

Creative Economy

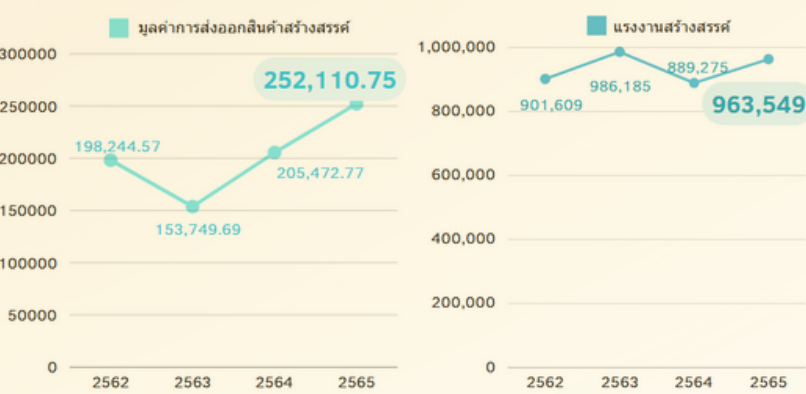
แนวทางเพิ่มศักยภาพธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่

รศ.ดร.ชูเกียรติ ชัยบุญศรี เบญจพร ทองขาว และอรทัย ทองตัน | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พิมพ์ชนก แยมสงค์ | ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ

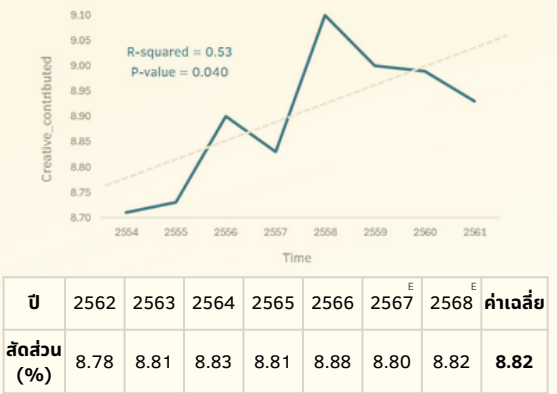
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy เป็นกระบวนการนำความคิดสร้างสรรค์มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มรายได้และสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ โดยในปี 2565 ไทยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ รวมทั้งสิ้น 2.52 แสนล้านบาท คิดเป็น 2.53% ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งประเทศ และทำให้เกิดการจ้างงานจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำนวน 963,549 คน (รูปที่ 1)¹

นอกจากนี้ **งานศึกษาเรื่อง “มุมมองของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการกระตุ้นเศรษฐกิจไทย”** ชี้ให้เห็นว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแรงขับเคลื่อนที่มีนัยสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยในระยะยาว หากได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยผลการศึกษาจากแบบจำลอง พบว่า **เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีทิศทางขยายตัว และพยากรณ์ว่าช่วงปี 2562 ถึง 2568 จะมีส่วนสนับสนุน GDP ไทยถึงประมาณ 8.82% (รูปที่ 2)²**

รูปที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าและจำนวนแรงงานจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยระหว่างปี 2562-2565



รูปที่ 2 มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อ GDP ประเทศ



หมายเหตุ : สัดส่วนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อ GDP ตั้งแต่ปี 2562-2568 จินตามการประมาณแบบจำลองการพยากรณ์อนุกรมเวลาเชิงโครงสร้างแบบเบย์เซียน

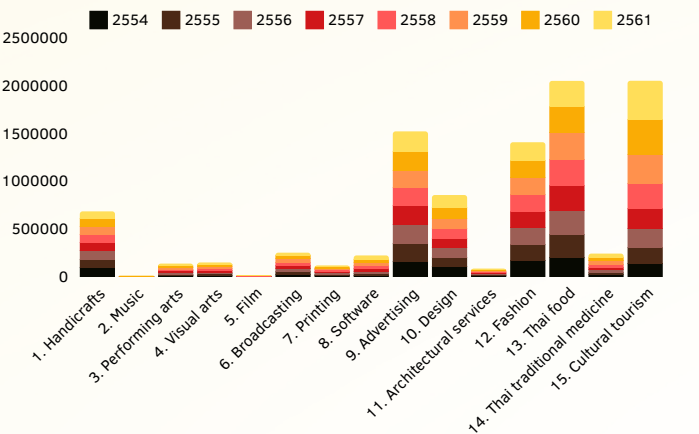
ที่มา : ¹รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี 2566 โดย Creative Information Center (CIC) และ Creative Economy Agency (CEA) ²/Chokethaworn, et al., 2023 The Perspective of the Creative Economy Stimulus on the Thai Economy: Explication by BSTS Mixed with the CGE Model.

