน เครื่องประดับ) กิจกรรมการสร้างแบรนด์ และช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย : เครื่องถม เครื่องเงิน เครื่องประดับ

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังได้จัดโครงการนครแห่งธรรม เมืองศิลปวัฒนธรรม งานมหกรรมสร้างสรรค์ สร้างศิลป์ ถิ่นนคร กิจกรรมที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (เครื่องถม เครื่องเงิน เครื่องประดับ) ระหว่างวันที่ 23 – 27 กันยายน 2563 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่านครศรีธรรมราช อำเภอ พระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช มีกิจกรรมแสดงโชว์ผลิตภัณฑ์เครื่องถมเงินถมทอง จากครู ภูมิปัญญาเครื่องถมเมืองนคร ชมนิทรรศการองค์ความรู้ด้านเครื่องถมและประวัติความเป็นมา ของเครื่องถมเมืองนครศรีธรรมราช ชมนิทรรศการเชิดชูเกียรติครูภูมิปัญญาด้านเครื่องถมเมืองนคร ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ชมการสาธิตการทำเครื่องถม โดยวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ จำหน่าย เครื่องถมเงินถมทอง จากผู้ประกอบการเครื่องถมโดยตรง ชมผลงานการออกแบบเครื่องประดับของ

ผู้เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการผู้ประกอบการเครื่องถมและผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม และประกาศผลการประกวดเครื่องประดับจี้ถมเงิน

ข. กิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนากาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการศึกษาข้อมูลพบว่าในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เป็นปีที่เริ่มการดำเนินโครงการสืบสาน รักษา ต่อยอดศาสตร์พระราชาสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนคุณธรรมฯ ที่มีความงดงามทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ความงามทางธรรมชาติ ความรักความสามัคคี มาเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเยือนชุมชน เพื่อสร้างรายได้จากสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็นระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 เริ่มต้นจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มีการสำรวจคัดเลือกชุมชนคุณธรรมที่มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยได้รับงบประมาณจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการเตรียมความพร้อมของชุมชน และค่าใช้จ่ายในการประสานงานและติดตามประเมินผลการดำเนินงาน มีเป้าหมายในระยะที่ 1 หวังให้มีการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 1 ชุมชน ซึ่งสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้คัดเลือกชุมชนคุณธรรมวัดพรหมโลก อำเภอพรหมคีรี เป็นแห่งที่หนึ่ง ซึ่งตามเอกสารแบบรายงานข้อมูลประกอบการจัดทำหนังสือ “100 สุดยอด ชุมชนคุณธรรมต้นแบบ” ระบุว่าชุมชนคุณธรรมวัดพรหมโลกมีความโดดเด่น ดังนี้

“ลักษณะของคนชุมชนคุณธรรมฯ วัดพรหมโลก เป็นคนสุภาพดี ด้วยวิถีวัฒนธรรมสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังคำขวัญชุมชนที่ว่า “วิถีพรหมโลก โลกแห่งความสุข” ชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรม และธรรมชาติ ประชาชนมีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส คนในชุมชนมีการช่วยเหลือแบ่งปันกัน ความโดดเด่นของชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวสูง เหมาะสำหรับการจัดระบบให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีวัฒนธรรมที่ดีงามโดยมีกิจกรรมเด่น เช่น โครงการสืบสานเทศกาลงานประเพณีชาวสวน เทศกาลสงกรานต์ตรังน้ำผู้สูงอายุ เทศกาลงานบุญสารทเดือนสิบ มีการบูรณาการกับหลากหลายหน่วยงานเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ถนนสะอาด สวยงาม ประชาชนมีความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีบ้านพักโฮมสเตย์ ต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ เส้นทางท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ชุมชนคุณธรรมฯ วัดพรหมโลก เริ่มจากกล่าวต้อนรับ แนะนำทำความรู้จักกลุ่มท่องเที่ยวบ้านพักโฮมสเตย์ เสิร์ฟอาหารว่าง น้ำดื่มสมุนไพร จากนั้นเตรียมตัวไปถวายอาหารเพล ณ วัดพรหมโลก ร่วมบุญเสริมธรรม ถวายอาหารเพล และกิจกรรมทางศาสนา รับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน ณ วัดพรหมโลก เรียนรู้การรักษาผู้ถูกกัก ณ ศูนย์พยาบาลรักษาผู้ถูกกักวัดพรหมโลก (วัดกัปปภูมิปัญญา) จากนั้นเดินทางไปวัดเขาขุนพนม (วัดกัปปธธาและความเชื่อ) สักการะสมเด็จพระเจ้าตากสิน ประวัติศาสตร์วัดเขาขุนพนม จากนั้นศึกษาระบบนิเวศน์ และสวนสมรมเรียนรู้ระบบนิเวศน์ป่าดิบชื้น และการดำรงชีวิตในป่า การประดิษฐ์ของใช้และของเล่นจากวัสดุธรรมชาติ พักผ่อนชื่นชมธรรมชาติ บริเวณน้ำตกพรหมโลก เล่นน้ำตก”

แต่อย่างไรก็ตามในระยะแรกของการดำเนินงานนี้มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ และสังคมในวงกว้าง ประชาชนไม่สามารถประกอบอาชีพได้ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่ต้องต้อนรับนักท่องเที่ยวจากภายนอก ทั้งนอกชุมชนภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ทำให้ขาดรายได้ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มีการวางแผนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจฐานรากภายหลังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เริ่มดูแลลง โดยส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาต่อยอดไปในทางที่สร้างสรรค์ กระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนโดยใช้การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมช่องทางการตลาด และได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมอีกครั้ง จำนวน 60,000 บาท รายละเอียดอ้างตามหนังสือกระทรวงวัฒนธรรม ด่วนที่สุด ที่ วธ 0205/1936 ลงวันที่ 18 พฤษภาคม 2563 เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ดังนี้

- 1) จัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมเพื่อใช้ในการพัฒนาต่อยอด
- 2) การคิดค้น หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน
- 3) พัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน
- 4) พัฒนาภาพลักษณ์และตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความโดดเด่นและอัตลักษณ์ของชุมชน
- 5) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวชุมชน

ระยะที่ 2 เพื่อความต่อเนื่องในการดำเนินงาน และเห็นว่าโครงการมีผลการดำเนินงานที่สามารถเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจ และสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนได้ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช จึงดำเนินงานในระยะที่ 2 โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จำนวน 60,000 บาท ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนของชุมชนที่เป็นเป้าหมายเดิมนั้นก็คือชุมชนคุณธรรมวัดพรหมโลก รายละเอียดอ้างตามหนังสือกระทรวงวัฒนธรรม ด่วนที่สุด ที่ วธ 0205/ว2076 ลงวันที่ 29 พฤษภาคม 2563 โดยมีแนวทางการพัฒนาและปรับปรุง ดังนี้

- 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน
- 2) พัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน
- 3) พัฒนาภาพลักษณ์และตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความโดดเด่นและอัตลักษณ์ของชุมชน
- 4) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวชุมชน
- 5) ผลิตคลิปวีดีโอ นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวชุมชนวัดพรหมโลก จำนวน 4 นาที

ระยะที่ 3 ในเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม 2563 มีการดำเนินงานของโครงการสืบสาน รักษา ต่อยอดศาสตร์พระราชาสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” อย่างต่อเนื่องเป็นระยะที่ 3 โดยใช้ชื่อกิจกรรม เปิดการท่องเที่ยวชุมชนคุณธรรมฯ ต้นแบบ (บวร On Tour) และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของผู้นำชุมชน ในการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน เพื่อให้ผู้นำชุมชนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำหลักการที่ถูกต้องจากชุมชนต้นแบบไปปรับใช้ในการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน และเป็นการสร้างเครือข่ายการดำเนินงานอีกทางหนึ่งด้วย โดยมีชุมชนคุณธรรมฯ บวร On Tour ที่เป็นเจ้าภาพ คือ ชุมชนคุณธรรมวัดพรหมโลก และมีชุมชนคุณธรรมฯ บวร On Tour อื่นๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรมอีก จำนวน 11 ชุมชน รวมจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 36 คน (ชุมชนละ 3 คน) โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จำนวน 33,420 บาท รายละเอียดอ้างตามหนังสือกระทรวงวัฒนธรรม ด่วนที่สุด ที่ วธ 0205/2437 ลงวันที่ 27 มิถุนายน 2563 มีการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

- 1) มีการจัดประชุมเครือข่ายแกนนำบวรของชุมชนคุณธรรมฯ บวร On Tour นำเสนอข้อมูลชุมชนคุณธรรมฯ บวร On Tour โดยผู้นำชุมชน ประกอบด้วย ผลสัมฤทธิ์ของการขับเคลื่อนชุมชน ใน 3 มิติ คือ เส้นห์ของชุมชน การจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน
- 2) จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเยี่ยมชมชุมชนต้นแบบวัดพรหมโลก เช่น สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สวดมนต์ปฏิบัติบูชา ชมการแสดงทางวัฒนธรรม การรับประทานอาหารพื้นถิ่น
- 3) สรุปและถอดบทเรียนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน

4.3.1.3 การดำเนินงาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

ก. กิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

จากการศึกษาข้อมูลตามเอกสารแบบฟอร์มข้อมูลพื้นฐานโครงการของจังหวัดที่ได้รับ การอนุมัติจัดโครงการจากผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราช ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 พบว่า สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้รับการอนุมัติให้จัดโครงการนครแห่งธรรม เมืองศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมหลัก สืบสานต่อยอด นครแห่งอารยธรรม ตามแผนงานบริหารจังหวัดและกลุ่มจังหวัด โดยจัดกิจกรรมสืบสาน ต่อยอดสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม “นครแห่งอารยธรรม” ประกอบด้วย 1) การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) จำนวน 1 รุ่น 2) จัดแสดงผลงานสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช (เครื่องประดับ/เครื่องถม ผ้า/เครื่องแต่งกาย และอาหาร) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชน ผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความตระหนัก มีความภาคภูมิใจในมรดกภูมิปัญญา ด้านศิลปะ หัตถกรรม งานช่างฝีมือ พร้อมทั้งได้รับการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ออกแบบ และพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ กระทรวงวัฒนธรรมยังได้มอบหมายให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ได้พัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย โดยให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราชดำเนินการสำรวจชุมชนคุณธรรม ชุมชนเครือข่ายทางวัฒนธรรม และผู้ประกอบการ ในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ซึ่งสำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลและจัดส่งให้สำนักงานปลัดกระทรวง วัฒนธรรม ดังนี้

1) ผ้ายกเมืองนคร จากชุมชนคุณธรรมฯ บ้านตรอกแค

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่อนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมของคนเมืองนครไว้ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปนุ่งห่มและพัฒนาต่อยอดเป็นเครื่องแต่งกายหรือผลิตภัณฑ์อย่างอื่นได้ เป็นการทอด้วยกีโบราณและโดดเด่นในด้านการทอผ้ายกเมืองนคร การทอยกดอกดินทอง

2) ผ้าทอมือกลุ่มทอผ้าบ้านเนินมวง จากชุมชนบ้านเนินมวง

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่อนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมของคนเมืองนครไว้ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปนุ่งห่มและพัฒนาต่อยอดเป็นเครื่องแต่งกายหรือผลิตภัณฑ์อย่างอื่นได้ มีสินค้า แปรรูปหลากหลายทั้งของใช้ เครื่องแต่งกาย เป็นการทอด้วยกีโบราณ และกีประยุกต์ (กีกระตุก)

3) ผ้ายกเมืองนครทอด้วยกีแจ๊คการ์ด จากร้านกนกศิลป์นคร

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เป็นการทอด้วยกีแจ๊คการ์ดทอมือ ซึ่งเป็นกีที่งอุตสาหกรรม แบบโบราณของฝรั่งเศส สามารถทอลายผ้าโบราณเอกลักษณ์เมืองนคร เช่น ลายพิกุลดอกกลอย พิกุล ก้านแย่ง เกร็ดพิมเสนซึ่งเป็นลวดลายที่สวยงามและขึ้นชื่อ มี 2 แบบคือ ลายข้าวหลามตัดและลาย เจียรนัย และส่วนหนึ่งของลวดลายคิดค้นมาจากพิพิธภัณฑสถานแห่งชาตินครศรีธรรมราช จากหนังสือผ้ายกเมืองนครของอาจารย์จันทรา ทองสมัคร และอีกส่วนได้มาจากหนังสือลายไทยโดยใช้ รูปแบบและองค์ประกอบของผ้ายกเมืองนครใส่ลงไป เช่น เอกลักษณ์ของผ้ายกเมืองนครลายของ เชิงผ้าจะต้องไม่ซ้ำกับลายของท้องผ้าจะมีส่วนประกอบลายเชิงผ้า ลายลูกขนาน ลายหน้ากระดาน และลายช่อแทงดอกตามด้วยลายท้องผ้า เป็นต้น โดยยังคงหัวใจสำคัญคือลวดลายละเอียดประณีต แบบกีโบราณ ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปนุ่งห่มและพัฒนาต่อยอดเป็นเครื่องแต่งกายหรือผลิตภัณฑ์ อย่างอื่นได้

4) ผ้าปาเต๊ะปักคริสตัล จากชุมชนบ้านไม้หลา (กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสตรีหินตก)

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ผ้าย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสตรีหินตก มีความ หลากหลายและมีลวดลายแปลก สวยงาม แต่ละผืนจะมีความแตกต่างกันตามลวดลายที่มีด้อย้อมและสี จากธรรมชาติที่ใช้ โดยทางกลุ่มไม่ได้นำสารเคมีมาใช้ในการย้อมสีแต่อย่างใด ส่วนผ้าปาเต๊ะที่ปัก และพันธ์ สมาชิกของกลุ่มไม่ว่าจะเป็นสตรีมุสลิมและสตรีที่เป็นไทยพุทธ ได้มีแนวคิดที่จะเพิ่มมูลค่า ให้กับผ้าปาเต๊ะโดยการใช้เวลาว่างจากที่บ้านมารวมกันปักและพันธ์ ทำให้ผ้าที่ทำแต่ละผืนจะมีความ สวยงามและแตกต่าง ตามลวดลายของผ้าแต่ละผืน แม้ผ้าจะมีลวดลายเดียวกัน แต่งานที่แต่ละคนทำ จะไม่เหมือนกัน ทำให้ผ้าแต่ละผืนจะมีหนึ่งเดียวเท่านั้น

5) บาติกข้าว จากชุมชนคุณธรรมฯ วัดดอนตรอ

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ การผลิตผ้าบาติก ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และนำความเป็นอัตลักษณ์ วัฒนธรรมของบรรพชนมาผสมผสานกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวคิด “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ได้อย่างลงตัว ลวดลายมีความทันสมัย สามารถนำมาปรับเปลี่ยนเป็นเสื้อผ้า กระเป๋า และปลอกหมอนได้ มีการออกแบบลายผลิตภัณฑ์ ทั้งเครื่องแต่งกาย ของใช้ กระเป๋า และของประดับตกแต่งอาคาร ได้ในหลายชิ้นงาน ตลอดจนงานประดิษฐ์

6) ผ้าบาติกสวนขัน จากชุมชนบ้านยางในลุ่ม

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เป็นผ้าย้อมจากสีสังเคราะห์และสร้างเป็นผ้าบาติก

7) ผ้าทอมือ จากกลุ่มทอผ้าบ้านเขาโร

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ลายผ้าสวยงาม นำมาออกแบบเป็นเสื้อผ้าตามแฟชั่นนิยมได้หลายรูปแบบและนำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น กระเป๋า ฯลฯ

