

Research Article

การสำรวจศักยภาพของระบบนิเวศสร้างสรรค์ตามกรอบการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า:
กรณีศึกษาย่านสร้างสรรค์เมืองเก่า
The Potential Survey of Creative Ecosystem on a Framework of
Value Chain Development: A Case Study of Nan Old Town
Creative District

ฤทธิรงค์ จุฑาพฤตติกร¹
Rittirong Chutapruttikorn

Article History

Received: November 4, 2020
Revised: October 29, 2021
Accepted: November 10, 2021

บทคัดย่อ

เมืองเก่านานเคยเป็นย่านการค้าสำคัญของจังหวัด แต่เมื่อระบบการผลิตที่เป็นงานฝีมือถูกแทนที่ด้วยการผลิตแบบอุตสาหกรรม สินค้าสร้างสรรค์ในอดีตจึงลดจำนวนลง แนวคิดการพัฒนาย่านสร้างสรรค์จึงเป็นความพยายามหนึ่งที่จะฟื้นฟูศูนย์กลางพาณิชย์กรรมเก่าแก่แห่งนี้ให้กลับมามีบทบาททางเศรษฐกิจอีกครั้ง งานวิจัยนี้จึงทำการสำรวจศักยภาพของระบบนิเวศสร้างสรรค์ โดยประเมินจากสินทรัพย์ 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สถานที่ และคน ซึ่งจากการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อยกับเครือข่ายคนทำงานจากหลายภาคส่วน รวมถึงการทำแผนที่สินทรัพย์ของย่านพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่โดดเด่นที่สุด คือ กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น สิ่งทอ โดยย่านเมืองเก่านานนี้มีบทบาทหลักในการกระจายขายสินค้า แต่ขาดพื้นที่ส่งเสริมการคิดและผลิตสินค้าสร้างสรรค์ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของห่วงโซ่คุณค่าในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าดั้งเดิม จึงควรบรรจุการส่งเสริมให้เกิดสถานที่บ่มเพาะผู้ประกอบการสร้างสรรค์ และกิจกรรมที่สนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแผนการพัฒนาย่านด้วย

คำสำคัญ: ย่านสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จังหวัดน่าน ห่วงโซ่คุณค่า

¹ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
School of Architecture, Bangkok University, E-mail: rittirong.c@bu.ac.th

Abstract

“Nan Old Town” was recognized as a vital business district of its province for decades. However, the numbers of creative products were declined, when mode of production like craftsmanship was gradually replaced by an industrialized one. The concept of ‘creative district development’ is yet an attempt to revitalizing the economic role of this old commercial center. This research, therefore, explores the potential of creative ecosystems by assessing three assets: economy, place, and people. From interviews and focused-group discussions with networks of many sectors and mapping the district’s assets, it was found that fashion and textile industries are the most outstanding creative enterprise. This district plays a key role in product distribution, but it lacks spaces to encourage creative thinking and production activities. Both are key elements that are able to add more value to those traditional products. Creative incubation areas and activities that support creative industries should be promoted in the Nan’s district development plan.

Keywords: Creative District, Creative Industry, Nan Province, Value Chain (VC)

บทนำ

เมื่อน่านในอดีตเคยอยู่ภายใต้การปกครองของอาณาจักรล้านนาเป็นระยะเวลาอันยาวนานเกือบศตวรรษ จึงซึมซับศิลปวัฒนธรรมของล้านนามาผนวกไว้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ศาสนา ศิลปะ และสถาปัตยกรรม จนกลายเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญของน่านจวบจนทุกวันนี้ ย่านเมืองเก่าหรือบริเวณบ้านหัวเวียงใต้ เป็นพื้นที่ที่ผู้คนเข้ามาตั้งถิ่นฐานและกลายเป็นแหล่งการค้าที่สำคัญ เนื่องด้วยมีแม่น้ำน่านไหลผ่านทำให้เกิดความสะดวกสบายในการติดต่อค้าขาย พ่อค้าจากต่างอำเภอ เช่น ปัว ท่าวังผา หรือทุ่งช้าง ได้นำสินค้าบรรทุกใส่แพล่องมาตามลำน้ำเพื่อมาค้าขาย โดยมาเทียบท่าที่ท่าบ้านหน้าวัดหัวเวียงใต้ ที่นี้จึงกลายเป็นแหล่งรวมสินค้าหลากหลาย เช่น ผ้าทอพื้นเมือง สมุนไพร ยาของป่า พืชไร่ และเกลือ (Lerdanapipat & Thawepetch, 2015)

ทว่าการค้าขายในย่านนี้ได้ค่อยๆ ลดความสำคัญลง ร้านค้าเก่าแก่ทยอยเลือนหายไป รูปแบบของวิถีชีวิตของคนในย่านก็เปลี่ยนไปจากเดิมการสัญจรทางน้ำถูกแทนที่ด้วยถนนและรถยนต์ ปัญหาจราจรและการขาดแคลนพื้นที่จอดรถจึงกลายเป็นปัญหาใหม่ของย่าน ร้านค้าดั้งเดิมค่อยๆ ปรับเปลี่ยนเป็นตลาดสดและร้านค้าสำหรับปัจจัยสี่ทั่วไป สินค้าสร้างสรรค์ที่เคยเป็นจุดเด่นของย่านในอดีตก็ลดจำนวนลงอย่างเห็นได้ชัด เหลือเพียงผ้าทอพื้นเมือง เครื่องเงิน และเครื่องจักสาน เพียงไม่กี่ร้านค้าเท่านั้น (Creative Economy Agency, 2020)

ปัจจุบันหน่วยงานจากภาครัฐและชุมชนในพื้นที่พยายามที่จะฟื้นฟูย่านพาณิชย์กรรมเก่าแก่แห่งนี้ให้กลับมามีบทบาทและเป็นย่านที่มีชีวิตชีวาอีกครั้ง เช่น การสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ ถนนคนเดิน กาดกองน้อย ตลาดประชารัฐ ตลาดชุมชน รวมถึงการเข้าร่วมโครงการเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Thailand Creative District Network: TCDN) ภายใต้การดูแลของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (Creative Economy Agency: CEA) เพื่อเป้าหมายในการพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจภายใต้กรอบการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า ที่ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

