



กลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย
Participatory Communication Strategy for Creative Economy Development in Thailand

อัจฉรา ศรีพันธ์¹

atcharamay@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการประยุกต์แนวคิดการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมของ Tufe และ Mefalopulos (2009) มาใช้ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งเป็นประเด็นหลักในการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) อันประกอบด้วยโครงการสื่อสาร 4 ระยะ คือ 1) การประเมินการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม 2) การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม 3) การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร และ 4) การติดตามและการประเมินผล (Monitoring and Evaluation) ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชน การบูรณาการข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนโดยมีการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน นอกจากนี้ยังได้เสนอแนวทางการวิจัยการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

คำสำคัญ: การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนา

Abstract

This article aims to present the application of participatory communication program proposed by Tufe and Mefalopulos (2009) for Creative Economy development as stated in the 11th National Economy and Social Development Plan (2012- 2016) or NESD Plan. The author has suggested that the participatory communication program should be implemented into four phases 1) Participation Communication Assessment: PCA. 2) Participatory Communication Strategy Design. 3) Implementation of Communication Activities, as well as 4) Monitoring and Evaluation.

Keywords: Participatory communication, Creative Economy, Development communication strategy

¹ อาจารย์ประจำภาควิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร



บทนำ

ประเทศไทยได้ผ่านกระบวนการการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านของกระบวนการพัฒนาต่าง ๆ ที่เริ่มต้นจากการพัฒนาที่มุ่งนำสังคมไปสู่ความทันสมัย (Modernization) โดยใช้กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นศูนย์กลาง (Economy-Oriented Paradigm) ไปสู่การพัฒนาตามกระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นการพัฒนาที่มุ่งให้คนเป็นศูนย์กลาง (Human-Oriented Paradigm) ดังปรากฏร่องรอยแห่งการเปลี่ยนผ่านกระบวนการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมในแผนพัฒนาประเทศฉบับต่าง ๆ ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน

กระบวนการพัฒนาต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาประเทศไทยนั้นปรากฏชัดในแผนพัฒนาประเทศตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับแรก เมื่อปี 2504 เป็นต้นมาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 โดยในแผนพัฒนาแต่ละฉบับต่างแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์และเงื่อนไข ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ ทั้งจากภายในประเทศและโลก และปรากฏชัดอย่างยิ่งในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่การพัฒนาประเทศไทยอยู่ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ นับเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญในการเปลี่ยนกระบวนการพัฒนาไปสู่การยึด “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” ตามแนวพระราชดำรัส “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “การพัฒนาแบบองค์รวม” และเริ่มให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนามากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาศักยภาพของคนและการพัฒนาสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของสังคมให้เอื้อต่อการพัฒนาคนตามแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540, หน้า 4-6)

ต่อมาในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 และฉบับที่ 10 ได้น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเครื่องนำทางในการพัฒนาและการบริหารประเทศ เนื่องมาจากผลของการพัฒนาประเทศที่ผ่านมาในช่วงก่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ได้ข้อสรุปว่า การพัฒนาเศรษฐกิจก้าวหน้า แต่เกิดปัญหาในการพัฒนาสังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน จึงได้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประเทศตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับนี้เป็นต้นมา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, หน้า 1) อาจกล่าวได้ว่าแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 เป็นจุดเปลี่ยนของการพัฒนาประเทศไทยโดยเปลี่ยนแนวคิดจากเดิมที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลักไปสู่การมุ่งให้คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาประเทศตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยพยายามที่จะสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้กับภาคส่วนต่าง ๆ อย่างแท้จริง

จากจุดเปลี่ยนของการพัฒนาที่กล่าวมาข้างต้นจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ก็ยังคงน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ ตลอดจนมุ่งสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประเทศภายใต้ทุนสำคัญ 3 ทุน ได้แก่ ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยผลการพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 พบว่าสังคมไทยได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้อย่างกว้างขวางในทุกภาคส่วน นำไปสู่ความอยู่เย็นเป็นสุขในช่วงของแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ที่เพิ่มขึ้นไปถึงร้อยละ 67 โดยปัจจัยส่งผลต่อความอยู่เย็นเป็นสุข คือ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจความเข้มแข็งของชุมชน การมีงานทำ และความอบอุ่นของครอบครัว อย่างไรก็ตามปัจจัยที่ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญของความอยู่เย็นเป็นสุข ได้แก่ ความสมานฉันท์ในสังคม ขาดความสมดุลของสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ รวมถึงสุขภาพของคนไทยในด้านคุณภาพการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, หน้า 1) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาต่อไป โดยเฉพาะความท้าทายใหม่ ๆ ที่มาจากทั้งปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกซึ่งต้องนำไปพิจารณาเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ที่ประกาศใช้ในปี พ.ศ. 2555 นี้

ความท้าทายอันส่งผลต่อการพัฒนาที่ประเทศไทยจะต้องเผชิญในระยะของการพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 มีทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรค ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงในระดับโลกที่สำคัญ 7 ประการ คือ 1) การเปลี่ยนแปลงกฎกติกาใหม่ของโลกทั้งในด้านการค้า การลงทุน การเงิน สิ่งแวดล้อม และสังคม 2) การปรับตัวเข้า



สู่เศรษฐกิจโลกแบบหลายศูนย์กลาง รวมทั้งภูมิภาคเอเชียซึ่งทวีความสำคัญเพิ่มขึ้น 3) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของโลก 4) การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลก ส่งผลให้สภาพภูมิอากาศแปรปรวน ก่อให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติบ่อยครั้งและยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น 5) ความมั่นคงทางอาหารและพลังงานของโลก 6) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นาโนเทคโนโลยี เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีเกี่ยวกับการทำงานของสมองและจิตใจ และ 7) การก่อการร้ายสากลซึ่งเป็นภัยคุกคามประชาคมโลก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, หน้า 1-2)

การเปลี่ยนแปลงภายในประเทศที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1) การเปลี่ยนแปลงสภาวะด้านเศรษฐกิจ โดยอัตราการขยายตัวและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในเกณฑ์ดี ภาคอุตสาหกรรมเป็นภาคการผลิตที่มีบทบาทสูง แต่ภาคเกษตรเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศและเป็นฐานในการสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคอุตสาหกรรม ส่วนภาคบริการมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เศรษฐกิจ 2) การเปลี่ยนแปลงสภาวะด้านสังคม ประเทศไทยกำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุจากการมีโครงสร้างประชากรที่วัยสูงอายุเพิ่มขึ้น วัยเด็กและวัยแรงงานลดลง 3) การเปลี่ยนแปลงสภาวะด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทุนทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลให้เกิดปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรุนแรง กระทบต่อผลผลิตภาคเกษตรและความยากจน 4) การเปลี่ยนแปลงด้านการบริหารจัดการการพัฒนาประเทศ เกิดจากประชาชนมีความตื่นตัวทางการเมืองสูงขึ้น แต่ความขัดแย้งทางการเมืองและความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ยังดำรงอยู่จึงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ การดำรงชีวิตของประชาชน ความเชื่อมั่นของนานาชาติต่อประเทศไทยลดลง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, หน้า 3-4)

จากสถานการณ์ที่เป็นความท้าทายที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ที่พร้อมรับกับความท้าทายต่าง ๆ เหล่านี้ซึ่งเป็นทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)

การพัฒนาประเทศในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เป็นแนวคิดที่มีความต่อเนื่องจากแนวคิดในระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8-10 ที่ยังคงยึดหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มุ่งการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” และ “สร้างสมดุลการพัฒนา” ในทุกมิติ โดยมีแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่ชี้นำทิศทางการพัฒนาประเทศระยะปานกลางและมีแนวทางดำเนินการเพื่อบรรลุถึงวิสัยทัศน์ระยะยาวต่อไป

วิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 คือ “สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขด้วยความเสมอภาค เป็นธรรมและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง” ซึ่งการกำหนดมีพันธกิจที่กล่าวถึงการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยแนวคิดการผลิตสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความคิดสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ดังนี้

“พัฒนาฐานการผลิตและบริการให้เข้มแข็งและมีคุณภาพบนฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญา สร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน ปรับโครงสร้างการผลิตและการบริโภคให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม”

นอกจากนั้นวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ก็ยังมีการกล่าวถึงการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

“เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างมีเสถียรภาพ คุณภาพ และยั่งยืน มีความเชื่อมโยงกับเครือข่ายด้านการผลิตสินค้าและบริการบนฐานปัญญา นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียน มีความมั่นคงทางอาหารและพลังงาน การผลิตและการบริโภคเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การเป็นสังคมคาร์บอนต่ำ”



ในส่วนของยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่กำหนดในแผนพัฒนาฉบับนี้ คือ การพัฒนาประเทศให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข เศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็ว คาดการณ์ได้ยากและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น และมีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

“ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้ปัจจัยสนับสนุนที่เอื้ออำนวยและระบบการแข่งขันที่เป็นธรรม เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประเทศ มุ่งปรับโครงสร้างการค้าและการลงทุนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสาขาบริการที่มีศักยภาพบนพื้นฐานของนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์ เพิ่มผลิตภาพของภาคเกษตร และสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและกระบวนการการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนาภาคอุตสาหกรรมสู่อุตสาหกรรมฐานความรู้เชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ สร้างความมั่นคงด้านพลังงาน ควบคู่ไปกับการปฏิรูปกฎหมาย และกฎ ระเบียบต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ และบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เป็นฐานเศรษฐกิจของประเทศที่เข้มแข็งและขยายตัวอย่างมีคุณภาพ”

นอกจากนี้ยังมีการกล่าวถึงการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้อย่างชัดเจนในยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ 6 คือ ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, หน้า 74-75)

1) สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ตามแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจ ที่มีการเชื่อมโยงและทำงานร่วมกันอย่างมีทิศทางที่ชัดเจนของธุรกิจสร้างสรรค์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในการผลิตสินค้าและบริการ การจัดจำหน่าย และการดำเนินกิจกรรมเชิงพาณิชย์ และส่งเสริมการแข่งขันของธุรกิจที่เป็นธรรมเพื่อการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าและบริการที่สูงขึ้น ตลอดจนส่งเสริมการปรับบทบาทของสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สนับสนุนการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายของธุรกิจสร้างสรรค์

2) ส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ โดยการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมด้านต่าง ๆ ของพื้นที่หรือเมืองทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ทรัพยากรมนุษย์ กฎ ระเบียบ การบริหารจัดการที่เอื้อต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มีเอกลักษณ์และสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือเมือง สามารถดึงดูดการลงทุนของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาในพื้นที่หรือเมือง รวมทั้งส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อสร้างบรรยากาศและสภาวะที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้และการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เช่น การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ และพื้นที่สาธารณะรูปแบบต่าง ๆ การจัดกิจกรรมและงานแสดงสินค้าและบริการสร้างสรรค์เพื่อเป็นช่องทางหรือเวทีในการพัฒนาและแสดงออกของนักคิดและนักสร้างสรรค์สาขาต่าง ๆ

3) เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการทุกสาขา โดยพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และบุคลากรสร้างสรรค์ที่สำคัญในธุรกิจต่าง ๆ ของห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งด้านการออกแบบ การวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรม การบริหารจัดการธุรกิจ เทคโนโลยี และการตลาด โดยใช้ศิลปวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมและร่วมสมัยเป็นพื้นฐาน ผสมผสานการใช้เทคโนโลยี เพื่อสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาด รวมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจสร้างสรรค์ให้สามารถปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์แวดล้อมภายในและ



ภายนอกประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนสนับสนุนการศึกษาวิจัยในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเร่งพัฒนาฐานข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่าง ๆ

4) พัฒนาระบบการเงินเพื่อสนับสนุนการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยการจัดหาหรืออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ที่ยังขาดแคลนเงินทุน เช่น กองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กองทุน และสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ที่มีความประสงค์จะดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์สามารถก่อตั้ง ดำเนินกิจการ และพัฒนาธุรกิจได้

5) ส่งเสริมการจดทะเบียน การใช้ และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ โดยสร้างความตื่นตัวและความตระหนักของธุรกิจและทุกภาคส่วนถึงความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาที่มีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม ต่อยอดการเติบโตของธุรกิจ ยกย่องมาตรฐานของสินค้าและบริการ และเร่งรัดการลดขั้นตอนและความซับซ้อนในการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจสร้างสรรค์ในการครอบครองทรัพย์สินทางปัญญาได้อย่างรวดเร็วทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดมากขึ้น รวมทั้งบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ

อาจกล่าวได้ว่าแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่กล่าวมาข้างต้น เป็นแผนพัฒนาฯ ที่มุ่งพัฒนาคนเป็นศูนย์กลางโดยใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นเครื่องมือหลักในการพัฒนาทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการพัฒนาภาคการผลิตซึ่งเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุด โดยได้มุ่งเน้นการนำ “ความคิดสร้างสรรค์” เข้ามาพัฒนาผลิตภาพในการผลิตสินค้าและบริการ อาจกล่าวได้ว่าแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ได้เน้น “แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์” มาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศนั่นเอง

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 โดยคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นคำที่มีบุคคลและองค์กรหลักของโลกที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

Howkins (2001) ได้ให้ความหมายว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD, 2008) ได้ให้ความหมายว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์

สหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นประเทศต้นแบบที่ได้รับการยอมรับให้เป็น “ศูนย์กลางความสร้างสรรค์ของโลก” (World Creative Hub) ได้ให้ความหมายว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ เศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงาน ให้เกิดขึ้นได้ โดยที่สามารถส่งมอบและส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

องค์การยูเนสโก (UNESCO) (UNESCO as cited in UNCTAD, 2008, p.15) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า อุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) (WIPO as cited in UNCTAD, 2008, p.15) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นการทำความเข้าใจมาโดยทันทีในขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการการผลิตมาก่อน



อย่างไรก็ตาม ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในประเทศไทยและเป็นการตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 คือ องค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ, 2552, หน้า 19)

จากนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถจำแนกประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การต่าง ๆ ที่มีทั้งความคล้ายคลึงกันและความแตกต่างกัน ดังตาราง 1

ตาราง 1 การจัดแบ่งประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

ประเภทสินค้า/ บริการ	DCMS (UK)	Symbolic Texts	Concentric Circles	WIPO	UNCTAD	UNESCO/ UIS	NESDB
การโฆษณา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สถาปัตยกรรม	✓		✓	✓	✓	✓	✓
การออกแบบ	✓		✓	✓	✓	✓	✓
แฟชั่น	✓	✓	✓			✓	✓
ภาพยนตร์และ วีดิทัศน์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ฮาร์ดแวร์	✓	✓		✓		✓	
การท่องเที่ยว			✓		✓	✓	✓
วรรณกรรม		✓	✓	✓	✓	✓	✓
ดนตรี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พิพิธภัณฑ์ ห้องสมุด ห้องแสดง			✓	✓		✓	
การพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ซอฟต์แวร์	✓	✓		✓	✓		✓
กีฬา		✓					
ศิลปะการแสดง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การกระจายเสียง		✓	✓	✓	✓	✓	✓
วิดีโอเกม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ทัศนศิลป์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การถ่ายภาพ งานฝีมือ							
อาหารไทย							✓
การแพทย์แผนไทย							✓

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ, 2552, หน้า 19

ประเทศไทยใช้เกณฑ์การจำแนกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งยึดรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบและปรับเปลี่ยนตามรูปแบบของ UNESCO ทั้งนี้เป็นการกำหนดกรอบโดยกว้างเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมและบริการสร้างสรรค์ของประเทศไทยและสะท้อนถึงความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยกำหนดกรอบของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้เป็น 4 ประเภทหลักและ 15 สาขาย่อย ดังนี้ (UNCTAD, 2008, pp.13-14; UNESCO, 2006, pp.3-4)



1. **ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural/Biodiversity-Based Heritage)** ประกอบด้วย 4 สาขาย่อย คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ งานฝีมือและหัตถกรรมอาหารไทย และการแพทย์แผนไทย
2. **ประเภทศิลปะ (Arts)** ประกอบด้วย 2 สาขาย่อย คือ ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์
3. **ประเภทสื่อ (Media)** ประกอบด้วย 4 สาขาย่อย คือ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การกระจายเสียง การพิมพ์ และดนตรี
4. **ประเภทสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation)** ประกอบด้วย 5 สาขาย่อย คือ การออกแบบสถาปัตยกรรม แฟชั่น การโฆษณา และซอฟต์แวร์

ปัจจุบันเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจทั่วโลก ดังจะเห็นได้จากการขยายตัวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในโลกในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องในการค้าโลก ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 จนถึงปัจจุบัน การค้าในสินค้าและบริการสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วถึงร้อยละ 8.79 ต่อปี จำแนกได้เป็นมูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ของโลก 424.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 2005 เปรียบเทียบกับ 227.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 1996 ในขณะที่การบริการสร้างสรรค์เองก็มีการเติบโตสูงถึงร้อยละ 8.8 ต่อปี ซึ่งตัวเลขดังกล่าวปรากฏอยู่ทั่วทุกมุมโลก และคาดว่าจะยังคงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในทศวรรษหน้า

นอกจากหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ปรากฏเป็นมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้าที่เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังมีความสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) เนื่องจากแนวคิดนี้เป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจบนพื้นฐานขององค์ความรู้และภูมิปัญญาดั้งเดิมผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงสามารถพัฒนาได้ทั้ง 3 มิติ ไปพร้อม ๆ กัน คือมิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาของโลกในปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงคาดการณ์ได้ว่าทิศทางในการพัฒนาเศรษฐกิจในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเคลื่อนไปสู่ “ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ทุกประเทศทั่วโลก และเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเป็นแนวคิดที่สำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของโลกในอนาคตที่ความได้เปรียบทางการค้าเกิดขึ้นจากทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสำคัญ

การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Communication) เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร ดังนั้นในการที่จะทำความเข้าใจการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมได้นั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจทั้งแนวคิดการมีส่วนร่วมและแนวคิดการสื่อสาร ในที่นี้จะยึดความหมายของคำว่า การมีส่วนร่วมตาม คำนิยามของสหประชาชาติ (1983) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (Participation) คือ กิจกรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินโครงการ โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นวางแผนซึ่งประชาชนจะต้องระบุปัญหาและความต้องการ ขั้นปฏิบัติการ ขั้นประเมินผล ตลอดจนขั้นบำรุงรักษา ในส่วนของคำว่า การสื่อสาร (Communication) นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ในที่นี้จะขอสรุปว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสาร เกิดขึ้นโดยการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง

แนวคิดการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Communication) มีแนวคิดและสาระสำคัญดังปรากฏในประชุมขององค์การยูเนสโก ณ กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย ปี ค.ศ. 1977 ได้กำหนดสาระสำคัญของแนวความคิดเรื่องการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน ไว้ 3 ประการ ดังนี้ (Servaes, Jacobson and White, 1996, p.18)



1. การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง สิทธิในการเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน รวมทั้งสิทธิในการเลือกรับรายการหรือมีส่วนร่วมในการเข้าไปจัดทำรายการในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตน อีกทั้งต้องมีช่องทางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นต่อรายการต่าง ๆ นอกจากนั้น กาญจนา แก้วเทพ (2543, หน้า 144) ได้กล่าวถึงการเข้าถึงสื่อ (Accessibility) ที่สามารถจำแนกได้เป็นหลายมิติ ดังนี้

1.1 การเข้าถึงในด้านกายภาพ (Physical Accessibility) เช่น ชาวบ้านไม่มีโอกาสได้พบปะกับเจ้าหน้าที่ เพราะระยะทางห่างไกลหรือไม่มีโอกาสได้รับเอกสารสิ่งพิมพ์ซึ่งแจกไปไม่ถึง เป็นต้น

1.2 การเข้าถึงในด้านเศรษฐกิจ (Economic Accessibility) สื่อต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น หนังสือพิมพ์ที่จะเข้าไปถึงหมู่บ้าน แต่ชาวบ้านไม่มีเงินที่จะซื้อหามาอ่านได้ เป็นต้น

1.3 การเข้าถึงทางด้านวัฒนธรรม – สังคม (Social-Culture Accessibility) ได้แก่ เครื่องกีดขวางด้านวัฒนธรรม และสังคมที่ปิดกั้นโอกาสในการเข้าถึงประชาชนที่เห็นได้ชัดที่สุด คือ ช่องว่างทางภาษา ช่องว่างทางวัฒนธรรม เป็นต้น

2. การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การที่ประชาชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสารในทุกระดับ นั่นคือ ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนทั้งในกระบวนการการผลิตรายการ การบริหารจัดการ และการวางแผนระบบการสื่อสารต่าง ๆ ในชุมชน

3. การจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) หมายถึง กระบวนการการตัดสินใจของประชาชนในชุมชนที่มีอำนาจและสิทธิในการตัดสินใจ ตั้งแต่เริ่มคิด กำหนดนโยบาย การวางแผน การลงทุน การกำหนด และการจัดสรรงบประมาณ เป็นต้น ซึ่งการจัดการด้วยตนเองเป็นการมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่าสิ่งใด ยูเนสโกยอมรับการจัดการด้วยตนเองว่าจะต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่วนการเข้าถึงสื่อและการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้มากและสามารถทำได้ง่ายกว่า

นอกจากนั้นเงื่อนไขที่สำคัญที่ทำให้กระบวนการการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเป็นแนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสังคม ได้แก่ ปรัชญาและแนวคิดด้านประชาธิปไตยในการสื่อสารระหว่างสมาชิกในสังคมที่มีการคำนึงถึงสิทธิการเท่าเทียมกันของบุคคล สิทธิและเสียงของบุคคลในการแสดงความคิดเห็น โอกาสในการรับรู้ และการเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การมีจิตสำนึกในเชิงประโยชน์ของสาธารณะเหนือประโยชน์ส่วนตน การตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตน การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และการปฏิบัติตามแนวทางที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาชิกส่วนใหญ่ โดยเชื่อกันว่า ปรัชญาการสื่อสารเชิงประชาธิปไตยจะนำไปสู่การเพิ่มพลังให้กับสมาชิกในสังคมโดยการกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่ได้ร่วมกันกำหนด ตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเอาใจใส่ดูแล และตรวจสอบโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2542, หน้า 23)

การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดหนึ่งที่สำคัญในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอื่น ๆ ดังตาราง 2



ตาราง 2 เปรียบเทียบแบบจำลองการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Tufte and Mefaloputlos, 2009, p.8)

การสื่อสารเพื่อการพัฒนา	แบบจำลองการแพร่กระจายสาร (การสื่อสารทางเดียว)	แบบจำลองทักษะชีวิต	แบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (การสื่อสารสองทาง)
นิยามปัญหา	ขาดข้อมูลข่าวสาร	ขาดข้อมูลข่าวสารและทักษะ	ขาดการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ความคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม	วัฒนธรรมเป็นอุปสรรคของการพัฒนา	วัฒนธรรมเป็นศูนย์รวมของการพัฒนา	วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต
ความคิดเกี่ยวกับกลไกที่สร้างการเปลี่ยนแปลง	ปัจจัยภายนอกเป็นกลไกการเปลี่ยนแปลง	ปัจจัยภายนอกในส่วนที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเป็นกลไกการเปลี่ยนแปลง	ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกร่วมกันเป็นกลไกการเปลี่ยนแปลง
ความคิดเกี่ยวกับการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร	การสอนกลุ่มผู้รับสารเชิงรับ	ทักษะชีวิต การเรียนรู้กลุ่มผู้ฝึกอบรมเชิงรุก	การเรียนรู้อย่างอิสระกลุ่มประชาชนเป้าหมาย/กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิงรุก
วิธีการสื่อสาร	สารเพื่อโน้มน้าวใจ	สารและประสบการณ์	ประเด็นปัญหาและประเด็นการต่อสู้ต่าง ๆ ในสังคม ข้อถกเถียงอภิปรายต่าง ๆ
ความคิดหลักในเรื่องการเปลี่ยนแปลง	พฤติกรรมของบุคคล	พฤติกรรมของบุคคล บรรทัดฐานทางสังคม การเรียนรู้เชิงประสบการณ์	พฤติกรรมของบุคคลและสังคม บรรทัดฐานทางสังคมความสัมพันธ์อำนาจ
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล ผลในเชิงปริมาณ	การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล การเพิ่มทักษะ	การมีส่วนร่วมของกระบวนการทางการเมืองและสังคม การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน กิจกรรมการมีส่วนร่วม
ระยะเวลาของกิจกรรม	ระยะสั้น และระยะกลาง	ระยะสั้น และระยะกลาง	ระยะกลาง และระยะยาว

จากตาราง 2 สามารถสรุปลักษณะสำคัญของการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมที่มีความแตกต่างจากแบบจำลองการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอื่น ๆ ได้อย่างชัดเจนในประเด็นของความคิดเกี่ยวกับปัญหา วิธีการสื่อสาร ผู้รับสาร สาร และผลที่คาดหวังจากการสื่อสาร

อย่างไรก็ตาม การนำการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมมาใช้ในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ จะประกอบด้วย 4 ระยะ ดังนี้ (Tufte and Mefaloputlos, 2009, p.20)

1. การประเมินการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participation Communication Assessment: PCA) เป็นการประเมินสถานการณ์ ค้นหาข้อมูลเชิงลึกเพื่อกำหนดวิธีการ เครื่องมือในการสื่อสารที่จะนำมาใช้ในโครงการสื่อสาร

2. การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Communication Strategy Design) ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการค้นหาปัญหาจากการวิจัยและหาแนวทางที่ดีที่สุดในการประยุกต์ใช้การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเพื่อบรรลุสู่การเปลี่ยนแปลงตามจุดมุ่งหมาย

3. การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร (Implementation of Communication Activities) ซึ่งเป็นขั้นตอนการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่วางไว้เพื่อให้เกิดผลที่ต้องการ



4. การติดตามและการประเมินผล (Monitoring and Evaluation) ในขั้นตอนนี้ต้องดำเนินการไปตลอดทั้งโครงการการสื่อสารและประเมินผลกระทบระหว่างการดำเนินโครงการการสื่อสารและผลกระทบสุดท้ายที่ได้รับ

ในบทความนี้จะนำขั้นตอนการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมทั้ง 4 ขั้นตอนนี้มาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยที่จะกล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

5. กลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย กลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย เนื่องจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดหลักที่ใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านเศรษฐกิจตามแผนพัฒนา ฉบับที่ 11 จึงเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อประชาชนไทยทั่วทั้งประเทศอีก ทั้งแนวคิดนี้ยังเป็นแนวคิดใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยที่แตกต่างจากแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจในอดีต จึงเป็น “ความเปลี่ยนแปลงใหม่” ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (Stakeholder) อย่างกว้างขวางเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามแนวคิดนี้ให้ประสบความสำเร็จ โดยในบทความนี้จะเสนอแนวคิดในการนำการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยตามกระบวนการของ Tufte และ Mefaloputlos (2009) ซึ่งมี 4 ระยะ ดังนี้

1. การประเมินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participation Communication Assessment: PCA) ในระยะนี้เป็นขั้นตอนที่การวิเคราะห์และวิจัยเพื่อค้นหาประเด็นเฉพาะในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องการสร้างความรู้ ความเข้าใจ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนผ่านเทคนิคและวิธีการสื่อสารสองทางในพื้นที่ซึ่งเปิดเสรี (Open Space) ทางการสื่อสาร เช่น เวทีเสวนา เวทีประชาคม เวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น เพื่อเผยแพร่ความรู้พื้นฐาน สร้างความเชื่อมั่น รับฟังปัญหา ทำความเข้าใจ สร้างการยอมรับในระดับกลุ่มและสร้างบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การศึกษาประเด็นด้านเศรษฐกิจและสังคม ประเด็นปัญหา ความต้องการและโอกาสเพื่อนำไปสู่การกำหนดประเด็นการสื่อสารที่ชัดเจนซึ่งเป็นประเด็นเฉพาะเพื่อดำเนินการสื่อสารสู่สาธารณะเพื่อให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งในระยะนี้ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 ระบุประเด็นปัญหาและการอธิบาย ขั้นตอนนี้เริ่มจากที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เช่น คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ กรมทรัพย์สินทางปัญญา สมาคมผู้ประกอบการในชุมชนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา เป็นต้น ร่วมกันสร้าง “เครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ระดับชุมชนขึ้นทั่วทั้งประเทศ เพื่อร่วมกันวิเคราะห์และวิจัยเพื่อค้นหาประเด็นเฉพาะในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผ่านกระบวนการต่างๆ เช่น การร่วมกันประเมินสถานการณ์การสื่อสาร (Participatory Communication Assessment-PCA) การประเมินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชนบท (Participatory Rural Communication Appraisal-PRCA) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เป็นต้น บนพื้นฐานของสิ่งแวดล้อมและบริบทการสื่อสารของชุมชนเพื่อให้ทุกภาคส่วนในเครือข่ายได้มีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นการสื่อสารในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญที่จะสื่อสารออกสู่สาธารณะต่อไป

1.2 สร้างพื้นที่สาธารณะ ในขั้นตอนนี้เริ่มต้นหลังจากขั้นตอนแรก คือ หลังจากทุกภาคส่วนรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างชัดเจนพร้อมทั้งได้ร่วมกันสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชนแล้วจัดตั้งองค์การที่รับผิดชอบในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง โดยองค์การนี้จะมีหน้าที่ในการประสานงานระหว่างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่กล่าวมาข้างต้นและสร้างพื้นที่เปิดเสรีทางการสื่อสารซึ่งทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะสามารถสื่อสารในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเสรีตามหลักประชาธิปไตยในรูปแบบของการทำประชาคม การทำประชาพิจารณ์ การระดมความคิดเห็น การอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดู



งาน การจัดการความรู้ เป็นต้น เพื่อเป็นเวทีในการสื่อสารแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยพื้นที่สาธารณะเหล่านี้จะเป็นพื้นที่ที่ให้เครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่าง ๆ ได้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกัน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ การเข้าถึงแหล่งทุน การวางแผนการตลาด เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นการประสานความสัมพันธ์และความช่วยเหลือระหว่างเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำเนินการต่อไปอย่างยั่งยืนอีกด้วย

1.3 ประเมินความจำเป็น ปัญหา ความเสี่ยง โอกาส และวิธีการแก้ปัญหา ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นหลังจากที่การดำเนินการของเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดขึ้นระยะหนึ่งแล้ว องค์กรที่รับผิดชอบในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยจะต้องระดมการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นจากเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่าง ๆ ในเรื่องการประเมินความจำเป็น ปัญหา ความเสี่ยง โอกาส และวิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ ผ่านพื้นที่สาธารณะที่มีอยู่ด้วยการใช้เทคนิควิธีการระดมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในภาคส่วนต่าง ๆ ที่หลากหลาย ดังนี้

- การวาดต้นไม้แห่งปัญหา (Problem Tree) และต้นไม้แห่งการแก้ปัญหา (Solution Tree) ซึ่งเป็นวิธีการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นและหาวิธีการแก้ไขร่วมกันในชุมชนอย่างเป็นเหตุเป็นผลและทำให้มองเห็นความสัมพันธ์ของปัญหาและวิธีการแก้ไขในภาพรวมได้อย่างชัดเจน
- การสัมภาษณ์รายบุคคลและการประชุมกลุ่ม (One-on-One Interviews and Focus Groups) ซึ่งเป็นวิธีการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นและหาวิธีการแก้ไขร่วมกันในชุมชน
- การทำแผนที่ทรัพยากรชุมชน (Community Resource Mapping) เพื่อสำรวจฐานทรัพยากรต่าง ๆ ในชุมชน

1.4 การจัดลำดับประเด็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญและการสร้างการยอมรับในมุมมองที่แตกต่าง หลังจากร่วมกันประเมินความจำเป็น ปัญหา ความเสี่ยง โอกาส และวิธีการแก้ปัญหาในการที่จะนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาสู่การปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของทั้งประเทศแล้วก็นำประเด็นต่าง ๆ ที่ได้จากการระดมความคิดเห็นมาร่วมกันประเมินปัญหาเพื่อวิเคราะห์สาเหตุ ความเสี่ยง ทางเลือก และโอกาสต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสิ่งสำคัญในขั้นตอนนี้คือการตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า และการสร้างการยอมรับในมุมมองที่แตกต่างของกลุ่มเครือข่าย

1.5 ข้อค้นพบที่มีเหตุผล และการระบุวิธีการแก้ไขปัญหา/จุดมุ่งหมาย ขั้นตอนนี้การประเมินปัญหาผ่านกระบวนการการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับมาจากขั้นตอนต่าง ๆ ก่อนหน้านี้และเลือกวิธีแก้ไขปัญหา ตลอดจนระบุจุดมุ่งหมายที่ต้องการจะสื่อสารให้ชัดเจน

2. การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Communication Strategy Design)

ในระยะนี้ประกอบด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารให้ชัดเจน กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและ/หรือเป้าหมายรอง ระดับของการเปลี่ยนแปลง เช่น ต้องการสร้างการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ความตระหนักรู้ ทักษะ ทักษะ หรือพฤติกรรม เป็นต้น ช่องทางและวิธีการสื่อสาร สารที่ต้องการจะสื่อสาร และผลลัพธ์หรือผลกระทบที่คาดหวัง โดยมีขั้นตอน ดังนี้

2.1 ระบุประเด็นสำคัญ ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นจากการนำข้อค้นพบประเด็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องการจะสื่อสาร ปัญหาและวิธีแก้ไขปัญหาในการสื่อสารที่ได้จากขั้นตอนที่หนึ่งมารวบรวมสรุปประเด็นสำคัญที่จะสื่อสารไปสู่สังคมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในประเทศไทยได้อย่างแท้จริง ในขั้นตอนนี้จะการระบุประเด็นสำคัญที่สุดที่จะสื่อสารออกไปเพื่อสร้างการยอมรับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสาธารณชน

2.2 ระบุผู้มีส่วนร่วม หลังจากที่ได้ประเด็นที่ชัดเจนในการที่จะสื่อสารสู่สาธารณชนแล้ว จึงระบุผู้มีส่วนร่วมและหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน



2.3 ร่างขอบเขตและกลยุทธ์ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นขั้นตอนที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสารในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณชน จึงจำเป็นต้องร่วมกันระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนร่วมทุกภาคส่วนเพื่อกำหนดขอบเขตและกลยุทธ์การสื่อสารที่จะนำไปใช้ในโครงการ

2.4 เลือกวิธีการสื่อสารและกิจกรรมการสื่อสารที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ ร่วมกันระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนร่วมเพื่อเลือกวิธีการสื่อสาร ตลอดจนกำหนดกิจกรรมการสื่อสารที่คาดว่าจะช่วยให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้จะช่วยทำให้เกิดความรู้สึกร่วมกันความผูกพันและความเป็นเจ้าของ

2.5 ระบุผู้เกี่ยวข้องและช่องทาง เป็นการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและช่องทางการสื่อสารในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างชัดเจน

2.6 คัดกรองและจัดประเด็นสำคัญ นำประเด็นต่าง ๆ มาพิจารณาให้เกิดความชัดเจน จัดประเด็นสำคัญและคัดกรองข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนต่าง ๆ ข้างต้นให้สอดคล้องกัน

2.7 พิจารณาเป้าหมายที่คาดหวัง กำหนดผลลัพธ์ และผลกระทบที่คาดหวังให้เกิดขึ้นภายหลังการดำเนินโครงการการสื่อสารที่ชัดเจน

3. การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร (Implementation of Communication Activities) ขั้นตอนนี้เป็นปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสารตามกลยุทธ์การสื่อสารและแผนโครงการที่วางไว้ในขั้นตอนที่สองซึ่งในขั้นตอนนี้จำเป็นต้องมีการเขียนแผนปฏิบัติการการสื่อสาร (Communication Action Plan) ซึ่งประกอบด้วยเป้าหมายของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ในขั้นตอนที่สอง นำมากำหนดกลุ่มผู้รับสาร/ผู้เกี่ยวข้อง กิจกรรมทรัพยากรที่ใช้ ผู้รับผิดชอบ ระยะเวลา และตัวชี้วัดความสำเร็จ ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเป็นรายละเอียดที่เกี่ยวกับการปฏิบัติการสื่อสารตามแผนการสื่อสาร

4. การติดตามและการประเมินผล (Monitoring and Evaluation) การติดตามและประเมินผลสามารถทำได้ในทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มการกำหนดการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสารทุกกิจกรรม และภายหลังเสร็จสิ้นการดำเนินการตามแผนการสื่อสาร โดยสามารถประเมินได้ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การประเมินจากจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ ประเมินจากความพึงพอใจของผู้รับสาร ประเมินจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ภาวะผู้นำระดับของความเสมอภาคในการมีส่วนร่วม ความเท่าเทียมด้านข้อมูลข่าวสาร ความสามารถในการบริหารจัดการตนเองของเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความรู้สึกของความเป็นเจ้าของซึ่งสอดคล้องกับตัวชี้วัดความสำเร็จของแผน เป็นต้น

จากขั้นตอนการนำการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยจะนำไปสู่การพัฒนาในประเด็นต่าง ๆ เช่น ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระบวนการการเรียนรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นต้น นอกจากนั้นยังนำไปสู่ประเด็นการวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร ซึ่งเป็นการวิจัยที่ศึกษาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมา ตลอดจนกรณีตัวอย่างที่สำเร็จและล้มเหลวที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งควรจะเป็นการวิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินการขั้นตอนแรก คือ การประเมินการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม และเป็นแนวทางเบื้องต้นในขั้นตอนที่สอง คือ การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

2. การวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเป็นการสำรวจทั้งในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Knowledge) ทักษะที่มีต่อแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Attitude) ความพึงพอใจต่อแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Satisfaction) ซึ่งควรจะเป็นการวิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินการขั้นตอนแรก คือ การประเมิน

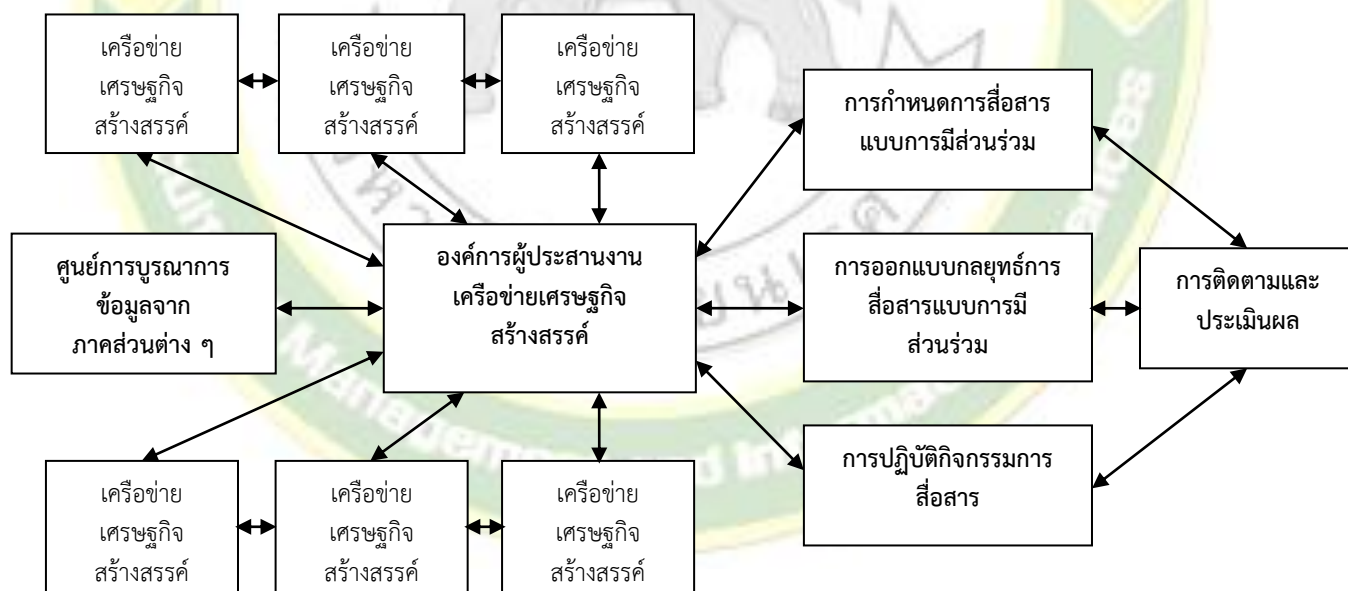


การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม และเป็นแนวทางเบื้องต้นในขั้นตอนที่สอง คือ การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม

3. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบการมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ต้องร่วมกันทำระหว่างนักวิจัย นักพัฒนา และชุมชนเพื่อทำให้ประเด็นปัญหาของชุมชนแต่ละชุมชนกระจ่างชัดยิ่งขึ้น โดยการวิจัยประเภทนี้จะเริ่มต้นจากการที่กลุ่มนักวิจัยต้องศึกษาชุมชนให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อน จากนั้นจึงร่วมกันกำหนดโจทย์การวิจัยเชิงปฏิบัติการ จนถึงขั้นตอนสุดท้ายคือแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมสำหรับชุมชนแต่ละชุมชนที่มุ่งแสวงหาแนวทางในการพัฒนาหรือแก้ปัญหาของชุมชนโดยเฉพาะ ซึ่งการวิจัยประเภทนี้เหมาะสำหรับการค้นหาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชนและการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน ซึ่งควรจะเป็นการวิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินการในทุกขั้นตอนตั้งแต่การประเมินการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร และการติดตามและการประเมินผลเพื่อให้ทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

บทสรุป

การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมเป็นการสื่อสารที่เหมาะสมในการนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย โดยในบทความนี้ได้นำเสนอขั้นตอนการนำแนวคิดการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแนวทางการศึกษาของ Tufte และ Mefaloputlos (2009) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 4 ขั้นตอน คือ การกำหนดการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสารและการติดตามและประเมินผล ซึ่งสามารถสรุปได้เป็นแผนภาพดังภาพ 1



ภาพ 1 แสดงการนำการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย



จากแผนภาพข้างต้นเป็นการนำแนวคิดการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมของ Tufte และ Mefaloputlos (2009) มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. **สร้างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั่วประเทศ** ด้วยกระบวนการการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมที่มุ่งเน้นส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การบริหารจัดการ และการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากชุมชน ดำเนินการโดยชุมชน และเกิดผลลัพธ์เพื่อประโยชน์ของชุมชนเอง

2. **ตั้งศูนย์การบูรณาการข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภาคส่วนต่าง ๆ** ศูนย์นี้มีหน้าที่ในการแสวงหา ประมวลและแจกจ่ายข้อมูลข่าวสารที่สำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งจากแหล่งข้อมูลข่าวสารทั้งในและต่างประเทศเพื่อนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นมาประมวลและแจกจ่ายให้เครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั่วประเทศนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการ การดำเนินงาน การประเมินผล การดำเนินงานของเครือข่ายต่อไป โดยศูนย์การบูรณาการข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้จะมีช่องทางการสื่อสารที่สามารถสื่อสารกับเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็วและเป็นการสื่อสารแบบสองทาง

3. **ตั้งองค์การหรือหน่วยงานผู้ประสานงานเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์** เป็นองค์การหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประสานงานกับเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และศูนย์การบูรณาการข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยทำหน้าที่ในการประสานงานและจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น จัดการฝึกอบรมต่าง ๆ จัดโครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จัดกระบวนการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นต้น ซึ่งองค์การนี้สามารถสื่อสารกับทั้งเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และศูนย์การบูรณาการข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เป็นการสื่อสารสองทาง

4. **กระบวนการการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม** ในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วย 4 ขั้นตอนย่อยตามแนวคิดของ Tufte และ Mefaloputlos (2009) คือ

4.1 **การกำหนดการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม** ขั้นตอนนี้เริ่มต้นจากการรวบรวมข้อมูลจากเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศูนย์การบูรณาการข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และองค์การผู้ประสานงานเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเพื่อกำหนดนโยบายในการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นได้อย่างแท้จริงในประเทศไทย

4.2 **การออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม** ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นหลังจากการกำหนดการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมซึ่งก็คือ การกำหนดนโยบายในการสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ แล้วจึงนำแนวนโยบายดังกล่าวมาออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วมและกิจกรรมการสื่อสารต่อไป

4.3 **การปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสาร** ขั้นตอนนี้เป็นการนำกลยุทธ์และกิจกรรมการสื่อสารที่ออกแบบไว้มาปฏิบัติให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

4.4 **การติดตามและประเมินผล** ขั้นตอนการติดตามและประเมินผลเป็นขั้นตอนที่เชื่อมโยงกับทั้ง 3 กิจกรรมข้างต้นตลอดเวลา เพื่อติดตามและประเมินผลการดำเนินการทุกขั้นตอนเพราะกระบวนการนี้เป็นกระบวนการที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนนโยบาย กลยุทธ์การสื่อสาร และการปฏิบัติกิจกรรมการสื่อสารได้ตลอดเวลาหากผลการประเมินพบว่าไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

กล่าวโดยสรุป การจะขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นแนวคิดสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยนั้นจำเป็นต้องอาศัยแรงขับเคลื่อนจากรากฐานของประเทศคือชุมชนต่าง ๆ ในรูปของการสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชน การบูรณาการข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วน และการมีเจ้าภาพรับผิดชอบหลักคือ ศูนย์ประสานงานเครือข่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนกิจกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยมีกลไกในการขับเคลื่อนแนวคิดนี้คือ การสื่อสารแบบการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีลักษณะพิเศษคือเป็นการสื่อสารที่มีได้มุ่งหวังผลเพียงแค่ผลของการสื่อสารที่บรรลุผลตามความต้องการของผู้ส่งสารคือ รัฐบาลเท่านั้น หากแต่เป็นการสื่อสารที่มุ่งสร้าง



ความร่วมมือร่วมใจในการขับเคลื่อนแนวคิดการพัฒนาต่าง ๆ บนพื้นฐานของสิทธิ เสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของทุกภาคส่วนในกระบวนการสื่อสาร จึงสามารถสร้างความสามัคคีและความเป็นเจ้าของให้เกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543). **สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. (2543). **การสื่อสาร : กลไกสำคัญในการก้าวสู่ประชาสังคมในศตวรรษที่ 21**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2552). **Creative Economy: เศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). **จากพลังความคิด...สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2552). **รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Howkins, J. (2001). **The Creative Economy: How people make money from ideas**. London: Penguin.
- Servaes, J., Jacobson, T. A., and White, S. A. (1996). **Participatory communication for social change**. California : Sage.
- Tufte, T. and Mefaloputlos, P. (2009). **Participatory communication: A practical guide**. Washington D.C.: The World Bank.
- UNCTAD. (2008). **Creative Economy 2008**. United States: United Nations.
- UNESCO. (2006). **Understanding Creative Industries: Cultural statistics for policy maker**. United States: UNESCO.
- United Nations. (1983). **Popular participation as a strategy for promoting community level action and nation development**. New York: United Nations.