8) ผ้ามัดย้อมคีรีวง ผ้าบาติกสีธรรมชาติ จากชุมชนบ้านคีรีวง

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ชุมชนคุณธรรมฯ บ้านคีรีวงใช้สีย้อมผ้า สีผ้าบาติก เป็นวัสดุจากธรรมชาติวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ใบมังคุด ฝักสะตอ เปลือกเงาะ เปลือกลูกเนียง แก่นขนุน ฯลฯ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลวดลายบ่งบอกเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ ซึ่งดึงเอาลักษณะของพรรณไม้ที่ขึ้นอยู่ในพื้นที่ของชุมชน ผ่านช่างฝีมือที่ชำนาญ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค

9) ผ้ายกโบราณแบบดั้งเดิม จากบ้านมะม่วงปลายแขน

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ลายผ้าเป็นลายผ้าแบบโบราณของจังหวัดนครศรีธรรมราช เท่านั้น ลายผ้ายกแบบโบราณเป็นลายที่ทำได้ยากต้องใช้ความละเอียดอ่อนและใช้เวลาในการทอ

10) ผ้าปาเต๊ะพันธ์ จากชุมชนบ้านห้วยทรายขาว

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ผ้าปาเต๊ะเป็นผ้าพื้นถิ่นภาคใต้ที่ผู้หญิงภาคใต้ทุกคนนิยมสวมใส่ในชีวิตประจำวัน การนำผ้าปาเต๊ะมาพันธ์ให้มีลวดลายที่เด่นชัด ทำให้ผ้าปาเต๊ะมีคุณค่ามีราคาที่สูงขึ้น มีความสวยงาม ใช้สวมใส่ในงานต่างๆ

จากข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งไปยังสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมข้างต้น ทางสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมได้พิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นตามเกณฑ์เรียบร้อยแล้ว โดยได้แจ้งให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชทราบ ตามหนังสือสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ที่ วธ 0203.7/ว1652 ลงวันที่ 31 มีนาคม 2564 ผลปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT) ประจำปี 2564 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ ผ้ายกเมืองนคร จากชุมชนคุณธรรมฯ บ้านตรอกแค และบาติกข้าว จากชุมชนคุณธรรมฯ วัดดอนตรอ

ข. กิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการศึกษาข้อมูลพบว่าในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มีชุมชนคุณธรรมฯ ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 12 ชุมชน แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ชุมชนคุณธรรมฯ บวร On Tour ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชุมชนคุณธรรมฯ	ที่อยู่
วัดพรหมโลก	ตำบลพรหมโลก อำเภอพรหมคีรี
วัดดอนตรอ	ตำบลดอนตรอ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ
บ้านห้วยทรายขาว	ตำบลนาแวง อำเภอฉวาง
บ้านตรอกแค	ตำบลขอนหาด อำเภอชะอวด
บ้านแหลม	ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา
บ้านวังหอน	ตำบลวังอ่าง อำเภอชะอวด
บ้านคีรีวง	ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา
บ้านปากกล	ตำบลกรุงชิง อำเภอนบพิตำ
วัดธารทอง	ตำบลควนทอง อำเภอขนอม
วัดศรีพิบูลย์	ตำบลหินตก อำเภอร่อนพิบูลย์
วัดร่อนนา	ตำบลร่อนพิบูลย์ อำเภอร่อนพิบูลย์
ตลาดสดหัวไทร	ตำบลหัวไทร อำเภอหัวไทร

ที่มา : รวบรวมและสรุปโดยผู้วิจัย

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้เริ่มดำเนินงานโครงการสืบสานรักษา ต่อยอดศาสตร์พระราชาสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” ในระยะที่ 4 โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จำนวน 564,000 บาท รายละเอียดอ้างตามหนังสือกระทรวงวัฒนธรรม ส่วนที่สุด ที่ วธ 0205/ว3805 ลงวันที่ 17 กันยายน 2563 และข้อมูลจากแผนและผลการดำเนินการโครงการฯ พบว่ามีการจัดกิจกรรมดังนี้

1) จัดกิจกรรมประชุมแกนนำปลัดบวรและผู้เกี่ยวข้องเพื่อสร้างการรับรู้แนวทางการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 8-9 ตุลาคม 2563 ณ โรงแรมแกรนด์ปาร์ค อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช ผู้เข้าร่วมเป็นแกนนำชุมชนที่มีศักยภาพในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ตามตารางที่ 6 จำนวน 12 ชุมชน ชุมชนละ 5 คน รวม 60 คน โดยมีนายสมพงษ์ มากมณี รองผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นประธานเปิดโครงการเพื่อกำหนดเป้าหมายชุมชนคุณธรรมฯ “บวร On Tour” ศึกษาวิเคราะห์และประเมินชุมชน จัดเก็บข้อมูล สำนวความพร้อมของชุมชนคุณธรรมฯ อบรมการเป็นนักสื่อความหมายท้องถิ่นที่ดี จัดทำแผนพัฒนาชุมชนคุณธรรมฯ สู่ “บวร On Tour” ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวยังเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น หรือเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

ตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการฟื้นฟูและสร้างโอกาส สร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ประชาชน โดยนำทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาต่อยอดเพื่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่าอย่างสร้างสรรค์

2) กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชุมชนคุณธรรมฯ “บวร On Tour” จำนวน 12 ชุมชน เพื่อสร้างการรับรู้ ผ่านช่องทางต่างๆ ประกอบด้วย การจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ชุมชน จัดทำป้ายชุมชนคุณธรรมฯ จัดทำป้ายบอกทาง ออกแบบและจัดทำสติ๊กเกอร์สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และจัดทำสื่อวีดิทัศน์แนะนำชุมชน

3) กิจกรรมจัดทำศูนย์เรียนรู้การพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์ พระราชาการพัฒนาในชุมชน เช่น แปลงสาธิตตามแนวทางหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กิจกรรมส่งเสริมกลุ่มอาชีพ กิจกรรมจิตอาสา เป็นต้น

4) การจัดเก็บข้อมูลแบบสำรวจความพร้อมของชุมชนคุณธรรมฯ ในการดำเนินงาน ตามโครงการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม ตามรอยศาสตร์พระราชา เพื่อชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน “บวร On Tour”

นอกจากนี้ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังได้รับจัดสรรงบประมาณ จากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมอีกครั้ง จำนวน 80,000 บาท เพื่อดำเนินงานพัฒนาต่อยอด ทุนทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์พระราชาเพื่อชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2564 รายละเอียดอ้างตามหนังสือสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ด่วนที่สุด ที่ รช 0205/ว1413 ลงวันที่ 5 เมษายน 2564 เพื่อดำเนินการโครงการร่วมกับชุมชนคุณธรรมฯ “บวร On Tour” โดยสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมกำหนดให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราชดำเนินโครงการให้เน้นการบูรณาการกับหน่วยงานทุกภาคส่วนในจังหวัด

จากข้อมูลที่ได้ศึกษาประเด็นสถานการณ์การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการ พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัย จึงนำมาจัดทำเป็นตารางสรุปประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับการส่งเสริมการพัฒนาจาก สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ตามหลักการของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับการส่งเสริมการพัฒนาจากสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช

อุตสาหกรรมหลัก	อุตสาหกรรมย่อย
1. มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage)	1. งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์จากใบ ยางพารา ตะกร้าจักสานบ้านดอนซ้อ เครื่องถม กระเป๋าย่านลิเภา 2. การแพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine) เช่น ยาเม็ด ว่านชั๊กมดลูก น้ำมันเหลืองร้านอาภรณ์สมุนไพรร ยาธรณีสันตะฆาต

อุตสาหกรรมหลัก	อุตสาหกรรมย่อย
	3. อาหารไทย (Thai Food) เช่น ขนมลาบ้านไร่ สะตอบแห้ง แกงไตปลากุ้งสดสำเร็จ ขนมลาม้วนเล็กอบกรอบ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจันทน์เทศ 4. บริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Historical and Cultural Tourism) เช่น พัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์พระราชาราชเพื่อชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนนครหัตถกรรม เครื่องถมเมืองนคร
2. ศิลปะ (Art)	1. ศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น หนังตะลุง มโนราห์ 2. ทัศนศิลป์ (Visual Arts) เช่น ภาพแกะสลักรูปพระฤๅษี แกะหนังรูปหงส์-มังกร ภาพแกะสลักหนังตะลุง
3. สื่อ (Media)	1. ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film and Video) - ไม่มี 2. การพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing) - ไม่มี 3. การกระจายเสียง (Broadcast) - ไม่มี 4. ดนตรี (Music) - ไม่มี
4. สร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation)	1. การออกแบบ (Design) เช่น โคมไฟดินเผา 2. แฟชั่น (Fashion) เช่น ผ้ายกเมืองนคร ผ้าบาติก(ลายหัวโน) ผ้ามัดย้อม บาติกข้าวลูกปัดหินสีอารยธรรมศรีวิชัย ผ้าทอยกดอกโบราณ 3. สถาปัตยกรรม (Architecture) - ไม่มี 4. การโฆษณา (Advertising) - ไม่มี 5. ซอฟต์แวร์ (Software) - ไม่มี
ที่มา : รวบรวมและสรุปโดยผู้วิจัย	

4.3.2 แนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการศึกษาพบว่าระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2562-2564 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มีแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น แบ่งเป็นปัจจัยด้านต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

1) การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่

จากการศึกษาพบว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการส่งเสริมการสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบการเปิดศูนย์การเรียนรู้ในแต่ละอำเภอ และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการเรียนรู้แก่ชุมชนและนักเรียนเป็นหลัก โดยผู้บริหารสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นนี้ว่า

“...ได้สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับชุมชนด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านเครือข่ายทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นสภาวัฒนธรรม ชมรมต่างๆ ภาครัฐก็ทำกันอยู่ และเราก็เข้าไปสู่ระบบโรงเรียนเราก็จะมีการนำเด็กนักเรียนไปสำรวจเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชุมชนสืบค้นว่าในชุมชนของตนมีวัฒนธรรมอะไรบ้างมีการจดบันทึกมีการจัดทำเป็นทำเนียบขึ้นมาว่าในชุมชนของเรามีอะไรที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมและเราสามารถหยิบยกขึ้นมาใช้ในการพัฒนาต่อยอดได้ โดยเฉพาะปีนี้เราได้รับงบประมาณจากจังหวัดมาดำเนินการเปิดศูนย์เรียนรู้และถ่ายทอดภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรมใน 23 อำเภอ อำเภอละหนึ่งแห่ง...”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

2) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

จากการศึกษาพบว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เน้นการจัดอบรมพัฒนาผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม และผู้ประกอบการการท่องเที่ยวชุมชน เช่น อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพเยาวชน/ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งดำเนินการอย่างต่อเนื่อง การอบรมและประชุมแกนนำพลังบวรและผู้เกี่ยวข้องเพื่อสร้างการรับรู้แนวทางการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมพัฒนาแกนนำชุมชนที่มีศักยภาพในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ในการดำเนินการชุมชนคุณธรรมฯ “บวร On Tour” นอกจากนี้ได้มีการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในส่วนของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชแต่มีให้เห็นน้อย อาทิ ได้เข้าร่วมฝึกอบรมการเรียนรู้ "อัตลักษณ์ชุมชน สู่อุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน" ภายใต้ Project - based Coaching เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ สามารถให้คำปรึกษาชุมชนได้ พัฒนาศักยภาพการเรียนรู้อัตลักษณ์ชุมชนนำคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้

“...การพัฒนาบุคลากรส่วนข้าราชการไม่ค่อยมี แต่การพัฒนาผู้ประกอบการคือมีโครงการต่อเนื่อง อบรมผู้ประกอบการก็มีประมาณ 2-3 ปีแล้ว เราจะร่วมกับวิทยาลัยศิลปหัตถกรรม วิทยาลัยช่างศิลป์ และดึงคณาจารย์จากส่วนกลางมาพัฒนาเรื่องการออกแบบ เช่น เรื่องผ้าเครื่องถม...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

3) การพัฒนาเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชมีค่อนข้างน้อย สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ให้ข้อมูลว่า

“...เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เข้ามาช่วยมีน้อยในการที่จะเข้าไปสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาใช้พัฒนาสินค้าและช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 สัมภาษณ์เมื่อ 3 เมษายน 2564)

“...มีการส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมน้อยมาก ส่วนมากไม่ได้นำเทคโนโลยีมาช่วย ส่วนมากยังเป็นแบบดั้งเดิมอยู่...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 2 สัมภาษณ์เมื่อ 31 มีนาคม 2564)

นอกจากนี้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมเทคโนโลยีว่า

“...เรื่องของเทคโนโลยีนวัตกรรมทางกลุ่มมัตย์อ้อมยังไม่ค่อยจะนำมาใช้ ยังใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมมากกว่า ของมัตย์อ้อมจะมองเรื่องของภูมิปัญญา ประสบการณ์ การเรียนรู้ ทักษะความชำนาญมากกว่า...”

(ผู้ประกอบการ คนที่ 1 สัมภาษณ์เมื่อ 3 เมษายน 2564)

4) การสร้างเครือข่าย

จากการศึกษาพบว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินงานโดยการสร้างเครือข่ายในการร่วมบูรณาการการทำงานร่วมกันในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายในจังหวัด ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ส่วนท้องถิ่น ชมรม ชุมชน และประชาชน เช่น หอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด ชุมชนคุณธรรมในทุกอำเภอ ทำให้ทราบว่าในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีเครือข่ายการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะหน่วยงานราชการที่เป็นสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานด้านศิลปะ สถาบันเหล่านี้ล้วนมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญและมีความรู้ในด้านศิลปวัฒนธรรมแขนงต่างๆ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถดึงบุคลากรเหล่านี้มาร่วมช่วยเหลือและบูรณาการการทำงาน ทั้งเป็นวิทยากรให้ความรู้ ใช้สถานที่ในการจัดกิจกรรม สนับสนุนองค์ความรู้ ทำให้การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จมากขึ้น ทั้งนี้ ยังมีสภาวัฒนธรรมในทุกระดับทั้งระดับจังหวัด อำเภอ และตำบล ที่เป็นเครือข่ายในการ

ดำเนินงานที่สำคัญด้วย โดยผู้บริหารสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นนี้ว่า