การสนับสนุนให้คนในพื้นที่ขับเคลื่อนการพัฒนาของตนเองเริ่มจากสินทรัพย์ต่างๆ ที่มีอยู่อันจะประกอบกันเข้าเป็นระบบนิเวศของการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นสินทรัพย์ที่จับต้องได้ เช่น สถาปัตยกรรม อาคาร สถานที่ โบราณสถาน ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ทักษะท้องถิ่นศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆ ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยภายในย่านให้ดีขึ้น ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นการจ้างงานหรือการสร้างธุรกิจใหม่ รวมถึงการผลักดันให้ธุรกิจจากภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เดิมเติบโตในรูปแบบที่ยั่งยืนซึ่งรากเหง้าวัฒนธรรมของย่านที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น การส่งเสริมให้สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้น

จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องผลักดันกระบวนการจัดการอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน เพื่อนำเอาภาคประชาชน หน่วยงานรัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เข้ามาร่วมออกแบบแผนการทำงานที่นำทางสู่การขับเคลื่อนย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้พัฒนาเดินหน้าต่อไปในอนาคต (Yongvikul et al., 2019)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. สำรวจศักยภาพของระบบนิเวศย่านสร้างสรรค์เมืองเก่า น่าน
2. ศึกษาแนวทางการส่งเสริมย่านภายใต้กรอบการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถระบุอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดั้งเดิมที่มีศักยภาพในการส่งเสริมต่อยอดเพื่อเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลักของพื้นที่
2. สามารถประเมินศักยภาพของระบบนิเวศสร้างสรรค์ในพื้นที่ ทั้งด้านความพร้อมต่อการพัฒนาทางกายภาพ ปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น และความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการผลักดันให้เมืองเก่า น่านเป็นย่านสร้างสรรค์
3. สามารถกำหนดแผนการพัฒนาย่านสร้างสรรค์เมืองเก่า น่านที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และส่งเสริมอุตสาหกรรมในท้องถิ่นให้ตอบรับกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ได้

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ย่านสร้างสรรค์

ย่านสร้างสรรค์ คือ พื้นที่เปิดที่พร้อมเชื้อเชิญให้คนกลุ่มใหม่ๆ ย้ายเข้ามาทำงาน และอาศัยอยู่โดยเชื่อมโยงทุนของสังคมท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราววัฒนธรรมผู้คน และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดั้งเดิมของย่าน เพื่อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นย่านสร้างสรรค์ใหม่ (Harvey, 2001; Zukin, 1989; Zukin & Braslow, 2011) ย่านสร้างสรรค์จึงควรเป็นแหล่งรวมวัตถุดิบทางวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์จากงานสร้างสรรค์ เป็นพื้นที่ที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดใหม่ๆ ที่มุ่งสร้างความมั่งคั่ง

และส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยไม่สนใจเพียงการดึงดูดกลุ่มคนสร้างสรรค์ใหม่ๆ ให้เข้ามาในพื้นที่เท่านั้น แต่ย่านสร้างสรรค์จะต้องช่วยฟื้นฟูย่าน กระตุ้นและผลักดันการแก้ปัญหาชุมชน ความยากจน และคุณภาพชีวิต รวมถึงการเปิดโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสอื่นๆ ที่อยู่ร่วมสังคมเดียวกันอีกด้วย (AuthentiCity, 2008; Bureau of International Cooperation Ministry of Education Thailand, n.d.)

UNESCO ได้กำหนดงานสร้างสรรค์ไว้ 7 ประเภท ได้แก่ 1) งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน 2) งานออกแบบ 3) ภาพยนตร์ 4) การทำอาหาร 5) วรรณกรรม 6) ศิลปะสื่อผสม และ 7) ดนตรี (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO, 2018) อย่างไรก็ตาม การวางแผนการพัฒนาส่งเสริมย่านภายใต้กรอบการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ควรเริ่มต้นจากการสำรวจสินทรัพย์สำคัญต่างๆ ภายในพื้นที่ย่านก่อน ตามแนวคิดของระบบนิเวศย่านสร้างสรรค์ เพื่อการประเมินศักยภาพของระบบนิเวศย่านสร้างสรรค์เมืองเก่า น่านว่ามีพร้อมมากน้อยเพียงใด อย่างไร รวมถึงต้องกำหนด ส่งเสริม และผลักดันในประเด็นใดก่อนและหลัง อันจะนำไปสู่แผนและรูปแบบการพัฒนาที่ชัดเจนในลำดับถัดๆ ไป

2. ระบบนิเวศของย่านสร้างสรรค์

ระบบนิเวศสร้างสรรค์ คือ สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมที่ส่งเสริมการเติบโต และพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ-สังคมโดยมีพื้นฐานมาจากสินทรัพย์งานสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบไปด้วยสามองค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) เศรษฐกิจ: อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 2) สถานที่: พื้นที่สร้างสรรค์ และ 3) คน: ปัญญาสร้างสรรค์ (INTELI, 2011)

เศรษฐกิจ: อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ หมายถึง บริษัทและองค์กรที่อยู่ในภาคสร้างสรรค์ ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องยนต์ในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นแกนหลักของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากความสามารถพิเศษ และทักษะส่วนบุคคล รวมถึงเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีศักยภาพนำไปสู่การสร้างงานและรายได้ (Bednár & Danko, 2020; Florida, 2002)

สถานที่: พื้นที่สร้างสรรค์ หมายถึง พื้นที่และเวลาที่ใช้สำหรับการคิดทดลองการผลิตและจำหน่ายผลงานสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรม ซึ่งการมีพื้นที่สร้างสรรค์จะสามารถดึงดูดทุน ทรัพยากร และคน ให้เข้าร่วมในกระบวนการสร้างงานสร้างสรรค์ได้ พื้นที่สร้างสรรค์ประกอบไปด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ในด้านกายภาพจะหมายถึง อาคารและสถานที่สำหรับบริการสนับสนุนต่างๆ ที่เป็นพื้นฐานในการพัฒนาคุณภาพของบรรยากาศและกิจกรรมสร้างสรรค์ พื้นที่สร้างสรรค์คุณภาพดีจะช่วยเพิ่มความความคิดสร้างสรรค์ได้ (Davies, Haywood, & Howe, 2004) นอกจากนั้นแล้ว ยังช่วยส่งเสริมให้เกิดความเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างความไว้วางใจให้กับทุกคนที่เข้ามาเป็นเครือข่าย (Marques & Richards, 2014)

คน: ปัญญาสร้างสรรค์ หมายถึง คนที่มีทักษะทางศิลปะ และความสามารถส่วนตัวที่หล่อเลี้ยงงานสร้างสรรค์ ซึ่งควรจะมีการส่งเสริมให้คนเหล่านั้นมีจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งสององค์ประกอบนี้จะนำไปสู่ธุรกิจนวัตกรรมย่าน หรือเมืองที่มีทุนทางมนุษย์สูง การเติบโตทางเศรษฐกิจและการสร้างนวัตกรรมก็จะประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น (Bednář & Danko, 2020) คนสร้างสรรค์ไม่ได้หมายถึง คนที่จบการศึกษาในระบบแต่หมายถึงใครก็ตามที่สามารถสร้างแนวคิดใหม่ เทคโนโลยีใหม่ และเนื้อหาสร้างสรรค์ใหม่ๆ ได้

“เพราะในความหลากหลายของย่านจะทำให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ได้ประโยชน์จากความหลากหลายของความรู้ (การคิดสร้างสรรค์) ความสามารถและทักษะ (การผลิต) และในขณะที่เดียวกัน ความหลากหลายจะเป็นแม่เหล็กดึงดูดผู้ประกอบการนักลงทุนและก่อเกิดนวัตกรรมได้ (การขาย)”

โครงสร้างพื้นฐานจึงควรสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคิด ผลิต ขาย ให้เกิดขึ้นในย่าน ซึ่งย่านที่มีองค์ประกอบทั้ง 3 ครบถ้วนย่อมผลักดันให้ไปสู่ความเป็นย่านสร้างสรรค์ได้โดยง่าย

อย่างไรก็ตาม ย่านแต่ละย่านอาจไม่ได้มีองค์ประกอบครบทั้ง 3 ด้าน ตัวอย่างเช่น พื้นที่ที่ขาดองค์ประกอบการ “คิด” อาจจะต้องผลักดันให้เกิดกิจกรรมการบ่มเพาะ การออกแบบสร้างสรรค์ การจัดเวทีนำเสนอผลงาน และสินค้า หรือการประกวดแนวคิดต่างๆ บนฐานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในพื้นที่เอง กิจกรรมเหล่านี้จะช่วย

การสำรวจระบบนิเวศย่านสร้างสรรค์เมืองเก่ามานาน ได้กำหนดเป้าหมายในการศึกษาถึงความพร้อมและความสมบูรณ์ของสินทรัพย์เดิมที่ย่านมีอยู่ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ เช่น กลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เดิม ด้านสถานที่ เช่น พื้นที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในพื้นที่ และด้านคน เช่น คนทำงานสร้างสรรค์และเครือข่ายกลุ่มคนที่ทำงานพัฒนาชุมชน การประเมินศักยภาพในแต่ละด้านเหล่านี้จะช่วยในการวางแผนในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของย่านต่อไป

3. ห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือ กระบวนการคิด ผลิต และขาย ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องมือเสริมแกร่งให้ผู้ประกอบการเติบโตได้อย่างครบวงจร (Mengi, 2015) การส่งเสริมผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใดๆ ควรจะต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อห่วงโซ่คุณค่า เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งทั้งกระบวนการคิด การผลิต และการขาย ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้นๆ พร้อมทั้งเอื้อให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดั้งเดิมได้ประโยชน์จากการพัฒนานั้นด้วย

ความหลากหลายทั้งด้านรูปแบบทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งของการก่อให้เกิดห่วงโซ่คุณค่า Punson (2019) ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ไว้ว่า

ให้เกิดการแลกเปลี่ยนพูดคุยและปฏิสัมพันธ์ ซึ่งอาจจะเกิดในพื้นที่ทั้งอย่างเป็นทางการ เช่น สถานศึกษา ศูนย์ ออกแบบศูนย์บ่มเพาะ และอาคารแสดงนิทรรศการ และไม่เป็นทางการ เช่น ร้านกาแฟ พื้นที่ทำงานร่วมกัน (co-working space) และสวนสาธารณะ (Bednář & Danko, 2020)

สำหรับองค์ประกอบการ “ผลิต” อาจเริ่มต้นจากการค้นหาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นของดีของเด่นในท้องถิ่น เพื่อนำมาขัดเกลาให้เกิดมูลค่าเพิ่ม หรืออาจมุ่งเป้าในการสร้างสินค้าหรือบริการสร้างสรรค์ใหม่ๆ โดย

พื้นที่ที่สามารถส่งเสริมการผลิต ได้แก่ กิจกรรมประเภท โรงงาน และสถานที่เก็บและขนส่งสินค้า ทั้งนี้ ในการผลักดันให้บรรลุทั้งสองประเด็นดังกล่าวได้นั้น การเชื่อมโยงกับความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง และสำหรับองค์ประกอบการ “ขาย” นั้น จะหมายถึง กิจกรรมพาณิชย์กรรมประเภทต่างๆ ที่จะช่วยกระจาย สินค้าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายในย่านให้คนทั่วไป สามารถรับรู้และเข้าถึงง่ายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ตลาด ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า อาคารแสดงสินค้า และเทศกาล ต่างๆ (Mengi, 2015)

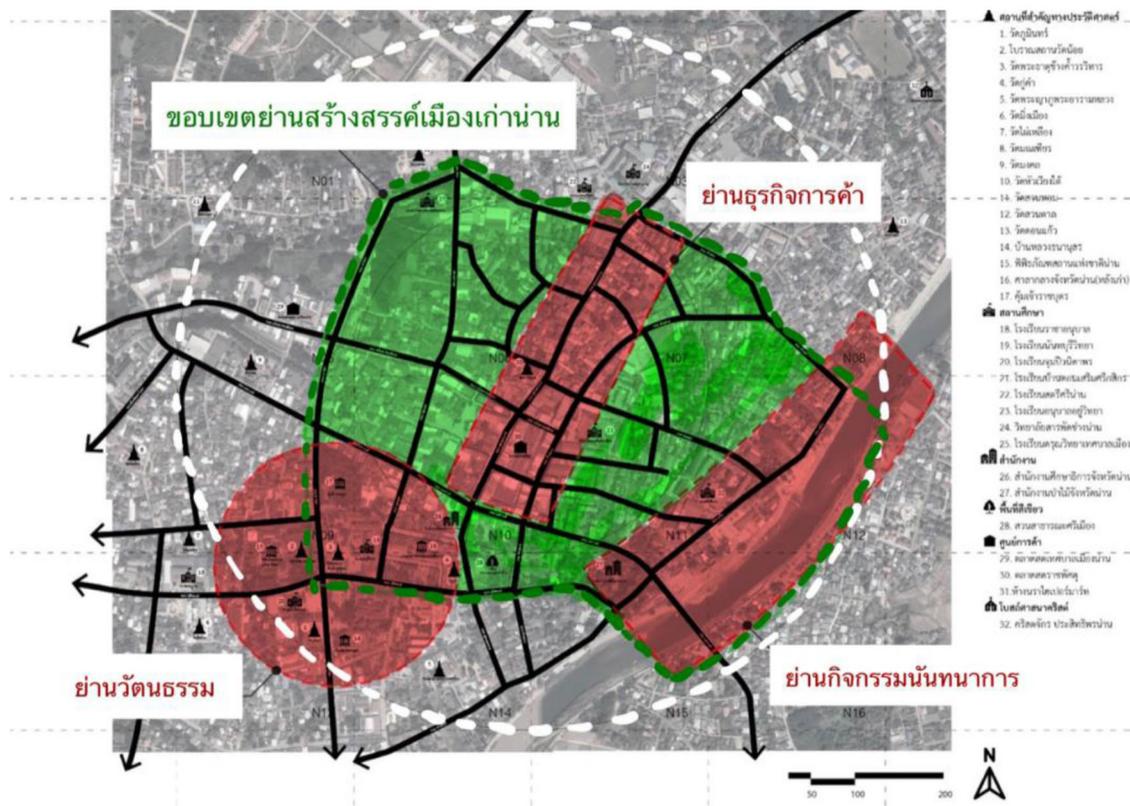
จะเห็นได้ว่าทั้ง 3 องค์ประกอบ คือ “คิด ผลิต ขาย” นั้นเป็นวงจรที่เกี่ยวพันกันเป็นห่วงโซ่ และเป็นห่วงโซ่ที่

มีคุณค่าต่ออุตสาหกรรมและย่าน ทั้งในแง่การส่งเสริม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และคุณภาพชีวิตของย่านสร้างสรรค์นั้นๆ ซึ่งรายละเอียดขององค์ประกอบทั้ง 3 ที่ระบุ ข้างต้นนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมย่าน ภายใต้กรอบการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าได้

คำถามการวิจัย

ย่านสร้างสรรค์เมืองเก่ามีศักยภาพในการ พัฒนาให้เป็นย่านสร้างสรรค์มากขึ้นเพียงใด

ระเบียบวิธีการวิจัย



ภาพที่ 1 ขอบเขตย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เมืองเก่า
ที่มา: Creative Economy Agency (2020)

การศึกษาค้นคว้านี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีขอบเขตเชิงพื้นที่ คือ บริเวณพื้นที่เมืองเก่าที่น่าจะเป็นพื้นที่เป้าหมาย ซึ่งครอบคลุมขนาดพื้นที่ประมาณ 1.6 ตารางกิโลเมตร (ภายในเส้นประวงกลมในภาพที่ 1) โดยแบ่งออกเป็น 3 พื้นที่ตามลักษณะการใช้พื้นที่ของเมือง คือ ย่านธุรกิจ ย่านวัฒนธรรม และย่านกิจกรรมนันทนาการ

1. วิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าของระบบนิเวศย่านสร้างสรรค์และค้นหาแนวทางการพัฒนาย่านได้ใช้วิธีการ 3 วิธีการหลัก คือ

1.1 ทำแผนที่สำรวจศักยภาพทางเศรษฐกิจ เพื่อวิเคราะห์ความพร้อมทางเศรษฐกิจตามกรอบพัฒนาคิดผลิตภัณฑ์ ขยาย โดยการเดินเท้าสำรวจ และระบุตำแหน่งสินทรัพย์ที่สำคัญ 2 กลุ่มตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ คือ

1) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ การตลาดและการโฆษณาสถาปัตยกรรมศิลปะและหัตถกรรมงานออกแบบกราฟิกและแฟชั่นสิ่งทอ ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ หอศิลป์ และดนตรีและการแสดง (Mayor of London, 2019)

2) กลุ่มธุรกิจที่สนับสนุนการทำงานและกลุ่มธุรกิจบริการ ได้แก่ ร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า ร้านกาแฟ ร้านเสริมสวย และสถานบันเทิง

1.2 ทำแผนที่แสดงศักยภาพด้านกายภาพของย่านเพื่อวิเคราะห์คุณภาพของพื้นที่โดยใช้การเดินเท้าสำรวจ 3 กลุ่มตัวชี้วัดด้านสถานที่ คือ

1) การใช้ประโยชน์ที่ดิน เช่น ที่ดินสาธารณะ ที่ดินเอกชน และที่ดินรกร้าง

2) ประเภทอาคาร เช่น อาคารพักอาศัยอาคารที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ อาคารสำคัญทางประวัติศาสตร์ศาสนสถาน และสถานศึกษาพื้นที่สาธารณะ

3) สิ่งอำนวยความสะดวก หรือระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้าส่องสว่าง ระบบขนส่งสาธารณะ พื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ และพื้นที่สีเขียว และการสัญจรทางเท้า

1.3 การสัมภาษณ์และจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในย่าน 5 กลุ่ม โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคือ ผู้ที่เข้าร่วมแต่ละคนต้องเป็นตัวแทนขององค์กรในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาย่านในแง่ต่างๆ เช่น เป็น

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายในย่าน เป็นปราชญ์หรือนักการศึกษาที่ทำงานเกี่ยวข้องกับงานสร้างสรรค์ และเป็นผู้อาศัยในขอบเขตที่ศึกษา เพื่อมาร่วมประเมินศักยภาพและร่วมวางแผนพัฒนาย่านประกอบด้วย

1) ภาครัฐ จำนวน 8 คน ได้แก่ ตัวแทนจากเทศบาลเมืองน่า สำนักงานพาณิชย์จังหวัดน่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดน่า และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดน่า

2) ภาคการศึกษา จำนวน 6 คน ได้แก่ อาจารย์มหาวิทยาลัย และปราชญ์ในพื้นที่

3) ภาคเอกชน จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าต่างๆ ริมถนนสมุนเทวราช และถนนอนันตวรฤทธิเดช

4) ภาคประชาชน จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้อาศัยภายในย่าน และผู้จำหน่ายสินค้าในถนนคนเดิน

5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำนวน 10 คน ได้แก่ ตัวแทนของกลุ่มผ้าทอ เครื่องเงิน และอาหารพื้นบ้าน

ผลการวิจัย

1. ผลจากการสำรวจศักยภาพของระบบนิเวศย่านสร้างสรรค์เมืองเก่าที่น่าตามสินทรัพย์ 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สถานที่ และคน มีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

1.1 สินทรัพย์เชิงเศรษฐกิจ

1.1.1 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีความโดดเด่นมากในย่านนี้ ประกอบด้วย

- กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่นสิ่งทอ พบมากที่สุดถึงร้อยละ 38.96 ได้แก่ ผ้าทอพื้นเมือง ชุดเสื้อผ้าพื้นเมือง และเครื่องเงิน

- กลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล/ธุรกิจซอฟต์แวร์ ร้อยละ 20.78

- กลุ่มหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน ร้อยละ 15.58 ได้แก่ สิ่งพิมพ์อักษรตัวเมือง ตุ้งไส้หมู กระสวยดอกไม้ ผลิตภัณฑ์จักสาน และพลุดอกไม้ไฟ

- กลุ่มการแพทย์แผนไทยและสปา ร้อยละ 11.96

- กลุ่มอาหาร ร้อยละ 7.79 ได้แก่ อาหารไทย ขนมพื้นเมือง และอาหารแปรรูปจากวัตถุดิบท้องถิ่น

1.1.2 กลุ่มธุรกิจที่สนับสนุนการทำงานและกลุ่มธุรกิจบริการที่พบมากที่สุด ได้แก่ ร้านค้าปลีกท้องถิ่นและร้านสะดวกซื้อ พบรวมกันร้อยละ 19.41 ร้านอาหาร ร้านกาแฟ และร้านขนม พบรวมกันร้อยละ 23.18 และร้านเสริมสวย ร้อยละ 2.43

อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบสัดส่วนระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และกลุ่มธุรกิจสนับสนุน พบว่ามีสัดส่วน 17.19 ต่อ 82.81 ดังนั้น หากต้องการผลักดันย่านเมืองเก่ามาเป็นย่านสร้างสรรค์ ต้องเร่งสนับสนุนการเพิ่มจำนวนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

1.2 สินทรัพย์เชิงสถานที่

1.2.1 การใช้ประโยชน์ที่ดิน พบว่า ในพื้นที่สำรวจส่วนใหญ่จะถูกใช้เป็นที่พักอาศัยมากถึงร้อยละ 82.00 พื้นที่ที่เหลือจะใช้เพื่อการพาณิชย์ สวนสาธารณะและลานกิจกรรม พื้นที่ทางประวัติศาสตร์และวัด และมีอาคารร้างที่ไม่ได้ใช้งานร้อยละ 1.30

1.2.2 ประเภทอาคารจากจำนวนอาคารทั้งหมด 1,814 อาคารที่สำรวจ พบว่า มีอาคารพักอาศัยหลากหลายประเภท จำนวน 1,481 อาคาร อาคารที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ จำนวน 297 อาคาร และอาคารสำคัญทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน และสถานศึกษา จำนวน 24 อาคาร

1.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกหรือระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการพื้นฐาน พบว่า ในพื้นที่สำรวจมีระบบขนส่งสาธารณะของย่านเพียง 2 จุดใหญ่ การสัญจรทางเท้าที่มีทางเท้ากว้างระหว่าง 1.80-2.00 เมตรมี 6 เส้นทาง ทางเท้าที่กว้างระหว่าง 1.20-1.80 เมตรมี 13 เส้นทาง และทางเท้าที่แคบกว่า 1.20 เมตรมี 6 เส้นทาง สำหรับพื้นที่สีเขียวและพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจที่เป็นสาธารณะจะพบน้อยและกระจุกตัวบริเวณริมแม่น้ำ และระบบไฟฟ้าส่องสว่างมีกระจายอยู่ทั่วทุกเส้นถนนหลัก

1.3 สินทรัพย์ด้านคนหรือเชิงเครือข่ายในย่าน

ย่านมีความพร้อมด้านเครือข่ายการทำงานพัฒนาอยู่ในระดับสูง เนื่องด้วยมีการทำงานร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วนมาในระยะเวลาที่มากพอที่จะทำให้เกิดความไว้วางใจ ความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดี นอกจากนี้ ย่านยังมีการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจอย่างชัดเจน ทั้งแผนจากสำนักงานจังหวัดและ

หน่วยงานในพื้นที่เครือข่ายที่ประกอบกันขึ้นเป็นคณะกรรมการย่าน ประกอบไปด้วย

1.3.1 ประธานคณะกรรมการ ซึ่งรับหน้าที่โดยรองผู้ว่าราชการจังหวัดน่าน

1.3.2 คณะกรรมการส่วนภาครัฐส่วนกลาง เช่น พาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัดน่าน พัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน และโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดน่าน

1.3.3 ภาครัฐที่ทำงานเชิงพื้นที่ เช่น เทศบาลเมืองน่าน และสำนักพื้นที่พิเศษ 6

1.3.4 ภาคการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านน่าน

1.3.5 ภาคเอกชน เช่น ผู้ประกอบการ หจก. พรันมีเดีย จำกัด และบริษัท ริสาสินีกรุ๊ป จำกัด

1.3.6 ภาคประชาชน เช่น คณะทำงานภาคบ้านกอน้อย ประชาธิปไตย และคณะทำงานภาคบ้านเก่าหัวเวียงใต้

1.3.7 ภาคกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น กลุ่มผู้ค้าในย่าน อาทิ กลุ่มผู้จำหน่ายหัตถกรรมพื้นบ้าน กลุ่มผู้จำหน่ายผ้าทอพื้นเมือง และกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมของย่าน

จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ย่านมีการรวมกลุ่มของคนทำงานสร้างสรรค์ที่หลากหลาย เข้มแข็ง และมีอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มชัดเจน

2. ผลจากการศึกษาแนวทางการส่งเสริมย่านภายใต้กรอบการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า เมื่อพิจารณาข้อมูลที่สำรวจและการจัดทำการประชุมกลุ่มแล้วพบว่า ย่านควรมีการส่งเสริมในแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 การคิด พบว่า กิจกรรมและพื้นที่ที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์นั้นมีน้อย ภายในพื้นที่ย่านมีพื้นที่ที่เป็นสถาบันการศึกษา จำนวน 11 แห่ง ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษา และการศึกษาแบบอาชีวศึกษา และไม่มีระดับอุดมศึกษา สำหรับกิจกรรมการส่งเสริมให้เกิดการบ่มเพาะนักออกแบบ หรือการประกวดผลงานออกแบบสร้างสรรค์ โดยเฉพาะกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เดิมนั้นมีจัดขึ้นเฉลี่ยปีละ 1 กิจกรรม เช่น กิจกรรมการประกวดออกแบบตราสัญลักษณ์ “น่าน : เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านสร้างสรรค์” ที่จัด

ขึ้นในปี 2563 ส่วนพื้นที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์มี พบบ้าง เช่น ห้องสมุดประชาชนจังหวัดน่าน ห้องสมุด บ้านๆ นานๆ ที่เป็นทั้งร้านกาแฟ เกสต์เฮาส์ และร้านอาหารของเอกชน การเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์จึงเป็น ประเด็นที่ควรส่งเสริมผลักดันเป็นลำดับแรกๆ

2.2 การผลิต พบว่า ในพื้นที่ศึกษามีสินค้าในหมวด อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 57 ธุรกิจ จะมีเพียงกลุ่มแปรรูป อาหารเท่านั้นที่แหล่งผลิตและแหล่งขายโดยจะอยู่ใน สถานที่เดียวกันซึ่งพบเพียง 4 ร้าน สำหรับสินค้าแฟชั่น และสิ่งทอ รวมถึงหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านซึ่งมี จำนวนรวมกัน 19 ธุรกิจ โดยไม่พบแหล่งผลิตในย่าน จึงพอที่จะสรุปได้ว่าภายในย่านไม่ใช่แหล่งผลิตสินค้า สร้างสรรค์หลัก ดังนั้น การส่งเสริมให้เกิดการผลิต ภายในย่านในรูปแบบสินค้าสร้างสรรค์ที่ต่อยอดจาก สินค้าดั้งเดิมเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าดั้งเดิม จะช่วย สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าสร้างสรรค์ที่ผลิตจาก ภายนอกย่านได้เป็นอย่างดี

2.3 การขาย พบว่า ร้านค้าภายในย่านนี้ส่วนใหญ่ เป็นร้านขายสินค้า เนื่องจากเป็นย่านพาณิชยกรรมเก่าแก่ จึงเป็นแหล่งรวมร้านค้าที่หลากหลายมาตั้งแต่ในอดีต ซึ่งเมื่อรวมจำนวนของกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย ไม่ว่าจะเป็กลุ่มร้านค้าปลีก ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ และ กลุ่มธุรกิจสนับสนุนที่สำรวจพบจะมีมากถึง 370 ธุรกิจ นอกจากนั้นแล้ว การจัดกิจกรรมในย่านทั้งหมด พบว่า เน้นกิจกรรมและพื้นที่ส่งเสริมการขายเป็นสำคัญ เช่น ช่วงเมืองานาน ภาคช่วงเมือ และถนนคนเดินน่าน ซึ่ง โดยส่วนใหญ่จะถูกใช้เป็สถานที่ให้คนในชุมชนมาออก ร้านจำหน่ายสินค้าและอาหารพื้นเมือง สรุปได้ว่าย่าน มีความแข็งแรงด้านการขายอย่างชัดเจน ดังนั้น การมี สินค้าสร้างสรรค์ที่หลากหลายมากขึ้นจะเป็นทางเลือก ของธุรกิจและสินค้าที่จะช่วยเพิ่มความมีชีวิตชีวาและ ดึงดูดให้คนเข้ามาในย่านเพิ่มมากขึ้น

การอภิปรายผล

1. ประเด็นท้าทายที่ต้องผลักดันในระบบนิเวศ ย่านสร้างสรรค์เมืองเก่า

Chunarom (2001) กล่าวว่า การพัฒนาย่านให้ เป็นย่านสร้างสรรค์นั้น สัดส่วนจำนวนธุรกิจที่เกี่ยวกับ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อธุรกิจทั้งหมดของย่านนั้น

ควรอยู่ที่ 30:70 แต่จากการสำรวจศักยภาพของระบบ นิเวศในย่านเมืองเก่า น่าน พบว่า กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีเพียงร้อยละ 17.19 ดังนั้น การ ส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17.19 ให้ถึงร้อยละ 30.00 จึงเป็น ประเด็นท้าทายที่ต้องกำหนดให้เป็นเป้าหมายหลักใน ขั้นตอนการพัฒนา

สำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีความโดดเด่น ศักยภาพ และเอกลักษณ์เฉพาะ คือ กลุ่มอุตสาหกรรม แฟชั่นสิ่งทอ ซึ่งนอกจากจะพบมากที่สุดแล้ว กลุ่มธุรกิจนี้ ยังเกี่ยวโยงกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และ สะท้อนทักษะของคนน่าน อันจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม การจ้างงาน และรายได้ที่ยั่งยืนได้ (Bednář & Danko, 2020; Florida, 2002) โดยมีการนำลวดลายผ้าทอ เช่น ผ้าทอลายน้ำไหล ลายดาวล้อมเดือน ลายน้ำไหลหยดน้ำ มาเคลือคลายและประยุกต์ใช้กับงานสร้างสรรค์อื่นๆ ที่สะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะของจังหวัดน่านในหลากหลาย ผลิตภัณฑ์

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ประกอบการแฟชั่นและสิ่งทอ ยังไม่มีการรวมกันเป็นเครือข่ายที่ชัดเจน และส่วนใหญ่ ยังเป็นผู้ประกอบการรุ่นเก่า โดยย่านยังขาดการส่งเสริม กลุ่มคนรุ่นใหม่ให้มาใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่ม มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจำเป็นต้องดำเนินการจัด กิจกรรมให้คนรุ่นใหม่ได้มีโอกาสนำเสนอความคิดต่อยอด จากสินทรัพย์สำคัญเดิม รวมถึงการออกแบบพื้นที่ที่ ส่งเสริมให้เกิดการคิด การแลกเปลี่ยน และปฏิสัมพันธ์ กันระหว่างคนในพื้นที่และคนนอกพื้นที่ที่จะนำมาสู่ ความคิดสร้างสรรค์และการต่อยอดทางธุรกิจ ดังนั้น จะต้องผลักดันให้เกิดความต้องการพื้นที่อำนวยความสะดวกในการคิด ผลิต แสดงออก ตลอดจนสนับสนุน และเผยแพร่กิจกรรมการบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ให้มากขึ้น (Davies et al., 2004)

นอกจากนั้นแล้ว ภายในย่านยังต้องการบริการขนส่ง สาธารณะที่ทั่วถึง แม้ว่าในปัจจุบัน ย่านจะมีรถบริการ สาธารณะให้บริการตามช่วงเวลา แต่ไม่บ่อยและไม่ สะดวกในการเดินทาง โดยชาวเมือนิยมใช้ยานพาหนะ ส่วนบุคคลมากกว่า สำหรับทางเดินเท้าที่เชื่อมต่อนานที่ สำคัญ แม้ว่าจะมีคุณภาพของทางเดินเท้าอยู่ในระดับดี และมีความปลอดภัยสูง แต่ขาดร่มเงาของต้นไม้ที่จะ

สร้างความน่าเดินและความร่มรื่นให้กับทางเดินเท้า ดังนั้น การส่งเสริมให้ย่านมีทางเดินได้สะดวกและน่าเดินจะสามารถช่วยให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนและร้านค้าซึ่งส่งเสริมทั้งเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น และการแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี (Chunarom, 2001)

2. การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า

เมื่อใช้กรอบการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเรื่องการคิด การผลิต และการขาย มาเป็นกรอบวิเคราะห์ จะพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นและสิ่งทอภายในย่านจะเป็นเพียงแหล่งรวมของการขายเป็นหลัก โดยยังขาดแผนที่ชัดเจนในการผลักดันกิจกรรมที่ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการต่อยอดให้เกิดสินค้าใหม่ๆ และกิจกรรมทางด้านการพัฒนางานต้นแบบและลงมือผลิต สินค้าจึงยังคงเป็นสินค้าในแบบดั้งเดิม ซึ่งส่วนใหญ่ส่วนนั้นมักจะถูกคิดออกแบบและผลิตจากภายนอก ย่าน ย่านเมืองเก่าแห่งนี้จึงมีบทบาทเพียงพื้นที่รับสินค้าเพื่อมาจัดจำหน่ายจากแหล่งอื่นๆ ทั่วจังหวัดน่าน เช่น จากย่านผ้าทอบ่อสวก บ้านหลวง บ้านหนองบัว เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การขาดแคลนแหล่งผลิตสินค้าสร้างสรรค์ในพื้นที่ที่สามารถถูกทดแทนได้โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายเข้ากับแหล่งผลิตภายนอกย่านได้ หากแต่แหล่งผลิตภายนอกเหล่านี้ยังคงมุ่งเน้นการผลิตในรูปแบบสิ่งทอพื้นเมืองดั้งเดิม ซึ่งแม้จะมีคุณค่าสูงมากในตัวเอง แต่ก็อาจจะยังไม่สามารถขยายฐานการขายออกไปให้กว้างมากพอที่จะรองรับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ได้

ย่านเมืองเก่าแห่งนี้มีบทบาทเป็นศูนย์รวมพาณิชยกรรมของเมืองมาอย่างยาวนานจึงมีข้อได้เปรียบในแง่การขายเป็นอย่างมาก หากมีการส่งเสริมกิจกรรมบ่มเพาะนักออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดมากขึ้น จะเป็นโอกาสในการเพิ่มศักยภาพของบุคคล เพิ่มโอกาสทางอาชีพ เพิ่มสินค้าสร้างสรรค์ และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าดั้งเดิมได้ นอกจากนี้แล้ว การผลักดันให้เกิดสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น ศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการสร้างสรรค์ และพื้นที่ทำงานร่วมกัน ก็จะมีส่วนช่วยสนับสนุนธุรกิจภายในย่านให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าที่ครบวงจรอันจะนำมาสู่ความยั่งยืนมากยิ่งขึ้นได้ (Bednář & Danko, 2020; Mengi, 2015)

สรุปผลการวิจัย

จังหวัดน่านได้มีการเตรียมความพร้อมในการเข้าร่วมการประเมินในการเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ The UNESCO Creative Cities Network (UCCN) ในปี พ.ศ. 2563 ประเภทเมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านสร้างสรรค์ (Wannaprom, 2020) ด้วยพื้นที่ย่านนี้ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่หลากหลาย จึงมีความพร้อมสูงในการพัฒนาต่อยอดสู่ความเป็นย่านสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมทางแฟชั่นและสิ่งทอที่ควรส่งเสริมให้เป็นอุตสาหกรรมมุ่งเน้นพัฒนาและเพิ่มมูลค่า โดยที่ยังมีอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ส่งเสริมได้เช่นกัน เช่น หัตถกรรมเครื่องเงิน และอุตสาหกรรมอาหารพื้นถิ่น หากแต่ภายในย่านต้องส่งเสริมให้เกิดพื้นที่สำหรับการคิดสร้างสรรค์ และการผลิตสินค้าหรือธุรกิจสร้างสรรค์ต่อยอดจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เดิมที่ ยังคงเป็นภาพแทนศิลปะ และวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของน่าน ซึ่งกิจกรรมสร้างสรรค์เหล่านี้จะเป็นการเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ได้มากขึ้น นอกจากนั้นแล้ว พื้นที่บ่มเพาะนักคิดสร้างสรรค์ยังช่วยทำหน้าที่ในการดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่สนใจจากเหง้าท้องถิ่น ให้เข้ามาร่วมพัฒนาทั้งธุรกิจและพื้นที่ให้ยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ในการพัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เมืองเก่าแห่งนี้จะต้องกำหนดแผนการพัฒนาและเป้าหมายของแต่ละขั้นตอนให้ชัดเจน จนนำไปสู่การกำหนดกิจกรรมต่างๆ ขึ้น ซึ่งสามารถระบุเป็นข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

1. การจัดตั้งคณะกรรมการและทำงานพัฒนาย่าน โดยยึดโยงกับเครือข่ายการทำงานที่แข็งแกร่งเดิม ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคธุรกิจการค้า ภาคการศึกษา ภาคประชาชน และชุมชนภายในย่าน เพื่อเป็นกลุ่มขับเคลื่อนการพัฒนา

2. ระดมความคิดเห็นอย่างมีส่วนร่วมจากทุกกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยนำเสนอแนวทางการพัฒนาย่านสร้างสรรค์จากการศึกษามาเป็นแผนตั้งต้นในการหารือถึงการกำหนดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมบ่มเพาะผู้ประกอบการสร้างสรรค์ และการผลักดันให้เกิดพื้นที่สนับสนุนกิจกรรมดังกล่าวขึ้น โดยมีเป้าหมายการสร้างการรับรู้ถึงความเป็นย่าน

สร้างสรรค์เมืองเก่านานในระดับจังหวัดและระดับประเทศต่อไป

3. การวางแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการในการพัฒนาย่านสร้างสรรค์ในระยะยาว ตามกรอบการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมให้จำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นให้ถึงร้อยละ 30.00 ที่ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดจากรากฐานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดั้งเดิมที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดน่าน

4. ดำเนินกิจกรรมที่สนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายในย่าน เช่น การจัดกิจกรรม “การประกวดและนิทรรศการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ย่านสร้างสรรค์เมืองเก่านาน” ซึ่งเป็นกิจกรรมการเรียนรู้อัตลักษณ์วิถีชีวิต และวัฒนธรรม รวมถึงการดึงคนสร้างสรรค์มาเข้าร่วมคิดต่อยอดอุตสาหกรรมหัตถกรรมแฟชั่นและสิ่งทอ เพื่อสานต่อเอกลักษณ์เฉพาะตัวของย่านให้โดดเด่นและยั่งยืนมากขึ้น

บรรณานุกรม

AuthentiCity. (2008). *Creative city: Planning framework a supporting document to the agenda for prosperity: Prospectus for a great city*. Toronto, USA: AuthentiCity.

Bednář, P., & Danko, L. (2020). Coworking spaces as a driver of the post-fordist city: A tool for building a creative ecosystem. *European Spatial Research and Policy*, 27(1), 105-125.

Bureau of International Cooperation Ministry of Education Thailand. (n.d.). *Khrōngkān khruākhaī muāng sāngsan khōng ‘ongkān yūnētō* [UNESCO creative cities network - UCCN]. Retrieved August 1, 2021, from <https://bic.moe.go.th/index.php/unesco-others-menu/unesco-menu/uccn-8-7-2562>

Chunarom, S. (2001). *Nāo-thāng kān-phat-thana phun-thī sāngsan: Kō-jānī suk-sā khōng-kān R.C.A.* [Development guideline for creative space: Case study R.C.A.] (Master's thesis, Thammasat University).

Creative Economy Agency. (2020). *Rāi-gān sarup phu-bō-ri-hān khōng-kān khruākhaī yān sēt-thakit sāngsan prathet Thai yān sēt-thakit sāngsan muāng kao Nān chāng-wat Nān* [Executive report: Thailand creative district network (TCDN) Nan old town creative district]. Bangkok: Creative Economy Agency.

Davies, D., Haywood, S., & Howe, A. (2004). Building a creative ecosystem: The young designers on location project. *International Journal of Art and Design Education*, 23(3), 278-289.

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, NY: Basic Books.

Harvey, D. (2001). *The art of rent: Globalization and the commodification of culture* (1st ed.). New York: Routledge.

INTELI. (2011). *Creative-based strategies in small and medium-sized cities: Guidelines for local authorities*. Portugal: Óbidos Municipality.

Lerdanpipat, S., & Thawepetch, P. (2015). *Nāo-thāng kān-phat-thana kāi-yaphāp khōng chumchon hua wiāng tai phān krabūankān mī-sūan rūam khōng sangkhom* [Guidelines for physical development of Hua Wiang Tai community through the social participatory process]. *Built Environment Inquiry Journal Faculty of Architecture Khon Kaen University*, 14(2), 113-126.

Marques, L., & Richards, G. W. (2014). *Creative districts around the world celebrating the 500th anniversary of Bairro Alto*. Breda: NHTV University of Applied Sciences.

Mayor of London. (2019). *Creative supply chains study*. London: Greater London Authority.

- Mengi, O. (2015). *Evaluation of creative industry clusters through the ecosystem approach: Investigation of wedding wear sector in Izmir* (Doctoral dissertation, Izmir Institute of Technology).
- Punson, B. (2019). *Næōthāng sanapsanun hai yān čharœnkrung pen sūnklāng khit - phalit – khāi‘utsāhakam sāngsan phān khroṅkān wāng læ čat phangmūāng rūām Krung Thēp Maha Nakhōn* [The guiding framework for developing Charoenkrung to become the creative industry hub through Bangkok comprehensive plan] (Master’s thesis, Thammasat University).
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2018). *UNESCO creative cities programme for sustainable development*. Paris, France: The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Wannaprom, P. (2020). Prakuat ‘ōk bæp trā sanyalak “ Nān: mūāng hæng hatthakam læ sinlapa phūnbān sāngsan [Logo design contest “Nan: the city of creative crafts and folk art”]. Retrieved August 1, 2021, from <http://contestwar.com/contest/15210>
- Yongvikul, M., Hrimpranee, S., Mitpakdee, P., Chokchainirand, S., Ruchirat, V., & Sawanpitak, N. (2019). *CEA outlook creative economy prospects: Thailand’s craft industry*. Bangkok: CEA Creative Economy Agency (Public Organization).
- Zukin, S. (1989). *Loft living: Culture and capital in urban change* (2nd ed.). Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Zukin, S., & Braslow, L. (2011). The life cycle of New York’s creative districts: Reflections on the unanticipated consequences of unplanned cultural zones. *City Culture and Society*, 2(3), 131-140.