ไทยมีศักยภาพด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดดเด่นในหลายสาขา

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยมี 15 สาขา คือ 1. งานฝีมือและหัตถกรรม 2. ดนตรี 3. ศิลปะการแสดง 4. ทัศนศิลป์ 5. ภาพยนตร์ 6. การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7. การพิมพ์ 8. ซอฟต์แวร์ 9. การโฆษณา 10. การออกแบบ 11. การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 12. แฟชั่น 13. อาหารไทย 14. การแพทย์แผนไทย และ 15. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม **ซึ่งสาขาที่สร้างรายได้สูงและเติบโต 5 อันดับแรก คือ** 1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2. อาหารไทย 3. การโฆษณา 4. แฟชั่น และ 5. การออกแบบ ตามลำดับ (รูปที่ 3)

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

รูปที่ 3 สาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สร้างรายได้ให้เศรษฐกิจไทยในช่วงปี 2554-2561 (หน่วย : ล้านบาท)



องค์การยูเนสโกให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านการก่อตั้งเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ หรือ The UNESCO Creative Cities Network (UCCN) มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ผ่านการใช้วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือ และประชาสัมพันธ์ความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิก ซึ่งแบ่งสาขาเมืองสร้างสรรค์เป็น 7 ด้าน คือ 1. เมืองแห่งวรรณกรรม 2. เมืองแห่งภาพยนตร์ 3. เมืองแห่งดนตรี 4. เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน 5. เมืองแห่งการออกแบบ 6. เมืองแห่งศิลปะสื่อประชาสัมพันธ์ และ 7. เมืองแห่งวิทยาการอาหาร **โดยไทยได้รับการคัดเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในหลายจังหวัด ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร จังหวัดเชียงใหม่ และสุโขทัย เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ เป็นต้น**

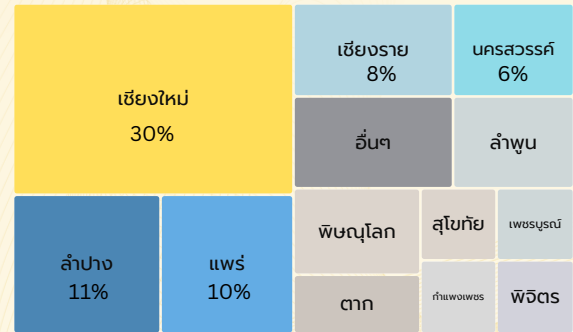
Creative Economy

แนวทางเพิ่มศักยภาพธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่

รศ.ดร.ชูเกียรติ ชัยบุญศรี เบญจพร ทองขาว และอรทัย ทองตัน | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พิมพ์ชนก แยมสงค์ | ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ

บทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาคเหนือกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในจังหวัดศูนย์กลางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างเชียงใหม่ ซึ่งมีขนาดเศรษฐกิจ 18.6% สูงสุดของภาคเหนือ มีจำนวนแรงงานสร้างสรรค์มากที่สุดถึง 30% ของจำนวนแรงงานทั้งหมดในภาคเหนือ (รูปที่ 4) รวมทั้งได้รับเลือกจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ให้พัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้นแบบ (Thailand Creative District Network: TCDN) ดังนั้น บทความนี้จะจึงขอนำเสนอความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีส่วนสำคัญต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับแรงงานในพื้นที่ ตลอดจนนำเสนอตัวอย่างธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อุดประภาให้แก่ภาคธุรกิจ และเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้คืนถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต และขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นต่อไป

รูปที่ 4 สัดส่วนแรงงานสร้างสรรค์ในภาคเหนือ ปี 2565



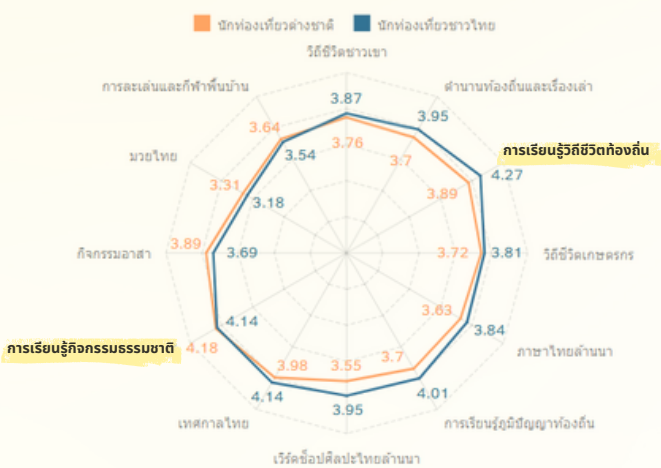
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

กุญแจสู่ความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเชียงใหม่

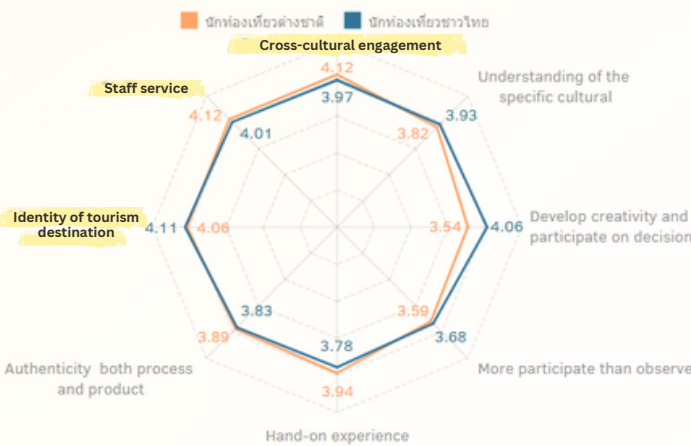
ปัจจัยที่องค์การยูเนสโกเลือกให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน เนื่องจากผ่านเกณฑ์ตัวชี้วัดสูงสุด ด้านการวิจัยและการเรียนรู้หัตถกรรมพื้นบ้าน ทั้งในเชิงอุตสาหกรรม งานนวัตกรรม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างพื้นฐานและรูปแบบเมือง ที่สามารถใช้งานได้หลายวัตถุประสงค์ และด้านความพร้อมของแรงงานและบุคลากรสำหรับงานเชิงความรู้ ซึ่งวัดผลได้ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของเมืองเชียงใหม่ สะท้อนผ่านความหลากหลายของทรัพยากร ผู้คน มรดกวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ประเพณี และงานหัตถกรรม เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาสินค้า บริการ ผ่านความคิดสร้างสรรค์ และความเป็นเชียงใหม่

สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Suprapa Somnuxpong (2020) สะท้อนมุมมองของนักท่องเที่ยวให้เห็นว่าเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งด้านกายภาพ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้เชียงใหม่เป็นเมืองสร้างสรรค์ได้ นอกจากนี้ ชุมชนในเชียงใหม่ยังมีศักยภาพในการปรับตัว และพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและเรื่องราวในท้องถิ่นด้วย จากผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (รูปที่ 5 และ 6) สรุปให้เห็นว่า ชาวต่างชาติสนใจเรียนรู้กิจกรรมธรรมชาติ และพึงพอใจต่อการให้บริการที่ดี และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ขณะที่ชาวไทยสนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น และพึงพอใจต่ออัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ออกแบบกิจกรรมของธุรกิจสร้างสรรค์ให้ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวได้

รูปที่ 5 ความพึงพอใจในการทำกิจกรรม



รูปที่ 6 ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว



ที่มา : Somnuxpong, S. (2020). Chiang Mai: A Creative City Using Creative Tourism Management. Journal of Urban Culture Research, 20(1), 113-132.

Creative Economy

แนวทางเพิ่มศักยภาพธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่

รศ.ดร.ชูเกียรติ ชัยบุญศรี เบญจพร ทองขาว และอรทัย ทองตัน | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พิมพ์ชนก แยมสงค์ | ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ



ที่มา : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

การวิจัยสินค้าและบริการ 3. **อาหารไทย** : อาหารประจำถิ่นที่มีเรื่องราว เอกลักษณ์ วัตถุดิบในท้องถิ่น ตามฤดูกาล และ 4. **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** : กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ ผ่านวิถีชีวิต มรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน

ตัวอย่าง Creative Economy ที่มีศักยภาพในเชียงใหม่

ตัวอย่างที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : “ดอยปู่หมื่น” ในปัจจุบันดอยปู่หมื่นได้พัฒนาไปสู่การเป็นชุมชนที่ขับเคลื่อนด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านการพัฒนาวัฒนธรรมการผลิตชาแบบดั้งเดิมของชาวล่าหู่ ไม่ว่าจะเป็นการเก็บชา ตากชา หรือการต้มชา ซึ่งล้วนสะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน และได้รับการพัฒนาต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ "Tea Tourism" ที่เป็นการนำเสนอวิถีชีวิตพื้นถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการเรียนรู้กระบวนการผลิตชาท้องถิ่น ชิมชา และสัมผัสกับธรรมชาติอันงดงามของดอยปู่หมื่น ไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้กับชุมชน ยังเป็นการสร้างเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ซึ่งช่วยลดความเหลื่อมล้ำและสร้างโอกาสหลัก 3 ด้าน ได้แก่ สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยมีการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ส่วนหนึ่งได้รับการสนับสนุนจากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมถึงยังมีการถ่ายทอดองค์ความรู้และแนวคิดในการดูแลป่าต้นน้ำ เพื่อให้ชุมชนสามารถอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

ตัวอย่างที่ 2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : “ผาวังซู้” เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าบนเส้นทางเชื่อมเมืองใหญ่กับพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวน้อย โดยเกิดจากความร่วมมือของชุมชนในท้องถิ่นกับหน่วยงานภาครัฐ แสดงให้เห็นประโยชน์ของการชุกชุมนในพื้นที่เป็นเรื่องราวในอดีตถึงความรักที่ไม่สมหวังของคู่รัก จากสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน จบลงด้วยโศกนาฏกรรมที่สะเทือนใจ กลายเป็นแรงบันดาลใจที่นำมาต่อยอดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เรื่องราวของผาวังซู้จึงไม่ได้เป็นเพียงแค่สัญลักษณ์ของความเชื่อในอดีต แต่ยังเป็นสะพานเชื่อมระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังช่วยสืบสานตำนานพื้นบ้านผ่านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งผลการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวคู่รักส่วนใหญ่มีความสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เป็นอย่างมาก³

ตัวอย่างที่ 3 แฟชั่นและการออกแบบ : “โครงการ Upper Floor Project ย่านช้างม่อย” โดยศูนย์ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นโครงการเช่าพื้นที่ชั้นที่ 2 ของย่านช้างม่อยเพื่อทำให้เกิดประโยชน์ ระยะเวลาโครงการทั้งหมด 3 เดือน ผลการศึกษาพบว่า การจัดโครงการฯ มีผลต่อชุมชนและเศรษฐกิจในย่านช้างม่อยอย่างมีนัยสำคัญ จากแบบจำลอง Treatment Effect ได้ผลการวิเคราะห์ว่า การจัดโครงการฯ ทำให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยในระยะยาว การใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจาก 494 บาทต่อคน เป็น 689 บาทต่อคน ส่งผลกระทบททางเศรษฐกิจ หรือผลของ Multiplier Effect ทำให้มูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น 528 บาทต่อการใช้จ่าย 1 ครั้ง ส่งผลให้รายรับของผู้ประกอบการในย่านช้างม่อยเพิ่มขึ้น (รูปที่ 9) นอกจากนี้งานศึกษาชี้ให้เห็นว่า ต้องพัฒนากิจกรรมหรือสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมโครงการฯ และมีการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องในระยะยาว

ที่มา : ³Somnuxpong, S. (2020). Chiang Mai: A Creative City Using Creative Tourism Management. Journal of Urban Culture Research.

เช่นเดียวกับผลวิจัยจากโครงการ “การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมต่อเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเชียงใหม่” โดย รศ.ดร.ชูเกียรติ ชัยบุญศรี และคณะ ได้เก็บข้อมูลจากการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชียงใหม่ทั้งหมด 400 คน พบว่า สาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ควรส่งเสริมต่อไป มีดังนี้

1. **แฟชั่น** : การออกแบบเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ จากวัสดุในท้องถิ่นที่สะท้อนเอกลักษณ์ของภาคเหนือ
2. **การโฆษณา** : การนำเสนอผ่านบุคคลที่มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ การสร้างคอนเทนต์ใหม่ ๆ รวมถึง
3. **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** : กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ ผ่านวิถีชีวิต มรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน

รูปที่ 7 กิจกรรมเก็บใบชา ดอยปู่หมื่น

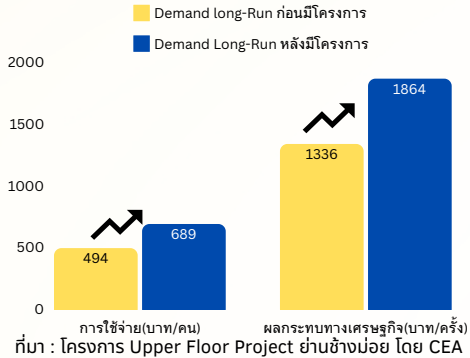


รูปที่ 8 ผาวังซู้



ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลออด อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ (2563)

รูปที่ 9 การใช้จ่ายและผลกระทบทางเศรษฐกิจ



Creative Economy

แนวทางเพิ่มศักยภาพธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่

รศ.ดร.ชูเกียรติ ชัยบุญศรี เบญจพร ทองขาว และอรทัย ทองตัน | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พิมพ์ชนก แยมสงค์ | ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ

ถอดบทเรียนจากต่างประเทศ

“TEAMLAB” พิพิธภัณฑ์ศิลปะ ประเทศญี่ปุ่น เป็นตัวอย่างธุรกิจสร้างสรรค์ สาขาทัศนศิลป์



ที่มา : www.teamlab.art

“ สิ่งที่ทำให้ TEAMLAB ประสบความสำเร็จ คือ การผสมผสานศิลปะ เทคโนโลยี และประสบการณ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม โดยมี การวัดผลที่ชัดเจน และหลากหลาย เพื่อให้สามารถปรับปรุงและพัฒนา ธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว ”

TEAMLAB คือ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่นำเสนอวัฒนธรรมทางศิลปะ หรือการนำศิลปะดิจิทัลที่ผสมผสานเทคโนโลยีเข้ากับศิลปะแบบดั้งเดิม เพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์ใหม่ และมีเกณฑ์ชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน คือ 1. จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่สุด แสดงให้เห็นถึงความสนใจของผู้บริโภค 2. รายได้จากการขายตั๋วเข้าชม สินค้าที่ระลึก และการจัดงานต่าง ๆ เป็นตัวชี้วัดความสามารถในการสร้างรายได้ของธุรกิจ 3. ความเป็นที่รู้จักของแบรนด์ TEAMLAB ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งวัดจากจำนวน ผู้ติดตามบนโซเชียลมีเดีย การกล่าวถึงในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อวัดการรับรู้ของแบรนด์ในระดับสากล และการได้รับรางวัลต่าง ๆ 4. การสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนในวงกว้าง การส่งเสริมวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ 5. สัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อวัดความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

KEY SUCCESS OF CREATIVE ECONOMY

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนา สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพราะความนิยมของผู้บริโภคในธุรกิจสร้างสรรค์ยังขยายตัวต่อเนื่อง และมีพื้นที่ให้เติบโตอีกมากในอนาคต จากตัวอย่างธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จทั้งในไทยและต่างประเทศ สรุปปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ มีดังนี้

- 1. **ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม** ในการสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- 2. **การตลาดและการประชาสัมพันธ์** ที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจสร้างสรรค์เป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- 3. **การสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง** เป็นเอกลักษณ์และแตกต่างเพื่อสร้างความจดจำให้กับผู้บริโภค
- 4. **การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี** มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานและการตลาด
- 5. **การร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** ทั้งภาครัฐและเอกชน นโยบายที่สนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น การสร้างพื้นที่สำหรับสร้างสรรค์ผลงาน นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดที่สำคัญ และช่วยให้ธุรกิจเติบโตในระยะยาว

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังคงขยายตัวต่อเนื่องและมีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากสะท้อนถึงตัวตนและอัตลักษณ์ของคนในท้องถิ่น เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมและเกิดความยั่งยืน ธุรกิจสร้างสรรค์จึงมีศักยภาพในการสร้างรายได้และสร้างงานให้แก่คนในภูมิภาคอย่างมาก ดังนั้น เพื่อความก้าวหน้าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกองค์กร ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เติบโตและประสบความสำเร็จ การสร้างนวัตกรรม การพัฒนาทรัพยากรบุคคล และการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน จะช่วยให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความแข็งแกร่ง และเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจภูมิภาคต่อไป

บทความนี้ได้รับความอนุเคราะห์จากศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์เชิงปริมาณสมัยใหม่ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)