“...เราก็เข้าไปขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพเพิ่มให้กับผู้ประกอบการที่อยู่ในชุมชนบวร On Tour แล้วเราก็ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช สภาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา เราก็จะมีการวางแผนร่วมกันแล้วก็จะให้ทุกหน่วยงานดังกล่าวได้เข้าไปทำกิจกรรมภายในชุมชน ก็ทำให้เป็นที่รู้จักแล้วก็มีเส้นทางเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ ที่ทำกิจกรรมร่วมกัน และจังหวัดนครศรีธรรมราชมีหน่วยงานราชการสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น วิทยาลัยนาฏศิลปนครศรีธรรมราช วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช วิทยาลัยช่างศิลป์ นครศรีธรรมราช หรือแม้กระทั่งสถานศึกษาที่อยู่ในระดับอุดมศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราชและมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ได้เข้ามาร่วมเป็นเครือข่ายและร่วมจัดกิจกรรมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชอยู่เสมอ ทำให้งานของเราประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีซึ่งหน่วยงานเหล่านี้สำคัญมากๆ บุคลากรของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเองเราจะมีลักษณะเพียงแค่ว่าพอรู้ในองค์ความรู้ต่างๆ แต่เราไม่ได้เชี่ยวชาญเฉพาะเมื่อเรารับโจทย์หรือรับนโยบายมาแล้วเราก็จะอาศัยเครือข่ายเหล่านี้เพราะว่าในสถานศึกษาเค้าจะมีครูอาจารย์ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านนี้เราก็จะทำงานร่วมกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องงานวิจัยไม่ว่าจะเป็นวิจัยชุมชน ในเรื่องการพัฒนาศักยภาพให้กับบุคลากรผู้ประกอบการหรือว่าการนำเอาเทคโนโลยีเข้าไปสอนหรือว่าอบรมให้กับผู้ประกอบการ นอกจากนี้ก็ยังมีหน่วยงานราชการอื่นๆ และภาคเอกชนหรือแม้กระทั่งท้องถิ่นเองเราก็มีการสร้างเครือข่ายและร่วมดำเนินงานอีกด้วยไม่ว่าจะเป็นเทศบาล องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด และส่วนราชการอื่นๆ เช่น พัฒนาชุมชนจังหวัดเราก็มีการดำเนินการร่วมกัน ทางสภาอุตสาหกรรมจังหวัดก็มีการร่วมมือกันเช่นกัน แม้กระทั่งการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ในส่วนพาณิชย์จังหวัดเมื่อเรามีสินค้าแล้วทางพาณิชย์จังหวัดก็จะเป็นหน่วยงานที่ทำเรื่องการตลาด มีหอการค้า ที่เป็นภาคเอกชนเราก็มีการทำงานร่วมกัน เช่น การเปิดตลาดถนนสายวัฒนธรรม มีชมรมมัดคุเทศก์ และมีกลุ่ม Creative Nakhon ที่เข้ามาเป็นเครือข่ายช่วยให้การทำกิจกรรมส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่มีความคิดสร้างสรรค์เป็นนักคิดสร้างสรรค์ซึ่งกลุ่มนี้ถือว่าเป็นศิลปินรุ่นใหม่ร่วมสมัย เป็นคนของนครศรีธรรมราชที่เขาที่มีความรู้มีความเชี่ยวชาญแล้วก็มี ความถนัดในเรื่องของศิลปะในหลายด้าน...”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

ประกอบกับผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราชได้ให้ข้อมูลว่า

“...การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช ร่วมเป็นเครือข่ายดำเนินงานกับ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชในแง่ของ “รักวัฒนธรรม” วัฒนธรรมที่เป็นหนึ่งเดียว อาทิ เราก็จะทำกิจกรรมวันสงกรานต์แห่งนางดาน ร่วมกับเทศบาล ถือว่าเป็นงานที่สอดคล้องและเกี่ยวข้องกัน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดจะทำในเรื่องของการฟื้นฟู ประเพณี

วัฒนธรรม ให้คงไว้แบบดั้งเดิม ส่วนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อมีงานหรือกิจกรรมก็จะทำหน้าทีในการที่เชิญนักท่องเที่ยวมาเพื่อขยายวันหยุด มาแล้วพอมงานก็จะเสริมกิจกรรมเข้าไป เพื่อที่จะได้ขยายวันหยุดแรม ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อบาทต่อคนต่อวันเพิ่มมากขึ้น...”

(ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2564)

และผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ให้ข้อมูลการสร้างเครือข่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นว่า

“...ในส่วนของท้องถิ่นตอนนี้ อบจ. อบต. หรือเทศบาล เขาก็สนับสนุนในเรื่องของทุนในเรื่องของคน บางพื้นที่เข้าไปมีส่วนร่วมโดยตรงในการจัดการการท่องเที่ยว เช่น ชุมชน บวร On Tour ของเทศบาลวัดไทรเทศบาลก็จะเป็นเจ้าภาพ ทำให้สามารถดำเนินงานไปได้ดี...”

(ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สัมภาษณ์เมื่อ 13 เมษายน 2564)

นอกจากนี้นักวิชาการวัฒนธรรมได้ให้ข้อมูลว่า

“...มีการบูรณาการกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับหอการค้ากลุ่มภาคเอกชน เช่น กลุ่มรักเมืองนคร ฯลฯ และร่วมกับอาจารย์ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่เขาถนัดแต่ละด้านก็จะดึงมาทำงานด้วยกัน นครศรีธรรมราชมีสถานศึกษาเกี่ยวกับศิลปะเยอะ คอยแนะนำในการทำโครงการ ส่วนใหญ่จะบูรณาการกับสถาบันการศึกษาในจังหวัด เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช วิทยาลัยช่างศิลป์นครศรีธรรมราช วิทยาลัยนาฏศิลป์นครศรีธรรมราช วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช จะทำงานอยู่ด้วยกันตลอด...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

ประกอบกับประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งเป็นเครือข่ายภาคเอกชนได้ให้ข้อมูลว่า

“...มีการบูรณาการร่วมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด มีการคุยร่วมกันคุยกับทางวัฒนธรรมจังหวัดทุกสัปดาห์ จนถึงปัจจุบันก็มีการดำเนินงานร่วมกันมาตลอด ในเรื่องของศิลปวัฒนธรรมก็มีตั้งแต่วัฒนธรรมพื้นบ้าน แล้วก็ตลาดวัฒนธรรม จริงๆแล้วตลาดหน้าวัดพระมหาธาตุเป็นโครงการถนนสายวัฒนธรรมที่เราใช้กรอบในช่วงของรัฐบาลชุดนั้นมาขับเคลื่อนในลักษณะของประชารัฐภายใต้โครงการสานพลังประชารัฐ ตลาดทั้งหมดจะแยกเป็นส่วน ในส่วนงานที่ทำอยู่หอการค้าเราก็มีส่วนในการขับเคลื่อนในโครงการพลังประชารัฐของที่นี่อยู่ด้วย...”

(ประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อ 15 เมษายน 2564)

5) การส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาดเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่ดำเนินการโดยการเปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าในงานเทศกาล ประเพณี และเข้าไปร่วมกิจกรรมที่จัดโดยหน่วยงานเครือข่าย เช่น นำสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมร่วมจำหน่ายในตลาดหน้าวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารซึ่งจัดโดยหอการค้าจังหวัด

นครศรีธรรมราช รวมทั้งการนำสินค้าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยที่โดดเด่นเข้าร่วมจำหน่ายและสาธิตในงานมหกรรมที่จัดโดยกระทรวงวัฒนธรรม ณ กรุงเทพมหานคร แต่ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะดำเนินการส่งเสริมการตลาดด้วยตนเอง เช่น การขายออนไลน์ ไม่มีมีการดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชแบบจริงจังและเป็นรูปธรรม ไม่มีการจัดโครงการอบรมด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม โดยผู้บริหารสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นนี้ว่า

“...การส่งเสริมการตลาดในฐานะที่เราเป็นหน่วยงานราชการบางครั้งเราก็จะเป็นเจ้าภาพหลักในเรื่องของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นงานประเพณี งานเทศกาลสำคัญต่างๆ เราก็จะเปิดพื้นที่ตลาดส่งเสริมการขายให้กับผู้ประกอบการได้เข้ามาจัดตั้งถนนสายวัฒนธรรม เรามีการจัดตั้งตลาดชุมชน เรามีการนำผู้ประกอบการที่มีความพร้อมไปออกงานอีเวนท์ซึ่งเราก็มีการแลกเปลี่ยนกันระหว่างจังหวัดระหว่างภาคบ้างและนอกจากนั้นเรายังมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ระบบการตลาดแบบออนไลน์ขายบน Facebook ขายใน LINE...”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

ประกอบกับผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ให้ข้อมูลว่า

“...ในส่วนของการตลาดทางชุมชนจะเป็นผู้ดำเนินการเองแต่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดก็มีช่วยในการนำสินค้าไปออกจำหน่ายตามงานต่างๆ...”

(ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สัมภาษณ์เมื่อ 13 เมษายน 2564)

6) การประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่าด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานผ่านเครือข่าย อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช ในส่วนของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเองเป็นการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในวงแคบไม่ทั่วถึงกลุ่มลูกค้าอย่างกว้างขวางและทุกประเภท ส่วนใหญ่เป็นการออกบูธจำหน่ายสินค้าตามงานมหกรรมหรือเทศกาลต่างๆ จัดทำป้ายตามชุมชนสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ตอบโจทย์การประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยและเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย โดยผู้บริหารสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นนี้ว่า

“...การออกงานจัดงานมหกรรมหรือว่าออกบูธตามงานต่างๆ เป็นการประชาสัมพันธ์และการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการ เช่น การใส่ข้อมูลไปในแพลตฟอร์มของจังหวัดนครศรีธรรมราช และในเรื่องของการจัดทำช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Infographic ที่นำเสนอผ่านกลุ่ม LINE เราจะส่งเสริมและเปิดโอกาสให้กับผู้ประกอบการได้มีโอกาสเข้ามานำเสนอเวลาที่มีการจัดประชุมส่วนราชการ เราก็จะมีบูธให้เข้ามาประชาสัมพันธ์...”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

ประกอบกับผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช ซึ่งมีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในจังหวัด ได้ให้ข้อมูลว่า

“...นอกจากนี้งานประเพณีก็เป็นงานประชาสัมพันธ์ที่ทำให้คนรู้จักนครศรีธรรมราช ในอีกแง่มุมหนึ่ง ทั้งนี้ทั้งนี้มองในแง่ของการประชาสัมพันธ์ว่าเราจะทำอะไรให้นักท่องเที่ยวอยู่นาน บางกิจกรรมก็จะมีกิจกรรมเสริม ในวันมาฆบูชาที่ผ่านมาเนื่องจากเป็นช่วงโควิด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ยังไม่ละความพยายามเราก็จัดเป็นแพคเกจทัวร์ว่าถ้ามาประชุมหรือสัมมนาหรือมาเที่ยวนครศรีธรรมราช ตอนพรบค่ำเรามีกิจกรรม “นคร city night ทัวร์” พาคุณนั่งรถชมเมือง และฟังเรื่องเล่าของชาวนครไปกินโรตีมะตะปะ และมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวสามารถทำอะไรดี ทำซาชิก และไปแห่ผ้าขึ้นพระบรมธาตุในยามค่ำคืน เดียวนี้สื่อออนไลน์ มันก็ทรงอิทธิพลมากมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเองซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบเรื่องนี้โดยตรง ตอนนี่ก็จะมาเน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวชุมชน...”

(ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2564)

นอกจากนี้ผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ให้ข้อมูลด้วยว่า

“...ในส่วนของประชาสัมพันธ์เราไม่ได้ทำอะไรโดยตรงแต่ผู้ประกอบการจะได้มีส่วนร่วมเมื่อเรามีงานหรือถ้าใครหรือว่าลูกค้าถามมาที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดก็จะสามารถตอบไปได้ว่าผลิตภัณฑ์อยู่ที่ไหนสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนี้อยู่ที่ไหน เราจะเน้นไปเรื่องของความเข้มแข็งมากกว่า...”

(ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สัมภาษณ์เมื่อ 13 เมษายน 2564)

“...ในส่วนการประชาสัมพันธ์ มีในระดับหนึ่งแต่ยังไม่เข้าถึงประชาชนส่วนใหญ่ ในส่วนของประชาชนส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์ ควรต้องสนับสนุนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Media ให้มาก ของเราทำอยู่เป็นเพียงแค่ว่าป้ายชื่อ ป้ายประชาสัมพันธ์ ตามบวร On Tour ตามวัด ซึ่งเขามาถึงเขาถ่ายเป็นจุดเช็คอินและส่งเผยแพร่ แต่นั่นหมายความว่าเขามาถึงที่ก่อนถึงจะทำลักษณะนี้ได้...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

7) การจัดสรรงบประมาณของภาครัฐ

จากการศึกษาพบว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้รับงบประมาณจัดสรรเพื่อดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทั้งกระทรวงวัฒนธรรม เช่น ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT) ได้รับจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินงานพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” และงบประมาณของจังหวัดนครศรีธรรมราชเอง เช่น ได้รับจัดสรรงบประมาณจากแผนงานบริหารจังหวัดและกลุ่มจังหวัดเพื่อจัด

อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) เป็นต้น และมีการนำงบประมาณส่วนนี้ลงไปสนับสนุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย และส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ให้ข้อมูลว่า

“...ได้รับงบประมาณจากจังหวัดโดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดได้นำเสนอโครงการและผู้ว่าราชการจังหวัดได้กรุณาสับสนุนงบประมาณมาให้เราในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใช้ชื่อโครงการเป็นร่มใหญ่ในโครงการนครแห่งธรรม เมืองศิลปวัฒนธรรม และได้รับงบประมาณจากส่วนกลางด้วย...”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

ประกอบกับผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ให้ข้อมูลว่า “...ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ได้รับงบประมาณของยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรมในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของจังหวัดได้รับการสนับสนุนงบประมาณในส่วนโครงการนครแห่งธรรม เมืองศิลปวัฒนธรรม มีสองกิจกรรมใหญ่คือเรื่องของการสืบสานต่อยอดนครแห่งอารยธรรม ได้มา 8,500,000 บาท เน้นหนักไปที่การสร้างคน สร้างศิลป์ ถิ่นนคร เป็นเรื่องของเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง กิจกรรมสืบสานต่อยอดสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เช่น ผ้า อาหาร การจัดการแสดง การพัฒนาคุณภาพ สืบสานประเพณีบุญสารทเดือนสิบ เรื่องของงานมหรหรรวมวิถีภูมิปัญญา วิถีชีวิตชาวมุสลิม...”

(ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สัมภาษณ์เมื่อ 13 เมษายน 2564)

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการด้านสินค้าทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับงบประมาณด้วยว่า

“เรื่องงบประมาณก็ยังมีปัญหาอยู่บางครั้ง ต้องลงทุนสูงบางช่วงเราก็ทำไม่ได้เหมือนกัน ทำไปแล้วไม่รู้จะขายได้หรือไม่ถ้าเรามีทุนแบบเฉพาะแบบกู่พิเศษ มีหน่วยงานมาอำนวยความสะดวกก็อาจจะคล่องตัวสามารถกู้เงินมาประกอบอาชีพได้ มาเป็นต้นทุนในการทำงานได้ อุตสาหกรรมจังหวัดเคยให้เครื่องมือที่จำเป็น เคยได้มา 70,000 บาท เป็นเครื่องรีดโลหะ รู้สึกว่าเขาถ่วงทุนให้ แต่ต้องผ่านการคัดเลือกต้องดูว่าใช้จริงหรือเปล่า บางที่ได้ไปแต่ไม่ได้ใช้ก็รู้สึกเสียดายเหมือนกัน บางหน่วยงานได้งบประมาณแต่ต้องใช้จ่ายในเวลาที่ยากจัดจำเป็นต้องใช้ให้หมดภายในปีงบประมาณ และเคยได้รับงบประมาณเปิดศูนย์เรียนรู้ซึ่งเป็นของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดอยากให้มีอย่างต่อเนื่องอย่าให้มันหายไป เหมือนเราขาดการดูแล น่าจะเข้าไปเรื่อยๆ...”

(ผู้ประกอบการคนที่ 3 สัมภาษณ์เมื่อ 2 เมษายน 2564)

4.4 ทักษะเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของบุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแยกศึกษาเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้บริหาร และ 2) ผู้ปฏิบัติงาน โดยศึกษาทัศนคติใน 3 ประเด็น คือ 1) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยพบว่าทั้ง 2 กลุ่มมีทัศนคติเรื่องดังกล่าว ดังนี้

4.4.1 ผู้บริหารสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช (วัฒนธรรมจังหวัด)

1) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม

เมื่อวิเคราะห์มุมมองและทัศนคติเกี่ยวกับประเด็นนี้พบว่า วัฒนธรรมจังหวัดเห็นด้วยกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม และให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก มีการของบประมาณเพื่อดำเนินงานจากจังหวัดเพื่อนำมาส่งเสริมและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง โดยวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ข้อมูลว่า

“...เห็นด้วยกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม เพราะทุนทางวัฒนธรรมที่เรามีสามารถที่จะนำมาต่อยอดมาพัฒนา แล้วก็นำมาทำให้คนที่เป็นเจ้าของทุนเหล่านี้สามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มได้และเราสามารถที่จะเอาทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้มาถ่ายทอดสืบสานให้กับคนรุ่นใหม่รุ่นหลังให้นำสิ่งเหล่านี้มาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยการพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัยที่เขาอยู่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเห็นความสำคัญของชุมชนที่เข้มแข็งในการสร้างเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรมของตนเอง เป็นสิ่งที่สำคัญมากๆ เพราะว่าถ้าชุมชนไม่เข้มแข็ง ไม่เห็นความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมแม้หน่วยงานราชการจะเข้าไปส่งเสริมอย่างไรก็จะไม่ยึดยาว ไม่มั่นคง จะไม่ยั่งยืน... สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชและผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเล็งเห็นความสำคัญตามบทบาทหน้าที่และยุทธศาสตร์ต่างๆ ได้ดำเนินการเสนอรายละเอียดโครงการเข้าไปของบประมาณจากจังหวัดมาใช้ในการพัฒนาในส่วนของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้รับงบประมาณมาหลายล้าน และเนื่องจากท่านผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราชคนปัจจุบันเป็นคนนครศรีธรรมราชก็เลยรู้บริบทของจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอย่างดี รู้ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอย่างดี.....”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์

เมื่อวิเคราะห์มุมมองและทัศนคติเกี่ยวกับประเด็นนี้พบว่า วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช คิดว่าการสร้างการรับรู้แก่ชุมชนหรือผู้ประกอบการ ประกอบกับความตั้งใจของชุมชน และเป้าหมายของโครงการที่ชัดเจนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ข้อมูลว่า

“...ต้องสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับชุมชน และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานต้องชัดเจนให้เห็นถึงเป้าหมายว่าเราจะไปถึงไหนกัน เราจะไปกันอย่างไร ตัวนี้สำคัญ นอกจากนี้จุดมุ่งหมายหรือความตั้งใจของตัวชุมชนเองก็มีความสำคัญมากๆ...”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

3) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

เมื่อวิเคราะห์มุมมองและทัศนคติเกี่ยวกับประเด็นนี้พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะนี้เกิดจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 ทำให้การเข้าถึงชุมชน การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องหยุดชะงักบางช่วง และมีปัญหาเรื่องการเปลี่ยนแปลงของนโยบายจากส่วนกลาง งบประมาณไม่ต่อเนื่อง และการด้อยเรื่องประชาสัมพันธ์ โดยวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ข้อมูลว่า

“...ในส่วนของโครงการ บวร On Tour จะมีปัญหาจากการที่ช่วงนี้เป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ โควิด-19 ทำให้มีปัญหาในการเข้าไปถึงชุมชนเพื่อเข้าไปพัฒนาส่งเสริมหรือการเปิดพื้นที่ให้กับนักท่องเที่ยวเข้าไป มันก็ทำให้ชะงักไปส่วนหนึ่ง ในส่วนของกิจกรรมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยหรือ CPOT มีปัญหาอยู่เล็กน้อยในเรื่องของการไม่มีงบประมาณต่อเนื่อง และผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ก็ยังไม่ติดตลาด บางอย่างพอทำออกมาแล้วก็จะมีลักษณะเป็นเฉพาะกลุ่มไม่เป็นสินค้าที่ติดตลาดทั่วไปได้ เช่น ผลิตภัณฑ์จากเครื่องถมอาจจะราคาที่สูงเกินไปคนทั่วไปอาจจะจับต้องไม่ได้ต้องเป็นคนที่ชอบหรือสะสมจริงๆ ถึงจะซื้อ และบางชิ้นก็เป็นของชิ้นใหญ่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน แต่ผู้ประกอบการก็พยายามที่จะสร้างสรรค์ผลงานให้ร่วมสมัยก็พยายามอยู่ แต่ผู้ประกอบการไม่มีทุนเพราะจะต้องเอาวัตถุดิบที่เป็นพวกเงินหรือทองคำทำ ทำให้เขาไม่มีทุนในการจัดซื้อสิ่งเหล่านี้เพื่อมาสร้างสรรค์เขาจะทำก็ต่อเมื่อมีออเดอร์ ทำให้เป็นอุปสรรคในการผลิต...ปัจจุบันนี้ CPOT ไม่ได้รับการประกวดในระดับประเทศเพื่อที่จะให้รางวัลเป็นเหรียญทอง เหรียญเงิน หรือรางวัลต่างๆแล้วซึ่งมันมีปัญหาต่อการตื่นตัวของชาวบ้านต่อการพัฒนาสินค้าที่จะเข้ามาแข่งขันมากกว่าตอนที่มีการจัดประกวดเพราะว่าพอเรามีประกวดแล้วมีรางวัล มีใบรับรองเป็นประกาศนียบัตรทำให้ผู้ประกอบการมีเป้าหมายที่จะผลิตผลงานออกมา แต่ถ้าเราไปส่งเสริมเฉยๆ ทำขึ้นมาเฉยๆ โดยไม่มีการประกวดความโดดเด่นมันก็จะลดน้อย การประกวดมันก็สามารถที่จะนำรางวัลหรือนำเครื่องหมายจากกระทรวงวัฒนธรรมไปใช้ได้ประโยชน์เพิ่มขึ้น...ตอนนี้กระทรวงวัฒนธรรมได้มีการเปลี่ยนโลโก้ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยหรือ CPOT ปัญหาการเปลี่ยนโลโก้ ซึ่งเปลี่ยนจากเดิมที่ติดตลาดอยู่

พอสมควรแล้วมันเหมือนกับจะต้องมีการเริ่มใหม่ ต้องมีการทำความเข้าใจกันใหม่ ต้องสร้างความเข้าใจใหม่ให้กับผู้ประกอบการและลูกค้า...ยังมีปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มบุคคลทุกเพศทุกวัยและไม่สามารถดึงดูดได้ดีเท่าที่ควรซึ่งเราก็ต้องยอมรับว่าภูมิปัญญาส่วนใหญ่จะเป็นคนรุ่นเก่าๆ ที่ยังต้องอาศัยเด็กรุ่นใหม่ช่วยเพราะฉะนั้นคนที่เป็นเจ้าของภูมิปัญญาจริงๆ เรายังต้องช่วยเขาอะ...การจัดสรรงบประมาณของภาครัฐ ส่วนหนึ่งก็เป็นปัญหาเพราะว่าเวลาเราจะทำอะไรหลายภาคส่วนที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการนั้นจะมีข้อเปรียบเทียบว่าถ้าทำกับกระทรวงนี้เขาจะได้รับการดูแลประมาณนี้แต่พอมาทำกับกระทรวงนี้ เช่น มาทำกับเราแล้วงบประมาณไม่ต่อเนื่อง...”

(วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2564)

4.4.2 ผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

1) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม

เมื่อวิเคราะห์มุมมองและทัศนคติเกี่ยวกับประเด็นนี้พบว่า ผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ให้ข้อมูลทุกคนเห็นด้วยกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม เพราะทุนทางวัฒนธรรมจะสามารถสร้างรายได้และมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่เจ้าของทุนทางวัฒนธรรมหรือคนในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้เป็นอย่างดี โดยได้ให้ข้อมูลว่า

“...เห็นด้วยอย่างมากเลย เพราะว่าเรามีทุนที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้โดยที่ชาวบ้านเป็นเจ้าของทุนทางวัฒนธรรมนั้นและชาวบ้านได้รับผลประโยชน์แต่เราต้องมีผู้นำที่เข้าใจเข้มแข็ง แล้วก็มีความยุติธรรมในการที่จะบริหารจัดการผลประโยชน์เพราะว่าบางชุมชนโดดเด่นแต่ว่าผ่านไปหนึ่งปีสองปีพอเริ่มมีรายได้มีผลประโยชน์เข้ามา กลุ่มก็จะแตก ชุมชนก็จะขัดแย้งกัน...”

(ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สัมภาษณ์เมื่อ 13 เมษายน 2564)

ประกอบกับนักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 ได้แสดงออกว่าเห็นด้วยกับประเด็นนี้เช่นกัน โดยได้ให้ข้อมูลว่า

“...เห็นด้วย เพราะว่าถ้าเกิดเราส่งเสริมได้ รากหญ้า ชาวบ้าน ชุมชน ก็จะมีรายได้ และก็อีกจุดหนึ่งคือ เขาจะได้มีของขายนักท่องเที่ยว ช่วยเสริมด้านผลิตภัณฑ์ในสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ใช่แค่ท่องเที่ยวอย่างเดียว แต่สามารถซื้อของกลับไปได้ด้วย และยังมีส่วนช่วยให้การสืบถอดศิลปวัฒนธรรมคงอยู่ต่อไปได้ อย่างเช่น บ้านหนังตะลุงสุชาติ ทรัพย์สิน มีการให้นักท่องเที่ยวได้ลองและชมวิธีการแกะหนังตะลุง สามารถจะซื้อกลับไปได้ช่วยเสริมให้บ้านหนังตะลุงสุชาติขายได้ทั้งผลิตภัณฑ์และนักท่องเที่ยว ทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญา...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

ในขณะที่เดียวกันนักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 2 ก็เห็นด้วยกับประเด็นนี้เช่นกัน โดยได้ให้ข้อมูลว่า

“...เห็นด้วยอย่างมาก หากทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกัน มันไม่สามารถสำเร็จได้โดยกระทรวงใดกระทรวงหนึ่งต้องบูรณาการการทำงานร่วมกันหลายๆภาคส่วนเพื่อให้การนำทุนทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่า จะได้ประสบความสำเร็จได้เร็วขึ้น ถ้าคิดว่าทุกกระทรวง รวมทั้งกระทรวงวัฒนธรรมร่วมกันขับเคลื่อนลงมาทำเรื่องนี้จะช่วยได้เยอะ ช่วยทั้งสร้างงาน สร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการอย่างเป็นกอบเป็นกำ เพราะการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มมันลงทุนน้อยแต่ได้รับผลตอบแทนเยอะ...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 2 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

นอกจากนี้นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 3 ก็แสดงความคิดเห็นว่าเห็นด้วยกับประเด็นนี้ โดยได้ให้ข้อมูลว่า

“...เห็นด้วย เพราะทุนทางวัฒนธรรมและมรดกภูมิปัญญาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องด้วยทุกๆ จังหวัด จะมีความโดดเด่นและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีผู้มีความรู้ด้านภูมิปัญญาไทยมากมายกระจายอยู่ทุกพื้นที่ ซึ่งหากสามารถพัฒนาและใช้ประโยชน์จากทุนดังกล่าวได้อย่างเต็มที่แล้ว ก็จะสามารถสร้างสรรค์คุณค่าและมูลค่าเพิ่มต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย อันส่งผลต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีงามในที่สุด...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 3 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์

เมื่อวิเคราะห์มุมมองและทัศนคติเกี่ยวกับประเด็นนี้พบว่า ผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ให้ข้อมูลมีมุมมองที่แตกต่างและหลากหลาย โดยมีทัศนคติว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญ คือ การพัฒนาบุคลากรโดยนำผู้ที่ประสบความสำเร็จแล้วมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ความรู้ ซึ่งสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ได้ดีกว่านักวิชาการ ในด้านการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญเช่นกันแต่ต้องเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงและทันสมัย นอกจากนี้การมีงบประมาณที่เพียงพอและต่อเนื่องก็ส่งผลต่อความสำเร็จ รวมถึงการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการเพื่อไม่ให้งานเกิดความซ้ำซ้อน นอกจากนี้ยังมองว่าปัจจัยด้านการมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายก็ยังคงสำคัญต่อความสำเร็จด้วย โดยสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ ดังนี้

“...ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จน่าจะเป็นการพัฒนาบุคลากร ในเรื่องของความคิด ความรู้ต่างๆ เราควรจะต้องเอากลุ่มที่ประสบความสำเร็จจริงๆ และก็กลุ่มที่ประสบความสำเร็จแล้วมาแลกเปลี่ยนแล้วสู้กันฟัง ดีกว่าที่จะใช้เจ้าหน้าที่หรือการให้คำแนะนำจากวิทยากร นักวิชาการ ที่ไม่ได้เป็นผู้ปฏิบัติจริงซึ่งในตัวนี้จะเห็นผลได้ถ้าชุมชนได้เรียนรู้จากสิ่งทีประสบความสำเร็จก็จะทำให้เห็นภาพได้ชัดเจน เราก็มีเชิญผู้ที่ทำธุรกิจทำผลิตภัณฑ์จริงๆ เข้ามาเป็นวิทยากรพูดให้เด็กฟัง พูดให้

ผู้ประกอบการฟัง เขาก็ทำงานพัฒนาสินค้า พัฒนาทุนของเขาเองไปด้วย เขาก็มีจิตอาสา มีจิตสาธารณะจะช่วยชาวบ้าน เขามีความรู้ต่างๆ มากมายที่จะถ่ายทอดได้ดีกว่าระดับอาจารย์ ในมหาวิทยาลัยซึ่งทำในส่วนของงานวิชาการซึ่งจะได้งานวิชาการอย่างเดียวแต่คนที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ ทำการตลาดเอง มีประสบการณ์เคยล้มเหลวและประสบความสำเร็จจะทำงานได้ดี แต่มั่นใจหายากในจังหวัดหนึ่งอาจจะมียุติหนึ่งคนหรือสองคนแต่คนครครีธรรมราชโชคดีที่มีคนเหล่านี้อยู่...”

(ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สัมภาษณ์เมื่อ 13 เมษายน 2564)

ประกอบกับนักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 ได้แสดงความคิดเห็นด้วย โดยได้ให้ข้อมูลว่า

“...มองว่าการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงและเข้าถึงคนทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย เป็นสิ่งสำคัญ ต้องเป็นสิ่งที่ยั่งยืน ปัจจุบันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจจะต้องหาข้อมูล เหมือนเราจะไปท่องเที่ยว จะดูข้อมูลก่อนว่าสถานที่ท่องเที่ยวนี้มีอะไร มีอะไรน่าสนใจตรงกับ Lifestyle เรา เราก็จะตัดสินใจจากโทรศัพท์ที่เราดูก่อนมากกว่า ต้องทำให้ได้ว่าดูจากโทรศัพท์แล้วมีทุกเรื่อง ไปแล้วได้ประสบการณ์ ตามที่เราดูในโทรศัพท์จริงๆ ช่วงนี้พวก Blogger ดังๆ จะมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเยอะมากๆ นักท่องเที่ยวจะไปไหนก็ส่วนใหญ่จะดูตาม Blogger ว่าไปไหน ที่ไหนถ่ายรูปสวย ก็จะทำให้ความสนใจและไปเที่ยวตาม ซึ่งตอนนั้นครครีธรรมราชมีนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดให้ความสนใจมาเที่ยวครครีธรรมราชมากยิ่งขึ้น ประกอบกับความเชื่อเกี่ยวกับไอ้ไข่เด็กวัดเจดีย์ ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ช่วงที่จังหวัดอื่นรายได้ลดลงจากโควิด-19 แต่ของเราคือจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเยอะ ดูจากเที่ยวบินและจากร้านอาหารแกลโซนอำเภอสิชลที่เพิ่มมากขึ้น...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

ในขณะที่เดียวกันนักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 2 ก็ได้ให้ความคิดเห็นกับประเด็นนี้เช่นกัน โดยได้ให้ข้อมูลว่า

“...งบประมาณมีความสำคัญที่สุด รองลงมาคือการบูรณาการกับทุกภาคส่วน เพราะบางครั้งถ้าเรารู้ว่าพัฒนาชุมชนทำอะไรอยู่ เราจะได้ช่วยผู้ประกอบการอีกด้าน เพราะบางครั้งถ้าเราไม่ได้บูรณาการกัน แล้วสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครครีธรรมราชทำเรื่องนี้อยู่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดวัฒนธรรมก็ทำเรื่องนี้ด้วยให้กับผู้ประกอบการ บางครั้งมันซ้ำซ้อน มันทำให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการน้อย...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 2 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

นอกจากนี้นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 3 ก็ได้ให้ข้อมูลด้วยว่า

“...มองว่าความสำเร็จเกิดจากการมีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นจำนวนมาก มีความหลากหลาย มีคุณค่า มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะท้องถิ่นซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาประเทศได้มากมาย แต่ยังมีขาดการอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนาต่อยอดอย่างเป็นระบบ อย่างจริงจัง และต่อเนื่อง อีกทั้งยังขาดการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อวิถีชีวิตและความเจริญรุ่งเรืองของสังคมไทย...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 3 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

3) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

เมื่อวิเคราะห์มุมมองและทัศนคติเกี่ยวกับประเด็นนี้พบว่าปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในขณะนี้ในมุมมองของผู้ปฏิบัติงานคือ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ไม่สามารถเข้าไปในชุมชนได้เหมือนเดิม นักวิชาการวัฒนธรรมไม่มีความใกล้ชิดกับชุมชน การไม่ให้ความร่วมมือของผู้ประกอบการ นโยบายจากส่วนกลางที่ไม่ต่อเนื่องงบประมาณมีน้อย การประชาสัมพันธ์ที่ทำได้ไม่ทั่วถึง รวมถึงการบริหารจัดการของชุมชนที่ไม่เป็นระบบ โดยได้ให้ข้อมูลว่า

“...ในการอบรมผู้ประกอบการ เช่น การใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดจัดอบรมใช้วิทยากรเป็นคนให้ความรู้เรื่องของการออกแบบ เรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ท่ามกลางการอบรมที่เราคิดว่ามีประโยชน์แต่กลับไม่ได้ประโยชน์เท่าที่ควรเพราะผู้ประกอบการเหล่านี้เขามัวแต่ทำงานตามออเดอร์ต้องทำงานตามที่ได้รับมาแล้วไม่ค่อยมีเวลาอบรม ส่วนใหญ่ถ้าเราอบรม 3 วัน 2 คืน เขาก็จะมาครึ่งวันแล้วก็หายไป ซึ่งมันไม่ได้ตามเป้าหมายที่เราวางไว้ เขาไม่มีเวลาที่จะอยู่กับเรานานๆ กลายเป็นว่าเราเสียโอกาสที่เชิญคนมีความรู้มา ชุมชนส่วนใหญ่ก็มีความรู้ในการสร้างสรรค์ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจแต่ยังขาดเรื่องของการตลาด นอกจากนี้นโยบายของส่วนกลางยังขาดๆ หายๆ พอเปลี่ยนผู้บริหารก็เปลี่ยนนโยบาย อย่างเช่นเรื่องของการประกวด ประกวดสินค้า วัฒนธรรมไทยหรือ CPOT จัดอันดับเป็นเหรียญเงิน เหรียญทอง ทำมา 2 ปี แล้วเลิก 3 ปีแล้วเลิก แล้วชาวบ้านที่อยู่ต่างจังหวัดที่เขาวางแผนที่จะสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะเข้าร่วมโครงการซึ่งมันไม่ใช่แค่ 1 ปี 2 ปี หรือ 3 ปี เราต้องทำงานล่วงหน้าเพื่อที่จะไปต่อยอดในปีที่ 4 ปีที่ 5 พอไม่มีการดำเนินโครงการแล้วหรือมีการยกเลิกโครงการก็จะทำให้สิ่งที่วางแผนมาสูญเปล่าเนื่องมาจากนโยบายที่ไม่ต่อเนื่องเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ...”

(ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม สัมภาษณ์เมื่อ 13 เมษายน 2564)

ประกอบกับนักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 ได้แสดงความคิดเห็นด้วย โดยได้ให้ข้อมูลว่า “..อุปสรรคคงเป็นสถานการณ์โรคโควิด-19 ระบาด ไม่มีงานการแสดง ไม่มีงานมหรสพจำหน่ายสินค้า ไม่ค่อยมีงาน ขาดรายได้ และมีประเด็นจำนวนบุคลากรของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีไม่เอะอะแต่พื้นที่รับผิดชอบเยอะเพราะเป็นจังหวัดใหญ่มี 23 อำเภอ เราต้องใกล้ชิดกับท้องที่ ชุมชน เราต้องรู้ความเคลื่อนไหวของพื้นที่ รู้จักว่าใครเป็นอะไรยังไง ชุมชนมีอะไรโดดเด่น เราต้องเข้าใจเข้าถึงชุมชนก่อน ถึงจะไปให้โครงการหรือไปพัฒนาพื้นที่ แต่เราไม่ค่อยได้ลงพื้นที่ อยู่ห่าง ไม่มีความสัมพันธ์ ไม่ใกล้ชิด ทำให้ไม่เข้าใจซึ่งกันและกัน เกิดเป็นอุปสรรค ซึ่งการไม่มีตำแหน่งวัฒนธรรมอำเภอก็ถือว่าเป็นอุปสรรค ข้าราชการต้องวิ่งไปวิ่งมาระหว่างอำเภอกับสำนักงานในตัวเมือง บางคนก็นั่งแต่ในสำนักงานอย่างเดียว นานๆลงพื้นที่สักครั้งจะทำให้ไม่รู้จักหัวหน้าส่วนราชการในอำเภอ ผู้นำท้องที่ ไม่รู้บริบทของพื้นที่ ในการที่ว่าทำโครงการอะไรอย่างไร เพราะเวลาทำโครงการต้องดูบริบทของพื้นที่ ดูผู้นำท้องที่ด้วย เวลากระทรวงส่วนกลางให้รายงานผล จะเห็นความแตกต่างว่าข้าราชการท่านใดใกล้ชิดกับพื้นที่ก็จะสามารถรายงานสถานการณ์เร็วกว่า และสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องมากกว่า ยิ่งถ้าเกิดว่าเราให้ทำกิจกรรมร่วมกันเราเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่

เขาจะไม่รู้สึกว่าจะหวังเอาจะเฉพาะงาน เสร็จแล้วก็กลับไปเขียนๆ แล้วก็ส่ง ยังมีส่วนในการช่วยพื้นที่เวลามีกงาน เราเป็นส่วนหนึ่งเป็นที่พึ่งในงานที่เราเกี่ยวข้องได้...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 1 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

ในขณะที่เดียวกันนักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 2 ก็ได้ให้ความคิดเห็นกับประเด็นนี้เช่นกัน โดยได้ให้ข้อมูลว่า

“...มีการติดขัดเรื่องงบประมาณทำให้การอบรมพัฒนาผู้ประกอบการและการส่งเสริมเรื่องต่างๆสามารถจัดได้ช่วงเวลาที่สั้น ผู้ประกอบการได้ความรู้จากเราน้อยยังไม่เต็มอิ่มในความรู้ หากมีงบประมาณเพียงพอ สิ่งไหนที่ผู้ประกอบการขาดเราสามารถเพิ่มให้เขาได้เต็มที่ แต่บางครั้งเราอบรมโดยที่มีผู้ประกอบการหลากหลายบางที่มีต้นทุนทางความรู้อยู่แล้วแต่ต้องมาอบรมร่วมกับผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มใหม่ เพราะจำกัดด้วยงบประมาณทำให้ผลลัพธ์ที่ผู้ประกอบการได้จากที่เราจัดไปนั้นไม่คุ้มค่าน้ำไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์มันจะน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นของชุมชนทำอยู่แล้ว เราเข้าไปร่วมกับเขาแค่ไปเอาข้อมูลมากกว่า สิ่งที่เราให้เขามันน้อย ส่วนมากผู้ประกอบการจะได้จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเยอะกว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด เพราะสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเขามีงบประมาณเยอะ เขาให้งบมาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้าง จัดทำบรรจุภัณฑ์บ้าง และพัฒนาให้ความรู้ เขามีระยะเวลาหลายวันในการฝึกอบรมและยังมีในส่วนของ การประชาสัมพันธ์ ยังมีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบนี้ยังไม่เพียงพอ เราน่าจะมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์รูปแบบอื่นมากกว่านี้ เข้าถึงคนได้กว้างกว่านี้...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 2 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

นอกจากนี้นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 3 ก็ได้ให้ข้อมูลด้วยว่า

“...ชุมชนมีความพร้อมด้านทุนทางวัฒนธรรมแต่ยังขาดการบริหารจัดการที่เป็นระบบ เมื่อมีผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินเข้ามา ทำให้ความรักความสามัคคีของคนในชุมชนลดน้อยลง มีความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากขึ้น ขาดการฟื้นฟู ถอดคุณค่า พัฒนา และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอย่างเป็นระบบ และการให้การสนับสนุน ส่งเสริมและพัฒนาของหน่วยงานรัฐบาลไม่ต่อเนื่อง...”

(นักวิชาการวัฒนธรรม คนที่ 3 สัมภาษณ์เมื่อ 9 เมษายน 2564)

4.4.3 เปรียบเทียบทัศนคติเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อมูลตามข้อ 4.4.1-4.4.2 ผู้วิจัยได้นำมุมมองและความคิดเห็นของทั้งผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชมาเปรียบเทียบเพื่อดูความเหมือนและความแตกต่างในประเด็นต่างๆ โดยสามารถสรุปและแสดงรายละเอียดตามตารางที่ 8

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบทัศนคติเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช

ผู้บริหาร (วัฒนธรรมจังหวัด)	ผู้ปฏิบัติงาน (นักวิชาการวัฒนธรรม)
<p>1) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม</p> <p>เห็นด้วยกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม และให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก มีการของบประมาณเพื่อดำเนินงานจากจังหวัดเพื่อนำมาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างรายได้ ให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง</p>	<p>เห็นด้วยกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม เพราะทุนทางวัฒนธรรมจะสามารถสร้างรายได้และมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่เจ้าของทุนทางวัฒนธรรมหรือคนในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้เป็นอย่างดี</p>
<p>2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <ul style="list-style-type: none"> -การสร้างการรับรู้แก่ชุมชนหรือผู้ประกอบการ -ความตั้งใจของชุมชน -เป้าหมายของโครงการที่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> -การพัฒนาบุคลากรโดยนำผู้ที่ประสบความสำเร็จแล้วมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ -การประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงและทันสมัย -การมีงบประมาณที่เพียงพอและต่อเนื่อง -การทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ -การมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย
<p>3) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> -การระบาดของโรคโควิด-19 -การเปลี่ยนแปลงของนโยบายจากส่วนกลาง -งบประมาณไม่ต่อเนื่อง -การด้อยเรื่องประชาสัมพันธ์ 	<ul style="list-style-type: none"> -การระบาดของโรคโควิด-19 -นักวิชาการวัฒนธรรมไม่มีความใกล้ชิดกับชุมชน -การไม่ใช้ความร่วมมือของผู้ประกอบการ -นโยบายจากส่วนกลางที่ไม่ต่อเนื่อง -งบประมาณมีน้อย -การประชาสัมพันธ์ที่ทำไม่ได้ไม่ทั่วถึง -การบริหารจัดการของชุมชนที่ไม่เป็นระบบ

ที่มา : รวบรวมและสรุปโดยผู้วิจัย

จากตารางเปรียบเทียบทัศนคติเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าทั้งผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานเห็นด้วยกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม โดยมองว่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เศรษฐกิจภายในจังหวัดและสร้างรายได้จากทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่หลากหลายของจังหวัดนครศรีธรรมราช และทัศนคติเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานมีมุมมองที่แตกต่างกัน โดยผู้บริหารมองว่าสิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จ คือ การสร้างการรับรู้แก่ชุมชนหรือผู้ประกอบการ ความตั้งใจของชุมชน และเป้าหมายของโครงการที่ชัดเจน ส่วนผู้ปฏิบัติงานมองว่าสิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จ คือ การพัฒนาบุคลากรโดยนำผู้ที่ประสบความสำเร็จแล้วมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงและทันสมัย การมีงบประมาณที่เพียงพอและต่อเนื่อง การทำงานร่วมกันบูรณาการ และการมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย นอกจากนี้ในประเด็นสุดท้ายด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานทั้งสองฝ่ายมีมุมมองทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกัน โดยที่มองเหมือนกันทั้งสองฝ่ายคิดว่าปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน คือ ปัญหาการระบาดของโรคโควิด-19 นโยบายจากส่วนกลางที่ไม่ต่อเนื่องและเปลี่ยนแปลงบ่อย ปัญหาด้านงบประมาณที่น้อยและไม่ต่อเนื่อง และปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ และมุมมองที่ไม่เหมือนกันโดยผู้ปฏิบัติงานมีมุมมองปัญหาเพิ่มเติมมาจากผู้บริหาร คือ นักวิชาการวัฒนธรรมไม่มีความใกล้ชิดกับชุมชน การไม่ใช้ความร่วมมือของผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการของชุมชนที่ไม่เป็นระบบ

4.5 การวิเคราะห์ทฤษฎี (SWOT Analysis) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเด็นเกี่ยวกับบทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สถานการณ์และแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช และทัศนคติเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยจึงนำมาวิเคราะห์ทฤษฎี (SWOT Analysis) ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง : Strengths, จุดอ่อน : Weaknesses) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (โอกาส : Opportunities, อุปสรรค : Threats) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ดังนี้

4.5.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

จุดแข็ง (Strengths) ได้แก่ การมีทรัพยากรและทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและหลากหลายเชื่อมโยงกับศาสนา ความเชื่อ ประเพณี เทศกาล ศิลปหัตถกรรม งานช่าง งานฝีมือ ผ้าอาหาร รวมทั้งศิลปะการแสดงพื้นบ้าน ล้วนแล้วมีให้เห็นในจังหวัดนครศรีธรรมราชทั้งสิ้น โดยเมื่อนำมาแยกประเภทและยกตัวอย่างให้เห็นชัดเจนขึ้นก็สามารถแบ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เครื่องถมเมืองนคร ผ้ายกเมืองนคร จักสานย่านลิเภา ขนมจีนเส้นสด แกงไตปลา ขนมในเทศกาลบุญสารทเดือนสิบ และทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ เช่น ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ ประเพณีบุญสารทเดือนสิบ ประเพณีแห่นางदान ประเพณีให้ทานไฟ ประเพณีชักพระ ประเพณีกวนข้าวยาก พิธีกรรมโนราโรงครู การแสดงพื้นบ้านหนังตะลุง การแสดงพื้นบ้านมโนราห์ การแสดงพื้นบ้านเพลงบอก เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่าและสามารถนำมาส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายในจังหวัดได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีเครือข่ายในการทำงานหรือดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สามารถดึงเข้ามาร่วมทำงานเป็นจำนวนมาก หลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐด้วยกัน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดนครศรีธรรมราช ในส่วนภาคเอกชน เช่น สภาหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ในขณะที่ด้วยกันสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีสภาวัฒนธรรมในหลายระดับที่ร่วมดำเนินงาน ทั้งระดับจังหวัด อำเภอ และตำบล ในส่วนของภาคประชาชนและชุมชน ได้มีการดำเนินการส่งเสริมชุมชนคุณธรรมในทุกอำเภอทำให้ประชาชนในชุมชนและตัวชุมชนเองก็กลายเป็นเครือข่ายที่สำคัญของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญอีกอย่างคือจังหวัดนครศรีธรรมราชมีสถานศึกษาที่ดำเนินการสอนเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช วิทยาลัยช่างศิลป์นครศรีธรรมราช วิทยาลัยนาฏศิลป์นครศรีธรรมราช ซึ่งมีส่วนสำคัญในการดำเนินงานทั้งการส่งวิทยากรมาให้ความรู้ในการอบรม สนับสนุนองค์ความรู้ และใช้สถานที่ในการอบรม เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้บริหารระดับจังหวัดทั้งผู้ว่าราชการจังหวัดนครศรีธรรมราชและวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งพื้นเพเป็นชาวจังหวัดนครศรีธรรมราชทั้งคู่ได้ให้ความสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างรายได้ เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้การดำเนินกิจกรรมจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดกิจกรรมอบรมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย และการจัดกิจกรรมบวร On Tour เป็นต้น

จุดอ่อน (Weaknesses) ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดยังไม่มีให้เห็นเป็นรูปธรรมส่วนใหญ่การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการตลาดจะดำเนินการแบบบูรณาการ เช่น ดำเนินการโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช และหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช ในส่วนของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเองมีเพียงการนำผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการที่มีความโดดเด่นด้าน

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมไปออกงานเทศกาล ประเพณี หรืองานมหกรรมต่างๆ เพียงแค่นั้น การดำเนินการด้านการตลาดยังไม่ทั่วถึงและไม่ประสบความสำเร็จ และส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะรับผิดชอบด้านการตลาดด้วยตัวเอง เช่นกันกับการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ครอบคลุมและไม่เข้าถึงประชาชนทั่วไป มีเพียงการจัดทำป้ายภายในชุมชนและประชาสัมพันธ์ในวงแคบ ไม่ทันสมัยและไม่เข้าถึงลูกค้ารวมถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย และยังขาดการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีจุดอ่อนอีกด้านคือ จำนวนนักวิชาการวัฒนธรรมที่มีน้อยไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังไม่มีนักวิชาการวัฒนธรรมประจำอำเภอที่อยู่ดูแลพื้นที่ชุมชนเป็นประจำทำให้ไม่มีความใกล้ชิดกับชุมชนซึ่งอาจส่งผลต่อความไว้วางใจของชุมชนต่อสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.5.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า

โอกาส (Opportunities) ได้แก่ การมีนโยบายและยุทธศาสตร์จากรัฐบาลและหน่วยงานส่วนกลาง (กระทรวงวัฒนธรรม) ที่ให้ความสำคัญและกำหนดประเด็นนโยบายที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น นโยบายประเทศไทย 4.0 ที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริหารที่มีมูลค่าสูง โดยกระทรวงวัฒนธรรมดำเนินการผ่านการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้วยทุนทางวัฒนธรรม 5F ประกอบด้วย อาหาร (Food) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) ผ้าไทยและการออกแบบ (Fashion) มวยไทย (Fighting) และขับเคลื่อนเทศกาล ประเพณีสู่ระดับโลก (Festival) และมียุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 เข้ามาเป็นแรงผลักดันให้เกิดการดำเนินโครงการและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถหยิบยกมาเป็นประเด็นนโยบายที่เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ของจังหวัด ถือเป็นยุทธศาสตร์ที่เปิดโอกาสให้สามารถดำเนินงานและขับเคลื่อน รวมทั้งเป็นนโยบายที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่นๆ ยังให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีสถานที่สำคัญทางศาสนา ความเชื่อ เช่น วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดเจดีย์ไอล้อ และมณฑลวัฒนธรรมและทุนทางธรรมชาติที่น่าสนใจดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ทำให้ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการจำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรมตามไปด้วย

อุปสรรค (Threats) ได้แก่ ประเด็นการเปลี่ยนผู้บริหารที่ทำให้รายละเอียดของกิจกรรมและนโยบายเปลี่ยนตามไปด้วย เช่น การเปลี่ยนโลโก้สินค้าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (CPOT) ที่เข้ามาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2558 ทำให้ต้องสร้างความเข้าใจต่อผู้ประกอบการและลูกค้าใหม่อีกครั้งอาจนำไปสู่ปัญหาการสับสนในตัวสินค้าได้และประเด็นการเปลี่ยนแปลงนโยบายโดยยกเลิกการจัดประกวดและให้รางวัลแก่ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (CPOT) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการและคาดหวังจะได้รับจากกระทรวงวัฒนธรรมเพื่อนำไปเป็นส่วนหนึ่งของการกระตุ้นคุณภาพของสินค้าได้

นอกจากนี้การจัดสรรงบประมาณจากส่วนกลางยังมีจำนวนน้อยส่งผลให้การดำเนินงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชไม่เป็นไปตามความคาดหวังและมุ่งหวังที่จะเป็น เช่น ต้องการจะอบรมพัฒนาผู้ประกอบการแยกตามประเภทและมีเนื้อหาครบถ้วนครอบคลุมแต่ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณเลยต้องจัดอบรมรวมกันทุกประเภทและมีระยะเวลาที่น้อย ทำให้องค์ความรู้ที่ผู้ประกอบการได้รับเลี่ยนน้อยตามไปด้วย ทั้งนี้แนวทางการดำเนินงานของส่วนกลางที่มอบหมายไปยังสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดส่วนใหญ่แล้วเป็นเพียงการพัฒนาผู้ประกอบการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่มีแนวทางสนับสนุนให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ และการตลาด อย่างเป็นรูปธรรมและจริงจัง

จากข้อมูลการวิเคราะห์ที่กลยุทธ์ (SWOT Analysis) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาสรุปและแสดงตามตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ที่กลยุทธ์ (SWOT Analysis) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิเคราะห์ที่กลยุทธ์ (SWOT Analysis)	
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. ทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและหลากหลาย	1. การส่งเสริมตลาดยังไม่มีให้เห็นเป็นรูปธรรม
2. มีเครือข่ายในการทำงานจำนวนมาก	2. การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ครอบคลุมและไม่เข้าถึงประชาชนอย่างทั่วถึง
3. ผู้บริหารระดับจังหวัดให้ความสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์	3. ไม่ทันสมัย และไม่เข้าถึงลูกค้าและนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย
	3. ขาดการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ
	4. จำนวนนักวิชาการวัฒนธรรมที่มีน้อยไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน
	5. นักวิชาการวัฒนธรรมไม่มีความใกล้ชิดกับชุมชน

 การวิเคราะห์กลยุทธ์ (SWOT Analysis)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. นโยบายระดับชาติและนโยบาย ส่วนกลาง (กระทรวงวัฒนธรรม) เอื้อต่อการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช	1. การเปลี่ยนผู้บริหารส่วนกลาง (กระทรวงวัฒนธรรม) ทำให้ รายละเอียดของกิจกรรมและนโยบาย เปลี่ยนตามไปด้วย
2. นักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่นๆ ให้ความ สนใจเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด นครศรีธรรมราชเป็นจำนวนมาก	2. การจัดสรรงบประมาณจากส่วนกลาง ยังมีจำนวนน้อย
	3. แนวทางการดำเนินงานของส่วนกลางที่ มอบหมายไปยังสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดไม่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และไม่ส่งเสริมด้านการ ประชาสัมพันธ์ และการตลาด อย่างเป็นรูปธรรมและจริงจัง

ที่มา : วิเคราะห์และสรุปโดยผู้วิจัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปสาระสำคัญของการออกแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ในครั้งนี้ มีที่มาจาก การที่ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นเครื่องมือและส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน แต่กลับมองเห็น ปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จัดขึ้นโดยกระทรวงวัฒนธรรมผ่าน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด อาทิ การดำเนินงานโครงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product of Thailand : CPOT) การดำเนินงานโครงการ บวร On Tour เป็นต้น โดยพบว่าการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังกล่าวมีการรับรู้ไม่กว้างขวาง และไม่เป็นที่รู้จัก ของคนหมู่มาก รวมถึงสินค้าและบริการของโครงการยังไม่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ประกอบกับ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งเป็นหน่วยงานที่ผู้วิจัยเลือกใช้เป็นกรณีศึกษาในการ ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ก็พบปัญหาข้างต้นเช่นกัน ด้วยเหตุนี้จึงสนใจศึกษาแนวทางการบริหารจัดการ ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช โดยกำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาบทบาทและสถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) เพื่อศึกษาทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราชเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 3) เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ (การวิเคราะห์จุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส, อุปสรรค) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบ การศึกษาค้นคว้าเพื่อหาผลสรุปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ประกอบด้วย แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดทัศนคติ และแนวคิดการวิเคราะห์กลยุทธ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบ การวิจัยโดยเลือกใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่จำเป็นต้องเก็บข้อมูล เชิงลึกทั้งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เพื่อให้มองเห็นและ ค้นพบเรื่องราว พลวัต วิธีการทำงานและกระบวนการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม รวมถึงการ ส่งเสริมให้พื้นที่ในจังหวัดนครศรีธรรมราชพัฒนาเป็นแหล่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ประกอบด้วย ผู้บริหารสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราช (วัฒนธรรมจังหวัด) ผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

(ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม และนักวิชาการวัฒนธรรม จำนวน 3 คน) ประธานหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงาน นครศรีธรรมราช และผู้ประกอบการสินค้าและบริการ จำนวน 3 คน หลังจากนั้นได้นำข้อมูลจากการ สัมภาษณ์ประกอบกับข้อมูลจากเอกสารต่างๆ มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการ วิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ถึงแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

5.2 สรุปและอภิปรายผลการศึกษาที่สำคัญ

จากการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ : กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปผลการศึกษาที่ สำคัญ ได้ดังนี้

5.2.1 บทบาทของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชในการบริหารจัดการทุน ทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สรุปได้ว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด นครศรีธรรมราชได้ดำเนินงานภายใต้นโยบาย 3 ระดับ

1) ระดับรัฐบาล ประกอบด้วย นโยบายประเทศไทย 4.0 โดยใช้แนวทางการส่งเสริม อุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่มีมูลค่าสูง 5F (อาหาร (Food) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) ผ้าไทยและ การออกแบบ (Fashion) มวยไทย (Fighting) และขับเคลื่อนเทศกาล ประเพณีสู่ระดับโลก (Festival)) ประกอบกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างขีดความสามารถ ในการแข่งขัน และยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้ง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในข้อที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนา ศักยภาพ ทุนมนุษย์ และข้อที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

2) ระดับกระทรวง ผ่านการดำเนินงานตามบทบาทที่ปรากฏในกฎกระทรวง แบ่งส่วน ราชการสำนักงานปลัดกระทรวงกระทรวงวัฒนธรรม พ.ศ. 2562 1) ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะตัวแทนของ กระทรวงในส่วนภูมิภาค รวมทั้งประสานและสนับสนุนงานด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมในเขต พื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด 2) ส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้และแหล่งเรียนรู้ด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัด 4) จัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการด้านศาสนา ศิลปะ และ วัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัดและกลุ่มจังหวัด และ 7) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงาน ของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย ประกอบกับยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม ในประเด็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

3) ระดับจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชรับนโยบายจาก ส่วนกลางข้างต้น มาปรับใช้สู่การปฏิบัติร่วมกับยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาจังหวัด ในข้อ 4 การพัฒนา คน ชุมชน และสังคมให้น่าอยู่ เข้มแข็ง มั่นคง ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และข้อ 6 การส่งเสริมศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม

5.2.2 สถานการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช พบประเด็นสำคัญจากการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1) ทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท สอดคล้องตามแนวคิดของ Throsby (2001) คือ 1) ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ ประกอบด้วย วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เครื่องถมเมืองนคร ผ้ายกเมืองนคร จักสานย่านลิเภา ขนมหินเส้นสด แกงไตปลา ขนมหินเทศกาลบุญสารทเดือนสิบ และ 2) ทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ ประกอบด้วย ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ ประเพณีบุญสารทเดือนสิบ ประเพณีแห่นางदान ประเพณีให้ทานไฟ ประเพณีชักพระ ประเพณีกวนข้าวยากู พิธีกรรมโนราโรงครุ การแสดงพื้นบ้านหนังตะลุง การแสดงพื้นบ้านมโนราห์ การแสดงพื้นบ้านเพลงบอก

2) การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม จากการศึกษาพบว่า การดำเนินงานในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญและโดดเด่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ และทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดผ่านการร่วมมือกันทั้งประชาชน ชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของสมบัติ เวชกามา (2552) ในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเชิงกลยุทธ์ 8C ดังนี้

C1 = มิติกลยุทธ์ที่ 1 : วัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ (Culture for Learnings) เช่น การส่งเสริมศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราชตำบลควนชะลิก

C2 = มิติกลยุทธ์ที่ 2 : การสร้างคุณค่าวัฒนธรรมสังคม (Culture Worthiness Establishment for Society) เช่น ดำเนินโครงการส่งเสริม สนับสนุน การอนุรักษ์ฟื้นฟู ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัด เพื่อให้อนุชนรุ่นหลังได้เรียนรู้และสืบทอด วัฒนธรรมท้องถิ่นต่อไป

C3 = มิติกลยุทธ์ที่ 3 : การเพิ่มมูลค่าวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ (Culture with added value for Economy) เช่น การอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบริการทางวัฒนธรรม ให้มีความคิดสร้างสรรค์ในงานศิลปะและเพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ทาง วัฒนธรรม และสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

C4 = มิติกลยุทธ์ที่ 4 : การสร้างเครือข่ายทางวัฒนธรรม (Culture for Network Establishment) เช่น การจัดโครงการสืบสานประเพณีบุญสารทเดือนสิบ ร่วมกับองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นทุกอำเภอ สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดนครศรีธรรมราช และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานนครศรีธรรมราช

C5 = มิติกลยุทธ์ที่ 5 : การพัฒนาองค์กรเพื่อวัฒนธรรม (Culture Organization Development) เช่น บุคลากรในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้เข้าร่วมฝึกอบรม การเรียนรู้ "อัตลักษณ์ชุมชนสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน" ภายใต้ Project - based Coaching

C6 = มิติกลยุทธ์ที่ 6 : ปรับปรุงนโยบายการบริหารจัดการงานวัฒนธรรมภาครัฐ (Culture work Management Policy Improvement) เช่น ดำเนินการจัดโครงการ ลานธรรม

ลานวิถีไทย เป็นการขับเคลื่อนงานมิติศาสนาและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการบูรณาการบ้าน วัด โรงเรียน นำมิติศาสนา และวัฒนธรรมให้ชุมชน สังคม ให้มีคุณธรรมด้วยการส่งเสริมการนำหลักธรรมทางศาสนาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

C7 = มิติกกลยุทธ์ที่ 7 : การสนับสนุนงบประมาณงานวัฒนธรรม (Culture work Budget Support) เช่น การสนับสนุนงบประมาณให้แก่ชุมชนคุณธรรมฯ ในการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์พระราชานำเพื่อชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน “บวร On Tour”

C8 = มิติกกลยุทธ์ที่ 8 : การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Culture for Tourism) เช่น โครงการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์พระราชานำเพื่อชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน “บวร On Tour”

ทั้งนี้ พบว่าจากกลยุทธ์ 8C ข้างต้นมีมิติกกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช อยู่ 2 มิตี คือ มิติกกลยุทธ์ที่ 3 : การเพิ่มมูลค่าวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจ (Culture with added value for Economy) และมิติกกลยุทธ์ที่ 8 : การท่องเที่ยววัฒนธรรม (Culture for Tourism)

5.2.3 สถานการณ์และแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

1) สถานการณ์การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2562-2564 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2 ประเภท แบ่งเป็น

- กิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ได้มีการอบรมพัฒนาศักยภาพเยาวชน/ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม “ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT)” ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่องที่ดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 จากนโยบายและงบประมาณของกระทรวงวัฒนธรรมและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของจังหวัดรวมทั้งการจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมของจังหวัดเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานดังกล่าว ซึ่งหลังจากการอบรมได้มีการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในจังหวัดนครศรีธรรมราช 5 ประเภท ประกอบด้วย 1. อาหาร 2. เครื่องดื่ม 3. ผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ 4. ของใช้ ของตกแต่ง และ 5. สมุนไพร และจัดระดับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทเป็นผลิตภัณฑ์ 1-5 ดาว รวมทั้งได้จัดส่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรและมีความโดดเด่นเข้าร่วมการประกวดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยในระดับประเทศจัดโดยสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม โดยคณะกรรมการประเมินและตัดสินการประกวดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย ประจำปี 2562 ได้พิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานของกระทรวงวัฒนธรรม ได้แก่ บาดิกข้าวลูกปัดหินสีอารยธรรมศรีวิชัย จากชุมชนคุณธรรมวัดดอนตรอ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

นอกจากนี้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังมีการนำผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยที่มีความโดดเด่นเข้าร่วมการจำหน่ายและสาธิตในงานหรือมหกรรมต่างๆ ที่กระทรวงวัฒนธรรมจัดขึ้น เช่น งานมหกรรมวัฒนธรรมรัตนโกสินทร์ ณ กรุงเทพมหานคร ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังคงดำเนินการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT) อย่างต่อเนื่อง โดยการได้รับจัดสรรงบประมาณจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมในการสำรวจและจัดบันทึกข้อมูลผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย และจัดส่งข้อมูลนี้ไปยังสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม รวมทั้งได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากงบประมาณยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด เพื่อจัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบเครื่องถม เครื่องเงิน และเครื่องประดับ อีกด้วย และในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 มีแผนการได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) จำนวน 1 รุ่น และจัดแสดงผลงานสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช (เครื่องประดับ/เครื่องถม ผ้า/เครื่องแต่งกาย และอาหาร) รวมทั้งกระทรวงวัฒนธรรมยังได้มอบหมายให้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย โดยดำเนินการสำรวจชุมชนคุณธรรม ชุมชนเครือข่ายทางวัฒนธรรม และผู้ประกอบการในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย เพื่อจัดส่งข้อมูลไปยังสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม จนในที่สุดผลิตภัณฑ์ผ้ายกเมืองนคร จากชุมชนคุณธรรมฯ บ้านตรอกแค และบาติกข้าว จากชุมชนคุณธรรมฯ วัดดอนตรอ ที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product of Thailand : CPOT) ประจำปี 2564 ของจังหวัดนครศรีธรรมราชจากกระทรวงวัฒนธรรม

- กิจกรรมที่ส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในปีงบประมาณ พ.ศ.

2562 ได้ดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านวังหอน กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านแหลมโฮมสเตย์ กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบ้านพรหมโลก กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนนครหัตถกรรมเครื่องถมเมืองนคร กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนศิลปะบ้านเขาปูน เป็นต้น ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้เริ่มการดำเนินโครงการสืบสาน รักษา ต่อยอดศาสตร์พระราชา สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนคุณธรรมฯ มาสร้างสรรค์ ตามนโยบายของกระทรวงวัฒนธรรม แบ่งเป็นการดำเนินการในระยะที่ 1 การสำรวจ คัดเลือกชุมชนคุณธรรมที่มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จำนวน 1 ชุมชน ซึ่งสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้คัดเลือกชุมชนคุณธรรมวัดพรหมโลก อำเภอพรหมคีรี แต่อย่างไรก็ตามในระยะแรกของการดำเนินงานนี้มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ และสังคมในวงกว้าง ประชาชนไม่สามารถ

ประกอบอาชีพได้ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่ต้องต้อนรับนักท่องเที่ยวจากภายนอก ทั้งนอกชุมชน ภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ทำให้ขาดรายได้ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมจึงได้สนับสนุนงบประมาณพัฒนาโครงการรวมทั้งเป็นการเยียวยาผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนคุณธรรมฯ ที่ได้รับผลกระทบด้วยในระยะที่ 2 ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรมอีกครั้ง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนของชุมชนที่เป็นเป้าหมายเดิมนั้นก็คือชุมชนคุณธรรม วัดพรหมโลก ระยะที่ 3 จัดกิจกรรมเปิดการท่องเที่ยวชุมชนคุณธรรมฯ ต้นแบบ (บวร On Tour) และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของผู้นำชุมชน ในการพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง อย่างยั่งยืน เพื่อให้ผู้นำชุมชนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำหลักการที่ถูกต้องจากชุมชนต้นแบบไปปรับใช้ในการ พัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน และเป็นการสร้างเครือข่าย การดำเนินงานอีกทางหนึ่งด้วย โดยมีชุมชนคุณธรรมฯ บวร On Tour ที่เป็นเจ้าภาพ คือ ชุมชนคุณธรรม วัดพรหมโลก และมีชุมชนคุณธรรมฯ บวร On Tour อื่นๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 11 ชุมชน รวมจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 36 คน (ชุมชนละ 3 คน) และในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้มีชุมชนคุณธรรมฯ ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม จากการจัดกิจกรรมในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รวมจำนวน 12 ชุมชน จึงได้เริ่ม ดำเนินงานโครงการสืบสาน รักษา ต่อยอดศาสตร์พระราชา สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” ในระยะที่ 4 โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม ในการจัดกิจกรรมประชุมแกนนำหลังบวรและผู้เกี่ยวข้องเพื่อสร้างการรับรู้แนวทางการพัฒนาต่อยอด ทุนทางวัฒนธรรม กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชุมชนคุณธรรมฯ “บวร On Tour” จำนวน 12 ชุมชน กิจกรรมจัดทำศูนย์เรียนรู้การพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์พระราชา การพัฒนาในชุมชน การจัดเก็บข้อมูลแบบสำรวจความพร้อมของชุมชนคุณธรรมฯ นอกจากนี้ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชยังได้รับจัดสรรงบประมาณจากสำนักงานปลัดกระทรวง วัฒนธรรมอีกครั้ง เพื่อดำเนินงานพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมตามรอยศาสตร์พระราชาเพื่อชุมชน เข้มแข็งอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” โดยให้เน้นการบูรณาการกับหน่วยงานทุกภาคส่วนในจังหวัด

จากข้อมูลสถานการณ์การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สอดคล้องตามหลักการแบ่ง ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตามที่ การดี เลียวไพโรจน์ และคณะ (2556) ได้อ้างถึง โดยจำแนกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยเป็น 4 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก ซึ่งพบว่าสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดำเนินการส่งเสริม การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในอุตสาหกรรมหลักที่ 1. มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) 2. ศิลปะ (Art) และ 4. สร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) แต่ขาดการส่งเสริมการ พัฒนาในอุตสาหกรรมหลักที่ 3. สื่อ (Media)

2) แนวทางการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่

ได้ดำเนินการส่งเสริมการสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบการเปิดศูนย์การเรียนรู้ในแต่ละอำเภอ และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการเรียนรู้แก่ชุมชนและนักเรียนเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) ที่พบว่าปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องมีการสร้างแหล่งเรียนรู้ พัฒนาพื้นที่สาธารณะรูปแบบต่างๆ ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของนิสวันต์ พิษณุดำรง (2553) ที่กล่าวว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนต้องเริ่มจากความรู้ความเข้าใจรากฐานทางวัฒนธรรม คำนึงถึงการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างรอบคอบ ต้องเข้าถึงและร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นด้วยความไวเนื้อเชื่อใจกัน

- การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ได้ดำเนินการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เน้นการจับตอบรมพัฒนาผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม และผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของพวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) ที่อธิบายว่าการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในอนาคต จะต้องสร้างความพร้อมให้กับคนเป็นสำคัญ และแนวคิดของภัทรจิต จุมพล กอชโซลี (2553) ที่พบว่าแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศสหราชอาณาจักร และประเทศอิตาลี ให้ความสำคัญอย่างสูงกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งเสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา (2553) ที่พบว่าการพัฒนาทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของแต่ละประเทศจะสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดต้องมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจหลักที่สำคัญเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามกลับพบว่าการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในส่วนของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชมีให้เห็นน้อยซึ่งขัดแย้งกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นการพัฒนาคนเป็นหัวใจสำคัญ

- การพัฒนาเทคโนโลยี

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชมีการส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ค่อนข้างน้อย ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดของพวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) ที่พบว่าหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ ความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนฐานขององค์ความรู้จากการเรียนรู้ และภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สั่งสมมา นำมาผสมผสานกับวัฒนธรรม แล้วนำมาผลิตเป็นสินค้า โดยการใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ (2553) ที่ยกตัวอย่างแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศอังกฤษที่ได้สนับสนุนนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ในสาขาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและศิลปะให้เข้ากับงานพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2553) ที่ได้เสนอแนวทางที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยโดยมองว่าการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นต้องการการผสมผสานที่ลงตัวพอดีของมรดกวัฒนธรรม ความรู้ วิชาการ ศิลปะ เทคโนโลยี นอกจากนี้ยังขัดแย้งกับงานวิจัยของธัชภรณ์ ศรีเมือง (2561) ที่พบว่า การนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างอัตลักษณ์ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องเพิ่มเทคโนโลยีดิจิทัล

การพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและเทคนิคต่างๆ ด้วย รวมถึงแนวคิดของ Richard Florida (อ้างอิงใน สมบัติ กุสุมาวาลี, 2558) ที่เสนอตัวแบบหรือสูตรสำเร็จ ของการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีเทคโนโลยีเป็นส่วนประกอบด้วย

- การสร้างเครือข่าย

ได้ดำเนินงานโดยการสร้างเครือข่ายในการร่วมบูรณาการการทำงานร่วมกันในการ ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายในจังหวัด ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ส่วนท้องถิ่น ชมรม ชุมชน และประชาชน เช่น สภาหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สภาอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด ชุมชนคุณธรรมในทุกอำเภอ หน่วยงานราชการที่เป็นสถานศึกษา ที่เกี่ยวเนื่องกับงานด้านศิลปะภายในจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2556) ที่พบว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจเนื่องจากความรู้และนวัตกรรม จะต้องสร้างงานและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนจากการมีเครือข่ายความร่วมมือ และสร้างการมีส่วนร่วมภายในชุมชน อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญธิชา มั่นคง (2560) ที่พบว่าการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อสร้างประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคมแก่ชุมชนและประชาชนนั้น ต้องเป็นความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่มีความสนใจสร้างผลิตภัณฑ์ ให้ร่วมกันคิดร่วมกันทำอย่างจริงจัง

- การส่งเสริมการตลาด

ดำเนินการโดยการเปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าในงานเทศกาล ประเพณี และเข้าไป ร่วมกิจกรรมที่จัดโดยหน่วยงานเครือข่าย เช่น นำสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมร่วมจำหน่ายใน ตลาดหน้าวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร ซึ่งจัดโดยสภาหอการค้าจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งการ นำสินค้าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทยที่โดดเด่นเข้าร่วมจำหน่ายและสาธิตในงานมหกรรมที่จัดโดย กระทรวงวัฒนธรรม ณ กรุงเทพมหานคร แต่ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะดำเนินการส่งเสริมการตลาด ด้วยตนเอง เช่น การขายออนไลน์ ไม่มีการดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยสำนักงาน วัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชแบบจริงจังและเป็นรูปธรรม ไม่มีการจัดโครงการอบรมด้าน การตลาดแก่ผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ขัดแย้งกับข้อค้นพบของ ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ (2553) ที่พบว่ารัฐบาลสิงคโปร์ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยการ สนับสนุนด้านการตลาดให้มีการส่งออกผลิตภัณฑ์ ด้วยการจัดให้มีการเจรจาการค้า การเจรจาร่วม ลงทุน รวมถึงนิสวันต์ พิชญ์ดำรง (2553) ที่พบว่าการต่อยอดสินค้าและบริการที่มาจากทุนวัฒนธรรม เป็นการศึกษาวิเคราะห์สินค้าเพื่อตั้งจุดเด่นด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่น่าสนใจมาปรับปรุง โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ ผ่านกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับสถานการณ์

- การประชาสัมพันธ์

ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานผ่านเครือข่าย อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช ในส่วนของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเองเป็นการ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ในวงแคบไม่ทั่วถึงกลุ่มลูกค้าอย่างกว้างขวางและทุกประเภท ส่วนใหญ่ เป็นการออกบูธจำหน่ายสินค้าตามงานมหกรรมหรือเทศกาลต่างๆ จัดทำป้ายตามชุมชนสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ตอบโจทย์การประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยและเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ขัดแย้งกับข้อค้นพบของเฉลิมพล แจ่มจันทร์ และคณะ (2556) ที่พบว่าการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้บนแนวคิด

สร้างสรรค์ประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้น เกิดจากกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ที่ดีทำให้ประเทศเกาหลีใต้เป็นที่รู้จักมากขึ้น สินค้าและบริการต่างๆ ก็ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง

- การจัดสรรงบประมาณของภาครัฐ

ได้รับงบประมาณจัดสรรเพื่อดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทั้งกระทรวงวัฒนธรรม เช่น ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : CPOT) ได้รับจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินงานพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน “บวร On Tour” และงบประมาณของจังหวัดนครศรีธรรมราชเอง เช่น ได้รับจัดสรรงบประมาณจากแผนงานบริหารจังหวัดและกลุ่มจังหวัดเพื่อจัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Product Of Thailand : CPOT) เป็นต้น และมีการนำงบประมาณส่วนนี้ลงไปสนับสนุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย และส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน สอดคล้องกับศักดิ์ชัย เกียรติวนาคินทร์ (2553) ที่พบแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศอังกฤษที่หน่วยงานรัฐส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านต่างๆ รวมทั้งการสนับสนุนเงินทุนด้วย

5.2.4 ทศนคติเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการศึกษาวิจัย สามารถสรุปได้ว่าทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานเห็นด้วยกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม แต่ในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานมีมุมมองที่แตกต่างกันโดยผู้บริหารมองว่าสิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จ คือ การสร้างการรับรู้แก่ชุมชนหรือผู้ประกอบการ ความตั้งใจของชุมชน และเป้าหมายของโครงการที่ชัดเจน ส่วนผู้ปฏิบัติงานมองว่าสิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จ คือ การพัฒนาบุคลากรโดยนำผู้ที่ประสบความสำเร็จแล้วมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงและทันสมัย การมีงบประมาณที่เพียงพอและต่อเนื่อง การทำงานร่วมกัน บูรณาการ และการมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ส่วนประเด็นด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานทั้งสองฝ่ายมีมุมมองทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกัน โดยที่มองเหมือนกันคือปัญหาและอุปสรรคเกิดจากการระบาดของโรคโควิด-19 นโยบายจากส่วนกลางที่ไม่ต่อเนื่องและเปลี่ยนแปลงบ่อย ปัญหาด้านงบประมาณที่น้อยและไม่ต่อเนื่อง และปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ และที่มองไม่เหมือนกันคือผู้ปฏิบัติงานมีมุมมองเพิ่มเติมว่าปัญหาเกิดจากนักวิชาการวัฒนธรรมไม่มีความใกล้ชิดกับชุมชน การไม่ใช้ความร่วมมือของผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการของชุมชนที่ไม่เป็นระบบ

5.2.5 การวิเคราะห์กลยุทธ์ (SWOT Analysis) เกี่ยวกับบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากการศึกษาวิจัย สามารถสรุปได้ว่าบทบาท สถานการณ์ และแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช มีจุดแข็ง (Strengths) คือ ทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและหลากหลาย มีเครือข่ายในการทำงานจำนวนมาก และผู้บริหารระดับจังหวัดให้ความสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จุดอ่อน (Weaknesses) คือ การส่งเสริมการตลาดยังไม่มีให้เห็นเป็นรูปธรรม การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ครอบคลุมและไม่เข้าถึงประชาชนอย่างทั่วถึง ไม่ทันสมัยและไม่เข้าถึงลูกค้าและนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย ขาดการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ จำนวนนักวิชาการวัฒนธรรมที่มีน้อยไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน รวมทั้งนักวิชาการวัฒนธรรมไม่มีความใกล้ชิดกับชุมชน โอกาส (Opportunities) คือ นโยบายระดับชาติและนโยบายส่วนกลาง (กระทรวงวัฒนธรรม) เอื้อต่อการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช และนักท่องเที่ยวจากจังหวัดอื่นๆ ให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจำนวนมาก อุปสรรค (Threats) คือ การเปลี่ยนผู้บริหารส่วนกลาง (กระทรวงวัฒนธรรม) ทำให้รายละเอียดของกิจกรรมและนโยบายเปลี่ยนตามไปด้วย การจัดสรรงบประมาณจากส่วนกลางยังมีจำนวนน้อย และแนวทางการดำเนินงานของส่วนกลางที่มอบหมายไปยังสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดไม่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมไม่ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดอย่างเป็นรูปธรรมและจริงจัง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.3 ข้อจำกัดและอุปสรรคของการทำวิจัย

การศึกษาวิจัยแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้ มีข้อจำกัดและอุปสรรคในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างมากเนื่องจากช่วงของการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ระลอกใหม่ขึ้น ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ เป็นเพียงการสัมภาษณ์ผ่านสื่อออนไลน์ไม่มีโอกาสสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า รวมทั้งส่งผลกระทบต่อการนัดหมายวัน เวลา ที่ทำได้ยากเนื่องจากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญบางท่านมีภาระหน้าที่งานที่เยอะ รวมทั้งมีปัญหาและอุปสรรคในการค้นคว้าเอกสารทางราชการของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถทำได้เพียงขอข้อมูลที่ต้องการและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราชจัดส่งให้ในรูปแบบไฟล์สำเนาเอกสารเท่านั้น ทั้งนี้ การให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญยังมีการสงวนท่าทีและมีการระมัดระวังการให้ข้อมูล หลีกเลี่ยงการให้ข้อมูลในเชิงลบ จึงทำให้ข้อมูลด้านข้อเสียหรือจุดด้อยในการดำเนินงานไม่สมบูรณ์

5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการสรุปผลการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษาสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษา และนำไปสู่ข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ควรมีการจัดโครงการหรือกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม เช่น การขายสินค้าออนไลน์ การสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า การเจรจาทางการค้า เทคนิคการจัดทำโปรโมชั่นสินค้า เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการมีองค์ความรู้ มีแนวทางการตลาดที่เหมาะสมกับสินค้าและบริการของตนเอง และเข้าไปสนับสนุนช่องทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการในหลากหลายรูปแบบเพื่อจะสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นแก่ผู้ประกอบการ

2) ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ครอบคลุม เข้าถึงกลุ่มคนได้หลากหลายผ่านเครือข่ายสังคมที่ได้รับความนิยม รวมทั้งสร้างการรับรู้และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ที่ทันสมัยแก่ผู้ประกอบการ เพื่อจะได้มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน

3) ควรส่งเสริมและสร้างการรับรู้แก่ผู้ประกอบการถึงความสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาสินค้าและบริการให้สามารถตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าและเป็นไปตามนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้สินค้ามีความร่วมสมัยและตอบโจทย์การใช้งานในยุคปัจจุบัน

4) ควรปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานจากการสั่งการเป็นการรับฟังความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติ ส่วนกลางควรรับฟังหน่วยงานส่วนภูมิภาค หน่วยงานส่วนภูมิภาคควรรับฟังความต้องการของเครือข่าย ชุมชน และผู้ประกอบการมากขึ้น เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ตรงตามความต้องการของเจ้าของทุนทางวัฒนธรรมและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายอันดีกับทุกภาคส่วนซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จ

5) ควรมีการวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งแผนระยะยาว และแผนระยะสั้น (แผนปฏิบัติการประจำปี) ให้ครอบคลุมการส่งเสริมพัฒนาในทุกด้านทั้งด้านที่เป็นจุดแข็งอยู่แล้ว และพัฒนาจุดอ่อนให้ดีขึ้น ทั้งคำนึงถึงสภาพแวดล้อมภายนอก รวมทั้งควรเป็นแผนที่จัดทำร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของทุนทางวัฒนธรรมที่แท้จริง และสามารถทำให้จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นพื้นที่แห่งการสร้างสรรค์และสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากทุนทางวัฒนธรรมได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

5.4.2 ข้อเสนอแนะเชิงพฤติกรรม

1) นักวิชาการวัฒนธรรมผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควรเข้าถึงชุมชนหรือเครือข่ายมากยิ่งขึ้นเพื่อความใกล้ชิดและสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจซึ่งจะมีผลต่อการยอมรับฟังข้อเสนอแนะที่หน่วยงานมีให้ผู้ประกอบการ

2) นักวิชาการวัฒนธรรมควรเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่ตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสามารถนำความรู้ที่มีมาใช้ในการให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

5.4.3 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1) ควรมีการดำเนินการวิจัยในลักษณะนี้ในทุกภาคของประเทศไทย เพราะความแตกต่างของบริบทแต่ละพื้นที่หรือความแตกต่างด้านความสามารถในการบริหารจัดการของภาครัฐ แต่ละพื้นที่อาจจะนำมาสู่คำตอบของการวิจัยที่แตกต่างกัน

2) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นเกี่ยวกับการจัดทำและวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมโดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะ ทั้งการวางแผนในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการบริหารจัดการเรื่องดังกล่าวให้กับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

3) การทำวิจัยในช่วงเกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือมีเหตุอันไม่สามารถลงพื้นที่ได้ ควรมีการเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์สื่อสารที่รองรับการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ และเตรียมตัวด้านการสื่อสารที่ต้องมีมากขึ้นเพื่อติดต่อกับการนัดหมายการสัมภาษณ์อย่างใกล้ชิดสม่ำเสมอเพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญครบตามจำนวนที่ตั้งเป้าหมายและทันเวลา

บรรณานุกรม

- เดือนเพ็ญ แบลิว. "ทัศนคติ ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (Csr) กับภาพลักษณ์ขององค์การเครือข่าย ซีเมนต์ไทย (Scg) ที่มีผลต่อกาตตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร." *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม, 2559.*
- เสาวรภย์ กุสุมา ณ อุษยา. "Creative Economy ทางเลือกใหม่ ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย." *วารสารนักบริหาร 30, no. 3 (2553): 23-28.*
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. "เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทู่นวัตกรรมและโอกาสทางธุรกิจ." *วารสารนักบริหาร 31, no. 1 (2554): 33.*
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. "ทูนวัตกรรมไทย สู่การสร้างสรรค์เศรษฐกิจ." *อุตสาหกรรมสาร 58, no. พฤศจิกายน-ธันวาคม 2559 (2559): 6.*
- กระทรวงวัฒนธรรม. *ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย 2562.* นนทบุรี: บริษัท พีคแมน จำกัด, 2562.
- . *ศิลปวัฒนธรรมไทย.* Edited by พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), 2557.
- กาญจนา มาส ขำนาญกิจ. "ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการสื่อสารแบบปากต่อปาก : กรณีศึกษาขององค์กรบริหารส่วนตำบลหลักช้าง อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา." *วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน 19, no. 1 (2555): 11.*
- การดี เลียวไพโรจน์ และคณะ. *เปิดกล่องความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์.* Edited by พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัท แอคทีฟ พริ้นท์ จำกัด, 2556.
- คณะกรรมการจัดทำมาตรฐานความโปร่งใสกรมเจ้าท่า. *แผนปฏิบัติการว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบของกรมเจ้าท่า ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562-2564, 2561.*
- ชนิดา กิ่งรุ่งเพชร. "ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในอินสตาแกรมสำหรับสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม กับการเปิดรับทัศนคติและพฤติกรรมตอบสนองของผู้บริโภค." *นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561.*
- ชลธิชา ดีเพ็ญ. "กลยุทธ์การจัดการธุรกิจหัตถกรรมจากไม้ของกลุ่มแม่บ้านเรือจำลองในตำบลแม่วิน อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่." *วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2557.*
- ชวดี โกศล. "การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย." *Journal of Administrative and Management 6, no. 2 (2561): 69.*
- ณัฐพร จาตุศรีพิทักษ์. "เศรษฐกิจสร้างสรรค์: จากความคิดสร้างสรรค์ สู่มูลค่าเศรษฐกิจ." 2562.
[https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/649014.](https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/649014)

จักรพันธ์ ศรีเมือง. "บทวิเคราะห์นวัตกรรมกับวัฒนธรรมไทยในศตวรรษที่ 21 : การสร้างนวัตกรรม ทูทางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์." การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 2 (4th TECHCON 2018 and 2nd ITECH 2018) "การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อเศรษฐกิจที่ยั่งยืน", วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม 2561.

นิสวันต์ พิชญ์ดำรง. "ทุนวัฒนธรรม...ขุมทรัพย์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์." วารสารเศรษฐกิจและสังคม 47, no. 4 (2553): 13-17.

บุษกร ทับทิม. "ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการปฏิบัติงานภายใต้ระบบ Six Sigma ของ พนักงานบริษัท ชัมซง อิเล็กโทร - แม็คคานิกส์ (ไทยแลนด์) จำกัด." บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.

ปรีชา นุ่นสุข. "ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของนครศรีธรรมราช." 2554.

<http://dspace.nstru.ac.th:8080/dspace/handle/123456789/400>.

พงษ์ธร เครือฟ้า. "การออกแบบเรขาคณิต สำหรับงานอีเวนต์โดยประยุกต์ใช้ทุนวัฒนธรรม กรณีศึกษา จังหวัดราชบุรี." ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2562.

พนิดา ศรีสว่าง. "การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ ชุดประเภทสายไฟรถยนต์ในประเทศไทยก่อนเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (Aec)." เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2558.

พวงแก้ว พรพิพัฒน์. "เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย." วารสารเศรษฐกิจและสังคม 47, no. 4 (2553): 6-11.

พิชญาวี คณะผล. "การศึกษาทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา : นักศึกษาและบุคลากรวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา จ.เพชรบูรณ์." วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2554.

พิริยะ ผลพิรุฬห์. "เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย." วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาสตรี 7, no. 1 (2556): 16.

ภัทรจิต จุมพล กอชโซล. "ถอดบทเรียนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากต่างประเทศ." วารสารเศรษฐกิจและสังคม 47, no. 4 (2553): 33.

ภารณ์ วัฒนา. "เศรษฐกิจสร้างสรรค์." วารสารเศรษฐกิจและสังคม 47, no. 4 (2553): 1.

มติชนออนไลน์. "จูนท์ เชื้อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขยายตัวต่อเนื่องตลาดโลก พร้อมแข่งขันรุนแรง ไทยคือผู้เล่นสำคัญ." 2562. https://www.matichon.co.th/economy/news_1725629.

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. ทุนวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก เล่มที่หนึ่ง กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน, 2546.

รัตนาภรณ์ มั่นศรีจันทร์. "ทัศนคติของประชาชนจังหวัดเพชรบุรีที่มีต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด เพชรบุรี : ศึกษาในห้วงเวลา ปี 2559." รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก, 2559.

วิทยา วาริรักษ์จุงกิจ. "กลยุทธ์การจัดการธุรกิจค้าส่งสูงบรรจุพร้อมมือสอง: กรณีศึกษา บริษัท ว.วิทยาวาสต์ภัณฑ์ จำกัด." *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา*, 2559.

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ *ทุนความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไฉไล, 2553.*

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *อัตลักษณ์ไทย ทุนความคิด ทุนสร้างสรรค์ ปทุมธานี, 2555.*

สมบัติ เวชกามา และคณะ. "กลยุทธ์การพัฒนาการบริหารจัดการงานวัฒนธรรมชุมชน : ศึกษากรณี จังหวัดอุดรธานี." *วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา 1, no. 2 (2552): 109.*

สมบัติ กุสุมาลี. *เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558.*

สำนักงานคลังจังหวัดนครศรีธรรมราช. "รายงานภาวะเศรษฐกิจ." 2563.

<https://www.cgd.go.th/cs/nrt/nrt/>.

สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม. 3 ปี แห่งการสืบสาน ส่งเสริม สร้างสรรค์วัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: บริษัท รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977) จำกัด, 2560.

———. *วัฒนธรรมสรรค์สร้าง เศรษฐกิจสร้างสรรค์.* กรุงเทพฯ: บริษัท รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977) จำกัด, 2562.

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช. "ผู้ตรวจราชการลงพื้นที่เยี่ยมชมและให้กำลังใจคณะทำงาน ณ ชุมชนคุณธรรมฯ." 2563. https://www.m-culture.go.th/nakhonsrithammarat/ewt_news.php?nid=653&filename=index.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). "มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาของประเทศไทย." 2562. <https://www.cea.or.th/th/single-statistic/creative-industry-value>.

———. "สัดส่วนมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งหมดต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gdp)." 2562.

<https://www.cea.or.th/statistic-creative-industry-gdp>.

สุกัญญา สุจฉายา. "เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการจัดการวัฒนธรรม." *วารสารไทยศึกษา 7, no. 2 (2555): 228.*

สุวรรณีย์ คำมั่น และคณะ. "ทุนทางสังคมกับการเพิ่มความมั่นคงของมนุษย์ " การประชุมวิชาการประจำปี 2546 เรื่อง ความมั่นคงของมนุษย์, โรงแรมแอมบาสซาเดอร์ ซิตี้ จอมเทียน ชลบุรี, 29-30 พฤศจิกายน 2546 2546.

อัญธิชา มั่นคง. "บทบาทของทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษาชุมชนในตำบลบ้านตู่ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา." *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย 12, no. 39 (2017): มกราคม - มีนาคม 2560 (2560): 99.*

อารีญา บุญทวี และคณะ. "แนวทางการพัฒนาศักยภาพทุนทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา." *Journal of Humanities and Social Sciences Review 20, no. 1 (2561): 67.*

อุทิศ ทาหอม และคณะ. "ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้าง การมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนบ้านตามา จังหวัดบุรีรัมย์." *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม 11, no. 2/2558 (2558): 47.*



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายเอกราช จันทร์กลับ
วัน เดือน ปี เกิด	1 มีนาคม 2535
สถานที่เกิด	นครศรีธรรมราช
วุฒิการศึกษา	รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
ที่อยู่ปัจจุบัน	99/1 หมู่ที่ 10 ตำบลฉลอง อำเภอสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY