

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

Albert Einstein นักวิทยาศาสตร์รางวัลโนเบลสาขาฟิสิกส์ที่มีชื่อเสียงของโลก เคยกล่าวไว้ว่า “Imagination is more important than knowledge” “จินตนาการสำคัญกว่าความรู้” นั้นเป็นเพราะความรู้เป็นสิ่งที่มียอยู่แล้ว แต่มนุษย์ผู้ซึ่งมีจินตนาการได้สร้างสรรค์สิ่งที่เป็นความรู้เหล่านั้นให้ปรากฏขึ้น ดังนั้นแล้วสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดองค์ความรู้ต่างๆ ขึ้นอย่างมากมาบนโลกใบนี้ คือ จินตนาการของมนุษย์นั่นเอง และนั่นเป็นที่มาของการคิดอย่างสร้างสรรค์ (Creative Thinking) โดยอาศัยจินตนาการที่มีอยู่ในตัวมนุษย์เป็นแรงผลักดัน ให้มนุษย์สามารถประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

เมื่อโลกได้ก้าวข้ามผ่านการพัฒนาเศรษฐกิจจากยุคอุตสาหกรรม (Industrial Economy) ซึ่งเน้นการผลิตสินค้าและบริการโดยใช้แรงงานและทรัพยากรขนาดใหญ่ มาสู่ยุคเศรษฐกิจสารสนเทศ (Information Economy) ที่อาศัยข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจ จนถึงยุคของเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge Economy) ซึ่งอาศัยความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การวิจัยและการพัฒนาเพื่อผลิตทรัพยากรต่างๆ ที่สำคัญของโลก โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์เป็นตัวขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม กระแสการพัฒนาเศรษฐกิจของโลกยุคใหม่ที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและรวดเร็วในยุคปัจจุบัน ทำให้ประเทศพัฒนาแล้วต่างแสวงหาแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศใหม่ เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการพัฒนาวัฒนธรรมที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ หรือที่เรียกว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ มาสร้างหรือเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ โดยใช้ทรัพย์สินทางปัญญามาเชื่อมโยงกับสิ่งที่มียอยู่แล้วเช่น พื้นฐานทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติ และอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศสู่ตลาดระดับโลก

ประเทศที่มีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น สหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ และได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางความสร้างสรรค์ของโลก World Creative Hub) นอกจากนี้ ยังมีสหรัฐอเมริกา อิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมัน ไต้หวัน สิงคโปร์ และญี่ปุ่น เป็นต้น (ปรเมธีวิมลศิริ, 2552: 28) แต่หากจะกล่าวถึงตัวอย่างของประเทศที่ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรมมากที่สุด คือ สาธารณรัฐเกาหลี (Republic of Korea) หรือ เกาหลีใต้

(South Korea) ซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวอย่างที่เห็นภาพได้ชัดเจนที่สุดในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการส่งออกวัฒนธรรมในหลากหลายรูปแบบ เช่น ละครชุดเกาหลี อาหารเกาหลี นักร้อง นักแสดงเกาหลี หรือเครื่องสำอางเกาหลี ซึ่งล้วนมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อประเทศต่างๆ ที่ถูกกระแสเกาหลีเข้าแทรกซึม ดังจะเห็นได้จากค่านิยมหรือการแต่งกายของวัยรุ่นไทยในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาได้ถูกกระแสเกาหลีเข้ามามีส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนค่านิยมและทัศนคติของวัยรุ่นไทยเป็นอย่างมาก โดยเกาหลีได้ซึ่งเป็นประเทศหนึ่งที่มีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันยาวนาน ตลอดจนมีศิลปะ งานฝีมือ ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ เช่น ความสามารถในการแสดง การถ่ายภาพ การออกแบบฉาก หรือ แฟชั่น เมื่อถูกนำหลอมรวมผ่านความคิดสร้างสรรค์ จนถ่ายทอดออกสู่สายตาประชาคมโลกภายใต้ละครชุดเกาหลี เช่น แดจังกึม ที่โด่งดังทั่วทั้งภูมิภาคเอเชีย ตะวันออก และตะวันออกเฉียงใต้ ความสำเร็จของกระแสเกาหลีได้เกิดขึ้นจากความร่วมมือของทุกฝ่าย ภายใต้การผลักดันของรัฐบาลเกาหลี ซึ่งได้จัดตั้งกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว พร้อมนโยบายที่สำคัญ คือ “เนื้อหาทางวัฒนธรรมจะเป็นพลังสำคัญของประเทศ” (The culture contents, the future power of Korea) รวมทั้งได้ตั้งหน่วยงานส่งเสริมวัฒนธรรมเกาหลี (KOCCA-The Korea Culture & Content Agency) ขึ้นในสหรัฐอเมริกาและอังกฤษ เพื่อสนับสนุนธุรกิจที่ใช้เนื้อหาจากวัฒนธรรมเกาหลี (Creative Thailand, 2551: ออนไลน์) ตัวอย่างของการส่งออกทางวัฒนธรรมของเกาหลีได้ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับสินค้าหรือบริการเหล่านี้ คือ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งมีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) เป็นแรงผลักดัน เช่นเดียวกับที่ Hollywood ของสหรัฐอเมริกา หรือ Bollywood ของอินเดีย แหล่งผลิตอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สำคัญของโลกเคยประสบความสำเร็จมานานหลายปี

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นรูปแบบของเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ของประเทศพัฒนาแล้วที่เน้นการผลิตและการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรม งานสร้างสรรค์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ หรือ การให้บริการกลุ่มออกแบบ รวมทั้งบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศ ดิจิตอล และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งทำรายได้ให้แก่ประเทศพัฒนาแล้วเป็นจำนวนมากกว่าการผลิตสินค้าหรือการให้บริการที่เน้นแต่การส่งออกด้วยสินค้าหรือบริการในรูปแบบเดิมๆ จนถูกนำไปใช้เป็นต้นแบบให้แก่ประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยที่ได้กำหนดให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศสู่ยุคแห่งการแข่งขันด้วยทุนทางความรู้และเทคโนโลยีสารสนเทศ

นโยบายทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ได้เริ่มปรากฏให้เห็นมาตั้งแต่ปี 2545 โดยมีการจัดตั้งองค์กรอิสระซึ่งทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายองค์กร เช่น สำนักงานพัฒนาองค์ความรู้

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เพื่อเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของแต่ละกลุ่มในระยะยาว

โดยรัฐบาลภายใต้การนำของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีได้มีการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยได้ระบุไว้ในคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2551 ในหัวข้อ 4.2.3.1 ว่า “ขยายฐานบริการในโครงสร้างการผลิตของประเทศ และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรม และเกษตรเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหารและการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ” ซึ่งการกำหนดนโยบายดังกล่าวส่งผลให้มีการใช้ศักยภาพและการพัฒนาต่อยอดของอุตสาหกรรมและบริการสร้างสรรค์ของประเทศไทย ซึ่งได้มีการริเริ่มและต่อยอดจากการดำเนินงานที่มีอยู่บ้างแล้วให้เป็นไปอย่างมีทิศทางและจริงจังมากยิ่งขึ้น โดยรัฐบาลได้ดำเนินการแก้ไขปัญห เศรษฐกิจภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะเร่งด่วนในช่วงระยะ 6 -9 เดือนแรกของปี 2552 และต่อมาได้มีการจัดทำแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2 เพื่อสร้างงานและสร้างรายได้โดยการลงทุนของภาครัฐในโครงการที่จะสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในอนาคต พร้อมกับสร้างโอกาสของภาคเอกชนในการลงทุน ทั้งนี้ ได้กำหนดให้มีการดำเนินการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแผนงานภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2 (SP 2) แผนงานพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ครอบคลุมสาขาการพัฒนา 6 ด้าน ได้แก่ (1) มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ (2) เอกถัณฑ์ศิลปะและวัฒนธรรม (3) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม (4) อุตสาหกรรมสื่อ บ้านเพิงและซอฟต์แวร์ (5) การออกแบบและพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ และ (6) การขับเคลื่อนและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Thailand, 2552: ออนไลน์) โดยหนึ่งในโครงการสำคัญที่รัฐบาลให้ความสำคัญและต้องการผลักดันให้เกิดเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนตามนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ เมืองสร้างสรรค์ (Creative City)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ใหญ่เป็นอันดับสองรองจากเมืองหลวงของประเทศไทย คือ กรุงเทพฯ ซึ่งในอดีตจังหวัดเชียงใหม่เคยเป็นเมืองหลวงแห่งอาณาจักรล้านนาที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ได้กลายเป็นเมืองศูนย์กลางของภาคเหนือ ทั้งด้านการศึกษา แหล่งท่องเที่ยว อาหาร การเกษตร และหัตถกรรม เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าจังหวัดเชียงใหม่มีองค์ประกอบสำคัญหลายด้านที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์

เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ (Chiang Mai Creative City หรือ CMCC) จึงเกิดขึ้น โดยเป็นการริเริ่มเพื่อที่จะพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งหมายถึง เมืองที่มีวัฒนธรรมและ

กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ผสมผสานเข้าด้วยกันเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเป็นการวางรากฐานของสิ่งจำเป็นต่างๆ ทั้งทรัพยากรมนุษย์ นโยบาย การเชื่อมโยง และโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อที่จะพัฒนาและสร้างจุดขายของเมืองเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ และนวัตกรรม

วัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ คือ การสร้างสิ่ง (ชุมชน) ที่มีอยู่แล้ว (องค์ความรู้ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมล้านนา คุณภาพชีวิต และทักษะของชุมชน) และยกระดับสิ่งเหล่านั้นเพื่อที่จะทำให้เมืองเชียงใหม่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นสถานที่ที่น่าสนใจยิ่งขึ้นสำหรับการใช้ชีวิต การทำงาน การทำธุรกิจและการลงทุน ด้วยความคิดสร้างสรรค์ การทำงานร่วมกัน และนวัตกรรม โดยจะสร้างสภาพแวดล้อมในเมืองให้มีความน่าสนใจมากขึ้น และสร้างการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่สูงขึ้นอย่างยั่งยืน การสนับสนุนเชียงใหม่ให้เป็นสถานที่สำหรับการลงทุนและธุรกิจ การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมหลักที่มีอยู่ จะทำให้เชียงใหม่น่าสนใจยิ่งขึ้นสำหรับองค์กรธุรกิจและนักลงทุน ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสและงานให้มากยิ่งขึ้น โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงรากเหง้าสำคัญของเมืองเชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นเมืองสร้างสรรค์อย่างแท้จริง (เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์, 2553: ออนไลน์)

เมื่อกล่าวถึงจังหวัดเชียงใหม่ หนึ่งในคำบาลีที่สำคัญที่สุดของเมืองเชียงใหม่ คือ คำบาลีสู่เทพ ซึ่งถือได้ว่าเป็นคำบาลีที่มีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวอันดั่งต้นๆ ของเมืองเชียงใหม่ โดยคำบาลีสู่เทพมีพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งรวมอารยธรรมและประวัติศาสตร์ล้านนา และโบราณสถานที่สำคัญหลายแห่ง เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดอุโมงค์ (สวนพุทธธรรม) หรือ วัดอุโมงค์เถรจันทร์ วัดศรีโสดา วัดร้างเปิง (ตโปธาราม) อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัยเป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และทางธรรมชาติที่สำคัญ เช่น สวนสัตว์เชียงใหม่ สวนรุกขชาติห้วยแก้ว อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย บ้านม้งดอยปุย น้ำตกห้วยแก้ว น้ำตกวังบัวบาน น้ำตกมณฑาธาร เป็นต้น นอกจากนี้ คำบาลีสู่เทพยังเป็นที่ตั้งของสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และ มัธยมศึกษาที่ขึ้นชื่อของเชียงใหม่ และเป็นที่ตั้งของสนามบินนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ จึงกล่าวได้ว่าคำบาลีสู่เทพมีความสำคัญต่อเมืองเชียงใหม่เป็นอย่างยิ่ง (เทศบาลตำบลสุเทพ, 2552: 17)

ดังนั้น หากจังหวัดเชียงใหม่กำลังพัฒนาไปสู่การเป็นเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาทุกภาคส่วนให้มีความพร้อมในการผลักดันให้เป็นเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากมีการจัดตั้งศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเทศบาลตำบลสุเทพขึ้น จะเป็นกลไกที่สำคัญอย่างหนึ่งในการผลักดันให้จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นเมืองสร้างสรรค์ และช่วยยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับประเทศให้ก้าวเดินต่อไป ดังนั้น การศึกษาถึง

ความเป็นได้ในการจัดตั้งและบทบาทของศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเทศบาลตำบลสุเทพ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อที่จะใช้เป็นข้อมูลในการเตรียมความพร้อมของการจัดตั้งและการดำเนินงานของศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเทศบาลตำบลสุเทพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.2.2 เพื่อศึกษาบทบาทของศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 เนื้อหาของการศึกษา ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง รวมทั้งบทบาท และวิธีการดำเนินงานของศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับสากล ระดับประเทศ และระดับจังหวัด รวมทั้งวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในด้านการบริหารของการจัดตั้งศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาระหว่างเดือนเมษายน – ตุลาคม 2554

1.3.2 พื้นที่ในการศึกษา เทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ได้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการจัดตั้งศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับเทศบาลของเทศบาลตำบลสุเทพ

1.4.2 ทำให้ทราบถึงแนวทางในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเมืองสร้างสรรค์ทั้งในระดับสากล ระดับประเทศ และระดับจังหวัด เพื่อนำมาพัฒนาหรือกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ให้บรรลุเป้าหมายต่อไป

1.5 นิยามศัพท์ทั่วไป

1.5.1 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่สะท้อนถึงกระบวนการซึ่งรวมเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีเข้าไว้ด้วยกัน และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน (ความหมายโดย United Nations Conference on Trade and Development : UNCTAD) ยกตัวอย่างเช่น การพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเซินเจิ้น ซึ่ง

เป็นเมืองท่าที่ติดต่อกับนานาชาติ และเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างฮ่องกงและแผ่นดินใหญ่ มีจุดเริ่มต้นจากการเป็น “World Factory” หรือฐานการผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงการเป็นแหล่งผลิตสินค้าลอกเลียนแบบแห่งหนึ่งของโลก ทำให้ผู้ประกอบการในเซินเจิ้นได้เข้าถึงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับโลก เรียนรู้เทคนิค วิธีการจัดการ ตลอดจนข้อมูลทางการตลาด จนสามารถนำมาใช้ในการสร้างสรรค์สินค้า หรือสร้างวัฒนธรรมร่วมสมัยของตนเอง ประกอบกับการที่รัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญกับคุณค่าของรากฐานทางวัฒนธรรม และได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเซินเจิ้นให้เป็นเมืองที่พัฒนาบนวัฒนธรรม (Culture-Based City) โดยในปี 2003 มีเป้าหมายสร้างเมืองเซินเจิ้นให้เป็นเมืองที่เหมาะสมกับการอยู่อาศัยทั้งในเชิงวัฒนธรรมและการรักษาสีงแวดล้อม นโยบายและแผนการพัฒนาดังกล่าว ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ และยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลให้บริษัทเอกชนเข้ามาปรับปรุงอาคารโรงงานเก่าที่ถูกปล่อยทิ้งร้าง ทรุดโทรมทั่วเมืองให้กลายเป็นพื้นที่สร้างสรรค์งานของเหล่าบรรดานักออกแบบ ศิลปิน ช่างฝีมือ และผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมออกแบบ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเซินเจิ้นที่สำคัญ และได้รับการยอมรับ คือ งานออกแบบกราฟฟิกและสิ่งพิมพ์ จนทำให้ปัจจุบันเซินเจิ้นกลายเป็นศูนย์กลางการออกแบบกราฟฟิกและอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก และยังได้รับเลือกจาก UNESCO ให้เป็น “City of Design” หรือ เมืองแห่งการออกแบบเป็นแห่งแรกของจีน ทำให้ปัจจุบันมีบริษัทด้านการออกแบบกว่า 6,000 แห่งอยู่ในเซินเจิ้น และมีพนักงานรวมกันกว่า 100,000 คน สร้างรายได้ทั้งหมดกว่า 11,000 ล้านหยวน หรือประมาณ 55,000 ล้านบาทต่อปี โดยมีตัวเลขรายได้ต่อประชากรกว่า 89,814 หยวน หรือประมาณ 449,070 บาทต่อปี ในปี 2007 ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายการผลักดันให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) แห่งแรกของจีน และนับตั้งแต่การเปลี่ยนสถานะเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ประกอบกับการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรมทำให้เศรษฐกิจของเซินเจิ้นได้เติบโตเพิ่มมากขึ้นเกือบร้อยละ 28 ต่อเนื่องทุกปี มีเงินลงทุนจากต่างชาติเข้ามาไม่น้อยกว่า 3 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 150,000 ล้านบาท มีตัวเลขจีดีพี ในปี 2008 สูงถึง 780,650 ล้านหยวน หรือประมาณ 4 ล้านล้านบาท ผลักดันให้เซินเจิ้นมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจดีที่สุดในอันดับ 4 ของประเทศจีน (Creative Thailand, 2554: ออนไลน์)

1.5.2 เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) หมายถึง เมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้นๆ ประกอบไปด้วยรากฐานที่มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนทำงานสร้างสรรค์ และมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการลงทุน เพราะความยั่งยืนของสถานที่ในเชิงวัฒนธรรม (ความหมายโดย United Nations Conference on Trade and Development : UNCTAD) ยกตัวอย่างเช่น โซล เมืองหลวง

ของสาธารณรัฐเกาหลี หรือ เกาหลีใต้ซึ่งเป็นเมืองที่มีความโดดเด่นในการสร้างเศรษฐกิจให้มีความมั่งคั่งจากรากฐานทางวัฒนธรรม โดยโซลซึ่งเป็นเมืองหลวงที่มีอายุมากกว่า 600 ปี เดิมมีชื่อว่าเมืองฮันยาง ตั้งอยู่บริเวณแม่น้ำฮัน มีพื้นที่ประมาณ 605 ตารางกิโลเมตร มีประชากรกว่าสิบล้านคน เป็นที่ตั้งของโบราณสถานที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโกหลายแห่ง เช่น ศาลเจ้าจงเมียว ศาลเจ้าในลัทธิขงจื้อ ที่สร้างขึ้นเพื่ออุทิศแด่กษัตริย์แห่งราชวงศ์โชซอน สุสานหลวงราชวงศ์โชซอนและพระราชวังชางด็อกกุง ที่สร้างขึ้นในรัชสมัยของพระเจ้าแทจงแห่งราชวงศ์โชซอน ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1948 ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมที่ออกแบบได้อย่างกลมกลืนกับธรรมชาติ โดยที่รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ด้อยอดมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ด้วยการส่งออกศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศผ่านอุตสาหกรรมบันเทิง ทั้งทางภาพยนตร์ ละคร และดนตรี จนสามารถสร้างกระแส “Korean Wave” ไปทั่วเอเชีย ส่งผลให้โซล ซึ่งเป็นฉากหลังของภาพยนตร์และละครหลายๆ เรื่อง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศได้ปีละมากกว่า 6 ล้านคน และทำรายได้จากการท่องเที่ยวปีละมากกว่า 5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ดังนั้น ถึงแม้ว่าประเทศต่างๆ จะเผชิญกับปัญหาการท่องเที่ยวตกต่ำ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว แต่การท่องเที่ยวของโซลกลับเติบโตขึ้นถึง 15% ในช่วงปี พ.ศ. 2552 ทำให้โซลกลายเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของเกาหลีใต้ โดยสามารถสร้างรายได้คิดเป็น 21 เปอร์เซ็นต์ของจีดีพีทั้งประเทศ นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2551 โซลยังได้รับยกย่องว่าเป็นเมืองที่มีมาตรฐานการครองชีพดีเทียบเท่าประเทศฝรั่งเศสและอิตาลี อีกทั้งยังได้รับการจัดอันดับจากเว็บไซต์นิตยสารฟอร์บส์ ว่าเป็นมหานครทางเศรษฐกิจที่ทรงอิทธิพลเป็นอันดับ 6 ของโลก (Creative Thailand, 2554: ออนไลน์)

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษา

1.6.1 เทศบาลตำบลสุเทพ หมายถึง เทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

1.6.2 เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ หมายถึง โครงการของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งจะพัฒนาให้จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็น ‘เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์’ ตามวิสัยทัศน์และนโยบายของรัฐบาลไทย ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย