

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง การสื่อสารผ่าน เว็บ 2.0 เพื่อส่งเสริมทุนสร้างสรรค์ ใน <http://www.exteen.com> และ <http://www.bloggang.com> มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะการสื่อสารเพื่อแสดงออกของทุนสร้างสรรค์ผ่านเว็บ 2.0 ของผู้ประกอบการทางความคิดสร้างสรรค์ชาวไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในการต่อยอดทุนสร้างสรรค์ผ่านการสื่อสารในเว็บ 2.0
3. เพื่อศึกษาการตระหนักถึงประเด็นเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาในการนำเสนอผลงานความคิดสร้างสรรค์บนเว็บไซต์ และแนวทางในการป้องกันแนวทางการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ประกอบการทางความคิดสร้างสรรค์ชาวไทยที่สื่อสารผ่านเว็บ 2.0

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และใช้การวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis ผู้วิจัยได้ศึกษาอย่างเฉพาะเจาะจงกับผู้ประกอบการทางความคิดสร้างสรรค์ที่สื่อสารผ่านบล็อกของ <http://www.exteen.com> และ <http://www.Bloggang.com>

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2552 ถึงเมษายน 2553 และสามารถนำเสนอออกมาได้ 2 ส่วนคือ ส่วนของการวิเคราะห์เว็บไซต์ และส่วนของกรณีศึกษาจำนวน 6 กรณี เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการแสดงออกของทุนสร้างสรรค์ผ่านเว็บ 2.0 ซึ่งสามารถที่จะสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การสื่อสารผ่าน เว็บ 2.0 เพื่อส่งเสริมทุนสร้างสรรค์ ใน <http://www.exteen.com> และ <http://www.bloggang.com> ผู้วิจัยได้สรุปผลของการวิจัย โดยตอบคำถามของคำถามวิจัยทั้ง 3 ข้อได้ดังนี้

1. การสื่อสารเพื่อแสดงออกของทุนสร้างสรรค์ผ่านเว็บ 2.0 ของ ผู้ประกอบการทางความคิดสร้างสรรค์ชาวไทย มีลักษณะการสื่อสารที่สำคัญที่สุด 3 ลักษณะคือ

### 1.1 การประชาสัมพันธ์

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเลือกใช้การประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนของข่าวสารและทุนสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข่าวสารหรือผลงานของตนได้

### 1.2 การแสดงและจัดเก็บผลงาน

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาได้รับประโยชน์จากการใช้พื้นที่ส่วนตัวทางอินเทอร์เน็ตในการเก็บรวบรวมผลงานของตนเอาไว้

### 1.3 การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทักษะคิด รวมถึงประสบการณ์ส่วนตัว

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษามีการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ กับผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ

2. ปัจจัยซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในการต่อยอดทุนสร้างสรรค์ผ่านการสื่อสารในเว็บ 2.0 นั้นมีอยู่ 2 ปัจจัยคือ

#### 2.1 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

เป็นปัจจัยที่มาจากลักษณะทางเทคโนโลยีของเว็บ 2.0 ที่เอื้อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเพื่อใช้ในการต่อยอดทุนสร้างสรรค์

#### 2.2 ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบเครือข่ายชุมชนออนไลน์ชุมชนออนไลน์

การสื่อสารนั้นจะเป็นการสื่อสารแบบเครือข่ายชุมชนออนไลน์ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ทั้งจากการแสดงความคิดเห็น การสนทนาผ่าน Chat box รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ทุนสร้างสรรค์ให้กับผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ

3. ในประเด็นเกี่ยวกับการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาในการนำเสนอผลงานความคิดสร้างสรรค์บนเว็บไซต์นั้น สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาครั้งหนึ่งมีการตระหนักถึงการใช้กฎหมายลิขสิทธิ์และสัญญาครีเอทีฟคอมมอนส์ ส่วนที่เหลือนั้นทราบว่ามีความหมายที่ช่วยป้องกันการละเมิด แต่ไม่ทราบว่ากฎหมายนั้นเข้ามาช่วยเหลือได้อย่างไร สำหรับแนวทางการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญานั้น ผู้ประกอบการที่ศึกษาที่ใช้บล็อก Exteen ทั้งหมดมีการใช้อनुสัญญาครีเอทีฟคอมมอนส์ ส่วนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ใช้บล็อก Bloggang เลือกใช้การบอก credit และการทำลายน้ำ ายในบล็อกเพื่อระบุถึงความเป็นเจ้าของผลงานของตน

## 5.2 ลักษณะเบื้องต้นของผู้ประกอบการทางความคิดสร้างสรรค์

ตารางที่ 15 แสดงข้อมูลเบื้องต้นของผู้ประกอบการทางความคิดสร้างสรรค์

ชื่อ	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	บล็อก	ประเภทของทุนฯ	อาชีพ
น้องปิ้ง	หญิง	22	ปริญญาตรี	Exteen	งานออกแบบ	Graphic designer
ภู	ชาย	26	ปริญญาตรี	Exteen	งานเขียน	นักเขียน / วาดการ์ตูน
ตุ้ย	ชาย	27	ปริญญาตรี	Exteen	หนังสือ	ผู้กำกับหนังสืออิสระ
พี่แต้ว	หญิง	29	ปริญญาตรี	Bloggang	งานออกแบบ	Graphic designer
คุณพิรพล	ชาย	38	ปริญญาตรี	Bloggang	งานเขียน	จิตแพทย์
แนฟ	ชาย	26	ปริญญาโท	Bloggang	หนังสือ	-

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษา พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาทั้ง 6 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 2 คน และเพศชายจำนวน 4 คน มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี ทั้งหมด 5 คน และมีอายุ 31 - 40 ปี 1 คน มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี 5 คน และระดับปริญญาโท 1 คน ประเภทของทุนสร้างสรรค์ที่นำมาแสดงออกบนเว็บ 2.0 แบ่งได้เป็น ทุนทางด้านงานออกแบบ จำนวน 2 คน ทุนด้านงานเขียน จำนวน 2 คน และทุนที่เป็นหนังสือ จำนวน 2 คน

ทั้งนี้สามารถจำแนกออกได้ตามบล็อกที่เลือกเก็บข้อมูลได้ 2 บล็อกคือ Exteen และ Bloggang ซึ่งสามารถแบ่งได้บล็อกละ 3 คน ในส่วนของการแสดงออกของทุนสร้างสรรค์นั้น สามารถจำแนกออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ ประเภทงานออกแบบ งานเขียน และหนังสือ ซึ่งแต่ละประเภทของทุนสร้างสรรค์นั้นจะมีตัวแทนผู้ประกอบการทางความคิดสร้างสรรค์อยู่ประเภทละ 2 คน โดยแบ่งตามบล็อกบล็อกละ 1 คน สำหรับการประกอบอาชีพนั้น มี 4 คนที่ประกอบอาชีพหรือทำงานที่เกี่ยวข้องกับทุนสร้างสรรค์ของตนที่นำมาแสดงบนเว็บ 2.0

## 5.3 ลักษณะการสื่อสารผ่านบล็อกเพื่อส่งเสริมทุนสร้างสรรค์

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาทั้ง 6 คนนั้นต่างก็มีการใช้บล็อกเพื่อแสดงออกและส่งเสริมทุนสร้างสรรค์แตกต่างกันออกไป แต่ต่างก็มีจุดประสงค์คล้ายคลึงกันคือเพื่อต้องการนำเสนอผลงานของตนผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต และบล็อกก็สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้ ทั้งในด้านของการนำเสนอและเผยแพร่ผลงาน เป็นช่องทางในการติดต่อกับผู้อื่น การ

แสดงความคิดเห็นกับบทความหรือข่าวสารต่าง ๆ รวมไปถึงการได้รับสังคมภายในบล็อก ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาทั้ง 6 คน สามารถแสดงการสื่อสารภายในบล็อก เพื่อแสดงออกและส่งเสริมทุนสร้างสรรค์ได้ดังนี้

ตารางที่ 16 แสดงลักษณะการสื่อสารภายในบล็อกเพื่อส่งเสริมทุนสร้างสรรค์

ลักษณะการสื่อสารภายในบล็อก	ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษา
1. แสดง จัดเก็บ และเผยแพร่ผลงาน	6
2. ประชาสัมพันธ์	5
3. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทัศนคติ	5
4. สร้างชุมชนออนไลน์ <sup>3</sup>	2
5. ขายผลงาน	1

จากตารางพบว่าการสื่อสารภายในบล็อกเพื่อส่งเสริมทุนสร้างสรรค์นั้น ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาทั้ง 6 คน เลือกใช้บล็อกเพื่อแสดง จัดเก็บและเผยแพร่ผลงานหรือทุนสร้างสรรค์ของตน การสื่อสารที่รองลงมาคือการใช้บล็อกเพื่อเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทัศนคติของตน รวมทั้งใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ทุนสร้างสรรค์ ซึ่งทั้ง 2 ลักษณะนี้มีผู้เลือกสื่อสารทั้งหมดร้อยละ 5 คน นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารเพื่อสร้างชุมชนออนไลน์ จำนวน 2 คน ส่วนการใช้พื้นที่ภายในบล็อกเพื่อขายผลงาน มีผู้เลือกสื่อสารเพียง 1 คน

#### 1. แสดง จัดเก็บและเผยแพร่ผลงาน

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาได้ใช้พื้นที่บล็อกในดาร์จัดเก็บและเผยแพร่ผลงานซึ่งบล็อกเปิดโอกาสให้เผยแพร่ข้อมูลทั้งที่เป็นตัวหนังสือ รูปแบบของรูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหวได้เช่นกัน อีกทั้งยังมีระบบการจัดเก็บที่ผู้ใช้สามารถกำหนดได้เอง

#### 2. ประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์เน้นในจุดที่ต้องการนำเสนอซึ่งก็คือทุนสร้างสรรค์ของตน เพื่อให้ผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ สามารถเลือกเข้าไปดูยังส่วนนั้นได้ ทั้งนี้ควรจะเน้นจุดที่จะประชาสัมพันธ์ให้มีความโดดเด่นมากกว่าส่วนอื่น ๆ ซึ่งผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษานั้นมักเลือกใช้การทำ Banner รูปภาพ มากกว่าการขึ้นข้อความประชาสัมพันธ์

#### 3. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทัศนคติ

<sup>3</sup> ชุมชนออนไลน์ หมายถึง ชุมชนของผู้ที่มีความสนใจร่วมกัน ในประเด็นหรือเรื่องเกี่ยวกับทุนสร้างสรรค์ที่นำเสนอผ่านบล็อก

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาสามารถแลกเปลี่ยนทั้งข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติ รวมถึงประสบการณ์ส่วนตัวได้ ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาสามารถสื่อสารกับผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ ได้จากการแสดงความคิดเห็นเช่นกัน

#### 4. สร้างชุมชนออนไลน์

บล็อกเอื้อประโยชน์ต่อการสร้างกลุ่มชุมชนขนาดย่อม ส่วนใหญ่แล้วมักเกิดจากความสนใจสนใจร่วมกัน ในประเด็นเกี่ยวกับทุนสร้างสรรค์ที่นำเสนอผ่านบล็อก หรือพูดคุยทั้งเรื่องงานและเรื่องทั่ว ๆ ไป โดยมีการสื่อสารกันผ่านการได้รับฟังความคิดเห็น หรือ Chat box ทั้งนี้การเกิดขึ้นของกลุ่มชุมชนออนไลน์ยังเป็นการเกิดขึ้นของกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาด้วยเช่นกัน

#### 5. ขายผลงาน

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาสามารถนำสินค้าหรือผลงานที่ผ่านการต่อยอดมาวางขายผ่านบล็อกได้ โดยต้องเป็นไปตามกติกาที่ทางบล็อกกำหนดไว้

### 5.6 การสื่อสารผ่านบล็อก Exteen และ Bloggang เพื่อสร้างทุนสร้างสรรค์

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษามีการสื่อสารผ่าน Exteen และ Bloggang โดยสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงประโยชน์จากการใช้บล็อก

ประโยชน์จากการใช้บล็อก	Exteen	Bloggang	รวม
1. ได้รู้จักเพื่อนและสังคมที่มีความชอบในด้านเดียวกันมากขึ้น	3	3	6
2. เป็นพื้นที่ที่สามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็น	1	3	4
3. ได้พื้นที่เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผลงาน	3		3
4. ได้พื้นที่ที่ใช้แสดงและจัดเก็บผลงาน	2		2
5. ได้พื้นที่ในการบอกเล่าเรื่องราวและประสบการณ์ส่วนตัว		2	2
6. ได้ใช้พื้นที่ส่วนตัวซึ่งพัฒนามาจากเว็บบอร์ด Pantip ที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้		2	2
7. ตรวจสอบความนิยมได้	1	1	2

จากตารางพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาที่ใช้บริการบล็อก Exteen และ Bloggang นั้นได้รับประโยชน์จากการใช้บล็อกดังกล่าวจำนวน 7 ข้อด้วยกัน โดยที่ทั้ง 6 คนได้รับประโยชน์ตรงกันมากที่สุดคือ ได้รู้จักเพื่อนและสังคมที่มีความชอบในด้านเดียวกันมากขึ้น จำนวน 6 คน เป็นพื้นที่ที่สามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็น มีผู้ได้รับประโยชน์จำนวน 4 คน ได้พื้นที่เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผลงาน จำนวน 3 คน และที่ได้รับประโยชน์ข้อละ 2 คนคือ ได้พื้นที่ที่ใช้แสดงและจัดเก็บผลงาน ได้พื้นที่ในการบอกเล่าเรื่องราวและประสบการณ์ส่วนตัว ได้ใช้พื้นที่ส่วนตัวซึ่งพัฒนามาจากเว็บบอร์ด Pantip ที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ ตรวจสอบความนิยมได้ และมีประโยชน์อีก 5 ข้อที่มีผู้ได้รับประโยชน์จำนวน 1 คน คือ ข้อมูลที่เก็บไว้มีความจริงมากกว่าเว็บบอร์ด สามารถใช้ความสามารถในการตกแต่งหน้าบล็อกได้ ผู้ส่งสารมีสิทธิในการจัดการสารได้อย่างอิสระ เป็นพื้นที่ขายสินค้า และสามารถใช้ได้โดยไม่จำกัด

### 1. ได้รู้จักเพื่อนและสังคมที่มีความชอบในด้านเดียวกันมากขึ้น

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาทุกคนได้เลือกประโยชน์ในข้อนี้ ผู้ใช้บล็อกนอกจากจะเข้ามาดูผลงานหรือบทความแล้ว ยังสามารถสื่อสารในด้านอื่น ๆ ได้ เช่น การพูดคุย ชักถามความเป็นมา การไปร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยพบว่าเป็นผลพลอยได้จากการที่เจ้าของบล็อกนำผลงานรวมถึงประสบการณ์ส่วนตัวของตนไปลงเอาไว้ นอกจากประสบการณ์ดังกล่าวจะทำให้ผู้อ่านได้รับรู้ถึงความเป็นมาของเจ้าของบล็อกแล้ว ยังทำให้เกิดความใกล้ชิด หรือความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

### 2. เป็นพื้นที่ที่สามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็น

การที่จะได้มาซึ่งกลุ่มทางสังคมนั้นส่วนหนึ่งก็มาจากการแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์เช่นเดียวกัน ทั้งนี้นอกจากจะได้รับทั้งความคิดเห็น คำวิจารณ์ คำชม หรือการตอบข้อซักถามต่าง ๆ ยังทำให้เราได้รู้จักคนมากขึ้นผ่านทางแสดงความคิดเห็นนั่นเอง จากความคิดเห็นนั้น ทั้งนี้ทั้ง 2 บล็อกต่างก็มีการกระตุ้นให้เกิดการแสดงความคิดเห็นที่มีคุณภาพมากขึ้นกว่าเดิมด้วยทางหนึ่ง ทั้งการให้ดาวแดง หรือ 'ถูกใจ' เพราะจุดสำคัญของการนำผลงานหรือทุนสร้างสรรค์มาลงนั้นก็เพื่อต้องการให้เกิดการแสดงความคิดเห็นจากผลงานของตน

### 3. ได้พื้นที่เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ผลงาน

การใช้พื้นที่เพื่อจัดเก็บและแสดงผลงานของตนนั้น บางครั้งอาจไม่มีผู้รับรู้หรืออาจจะไม่ได้สนใจกับผลงานหรือทุนสร้างสรรค์ของเราเท่าที่ควร เพราะบทความเรื่องนั้น ๆ อาจอยู่ในที่ที่ไม่สามารถเข้าถึงหรือสามารถเข้าถึงได้ยาก หรืออาจไม่เป็นจุดสนใจภายในหน้าบล็อก ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีส่วนสำคัญในการแสดงผลงานสร้างสรรค์มากขึ้น ทั้งนี้จัดที่สามารถใช้ประชาสัมพันธ์ได้ภายในบล็อกนั้นมีอยู่มากมาย เช่น ส่วนหัวบล็อก side bar ด้านขวา การทำรูปภาพ banner เพื่อเพิ่มจุดสนใจ

#### 4. ได้พื้นที่ที่ใช้แสดงและจัดเก็บผลงาน

นอกจากจะสามารถจัดเก็บข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบแล้ว ยังสามารถแนะนำให้ผู้อื่นได้เข้ามาดูบทความที่ตนได้ลงผลงานไว้ได้ และมีระบบ Archive หรือการจัดเก็บบทความย้อนหลังโดยมีการเรียงลำดับตามเวลา ก่อน – หลัง

#### 5. ได้พื้นที่ในการบอกเล่าเรื่องราวและประสบการณ์ส่วนตัว

นอกเหนือจากการนำทุนสร้างสรรค์ของตนมาแสดงออกผ่านบล็อกแล้วนั้น การนำเสนอตัวตนหรือเอกลักษณ์ของตนก็เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เราเป็นที่รู้จักมากขึ้น และทำให้คนเข้าใจความเป็นมาของเรามากขึ้นตามไปด้วย

#### 6. ได้ใช้พื้นที่ส่วนตัวซึ่งพัฒนามาจากเว็บบอร์ด Pantip ที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้

สำหรับผู้ที่ใช้บล็อก Bloggang นั้นจะได้รับประโยชน์จากข้อนี้ เพราะ Bloggang เป็นพื้นที่ที่ต่อมาจากส่วนของเว็บบอร์ด Pantip ทำให้การติดต่อสื่อสารกับคนอื่น ๆ นั้นนอกจากจะสามารถทำได้ง่ายแล้ว ยังคงได้รับกลุ่มสังคมเดิมที่เราเคยได้รับการเล่นเว็บบอร์ดด้วยเช่นกัน

#### 7. สามารถตรวจสอบความนิยมจากจำนวนผู้เข้าชมได้

ทั้ง Exteen และ Bloggang มีระบบในการรายงานจำนวนผู้เข้าชมในแต่ละบทความ ซึ่งสามารถตรวจสอบได้คร่าว ๆ ว่าบทความนั้นมีผู้สนใจเข้าไปดูแล้วจำนวนกี่ครั้ง แต่ไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นจำนวนคนทั้งหมดเท่าใด นอกจากนี้ยังสามารถตรวจสอบได้จากจำนวนผู้เข้าไปแสดงความคิดเห็น และการพูดคุยผ่านทาง Chat box

### 5.8 ข้อได้เปรียบ - ข้อจำกัดของการสื่อสารเพื่อแสดงทุนสร้างสรรค์ผ่านเว็บ 2.0

ข้อได้เปรียบและข้อจำกัดของการสื่อสารเพื่อแสดงทุนสร้างสรรค์ผ่านเว็บ 2.0 จากผลการวิจัยที่ได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 18 แสดงข้อได้เปรียบในการสื่อสารเพื่อแสดงทุนสร้างสรรค์ ผ่านทางเว็บ 2.0

ข้อได้เปรียบในการสื่อสารเพื่อแสดงทุนสร้างสรรค์ ผ่านทางเว็บ 2.0	ผู้ประกอบการ สร้างสรรค์ที่ศึกษา
1. การเข้าถึงและการเอื้อประโยชน์ต่อผู้ใช้	3
2. การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้	2
3. ความสะดวกรวดเร็ว	1

ข้อได้เปรียบในการสื่อสารที่ผู้วิจัยให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเลือกเหตุผลที่ตนนำทุนสร้างสรรค์มาแสดงออกผ่านเว็บ 2. มากที่สุด ซึ่งมีทั้งหมด 7 ข้อด้วยกันคือ การเข้าถึงและการเอื้อประโยชน์ต่อผู้ใช้ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ ความสะดวกรวดเร็ว ความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ความทันต่อเหตุการณ์ การใช้ช่องทางเพื่อประชาสัมพันธ์และเรื่องของค่าใช้จ่ายนั้น จากตารางพบว่ามีเพียง 3 ข้อเท่านั้นที่เลือกให้เป็นข้อได้เปรียบที่มีความสำคัญมากที่สุด ส่วนอีก 3 ข้อที่เหลือไม่มีผู้ใดเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการนำเสนอผลงาน ซึ่งข้อได้เปรียบที่มีผู้เลือกมากที่สุดคือการเข้าถึงและเอื้อประโยชน์ต่อผู้ใช้ จำนวน 3 คน รองลงมาคือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ จำนวน 2 คน และความสะดวกรวดเร็วจำนวน 1 คน

### 1. การเข้าถึงและเอื้อประโยชน์ต่อผู้ใช้

เป็นข้อได้เปรียบในการสื่อสารผ่านเว็บ 2.0 ข้อที่สำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการแสดงผลงานของตนในบล็อก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าบล็อกนั้นสามารถเข้าถึงและดูเป็นทางที่น้อยกว่าเว็บบอร์ด อีกทั้งยังมีกลุ่มชุมชนออนไลน์ขนาดย่อม ที่ทำให้ผู้ใช้นั้นได้มีทั้งสังคมอีกทั้งยังอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้จากคนที่มีความชอบเหมือนกัน ซึ่งต่างกับเว็บไซต์ที่เป็นเว็บไซต์แบบเดี่ยว ๆ การที่บล็อกมีลักษณะเป็นชุมชนออนไลน์นั้นยังเป็นการสร้างความผูกพันให้ทั้งตัวผู้ประกอบการสร้างสรรค์เองและผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ อีกด้วย ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเกือบทุกคนได้มีเพื่อน หรือคนรู้จักมากขึ้นจากการใช้บล็อก นอกจากนี้การที่บล็อกเป็นเหมือนชุมชนอยู่ในเว็บไซต์เดียวกัน การจะเข้าถึงนั้นทำได้ง่ายกว่าและมีการเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ใช้จากการได้ใช้ Application ต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกเข้าชมบล็อกได้สะดวกและเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้ง่ายมากขึ้น

### 2. การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้

การปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

#### 2.1 การปฏิสัมพันธ์แบบต่อเนื่อง (Synchronous)

เป็นการปฏิสัมพันธ์แบบที่สามารถมีปฏิริยาตอบสนองกลับ หรือเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน หรือเกิดขึ้นทันทีทันใด เช่น การ Chat เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์นั้นสามารถมีการปฏิสัมพันธ์แบบต่อเนื่องได้ โดยผ่านทางโปรแกรมสนทนา หรือ Chat box หรืออาจเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ใช้บล็อกเข้าบล็อกของผู้ประกอบการสร้างสรรค์เวลาเดียวกัน และมีการโต้ตอบกันผ่านทาง การแสดงความคิดเห็น

#### 2.2 การปฏิสัมพันธ์ตามอรรถยาศัย (Asynchronous)

เป็นการปฏิสัมพันธ์ที่สามารถหน่วงเวลาออกไปได้ ไม่สามารถมีการโต้ตอบกันได้อย่างทันทีทันใด เช่น การโต้ตอบกันผ่านเว็บบอร์ด อีเมลล์ หรือการแสดงความคิดเห็นภายในบล็อก

### 3. ความสะดวกรวดเร็ว

ผู้วิจัยพบว่าการสื่อสารผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นยอมให้ความรวดเร็วมากกว่าสื่อดั้งเดิมอย่าง นิตยสาร โทรทัศน์ หรือวิทยุเพราะไม่ต้องผ่านกระบวนการในการจัดทำ อีกทั้งใครก็สามารถเป็นผู้ให้ข่าวหรือข้อมูลนั้น ๆ ได้ แต่จะมีข้อเสียตรงที่ผู้เข้าถึงสารนั้นควรจะต้องตรวจสอบสารนั้นเสียก่อน เพราะอาจเกิดข้อผิดพลาดและอาจไม่เป็นกลางได้

สำหรับลักษณะของข้อจำกัดในการสื่อสารเพื่อสร้างทุนสร้างสรรค์ผ่านเว็บ 2.0 ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษานั้นพบข้อจำกัดของการใช้เว็บ 2.0 ดังนี้

ตารางที่ 19 แสดงข้อจำกัดในการสื่อสารเพื่อสร้างทุนสร้างสรรค์ ผ่านทางเว็บ 2.0

แสดงข้อจำกัดในการสื่อสารเพื่อแสดงทุนสร้างสรรค์ ผ่านทางเว็บ 2.0	ผู้ประกอบการ สร้างสรรค์ที่ศึกษา
1. รูปแบบและระบบของบล็อก	4
2. การเข้าถึงสื่อของผู้ใช้	1
3. การประชาสัมพันธ์	1
4. เกิดการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาได้ง่าย	1

จากตารางพบว่า มีอยู่ 4 ข้อที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเห็นว่าเป็นข้อจำกัดของการนำผลงานไปลงผ่านเว็บ 2.0 ซึ่งสิ่งที่เป็นข้อจำกัดมากที่สุดคือรูปแบบและระบบของบล็อก โดยมีผู้เลือกถึง 4 คน สำหรับข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อของผู้ใช้ การประชาสัมพันธ์ แต่การเกิดปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญามีผู้เลือกไว้ข้อละ 1 คน

#### 1. รูปแบบและระบบของบล็อก

ระบบการทำงานของบล็อกทั้งสองยังคงมีปัญหาทั้งในเรื่องของรูปแบบและหน้าตาของบล็อกที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ดีนัก การปรับแต่งยังต้องใช้ความสามารถในการทำเว็บไซต์และด้านกราฟิกมาช่วยเพื่อให้บล็อกมีความสวยงาม น่าดึงดูดใจ นอกจากนี้ระบบบางอย่างยังไม่สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องอย่างระบบการนับจำนวนผู้ชมภายในบล็อก เป็นต้น

#### 2. การเข้าถึงสื่อของผู้ใช้

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเห็นว่าแม้เว็บ 2.0 จะเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมในการแสดงทุนสร้างสรรค์ของตน รวมทั้งผู้อื่นยังสามารถเข้าถึงได้ง่ายเพราะอินเทอร์เน็ตถือเป็นพื้นที่สาธารณะ แต่สำหรับคนที่ไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ก็ย่อมจะไม่สามารถเข้าถึงทุนสร้างสรรค์ของตนได้เช่นกัน

### 3. การประชาสัมพันธ์

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเห็นว่าแม้ว่าการประชาสัมพันธ์ผลงานของตนผ่านทางบล็อกหรือเว็บ 2.0 นั้นจะช่วยเอื้อประโยชน์ให้กับตนเพราะไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม แต่ก็ป็นเพียงการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มที่สนใจจริง ๆ เท่านั้น ไม่สามารถทำให้กลุ่มที่ไม่สนใจงานด้านนี้ หรือกลุ่มคนที่อาจสนใจแต่ไม่สามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต หรือไม่ทราบแหล่งที่สามารถเข้าใช้ได้ ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์จึงยังเป็นข้อจำกัดเมื่อเทียบกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลักอย่าง โทรทัศน์ เป็นต้น

### 4. เกิดการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาได้ง่าย

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเห็นว่าการนำเสนอผลงานทางอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาได้ยาก เพราะการที่เป็นสื่อที่ใครก็สามารถเข้าถึงได้นั้นย่อมสามารถควบคุมและจัดการคนกระทำผิดและนำไปลงโทษได้ยาก แม้ว่าจะมีการใช้แนวทางการป้องกันต่าง ๆ แต่การละเมิดก็ยังสามารถเกิดขึ้นได้อยู่เช่นเดิม

## 5.9 ปัจจัยที่มีส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการลงทุนสร้างสรรค์ ผ่านทางเว็บ 2.0

ตารางที่ 20 แสดงปัจจัยส่งผลกระทบต่อความสำเร็จการเลือกในการลงทุนสร้างสรรค์ ผ่านทางเว็บ 2.0

ปัจจัยส่งผลกระทบต่อความสำเร็จการเลือกในการลงทุนสร้างสรรค์ ผ่านทางเว็บ 2.0	ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษา
1. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	3
2. ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบเครือข่ายชุมชนออนไลน์	3

ปัจจัยส่งผลกระทบต่อความสำเร็จการเลือกในการลงทุนสร้างสรรค์ ผ่านทางเว็บ 2.0 ซึ่งมีทั้งหมด 6 ปัจจัยด้วยกันคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบเครือข่ายชุมชนออนไลน์ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านการเข้าถึงข้อมูล และปัจจัยด้านการแบ่งปันข้อมูล ทั้งนี้จากตารางพบว่าปัจจัยที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเห็นว่าเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการเลือกใช้สื่อเพื่อช่วยส่งเสริมการลงทุนสร้างสรรค์ของตนในเว็บ 2.0 มีอยู่เพียง 2 ปัจจัยด้วยกัน ซึ่งปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านการสื่อสารแบบเครือข่ายชุมชนออนไลน์ นั้นมีผู้เห็นด้วยปัจจัยละ 3 คน

#### 1. ปัจจัยด้านการสื่อสารแบบเครือข่ายชุมชนออนไลน์

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษานั้นได้ใช้ประโยชน์จากปัจจัยด้านนี้ โดยผู้วิจัยพบว่าการประชาสัมพันธ์ทุนสร้างสรรค์ผ่านเว็บ 2.0 โดยใช้ทั้งรูปภาพและตัวหนังสือ มีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ประกอบการสร้างสรรค์และผู้ใช้งบลิคคนอื่น ๆ ผ่านทางการแสดงความคิดเห็น หรือจากโปรแกรมสื่อสารอื่น ๆ อย่าง Chat box เป็นต้น นอกจากนี้ยังเกิดความเป็นเครือข่ายที่มีความชอบในเรื่องเดียวกันจากการติดต่อกันมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างความผูกพันให้ทั้งตัวผู้ประกอบการสร้างสรรค์เองและผู้ใช้งบลิคคนอื่น ๆ อีกด้วย

## 2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

การแสดงผลทุนสร้างสรรค์ผ่านทางเว็บ 2.0 นั้น ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษานั้นมีการใช้และได้รับประโยชน์จากลักษณะทางเทคโนโลยีของเว็บ 2.0 เป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การแสดงผลทุนสร้างสรรค์ 2.0 มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยสามารถสรุปลักษณะทางเทคโนโลยีของเว็บ 2.0 ที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ได้ใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

ตารางที่ 21 แสดงคุณลักษณะทางเทคโนโลยีของเว็บ 2.0 ที่เอื้อประโยชน์ต่อการแสดงออกของทุนสร้างสรรค์

คุณลักษณะของเว็บ 2.0 ทางเทคโนโลยีที่เอื้อต่อการแสดงออกของทุนทางสร้างสรรค์	ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษา
1. การแสดงความคิดเห็น (Comment)	6
2. การเก็บบทความย้อนหลัง (Archive)	4
3. การแก้ไขบทความ (Edit)	4
4. การเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่น (Link)	3
5. Tag cloud	2
6. การค้นหา (Search)	2
7. RSS feed / VIP blog / Favorite blog	2
8. การแนะนำบทความที่น่าสนใจ (Recommend)	1

จากตารางพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาทั้ง 6 คน ต่างก็ได้รับประโยชน์จากคุณลักษณะทางเทคโนโลยีของเว็บ 2.0 อยู่หลายประเภท แต่ที่ทั้ง 6 คนเห็นว่าเป็นส่วนที่เอื้อประโยชน์ต่อการแสดงทุนของตนมากที่สุดก็คือ การแสดงความคิดเห็น ซึ่งมีผู้เลือกทั้งหมด 6 คน รองลงมาคือการเก็บบทความย้อนหลัง และการแก้ไขบทความ จำนวนร้อยละ 4 คน คุณลักษณะที่มีผู้ได้รับประโยชน์ต่อการเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่น โดยมีผู้เลือกจำนวน 3 คน สำหรับ

คุณลักษณะการค้นหา Tag cloud และโปรแกรมประเภท RSS feed มีผู้ได้รับประโยชน์ข้อละ 2 คน ส่วนการแนะนำบทความที่น่าสนใจ ซึ่งมีเฉพาะในบล็อก Exteen มีผู้ได้รับประโยชน์จำนวน 1 คน

#### 1. การแสดงความคิดเห็น (Comment)

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาทุกคนได้รับประโยชน์จากความสามารถในการแสดงความคิดเห็นภายในเว็บ 2.0 ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ได้รับทั้งความคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน และได้รับคำแนะนำจากลักษณะทางเทคโนโลยีชนิดนี้ เพื่อช่วยในด้านของกำลังใจ และช่วยพัฒนาผลงานและทุนสร้างสรรค์ของตนให้มากขึ้น

#### 2. การเก็บบทความย้อนหลัง (Archive)

ระบบ Archive ช่วยในเรื่องการเก็บข้อมูลข่าวสารและบทความให้เป็นระบบมากขึ้น โดยเรียงลำดับตามเวลาที่มีการเขียน ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาจึงสามารถจัดการระบบการเก็บข้อมูลของตนอีกทั้งยังสามารถเก็บรักษาข้อมูลนั้นไว้ได้นานและมีความจริงมากกว่าการเก็บข้อมูลไว้ในเว็บไซต์ประเภทเว็บบอร์ด เป็นต้น

#### 3. การแก้ไขบทความ (Edit)

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาสามารถแก้ไข เพิ่มเติมข้อมูลภายในบทความได้ โดยที่ไม่ต้องลบบทความนั้นทิ้งไป สามารถแก้ไขรูปแบบต่าง ๆ ภายในหน้าบล็อกได้ รวมถึงการเพิ่มโปรแกรมหรือ Application ต่าง ๆ เพื่อเสริมให้บล็อกของผู้ประกอบการมีความเป็นเอกลักษณ์มากขึ้น

#### 4. การเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่น (Link)

ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ได้มีการใส่ Link เพื่อเชื่อมต่อไปยังบล็อกของกลุ่มสังคมของตน หรือไปยังเว็บไซต์ที่ตนให้ความสนใจหรือกำลังติดตาม หรือไปยังเว็บไซต์ที่อ้างถึงภายในบทความ เป็นต้น การที่สามารถนำ link หรือการเชื่อมต่อมาใส่ในบล็อกได้นั้น จะช่วยให้ทั้งผู้ประกอบการสร้างสรรค์และผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ สามารถเข้าถึงแหล่งที่มา หรือแหล่งที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์สนใจได้สะดวกมากขึ้น

#### 5. Tag cloud

ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาได้กำหนดคำค้นขึ้นมาเพื่อให้เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการจะนำเสนอเพื่อให้ผู้ใช้บล็อกสามารถเข้าไปค้นหาจากคำนั้น ๆ ได้ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร หรือทุนสร้างสรรค์ของตน

#### 6. การค้นหา (Search)

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาบางคนนำระบบการสืบค้นมาใส่ภายในบล็อกของตน เพื่อให้ผู้ใช้บล็อกสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการภายในบล็อกของตนได้

### 7. RSS feed / VIP blog / Favorite blog

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาสามารถตรวจสอบความนิยมจากการที่มีผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ เพิ่มบล็อกของเราให้เป็น favorite blog หรือ VIP blog ได้ อีกทั้งผู้ประกอบการเองก็สามารถติดตามข่าวสารของบล็อกอื่นที่ตนสนใจได้เช่นกัน

### 8. การแนะนำบทความที่น่าสนใจ (Recommend)

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ใช้บล็อก Exteen สามารถเลือกบทความที่เห็นว่าเป็นจุดเด่นของเรามาแนะนำเสนอได้

## 5.10 การต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ผ่านเว็บ 2.0

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษามีเหตุผลในการต่อยอดผลงานทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์แตกต่างกันออกไป บางคนก็เพียงแต่ต้องการเผยแพร่ผลงานของตนลงในบล็อกเพียงอย่างเดียว บางคนไม่ได้ต้องการจะต่อยอดผลงานแต่มีผู้ชักชวนให้นำผลงานไปต่อยอดแล้วจึงลองเข้าร่วมด้วย บางคนก็ต้องการจะต่อยอดทุนสร้างสรรค์ทางบล็อกของตน

### ตารางที่ 22 การเลือกต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ผ่านเว็บ 2.0

การเลือกต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ผ่านเว็บ 2.0	ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษา
1. การเผยแพร่ผลงาน	3
2. การมีแบรนด์หรือผลงานเป็นของตัวเอง	2
3. การขายผลงาน	2
4. มีผู้อื่นแนะนำให้ไปต่อยอด	2

จากตารางพบว่าเหตุผลของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาที่เลือกจะต่อยอดทุนสร้างสรรค์ของตนผ่านเว็บ 2.0 นั้นมีอยู่ไม่ต่างกันมากนัก โดยที่มีผู้เลือกมากที่สุดคือ ความต้องการที่จะเผยแพร่ผลงาน จำนวน 3 คน นอกจากปัจจัยด้านนี้แล้ว การที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเลือกที่จะต่อยอดผลงานทางเว็บ 2.0 นั้นมีทั้งการที่เลือกต่อยอดทางเว็บ 2.0 เพราะ ต้องการที่จะมีแบรนด์หรือมีผลงานเป็นของตนเอง ขายผลงาน และมีผู้อื่นแนะนำให้ลองนำผลงานไปต่อยอดโดยมีผู้เลือกจำนวนปัจจัยละ 2 คน

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษามีการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับที่ต่างกันออกไป โดยระดับนั้นขึ้นอยู่กับประเภทของทุนสร้างสรรค์ เหตุผลของการนำผลงานไปต่อยอด โดยสามารถสรุประดับการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ได้ดังนี้

ตารางที่ 23 แสดงระดับการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์

ระดับการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์	ผู้ประกอบการ สร้างสรรค์ที่ศึกษา
1. เผยแพร่สู่สาธารณะ	2
2. เพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ให้กับผลงานของตน	2
3. ได้รับชื่อเสียงจากการนำผลงานไปต่อยอด	2

จากตารางพบว่าระดับการต่อยอดของผู้ประกอบการสร้างสรรค์อยู่ในระดับที่คละเคล้ากันไป โดยอยู่ในระดับของการเผยแพร่สู่สาธารณะเท่านั้น จำนวน 2 คน ระดับที่เพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ให้กับผลงาน จำนวน 2 คน และระดับที่สร้างชื่อเสียงจากการนำผลงานของตนไปต่อยอด จำนวน 2 คน โดยที่ยังไม่มีผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาคนใดได้รับรางวัลจากการนำผลงานของตนไปต่อยอด

การต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านเว็บ 2.0 ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ มี 4 ระดับ คือ

#### 1. เผยแพร่สู่สาธารณะ

เป็นการนำผลงานของผู้ประกอบการสร้างสรรค์มานำเสนอผ่านทางเว็บ 2.0 เพื่อต้องการให้เกิดการเผยแพร่ไปสู่ผู้ซ้บลิ้อกหรือคนอื่น ๆ ให้มากที่สุด โดยในระดับนี้ผู้ประกอบการจะยังไม่มีการพัฒนาผลงานของตนให้เป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์มีการใช้เทคโนโลยีของเว็บ 2.0 เพื่อเอื้อเฟื้อในการนำเสนอผลงานของตนสู่สาธารณะ

#### 2. เพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ให้กับผลงานของตน

หลังจากที่มีการเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณะแล้ว ผู้ประกอบการสร้างสรรค์เริ่มจะมีการต่อยอดผลงานของตนให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้า หรือเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลงานของตน และเริ่มขายผลงานที่เกิดมาจากการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

#### 3. ได้รับชื่อเสียงจากการต่อยอด

หลังจากที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ได้เพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ให้กับผลงานของตน เมื่อมีการวางขายผลงานแล้ว ผลงานดังกล่าวได้รับความสนใจและความนิยมและเกิดชื่อเสียงในสังคม มีผู้รู้จักผลงานของตนแม้ไม่ใช่กลุ่มคนเล่นบลิ้อก และเริ่มมีการออกตามสื่อกระแสหลักอย่าง

โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มากขึ้น ทั้งนี้หมายถึงผู้ที่ได้รับรางวัลจากสังคมซึ่งมิได้เป็นผลมาจากผลงานการสร้างสรรค์ของตน

#### 4. ได้รับรางวัลจากการต่อยอด

เมื่อผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ได้รับชื่อเสียงมากขึ้นในสังคม รวมทั้งมีการออกสื่อกระแสหลักมากขึ้นจนทำให้ผลงานที่ผ่านการต่อยอดนั้นได้รับความนิยม ทำให้ได้รับรางวัลจากสังคม เนื่องจากเป็นผู้ที่สามารถสร้างสรรค์ผลงานออกมาด้วยความสามารถของตน

ทั้งนี้นอกจากระดับของการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้ว ผู้วิจัยสามารถแบ่งระดับของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ได้ 4 ระดับ โดยสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 24 แสดงระดับของการเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์

แสดงระดับของการเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์	ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษา
1. ระดับต้น	2
2. ระดับกลาง	2
3. ระดับสูง	2

จากตารางข้างต้นมีจำนวนของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ระดับต้นจำนวน 2 คน มีผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่อยู่ในระดับกลาง 2 คน และระดับสูง จำนวน 2 คน

ระดับของการเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ มี 3 ระดับ คือ

##### 1. ระดับต้น

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์มีการนำผลงานเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ แต่ยังไม่มีการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างชัดเจน หรือเพิ่งจะเริ่มนำผลงานของตนไปต่อยอด

##### 2. ระดับกลาง

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์นำผลงานหรือทุนสร้างสรรค์ของตนไปต่อยอดทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีการนำสินค้าวางขาย มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าของตนภายในบล็อก

##### 3. ระดับสูง

เมื่อผู้ประกอบการสร้างสรรค์นำผลงานหรือทุนสร้างสรรค์ของตนไปต่อยอดทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้ว มีการนำสินค้าวางขาย ต่อมาได้รับความนิยมหรือได้รับรางวัลจากสังคม

### 5.11 ประเด็นเรื่องการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

ตารางที่ 25 แสดงการตระหนักถึงการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของทุนสร้างสรรค์

การตระหนักถึงการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ของทุนสร้างสรรค์	ผู้ประกอบการ สร้างสรรค์ที่ศึกษา
1. กฎหมายลิขสิทธิ์	3
2. อนุสัญญาครีเอทีฟคอมมอนส์	3
3. เข้าใจว่ามีกฎหมายมารองรับแต่ไม่รู้ว่ามีวิธีการอย่างไร	1
4. กำลังดำเนินการหาความรู้เกี่ยวกับการป้องกัน	1

จากตารางพบว่า จากจำนวนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษา 6 คน มีเพียง 4 คนที่มีความเข้าใจและตระหนักว่ากฎหมายลิขสิทธิ์และอนุสัญญาครีเอทีฟ คอมมอนส์มีส่วนช่วยป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาอย่างไร โดยมีความตระหนักถึงการใช้อกฎหมายลิขสิทธิ์ จำนวน 3 คน และอนุสัญญาครีเอทีฟ คอมมอนส์ จำนวน 3 คน ส่วนอีก 2 คนนั้น มีความเข้าใจว่ามีกฎหมายมารองรับแต่ไม่รู้ว่ามีวิธีการอย่างไร จำนวน 1 คน และอีก 1 คน กำลังดำเนินการหาความรู้เกี่ยวกับการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

ตารางที่ 26 แสดงแนวทางการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของทุนสร้างสรรค์

แนวทางการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของทุน สร้างสรรค์	ผู้ประกอบการ สร้างสรรค์ที่ ศึกษา
1. อนุสัญญาครีเอทีฟคอมมอนส์	3
2. ใส่ลายน้ำหรือเครดิตไว้ที่ผลงาน	1
3. ระบุไว้ว่าเป็นผลงานที่มีลิขสิทธิ์	2

จากตารางแนวทางการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษานั้น จะเห็นว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาทั้ง 6 คน มีแนวทางเพื่อป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งแนวทางที่มีการใช้งานมากที่สุดคือ การใช้ออนุสัญญาครีเอทีฟคอมมอนส์ โดยมีจำนวนผู้ใช้ 3 คน รองลงมาคือมีการระบุไว้ที่ผลงานว่าเป็นของที่มีลิขสิทธิ์ เฉพาะตนเพียงผู้เดียว จำนวน 2 คน และอีก 1 คนมีการใส่ลายน้ำหรือเครดิตไว้ที่รูปผลงานของตน ส่วนการใช้อกฎหมายลิขสิทธิ์นั้น ไม่มีผู้ใดเลือกใช้

## 5.12 อภิปรายผล

### เว็บ 2.0 กับการต่อยอดทุนสร้างสรรค์

#### การแสดงผลของทุนสร้างสรรค์ : สื่อดั้งเดิม VS สื่อใหม่

ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาได้เลือกใช้บล็อกซึ่งเป็นเว็บไซต์ประเภทหนึ่งของเว็บ 2.0 เพื่อการแสดงผลถึงทุนสร้างสรรค์ โดยมีปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีของเว็บ 2.0 และปัจจัยด้านการสื่อสารแบบเครือข่ายชุมชนออนไลน์ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสื่อสารผ่านเว็บ 2.0 ผู้วิจัยพบว่าการนำผลงานลงเว็บ 2.0 ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์นั้น ส่วนใหญ่ก็เพราะต้องการนำเสนอผลงานของตนผ่านเว็บ 2.0 และเป็นช่องทางเพื่อสื่อสารกับชุมชนออนไลน์ของตน ทั้งนี้การเลือกใช้สื่อเพื่อแสดงผลงานของตนนั้น ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ได้เลือกใช้สื่อใหม่ หรือสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อลงผลงานและต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพราะสื่อใหม่มีข้อได้เปรียบสื่อดั้งเดิมในหลายๆ ลักษณะ โดยผู้วิจัยได้สรุปลักษณะต่าง ๆ ระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ได้ดังนี้

#### ตารางที่ 27 เปรียบเทียบคุณลักษณะของสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่

คุณลักษณะ	สื่อดั้งเดิม (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์...)	สื่อใหม่ (อินเทอร์เน็ต)
1. การเข้าถึงสื่อ และการเอื้อประโยชน์ต่อผู้ใช้	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ใช้เข้าถึงสื่อได้อย่างทั่วถึง</li> <li>- เข้าถึงได้ในระยะเวลาที่จำกัด</li> <li>- ไม่สามารถเลือกประเภทของสื่อและประเภทการรับข่าวสารได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ใช้เข้าถึงสื่อได้โดยเฉพาะผู้ใช้ที่เข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้เท่านั้น</li> <li>- ไม่มีระยะเวลาในการเข้าถึง</li> <li>- เลือกรับข่าวสารจากแหล่งที่ต้องการได้</li> </ul>
2. การแสดงความคิดเห็น	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างทันทีทันใด และต้องอยู่ในเวลาและเงื่อนไขที่มีข้อจำกัด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี และทำได้อย่างทันทีทันใด</li> </ul>
3. การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นการสื่อสารแบบตามอัธยาศัย (Asynchronous)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีทั้งการสื่อสารแบบต่อเนื้อ (Synchronous) และการสื่อสารแบบตามอัธยาศัย (Asynchronous)</li> </ul>
4. ความทันเหตุการณ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ใช้สื่อต้องใช้เวลาในการรับรู้ข่าวสารที่ตนต้องการได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ใช้สื่อใหม่นั้นสามารถรับข่าวสารได้อย่างทันเหตุการณ์</li> </ul>

คุณลักษณะ	สื่อดั้งเดิม (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์...)	สื่อใหม่ (อินเทอร์เน็ต)
5. ลักษณะทางเทคโนโลยี	- เทคโนโลยีที่ใช้ยังมีข้อจำกัด - กำหนดข้อมูลข่าวสารตามที่ต้องการได้ในระดับหนึ่ง	- มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ และสามารถเพิ่มโปรแกรมหรือระบบต่าง ๆ เข้าไปได้เพื่ออำนวยความสะดวกกับผู้ใช้
7. ค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของทุนและประเภทของสื่อที่เลือกใช้	ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้เว็บไซต์ประเภท 2.0
8. ความจริงของข้อมูล	- มีระยะเวลากำหนด - ไม่สามารถปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขข้อผิดพลาดได้หากมีการนำเสนอออกไปแล้ว	- ในรูปแบบการใช้เว็บ 2.0 สามารถใช้บล็อกโดยที่สามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลของตนได้อย่างอิสระ

จากตารางที่ 27 จะเห็นว่าการใช้สื่อดั้งเดิมยังเกิดอุปสรรคกับผู้ประกอบการสร้างสรรค์ เพราะด้วยความเป็นตัวบุคคล ดำเนินการอย่างอิสระ ไม่ได้เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงมาก่อน ไม่ได้ทำงานร่วมกับกลุ่มบริษัท อีกทั้งไม่ได้เป็นคนที่มีชื่อเสียงหรือมีหน้ามีตาในสังคม ทำให้ความสำเร็จกับสื่อดั้งเดิมสามารถทำได้ยาก เพราะต้องใช้เงินทุนค่อนข้างสูง อีกทั้งการใช้สื่อใหม่อย่างเว็บ 2.0 นั้นนอกจากจะไม่มีปัญหาในเรื่องของเงินทุนที่ส่วนใหญ่จะไม่มีค่าใช้จ่ายในการเปิดใช้และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนั้นก็ยังสามารถทำได้ง่ายกว่า เพราะเป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจเหมือนกันหรืออยู่ในชุมชนออนไลน์เดียวกัน แต่หากเทียบกันในเรื่องของการเข้าถึงและในด้านการประชาสัมพันธ์ทุนสร้างสรรค์แล้วนั้น สื่อใหม่ยังด้อยกว่าสื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ยังมีข้อจำกัดตรงที่หากกลุ่มเป้าหมายหรือคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกับเรานั้นไม่สามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้ เขาก็จะไม่สามารถเข้าถึงบล็อกของเราได้ หรือแม้จะเป็นคนที่สามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้ แต่หากไม่รู้แหล่งที่จะให้เข้า ก็จะไม่ถึงผู้ประกอบการสร้างสรรค์เช่นกัน นอกจากนี้แม้ว่าสื่อใหม่จะช่วยคัดเลือกคนที่มีความสนใจในงานประเภทเดียวกันให้เข้ามาดูได้นั้น สำหรับกลุ่มคนอื่น ๆ เราอาจจะไม่สามารถดึงดูดให้เขาเข้ามาดูบล็อกหรือผลงานของตนได้เลย แม้ว่าสินค้าที่ตนได้นำไปต่อยอดนั้นจะเป็นสินค้าทั่วไปที่คนอื่น ๆ ก็สามารถทำได้ ทั้งนี้เป็นเพราะการที่สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสาธารณะที่สามารถเลือกเข้าถึงและเลือกที่จะไม่เข้าถึงได้โดยไม่มีข้อบังคับใด ๆ ทำให้การประชาสัมพันธ์หรือการเข้าถึงสามารถทำได้เฉพาะกลุ่มเท่านั้น แต่สำหรับสื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์หรือป้ายโฆษณา นั้น แม้ว่าเราจะอยากเข้าถึงการประชาสัมพันธ์หรือเลือกที่จะไม่รับรู้อการ

ประชาสัมพันธ์นั้น แต่ข่าวสารนั้นก็เข้ามาถึงเราเองโดยที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการรับรู้ นั้น ๆ ได้ เหมือนกับข่าวสารเป็นตัวที่เข้าถึงผู้บริโภคมากกว่าผู้บริโภคจะเป็นผู้เปิดรับข่าวสารนั้น ๆ

นอกเหนือจากประเด็นในเรื่องของการเข้าถึงข่าวสาร ประเด็นที่สำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ให้ความสำคัญ โดยพิจารณาให้เป็นลักษณะที่สำคัญที่สุดในการใช้เว็บ 2.0 คือความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าการแสดงความคิดเห็นในสื่อใหม่นั้นสามารถทำได้อย่างเสรี และนอกจากจะเป็นการแสดงความคิดเห็นแล้วยังเป็นการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ และเป็นส่วนของการสนทนากับกลุ่มเพื่อนในเครือข่ายชุมชนออนไลน์อีกด้วย ส่วนการแสดงความคิดเห็นในสื่อดั้งเดิมนั้น แม้ว่าปัจจุบันจะสามารถทำออกมาได้หลากหลายทางอย่างการส่ง SMS โทรศัพท์ หรือส่งจดหมาย แต่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์เองก็ไม่สามารถจะทราบว่สิ่งที่ส่งไปนั้นจะได้รับความสนใจและได้ออกสื่อ อีกทั้งการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับหน่วยงานรัฐบาลก็สามารถทำได้อย่างเสรี นอกจากนี้การแสดงความคิดเห็นไม่สามารถแสดงผลได้ทันที จะต้องใช้เวลาในการตรวจสอบ และเวลาที่จะแสดงผลนั้นก็มักจะมากกว่าการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อใหม่

การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่ใช้สื่อสารผ่านสื่อใหม่ ผู้ใช้สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ประกอบการสร้างสรรค์หรือผู้ใช้คนอื่น ๆ ได้ โดยมีรูปแบบการสื่อสารอยู่ 2 ประเภทคือ แบบต่อเนื่องกับแบบอรรถศาสตร์ แบบต่อเนื่องนั้นเป็นการปฏิสัมพันธ์ผ่านทาง Chat box หรือการสื่อสารกับผู้ใช้นบล็อกอื่น ๆ โดยทันทีทันใด สามารถโต้ตอบกันได้ในเวลาเดียวกัน ส่วนแบบอรรถศาสตร์คือการที่ทิ้งข้อความหรือการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เอาไว้ อาจจะมีคนมาตอบหรือมีการสื่อสารต่อได้ในภายหลัง เช่น รูปแบบของการแสดงความคิดเห็นภายในบล็อก เป็นต้น สำหรับสื่อดั้งเดิมนั้น การมีปฏิสัมพันธ์แบบต่อเนื่องนั้นทำได้ยาก และทำได้เฉพาะกับสื่อบางประเภทเท่านั้น เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ที่เป็นรายการถ่ายทอดสดเท่านั้น เป็นต้น นอกจากนั้นจะเป็นการปฏิสัมพันธ์แบบอรรถศาสตร์ หรือเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวมากกว่า ทั้งนี้การเกิดขึ้นของการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้นแบบอรรถศาสตร์โดยใช้สื่อดั้งเดิมนั้น อาจเกิดขึ้นจากการส่งข้อความ SMS ไปออกตามรายการต่าง ๆ ซึ่งก็มักจะมีค่าใช้จ่ายในการส่งข้อความ อีกทั้งรายการส่วนใหญ่ที่มักเปิดให้มีการแสดงความคิดเห็นแบบ SMS นั้นก็มักเป็นรายการข่าวหรือรายการเพลง ซึ่งไม่เหมาะกับสื่อที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์นำไปเลือกใช้เพื่อแสดงทุนสร้างสรรค์

สื่อใหม่มักมาพร้อมกับความทันสมัยและมีเรื่องราวต่าง ๆ มาอัปเดตอยู่ตลอดเวลา ความทันสมัยการเป็นอีกจุดหนึ่งที่สื่อใหม่ได้เปรียบสื่อดั้งเดิม กล่าวคือ การที่ทุกคนสามารถเป็นนักข่าว

ได้นั้นทำให้มีผู้ใช้ต่างแพลตฟอร์มเรื่องราวต่าง ๆ มากขึ้น แต่ข้อมูลที่เผยแพร่ภายในอินเทอร์เน็ตนั้นควรจะต้องใช้วิจารณญาณในการตรวจสอบข้อมูลอีกครั้ง เพราะการที่ใครก็สามารถนำข่าวสารต่าง ๆ มาลงได้เอง ทำให้อาจเกิดความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในส่วนนี้สื่อดั้งเดิมนั้นจะมีความน่าเชื่อถือมากกว่า แต่ก็มีความทันเหตุการณ์น้อยกว่า

สื่อใหม่มีลักษณะการใช้เทคโนโลยีอย่างอิสระและไม่มีที่สิ้นสุด โดยผู้ประกอบการสร้างสรรค์สามารถนำไปปรับใช้กับบล็อกของตนได้เพื่อเป็นการเพิ่มความสนใจและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงข่าวสารของตนมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ด้วยตนเองตามกรอบการใช้ของบล็อกต่าง ๆ ส่วนเทคโนโลยีในสื่อดั้งเดิมนั้นนอกจากจะมีข้อจำกัดในการใช้ การควบคุมหรือการเลือกใช้สื่อนั้นก็ทำได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อย่างการนำทุนสร้างสรรค์ประเภทภาพยนตร์ไปลงไว้ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ แม้ว่าจะสามารถเข้าถึงคนได้มากและทั่วถึงกว่า แต่ก็ยังมีข้อจำกัดในการแสดงไฟล์ภาพที่ไม่สามารถแสดงทั้งระบบแสง สี เสียงหรือภาพต่าง ๆ ได้ทั้งหมด

ในส่วนของการใช้จ่ายที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์จะต้องใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ทุนสร้างสรรค์ของตนผ่านทางสื่อใหม่นั้น จะเห็นว่าไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการเปิดใช้บล็อก แต่หากเป็นในสื่อดั้งเดิมจะต้องใช้เงินจำนวนมากในการใช้พื้นที่ของสื่อดั้งเดิม อย่างที่ได้กล่าวไปแล้วว่าแม้ว่าจะสามารถเข้าถึงคนดูได้ทั่วถึงแต่ก็ไม่ทราบว่าคุณเป้าหมายของเราที่ได้ดูเป็นใครบ้าง อีกทั้งการที่มีเวลาจำกัดทำให้บางคนที่จะสนใจงานของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ แต่ไม่สามารถเข้าถึงได้ก็ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ กับการนำเอาทุนสร้างสรรค์มาแสดงออกผ่านทางสื่อดั้งเดิม

### การสื่อสารผ่านเว็บ 2.0 เพื่อส่งเสริมทุนสร้างสรรค์และต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความต้องการหลัก ๆ ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาคือความต้องการในเรื่องของพื้นที่ในการจัดเก็บและแสดงผลงาน ความต้องการในด้านของการประชาสัมพันธ์ และพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนทัศนคติหรือความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งจะเห็นว่าในสื่อดั้งเดิมนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการในส่วนที่กล่าวถึงไปได้ เพราะยังขาดในส่วนของเทคโนโลยีที่มารองรับและถึงแม้จะตอบสนองได้ ก็จะต้องมีข้อจำกัดต่าง ๆ โดยเฉพาะในเรื่องของเงินทุน ซึ่งสำหรับการใช้บล็อกนั้นส่วนใหญ่แล้วย่อมไม่มีค่าใช้จ่ายในการเปิดใช้ ในประเด็นเรื่องความต้องการพื้นที่ในการจัดเก็บและแสดงผลงานนั้น แม้ว่าสื่อดั้งเดิมจะสามารถเข้าถึงคนส่วนใหญ่ในประเทศได้ก็ตาม แต่การที่จะเข้าไปร่วมใช้พื้นที่ของสื่อดั้งเดิมนั้นมักจะมีข้อจำกัดในเรื่องของเงินทุน อีกทั้งก็ยังไม่ทราบด้วยว่าคุณเป้าหมายของเราจะได้รับสื่อที่ส่งไปหรือไม่ และยังไม่ทราบว่าหลังจากในรับสาร

ไปแล้ว มีความคิดเห็นอย่างไร เพราะไม่สามารถติดต่อกันได้แบบต่อเนื่อง นอกจากนี้หากคำนึงถึงการเผยแพร่ผลงานของตนออกไปมากกว่าระดับประเทศ สื่อดั้งเดิมจะไม่สามารถช่วยเผยแพร่ได้ไกล กลับกัน สื่อใหม่นั้นสามารถที่จะแพร่กระจายข่าวสารไปได้ไกลกว่าและรวดเร็วกว่า ในประเด็นเรื่องความสะดวกรวดเร็วก็เช่นกัน สื่อดั้งเดิมจะต้องมีกระบวนการต่าง ๆ ทั้งในการถ่ายทำ การพิมพ์ และการออกอากาศต่าง ๆ ทำให้การนำเสนอผลงานนั้นมีเวลาค่อนข้างจำกัด ส่วนสื่อใหม่นั้นไม่มีเวลาที่จำกัด ไม่มีเวลาเปิดหรือปิด นอกจากนี้สื่อใหม่นั้นสามารถเข้ามาแทนที่ในการมีปฏิสัมพันธ์หรือสามารถใช้งานร่วมกันได้ ซึ่งตรงกับที่ ธีรภัทร วรรณมล (2007) กล่าวไว้ว่าสื่อใหม่จะมุ่งเน้นใน 2 ส่วนที่สำคัญคือ การแพร่กระจายของข่าวสาร ซึ่งสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และมีลักษณะที่สามารถใช้งานได้ร่วมกัน (Share) ระหว่างผู้เผยแพร่และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

จากการกล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ที่ว่า บล็อกนั้นเป็นเว็บไซต์ส่วนบุคคลที่มีการแบ่งปันหรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ โดยมีการจัดเรียงตามลำดับเวลาของการลงเรื่องต่าง ๆ นั้น ดังนั้นเมื่อเรามีพื้นที่ส่วนตัวที่สามารถใช้ได้บนโลกออนไลน์แล้วการที่จะนำผลงานของเราไปเผยแพร่หรือเอาเป็นพื้นที่ในการจัดเก็บผลงานนั้นก็สามารถทำได้ง่าย อีกทั้งความที่เป็นพื้นที่ส่วนตัวของเราทำให้เราสามารถที่จะปรับเปลี่ยน แก้ไขรูปแบบให้ตรงตามที่เราต้องการได้ และจากการสื่อสารภายในบล็อกของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาที่กล่าวถึงในตารางที่ 13 นั้น ถือว่าการใช้พื้นที่ดังกล่าวนั้นครอบคลุมลักษณะเด่นของบล็อกเอาไว้ ซึ่งจากประเด็นที่ว่าบล็อกถือเป็นเว็บไซต์ส่วนตัว ก็สามารถใช้พื้นที่นั้นในการจัดเก็บ แสดงผลงาน หรือขายผลงานของตนได้ รวมทั้งใช้เป็นพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ให้กับคนที่เข้ามาติดตามบล็อก นอกจากนี้จากลักษณะเด่นที่ Darren Rowse กล่าวไว้ 2 ลักษณะคือ Archive หรือบทความย้อนหลัง กับ Comments หรือการแสดงความคิดเห็นนั้น ก็ถือรวมอยู่ในการสื่อสารของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาด้วยเช่นกัน สำหรับการใช้บทความย้อนหลังนั้น ทำให้ผู้อ่านสามารถเรียกดูบทความเก่า ๆ ที่เจ้าของบล็อกเคยเขียนขึ้นมาได้ ทั้งนี้ก็หมายถึงรวมถึงผลงานเก่า ๆ ที่ลงไว้ด้วยนั่นเอง สำหรับการแสดงความคิดเห็น นั้นจะเห็นจากการสื่อสารเพื่อใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทัศนคติ สิ่งที่เพิ่มมาจากลักษณะของบล็อกดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นสิ่งที่เข้ามาเป็นประเด็นเสริมจากการใช้บล็อก อย่างการใช้พื้นที่บล็อกในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือผลงานของตนนั้น แม้ว่าบล็อกจะไม่มีส่วนของการประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน แต่เจ้าของบล็อกก็สามารถทำ Banner ซึ่งเป็นรูปภาพมาลงไว้ในที่ที่สามารถมองเห็นได้ชัด และอาจใส่รายละเอียดเพื่อระบุถึงสิ่งที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ ประเด็นเรื่องการสร้างสังคมบนโลกออนไลน์นั้น ก็ถือเป็นอีกส่วนประกอบหนึ่งที่ทำให้บล็อกจะประสบความสำเร็จ เพราะถึงแม้เจ้าของบล็อกจะมีข้อมูลข่าวสารอยู่เต็มบล็อกซึ่งสามารถให้ประโยชน์กับคนอื่นได้มาก แต่หากไม่มีคนรู้จัก ไม่มีใครเข้ามาดู

ก็คงไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ ดังนั้นการใช้บล็อกก็ยังเปรียบเสมือนสังคมเล็ก ๆ ที่อาจจะทำความรู้จักกันจากการเข้ามารับรู้ข้อมูลข่าวสาร หรือ เข้ามาจากการแสดงคำติชมจากผลงานของเรานั้นเอง นอกจากนี้เมื่อเราสามารถมีสังคมได้เพียงพอแล้วนั้น เราอาจใช้พื้นที่บล็อกเพื่อต่อยอดผลงานของตนและมีวางขายไว้บล็อกหรือที่อื่น ๆ ได้เพิ่มเติม

หากวิเคราะห์จากแนวคิดการสื่อสารบนชุมชนออนไลน์ หรือ Social media นั้นจะเห็นว่าการสื่อสารผ่านเว็บ 2.0 นั้นจะให้ความสำเร็จมากกว่าเว็บไซต์รูปแบบอื่น ๆ เช่น เว็บบอร์ด เป็นต้น ทั้งนี้เพราะรูปแบบของและการทำงานของเว็บ 2.0 นั้นมีส่วนเอื้อต่อการสื่อสาร ติดตาม และได้ตอบกันภายในเว็บไซต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการปฏิสัมพันธ์กันภายในสังคมผ่านระบบเทคโนโลยีการส่งข้อมูลข่าวสารได้ทั้งแบบ one to many และ many to many โดยการสื่อสารประเภทนี้จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมกัน และจะเปลี่ยนสถานะของผู้ใช้จากบริบทของผู้บริโภคสารมาเป็นผู้ผลิตสาร ซึ่งตรงกับที่ Andreas M. Kaplan (2009) ได้อธิบายความหมายของ Social media เอาไว้

ทั้งนี้การที่มีผู้ใช้เลือกใช้พื้นที่ในการประชาสัมพันธ์ผลงานนั้นก็สอดคล้องกับการสื่อสารบนชุมชนออนไลน์เช่นเดียวกัน เพราะการที่จะให้ผู้ใช้สารนั้นได้รับรู้ถึงข่าวสาร หรือสารที่ต้องการจะส่งออกไปได้กว้างขวางและหลากหลาย ควรจะต้องมีการเชื่อมโยงและติดต่อกันอย่างเป็นเครือข่าย ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของการสื่อสารแบบชุมชนออนไลน์ กล่าวคือ เป็นการสื่อสารที่สนองความต้องการของผู้ใช้สารในการมีปฏิสัมพันธ์กันภายในสังคมที่อยู่ในเครือข่ายชุมชนออนไลน์ของตน เพื่อเป็นการติดต่อสื่อสาร ให้เกิดการแสดงความคิดเห็น หรือนำไปส่งต่อไปยังกลุ่มสังคมอื่นต่อไป

การสื่อสารภายในบล็อกของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาในด้านของการใช้พื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทัศนคติ การใช้พื้นที่ในการเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์รวมทั้งใช้เพื่อสร้างสังคมบนโลกออนไลน์นั้น สามารถกล่าวได้ว่าเป็นการสื่อสารภายในชุมชนออนไลน์ ที่ถือว่าเป็นลักษณะที่สำคัญและเอื้อประโยชน์กับผู้ใช้ที่สื่อสารภายในบล็อก และเป็นปัจจัยหลักของการนำทุนสร้างสรรค์มาแสดงออกผ่านทางบล็อก

ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปคุณลักษณะการสื่อสารผ่านเว็บ 2.0 เพื่อส่งเสริมทุนสร้างสรรค์และทำให้เกิดการต่อยอดทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ดังนี้

### 1. การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้

เว็บ 2.0 มีลักษณะการสื่อสารแบบ 2 ทาง กล่าวคือทั้งผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาหรือในที่นี้คือเจ้าของบล็อกนั้นนอกจากจะสามารถนำทุนสร้างสรรค์ของตนมาแสดงออกผ่านทางเว็บ 2.0 ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ไม่มีค่าใช้จ่ายแล้วนั้น ยังสามารถมีปฏิสัมพันธ์ มีการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ ได้ ซึ่งแตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ๆ หรือแม้แต่สื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บ 1.0 ที่เป็นการสื่อสารเพียงทางเดียว ผู้ใช้บล็อกไม่สามารถแสดงความคิดเห็นหรือมีการโต้ตอบกันได้ แต่สำหรับเว็บ 2.0 นั้น ผู้ใช้บล็อกกับเจ้าของบล็อกสามารถโต้ตอบกันได้โดยอิสระ โดยเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บล็อกมีส่วนร่วมทั้งในการแสดงความคิดเห็น การแบ่งปันความรู้หรือประสบการณ์ต่อกลุ่มชุมชนออนไลน์ของตน จนเกิดการพัฒนารับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีความอิสระมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มอำนาจให้กับผู้ใช้บล็อกหรือผู้รับสารมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในกรณีผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษา ผู้รับสารมีความสำคัญในการให้ความคิดเห็นกับผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเพื่อนำความคิดเห็นนั้นไปพัฒนาต่อไป

ทั้งนี้การที่เว็บ 2.0 มีลักษณะการสื่อสารแบบ 2 ทาง ทำให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาที่มีการนำเสนอมูลสร้างสรรค์ผ่านบล็อกและมีการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นได้เปรียบผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีได้นำเสนอผลงานทางเว็บ 2.0 ตรงที่การเปิดโอกาสให้ผู้บล็อกคนอื่น ๆ มีส่วนร่วมในการแสดงทุนสร้างสรรค์ของตนในส่วนของการแสดงความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการพัฒนาผลงานของตนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้การนำทุนสร้างสรรค์ไปต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่อมต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาแล้วว่าสินค้าที่ต่อยอดจากผลงานของเรานั้นย่อมเป็นสิ่งที่ดี สามารถติดตลาดได้ ซึ่งส่วนหนึ่งของการพิจารณานั้นก็อาจมาจากผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ ที่ให้ความคิดเห็นในการต่อยอดได้ อาจบอกได้ว่าตนต้องการอะไร ราคาประมาณเท่าใด รูปแบบสินค้าอย่างไร เป็นต้น

## 2. ความสะดวกรวดเร็ว

การสื่อสารผ่านบล็อก 2.0 ย่อมเอื้อต่อผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาในด้านของความสะดวกรวดเร็ว ทั้งในส่วนของการนำผลงานหรือบทความลงในบล็อก ก็สามารถทำได้ง่าย และมีความสะดวกรวดเร็วผ่านทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังสามารถตอบสนองได้รวดเร็วอีกด้วย การตอบสนองนั้นก็คือการแสดงความคิดเห็น การแบ่งปันประสบการณ์ รวมไปถึงการส่งต่อหรือบอกต่อเรื่องราวที่ผู้ใช้บล็อกนั้นสนใจให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายชุมชนออนไลน์เดียวกันนั่นเอง ทั้งนี้การที่มีการสื่อสารผ่านทางเว็บ 2.0 นั้นก็เอื้อต่อการส่งต่อข่าวสารเช่นเดียวกัน เพราะสามารถส่งต่อบทความนั้น ๆ ไปยังคนอื่น ได้ง่ายและรวดเร็วผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เกิดเป็นการส่งต่อข่าวสารนั้นแบบปากต่อปาก ทั้งนี้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษานั้นสามารถได้รับทั้งการแสดง

ความคิดเห็น หรือการติดตามต่าง ๆ โดยเห็นผลได้อย่างรวดเร็วมากกว่าการใช้สื่อประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้ทำให้ประหยัดเวลาทั้งในการต่อยอดทุนสร้างสรรค์ และเห็นแนวทางในการโปรโมตสินค้าได้มากขึ้น

### 3. การสื่อสารในชุมชนออนไลน์

ลักษณะพิเศษของเว็บ 2.0 ที่สำคัญต่อการมีส่วนร่วมในสังคมคือลักษณะของชุมชนออนไลน์ ผู้วิจัยพบว่าการเกิดขึ้นของเครือข่ายนั้นทำให้เกิดลักษณะต่าง ๆ ตามมาด้วย ทั้งในส่วนของ การแสดงความคิดเห็นก็จะมีมากขึ้น การสื่อสารภายในกลุ่มโดยอาจเกิดการส่งผ่านข่าวสารแบบปากต่อปาก รวมทั้งเป็นชุมชนออนไลน์ที่มีการรวบรวมคนที่มีความชอบในแนวคิดหรือความสนใจเดียวกันมาไว้ด้วยกัน

การเกิดขึ้นของชุมชนออนไลน์นั้นมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาได้รับกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งหากมีความสนิทสนมกันมากขึ้นภายในเครือข่ายดังกล่าว กลุ่มเครือข่ายนั้นก็ย่อมเป็นคนที่ช่วยส่งต่อหรือประชาสัมพันธ์ผลงานของเราไปให้คนในเครือข่ายของแต่ละคนเช่นเดียวกัน ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าการส่งต่อข่าวสารจากผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาไปยังกลุ่มผู้ใช้บล็อกในชุมชนออนไลน์เป็นการสื่อสารแบบ One to many และการส่งผ่านข่าวสารจากกลุ่มผู้ใช้บล็อกในเครือข่ายไปยังกลุ่มคนอื่น ๆ ภายในเครือข่ายของแต่ละคนนั้นเป็นแบบ Many to many ซึ่งการสื่อสารแบบ many to many นั้นเป็นรูปแบบหนึ่งของแนวคิด Social media นั่นเอง

### 4. เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บ 2.0 ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษานั้นสามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งผู้วิจัยพบว่าสามารถแบ่งออกได้ 2 แบบคือ แบบที่ตัวผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ทุนสร้างสรรค์หรือสินค้าของตนเอง กับอีกทางหนึ่งคือได้รับการประชาสัมพันธ์หรือการเผยแพร่จากคนอื่นที่ชื่นชอบในผลงานของตน สำหรับการประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองนั้น ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษามักมีการใช้ Banner เป็นส่วนใหญ่ เพราะการใช้รูปภาพนั้นสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บล็อกคนอื่นได้มากกว่าตัวหนังสือธรรมดา นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ความเป็นตัวตนหรือเอกลักษณ์ของตนผ่านทาง การบอกเล่าเรื่องราวและประสบการณ์ต่าง ๆ ของตน หรือการแนะนำตัวเองผ่านทางหน้า Profile เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาจะต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตัวเอง ซึ่งเอกลักษณ์ดังกล่าวนี้ จะทำให้คนที่เข้ามาติดตามเรานั้นจำเราได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เอกลักษณ์ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษานั้นอาจแสดงผ่านทางผลงานหรือทุนสร้างสรรค์ของตน อย่างทุนสร้างสรรค์ประเภทงานออกแบบ อาจแสดงออกมาในรูปของตัวการ์ตูนที่ใช้ ลายเส้น การใช้สี เป็นต้น งานเขียน มาจากสำนวนที่ใช้ แนวทางการเขียน เป็นต้น ส่วนงานประเภทภาพยนตร์และหนังสือสั้นนั้น ก็จะเป็นในรูปแบบของประเภทของภาพยนตร์ การใช้มุกตลก การถ่ายภาพต่าง ๆ เป็นต้น

สำหรับการประชาสัมพันธ์ที่เกิดมาจากผู้ที่ชื่นชอบในผลงานของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษานั้น มักอยู่ในรูปแบบของการแนะนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการแนะนำให้ลองเข้าไปอ่านหรือดูผลงานของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษา ซึ่งการแนะนำดังกล่าวก็อาจเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาได้รับกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น โดยที่ไม่ต้องเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออื่น ๆ

#### 5. การเข้าถึงและเอื้อประโยชน์ต่อผู้ใช้

เว็บ 2.0 เป็นสื่อที่ไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งจะช่วยประหยัดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจต่อไปของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาได้ นอกจากนี้ยังสามารถใช้งานได้ง่ายกว่าเว็บไซต์ทั่วไป เพราะมีโปรแกรมสำเร็จรูปมารองรับการทำงาน นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานและการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์ของตน อาทิ การใช้ Tag ที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาสามารถกำหนดคำสำคัญที่ใช้ในการค้นได้เอง ซึ่งจะทำให้คำค้นนั้นเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ จะใช้ค้นหามากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเทคโนโลยีของการใช้ Tag cloud ที่เมื่อมีผู้ค้นหาจากคำนั้นมากเท่าไร การแสดงคำในหน้ารวม Tag นั้นก็จะมีการใช้ตัวอักษรที่ใหญ่ขึ้น และมีความชัดเจนมากขึ้นตามไปด้วย ทำให้เป็นการเพิ่มระดับความสนใจให้กับผู้ใช้บล็อกคนอื่น ๆ ที่ยังไม่เคยเห็นผลงานของเรา ให้เข้ามาดูบล็อกมากยิ่งขึ้น

นอกเหนือจากประเด็นดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีอีกประเด็นหนึ่งซึ่งสอดคล้องกับการนำผลงานหรือทุนสร้างสรรค์ไปต่อยอด ก็คือประเด็นในเรื่อง พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าแม้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์หลาย ๆ คนจะเห็นว่าเรื่องนี้มิใช่ส่วนประกอบสำคัญในการต่อยอดผลงานสร้างสรรค์ แต่หากขาดเรื่องนี้ไปก็อาจจะทำให้เกิดอุปสรรคในการต่อยอดได้ ทั้งนี้หากบล็อกมีระบบพาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ให้บริการอยู่ด้วย การสื่อสารผ่านบล็อกนั้นคงจะเน้นเพื่อค้าขายมากกว่าการประชาสัมพันธ์หรือการแสดงผลงาน เรียกได้ว่าเป็นบล็อกที่เน้นเพื่อขายของ

อย่างแท้จริง แต่เมื่อไม่มีระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้บริการ ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาที่ ต้องการเริ่มต้นขายสินค้านั้นก็อาจจะทำได้ไม่สะดวกเท่าที่ควร อีกทั้งการที่บล็อกมีให้บริการแบบ ไม่เสียค่าใช้จ่าย ทำให้การเพิ่มระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

### การแสดงผลสร้างสรรค์กับการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ทุนสร้างสรรค์ทั้ง 3 ประเภทนั้น มีความยากและง่ายแตกต่างกันทั้งในด้านของ กระบวนการผลิต เวลาในการผลิตผลงานออกมาในแต่ละชิ้น ตลาดและกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้ง ความคุ้มค่าที่ได้ลงทุนไป สำหรับทุนสร้างสรรค์ประเภทงานออกแบบนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นทุน สร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับการนำเสนอผ่านบล็อกมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบทุนสร้างสรรค์ 3 ประเภทที่ผู้วิจัยเลือกมาวิจัย เพราะงานออกแบบนั้นสามารถตีตลาดได้ง่ายกว่า เนื่องจากสามารถ ทำออกมาได้หลากหลายทั้งในส่วนของแต่ละสินค้า สี และมีหลากหลายราคา ทำให้ กลุ่มเป้าหมายนั้นสามารถเข้าถึงสินค้าได้หลากหลายมากกว่าสินค้าเพียงประเภทเดียว ยกตัวอย่างสินค้างานออกแบบของน้องปิง ที่มีทั้ง โปสการ์ด สมุด แม่เหล็กติดตู้เย็น เป็นต้น ซึ่ง สินค้าที่กล่าวมานั้น ผู้ซื้อสามารถเลือกสีและลายได้ เพราะผลงานของน้องปิงส่วนใหญ่จะผลิตขึ้น เอง ทำให้ต้นทุนที่ใช้ไม่สูงมากนัก ส่วนสินค้าของพี่แต้ว หรือ Skin care home made ที่มี เอกลักษณ์จากตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ Skin care ของพี่แต้วยังมีหลายประเภท และมีการใช้งานที่มีคุณสมบัติแตกต่างกัน สามารถเลือกสี เลือกลายได้ ทั้งนี้ข้อดีก็คือเป็นงานที่ทำ แบบ Made to order กล่าวคือเมื่อเริ่มมี Order เข้ามา ถึงจะเริ่มทำ เพื่อคงความสดใหม่ของ ผลิตภัณฑ์เอาไว้ ผู้วิจัยเห็นว่าแม้จะเป็นทุนสร้างสรรค์ แต่หากทำออกมาให้มีความหลากหลายก็ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้บ้าง

สำหรับทุนสร้างสรรค์ประเภทงานเขียน แม้ว่าจะมีนักเขียนบางคน นำผลงานของตนไป ตีพิมพ์กับทางสำนักพิมพ์ด้วยตนเอง และมีขายหนังสือในบล็อกของตัวเองด้วย แต่ผู้วิจัยเห็นว่า การเลือกต่อยอดทุนสร้างสรรค์ด้วยตนเอง สำหรับงานเขียนนั้น กลุ่มเป้าหมายค่อนข้างจะมีจำกัด

จากการใช้พื้นที่เพื่อขายผลงานนั้น ทุนสร้างสรรค์ประเภทงานออกแบบและงานเขียนจะ ได้รับประโยชน์มากกว่าภาพยนตร์หรือสื่ออื่น ๆ เพราะผลงานดังกล่าวสามารถจับต้องได้ อย่างงาน ออกแบบของน้องปิง ที่ทำสินค้าออกมาทั้งโปสการ์ด เข็มกลัด หรือสมุด คนที่สนใจก็สามารถซื้อได้ และมีลายให้เลือกมากมาย ส่วนงานเขียนนั้น หากมีการเลือกต่อยอดกับทางสำนักพิมพ์อย่าง ฎ อาจจะไม่มียอดขายตามบล็อก แต่หากเลือกต่อยอดด้วยตนเอง อาจมีการติดต่อกับทางโรง

พิมพ์เพื่อทำเป็นเล่มหนังสือมาขายได้ ซึ่งคนที่เลือกต่อยอดเองส่วนใหญ่มักจะมีสินค้างานเขียนของตนมาขายตามหน้าบล็อกเช่นกัน แต่อาจขายได้เฉพาะกลุ่ม เพราะผลงานดังกล่าวมักเป็นแนวเฉพาะกลุ่มเช่นกัน ส่วนงานภาพยนตร์หรือหนังสือสั้นนั้น การที่จะขายผลงานในหน้าบล็อกนั้นไม่สามารถทำได้ เพราะไม่ใช่สินค้าที่จับต้องหรือวางขายได้ทั่วไป บล็อกอาจเป็นพื้นที่ที่ช่วยโปรโมตหรือประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงผลงานของตนมากกว่า และอาจได้รับผลต่อเนื่องจากการที่มีคนสนใจในผลงานของเรา และได้งานทำอย่างดุษณีนั่นเอง

ทั้งนี้ทุนสร้างสรรค์และประเภทนั้นมีทั้งข้อดีและข้อจำกัดแตกต่างกันออกไป ทุนสร้างสรรค์ประเภทงานออกแบบนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายกว่าทุนสร้างสรรค์ประเภทอื่น ๆ เพราะงานออกแบบสามารถทำออกมาได้หลายมุมมอง และสามารถมีผลงานได้หลายประเภท อีกทั้งยังมีความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละคน งานออกแบบจึงมีจุดเด่นอยู่ที่ความหลากหลาย ส่วนข้อจำกัดของงานออกแบบนั้น จะอยู่ที่การที่ผู้ที่เข้ามาดูและสนใจงานของเราไม่เห็น ไม่ได้สัมผัส และอาจเกิดความคลาดเคลื่อนในส่วนของการใช้สี ขนาด เป็นต้น อีกทั้งการนำผลงานของตนออกสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น จะสามารถควบคุมดูแลไม่ให้มีผู้อื่นนำผลงานของตนไปแอบอ้างหรือลอกเลียนแบบได้ยาก

ทุนสร้างสรรค์ประเภทงานเขียนนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าการแสดงออกผ่านบล็อกนั้นสามารถทำได้และสามารถติดตามได้เฉพาะบางบล็อกที่น่าลงมากกว่า อย่างใน Exteen ที่มีเด็กวัยรุ่นใช้ค่อนข้างมาก หากมีการนำเสนองานเขียนแนวประชานิยม หรือแนวเด็กวัยรุ่นก็จะเหมาะสมกับบล็อกที่นางานเขียนไปลง ส่วนใน Bloggang ที่มีผู้ใช้ที่ค่อนข้างหลากหลาย งานเขียนส่วนใหญ่ก็จะมีหลากหลายแตกต่างกันไป ทั้งงานเขียนที่ให้ข้อคิดสอนใจ นวนิยาย เป็นต้น ทั้งนี้ข้อจำกัดของการนำงานเขียนไปลงในบล็อกก็จะคล้ายกับงานออกแบบ กล่าวคือจะสามารถควบคุมดูแลไม่ให้มีผู้อื่นนำผลงานของตนไปแอบอ้างหรือลอกเลียนแบบได้ยาก โดยเฉพาะการเลียนแบบพล็อตเรื่อง ลักษณะของตัวละคร หรือการดำเนินเรื่องที่ใช่

ทุนสร้างสรรค์ประเภทภาพยนตร์หรือหนังสือสั้น ผู้วิจัยเห็นว่าการนำมาแสดงออกผ่านบล็อกนั้นมีทั้งข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน กล่าวคือ การทำภาพยนตร์ออกมา 1 เรื่อง จะต้องมีการลงทุนซึ่งบางเรื่องอาจจะต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก หนังสือสั้นที่ทำออกมาก็ประสบความสำเร็จได้ แต่บางเรื่องต้องใช้งบลงทุนเพื่อทำให้เกิดมูลค่าของหนังสือของตนมากขึ้น ทั้งนี้หากมีการนำเสนอทุนสร้างสรรค์ประเภทภาพยนตร์หรือหนังสือสั้นผ่านบล็อกนั้น ผู้เข้าชมหรือกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะสามารถเข้าถึงได้ฟรี และไม่มีข้อจำกัด ทำให้ผู้เผยแพร่อาจไม่ได้รับค่าตอบแทนอย่างที่คาดว่าจะ

ได้รับ ทั้งในส่วนของเงินหรือรางวัล แต่ทั้งนี้การที่บล็อกนั้นค่อนข้างเป็นพื้นที่สาธารณะ ทำให้การเข้าถึงสามารถทำได้ง่ายกว่าการนำผลงานของตนไปขายตามงานเทศกาล อีกทั้งยังจำกัดผู้ที่เข้ามาชมผลงานของเราอีกด้วย นอกจากนี้ยังสามารถเข้าไปดูได้ไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาหรือสถานที่

#### การต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : การประหยัดจากขอบเขต

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือระบบเศรษฐกิจที่เกิดจากการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ โดยมีการใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมรวมกับการใช้เทคโนโลยี ทำให้เกิดเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ขึ้นมา ทั้งนี้จอห์น ฮาวกินส์ เห็นว่า ทุนสร้างสรรค์เป็นบทสรุปของการทำให้เกิดเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ โดยมีพรสวรรค์ของมนุษย์หรือทุนสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบนั่นเอง

ฮาวกินส์ยังกล่าวเพิ่มเติมว่าคนที่สร้างสรรค์ผลงานนั้นไม่จำเป็นต้องมีศูนย์กลางอยู่ที่บริษัทหรือองค์กร รวมทั้งมักมีการใช้ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับต่ำ

ผู้วิจัยพบว่าการดำเนินธุรกิจโดยเน้นการใช้ต้นทุนต่ำนั้น เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สำคัญในการพิจารณาเลือกใช้สื่อเพื่อจะนำมาต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญในการนำผลงานของตนไปต่อยอดเช่นกัน โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจในการลดต้นทุนนั้น ยุทธนา พูนพานิช ได้นำเสนอไว้ 3 วิธี ดังนี้

#### 1. Economy of scale (การประหยัดต่อขนาด)

เป็นการประหยัดต้นทุนจากการผลิตสินค้าจำนวนมาก ๆ ทั้งนี้สินค้าดังกล่าวเหมาะกับสินค้าประเภทอุปโภคและบริโภค

#### 2. Economy of scope (การประหยัดจากขอบเขต)

เป็นการประหยัดต้นทุนจากการดำเนินธุรกิจที่มีความหลากหลาย โดยใช้การลงทุนน้อย

#### 3. Economy of speed (การประหยัดจากความเร็ว)

เป็นการประหยัดต้นทุนการผลิตจากการใช้ความเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่สามารถดำเนินธุรกิจจากการต่อยอดทุนสร้างสรรค์ โดยใช้ต้นทุนต่ำนั้น จัดอยู่ในการใช้กลยุทธ์แบบประหยัดจากขอบเขต ทั้งนี้สำหรับกลยุทธ์ประเภทอื่น ๆ อย่างการผลิตสินค้าจำนวนมาก หรือการเน้นที่ความเร็วนั้นเกิดจากการลดต้นทุนโดยเน้นที่

ตัวสินค้าและเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิต การประหยัดต่อขนาดเป็นการเน้นที่ตัวสินค้า คือ ยิ่งมีการผลิตสินค้ามากขึ้นเท่าใด ต้นทุนก็ยิ่งถูกลงมากเท่านั้น ส่วนการประหยัดจากความเร็วนั้น จะเน้นในเรื่องของการแข่งขันทางด้านความเร็วโดยใช้เทคโนโลยีการผลิต หรือการบริการ สำหรับการประหยัดจากขอบเขตนั้น ผู้วิจัยพบว่าเป็นการประหยัดโดยใช้พื้นที่ที่ได้รับให้เกิดประโยชน์มากที่สุด อาจมีการขายสินค้าหลากหลายประเภทในบล็อก ซึ่งบล็อกนั้นก็พื้นที่ที่ไม่มีค่าใช้จ่าย ผู้ประกอบการสร้างสรรค์จึงสามารถใช้ประโยชน์จากบล็อกได้อย่างเต็มที่ ทั้งการแสดงผลงานสร้างสรรค์ การเผยแพร่ผลงานสร้างสรรค์ รวมถึงการขายสินค้าที่มาจากการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั่นเอง

จอห์น ฮาวกินส์กล่าวถึงการเกิดขึ้นของบล็อกหรือเว็บไซต์ประเภท Social media ต่าง ๆ ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์เกิดการแบ่งปันความคิด ข้อมูล รูปภาพ ฯลฯ และการลองตลาดในเชิงพาณิชย์ โดยมีมิติทางการเงินเพียงเล็กน้อยเท่านั้น และส่วนใหญ่จะไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งถือเป็นประเด็นสำคัญจากการเกิดขึ้นของบล็อกต่อการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์

**การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญากับการแสดงผลงานสร้างสรรค์ผ่านบล็อก : ภาวะขาดวามของผู้ประกอบการสร้างสรรค์?**

อินเทอร์เน็ตถือเป็นสื่อสาธารณะที่มีความอิสระในการติดต่อสื่อสารหรือนำเอาผลงานสร้างสรรค์ของตนไปแสดงหรือเผยแพร่ ถือได้ว่าเป็นสื่อที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการสร้างสรรค์ในการนำทุนสร้างสรรค์มาเผยแพร่และต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากมีข้อได้เปรียบในด้านของการเข้าถึงและเอื้อประโยชน์ต่อผู้ใช้ การมีปฏิสัมพันธ์ การสื่อสารแบบชุมชนออนไลน์ โดยเฉพาะกับการใช้เว็บ 2.0 ที่มีลักษณะทางเทคโนโลยีที่เอื้อต่อผู้ประกอบการสร้างสรรค์ในการนำผลงานของตนมาแสดงออกและต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะมีข้อได้เปรียบสื่อประเภทอื่น ๆ ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น อินเทอร์เน็ตก็ยังมีข้อจำกัดทั้งในเรื่องของการเข้าถึง ที่สามารถใช้ได้เฉพาะกลุ่มคนที่สามารถเข้าถึง อินเทอร์เน็ตได้เท่านั้นเมื่อเทียบกับสื่อกระแสหลักที่สามารถเข้าถึงได้ทั่วประเทศ แต่อินเทอร์เน็ตก็ยังมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่ามากเพื่อเทียบกับการประชาสัมพันธ์หรือใช้พื้นที่บนสื่อกระแสหลัก ที่ถึงแม้ว่าจะเข้าถึงได้ครบทุกกลุ่มก็ตาม แต่เมื่อเทียบกับข้อจำกัดในด้านอื่น ๆ ทั้ง การเข้าถึงได้อย่างมีเวลาจำกัด การที่สามารถปฏิสัมพันธ์ได้ตามอัธยาศัย โดยที่ไม่รู้ว่าจะมีผู้ที่รับสารของเราไปเมื่อใด หรือผู้ที่ได้รับสารของเราไปนั้นจะเป็นกลุ่มที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการจะส่งไปหรือไม่ ซึ่ง

เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อขอใช้พื้นที่สื่อกระแสหลักนั้นคงไม่คุ้มกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาจึงเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่ผลงานประชาสัมพันธ์ รวมถึงการต่อยอดในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทางบล็อก โดยมีการติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเป็นแบบชุมชนเครือข่ายที่มีการปฏิสัมพันธ์ได้ทั้งแบบต่อเนื่องและแบบอ้อมอาศัย

ทั้งนี้การใช้บล็อกเป็นพื้นที่ส่วนตัวในการแสดงผลงานและต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์น่าจะเป็นทางออกสำหรับผู้ประกอบการสร้างสรรค์แล้วก็ตาม แต่การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตก็ยังคงมีความเสี่ยงต่อการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งยังเป็นในสื่ออินเทอร์เน็ตก็ยังสามารถทำได้ง่าย เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่ที่ไม่มีขอบเขตหรือดินแดนที่จะนำหลักของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาไปปรับใช้ได้ ทำให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ต้องเสี่ยงต่อภาวะการฉกฉวยละเมิด ซึ่งในขณะเดียวกัน การที่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ไม่เลือกเผยแพร่ผลงานสร้างสรรค์และต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตแล้ว ก็จะต้องเจอกับการลงทุนก้อนใหญ่เพื่อที่จะใช้พื้นที่ในสื่อกระแสหลัก จึงทำให้เกิดภาวะกลืนไม่เข้า คายไม่ออก หรือเรียกว่าภาวะเขาควย (Dilemma) นั่นเอง เพราะไม่ว่าจะหันไปทางไหนก็ย่อมเกิดปัญหาตามมา

สำหรับการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาบนสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น แม้ว่าจะมีการใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาไปปรับใช้ อีกทั้งมีการนำเอาอนุสัญญาครีเอทีฟคอมมอนส์มาปรับให้เข้ากับบริบทของประเทศไทย แต่ปัญหาหลักของสังคมไทยมิใช่แค่เรื่องการใช้กฎหมายเข้ามาดูแลแต่ไม่ทั่วถึง แต่เป็นความตระหนักของประชาชนไทยต่อความสำคัญในการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งของตนและการไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น อีกทั้งยังมีอีกจำนวนมากที่ยังขาดความรู้ ทักษะทางด้านกฎหมาย เพราะอาจเห็นว่าเป็นเรื่องไกลตัว ทั้งนี้ตัวผู้ประกอบการสร้างสรรค์และผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตควรจะต้องทำความเข้าใจกับสิทธิของตนต่อการเผยแพร่ผลงานสร้างสรรค์ทางอินเทอร์เน็ตของตนให้มาก นอกจากนี้ควรจะต้องให้ภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมตระหนักถึงปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาให้มากขึ้น สุดท้ายนี้ผู้วิจัยพบว่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์ที่ศึกษาบางคนได้มีการเริ่มสังคมแห่งการแบ่งปันภายในบล็อกหรือสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น และพบว่าปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญานั้นเป็นปัญหาที่ต้องใช้เวลาในการแก้ไข ซึ่งควรจะต้องเริ่มจากการให้ความรู้และความเข้าใจต่อคนในสังคมให้มีความตระหนักถึงความสำคัญของการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาให้มากขึ้น



### 5.13 ข้อจำกัดในการวิจัย

1. ผู้วิจัยไม่ได้รับความสะดวกจากการสัมภาษณ์เว็บมาสเตอร์ของทั้งสองบล็อก ซึ่งอาจเกิดจากการที่เว็บมาสเตอร์ไม่สามารถเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาดและเทคโนโลยีบางส่วนต่อผู้วิจัยได้ อีกทั้งเวลาการสัมภาษณ์ค่อนข้างจำกัด ทำให้ไม่สามารถได้รับข้อมูลที่จะทำให้งานวิจัยชิ้นนี้ได้รับประโยชน์มากยิ่งขึ้น
2. ผู้วิจัยไม่สามารถนัดสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสร้างสรรค์บางคนได้ เนื่องจากผู้ประกอบการสร้างสรรค์บางคนอาศัยอยู่ต่างจังหวัด โดยผู้วิจัยเลือกใช้การสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้เกิดความไม่สะดวกทั้งผู้วิจัยและตัวผู้ประกอบการสร้างสรรค์
3. การศึกษาเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการสื่อสารนั้นยังเป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่ในสังคมไทย ทำให้ยังไม่ม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อมูลประกอบได้

### 5.14 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาการต่อยอดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทางเว็บไซต์ 2.0 ประเภทอื่น ๆ เช่นเว็บไซต์ประเภท Social networking เป็นต้น
2. การศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มประเภทของทุนสร้างสรรค์ที่ใช้ในการวิจัยให้แตกต่างกัน เพื่อเป็นการเปรียบเทียบกับกรวิจัยในครั้งนี้