

เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์  
แผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการดำเนินการ

รายงานสรุปประเด็นสำคัญ

1 มีนาคม 2554

[www.creativechiangmai.com](http://www.creativechiangmai.com)



## 1. ภาพรวมของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ (Chiang Mai Creative City หรือ CMCC) คือการริเริ่มที่จะวางรากฐานของสิ่งจำเป็นต่างๆไม่ว่าจะเป็น ทรัพยากรมนุษย์ นโยบาย การเชื่อมโยง และโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อที่จะพัฒนา และทำการตลาดของเมืองเชียงใหม่ (location or city marketing) ให้เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความสร้างสรรค์ และนวัตกรรม กล่าวคือเมืองสร้างสรรค์เป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์รวมกันและเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม จากประสบการณ์ของเมืองที่ได้มีการดำเนินการตามกลยุทธ์ มักจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนามากกว่าเมืองที่ไม่ได้ลงมือปฏิบัติ

เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มีเป้าหมายที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้ง อุตสาหกรรมด้านไอที ซอฟต์แวร์ และกลุ่มงานดิจิทัล และ ออกแบบ (Digital Content, IT and Software or DCITS) และยังรวมถึงการพัฒนา เมือง สิ่งแวดล้อมและสังคม อุตสาหกรรม DCITS และการออกแบบ ถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจตลอดจนมีศักยภาพสูงในการเพิ่มมูลค่าและดึงดูดการลงทุน อุตสาหกรรม DCITS และการออกแบบ สามารถเชื่อมโยงไปยังภาคธุรกิจอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยว หัตถกรรม อาหาร อุตสาหกรรมเกษตร และการบริการสุขภาพ เพื่อยกระดับภาคธุรกิจเหล่านั้น

เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นการร่วมมือกันระหว่างมหาวิทยาลัยในท้องถิ่น บริษัทและองค์กรของภาคเอกชน การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรที่สำคัญของภาครัฐ และชุมชน แนวคิดริเริ่มนี้สอดคล้องกันกับวิสัยทัศน์ของรัฐบาลไทยในการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศ และสร้างบนจุดแข็งของเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้ว (เช่น ศูนย์การศึกษา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมล้านนา คุณภาพชีวิต ทักษะของประชากร) และปรับปรุงให้ดีขึ้นเพื่อให้เชียงใหม่เป็นสถานที่ที่ดึงดูดในการเข้ามาทำธุรกิจและลงทุน ทั้งยังสร้างงาน และโอกาสให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

## 2. หลักการ เหตุผล และประโยชน์ที่จะได้รับ

เชียงใหม่เป็นเมืองที่ใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศไทย และในอดีตเป็นเมืองหลวงแห่งอาณาจักรล้านนาอันที่มีประวัติยาวนาน ทั้งยังเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคและประเทศ

ในการเป็นแหล่งการศึกษา การบริหารจัดการ การท่องเที่ยว อาหาร การเกษตร วัฒนธรรม และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ นอกจากนี้เชียงใหม่มักจะถูกกล่าวถึงในฐานะเมืองยอดเยี่ยม ในด้านการการท่องเที่ยว การอยู่อาศัย และการพักผ่อนหลังเกษียณ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเชียงใหม่ยังมีองค์ประกอบหลายอย่างที่เหมาะต่อการพัฒนาไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ แต่อย่างไรก็ตาม เชียงใหม่ยังมีจุดอ่อนหลายจุด และสิ่งที่ท้าทาย ที่จะต้องได้รับการแก้ไข

เมื่อเปรียบเทียบขนาดเศรษฐกิจของเมืองเชียงใหม่ จะพบว่ายังมีฐานเศรษฐกิจเล็ก (ผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคเหนือต่ำที่สุดเป็นลำดับที่สองในทั้งหมดหกภาคของประเทศไทย) และยังมีข้อจำกัดในเรื่องของปริมาณงานและโอกาสทางธุรกิจ อีกทั้งความไม่หลากหลายทางเศรษฐกิจ ที่ทำให้เชียงใหม่ยังต้องพึ่งรายได้จากการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งทั้งสองสาขานี้เป็นเรื่องที่เปลี่ยนแปลงตามปัจจัยภายนอกได้ง่าย ส่งผลให้ภาคเศรษฐกิจมีความผันแปรตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกันก็มีการแข่งขันระดับภูมิภาคและนานาชาติที่เพิ่มขึ้น ทั้งในระดับเมืองและระดับท้องถิ่น ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมหัตถกรรมและการท่องเที่ยวอย่างมากเป็นต้น

แม้ว่าเชียงใหม่จะเป็นพื้นที่ที่อุดมไปด้วยความสร้างสรรค์อันหลากหลาย แต่การลงทุนโดยอุตสาหกรรมท้องถิ่นในด้านการออกแบบ ความสร้างสรรค์ และนวัตกรรมยังอยู่ในระดับต่ำ ถ้าหากเชียงใหม่ต้องการความเจริญก้าวหน้า และสร้างสิ่งแวดล้อมที่น่าดึงดูดให้แก่คนรุ่นต่อไป เชียงใหม่ต้องเน้นการพัฒนาในอนาคต ที่จะพัฒนาด้านความสร้างสรรค์ ความรู้และนวัตกรรมให้มากยิ่งขึ้น เพื่อจะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และรักษาความดึงดูดใจคงอยู่ต่อไป ในลักษณะนี้ความสร้างสรรค์จึงหมายถึงความคิดสร้างสรรค์ และกิจกรรมที่มุ่งเพิ่มมูลค่า ปรับปรุงศักยภาพ สร้างความแตกต่าง เพิ่มปริมาณการขาย รวมทั้งการปรับปรุงศักยภาพในด้านอื่นๆ

การริเริ่มเมืองสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อไปยังหลายส่วนของภาคเศรษฐกิจ ทั้งก่อให้เกิดประโยชน์ การสร้างโอกาส และการบริการใหม่ๆให้กับกลุ่มประชากรที่กว้างขึ้น และยังสามารถขยายไปสู่พื้นที่รอบนอกตัวเมืองอีกด้วย

การนิ่งเฉยหรือการผลักดันที่ยังไม่เพียงพอ (หรือเพิ่มขึ้นที่ละน้อยเท่านั้น)จะมีค่าเสียโอกาสเกิดขึ้น เมืองเชียงใหม่เผชิญหน้ากับความท้าทายและอุปสรรค ตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ, นักศึกษาที่จบแล้วก็มักจะเดินทางไปกรุงเทพฯ หรือภาคอื่นๆ เพื่อทำงาน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติถูกทำลาย บุคคลภายนอกกล่าว

ถึงความขาดแคลนเรื่องคุณภาพและที่มา (authenticity) ของงานหัตถกรรม และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในส่วนของเมืองและภาคอื่นๆอีกด้วย

เชียงใหม่ต้องการแรงกระตุ้น การแก้ไขปัญหาและการปฏิบัติที่ชัดเจนอันจะนำไปสู่การรวมกันขององค์ประกอบที่หลากหลายเพื่อ จุดชนวน และสร้างแรงขับเคลื่อนที่ยั่งยืน เช่นเดียวกับการมุ่งสู่การแข่งขันที่อยู่บนพื้นฐานของความรู้ ความสร้างสรรค์ และนวัตกรรม สโลแกนของเมืองเชียงใหม่ควรจะเปลี่ยนจาก “เมืองแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง” มาเป็น “เมืองแห่งชีวิต โอกาส และความรุ่งเรือง” ซึ่งในการทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้ จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ขึ้น

### 3. คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ได้รับการแต่งตั้งโดยผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ และประกอบไปด้วยหน่วยงานภาคการศึกษา ภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อธิการบดีมหาวิทยาลัยพายัพ อธิการบดีมหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่ และกงสุลสหรัฐอเมริกาประจำจังหวัดเชียงใหม่เป็นที่ปรึกษา

วัตถุประสงค์ของคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์คือ การพัฒนากลยุทธ์และยุทธศาสตร์ การทำงานร่วมกันและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน อีกทั้งยังประสานงานและดูแลโครงการ ดำเนินงานตามโครงการ และจัดตั้งทีมงานการดำเนินการ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการ และทำหน้าที่ในส่วนของงานเลขานุการ การติดต่อประสานงาน และยังเป็นจุดเชื่อมต่อของหน่วยงานต่างๆ ทั้งนี้ทีมงานที่มีอยู่ในปัจจุบันตั้งขึ้นเพื่อทำงานชั่วคราวเท่านั้นและเป็นไปโดยอาสาสมัคร(โดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่) ซึ่งจะเป็นการดีหากคณะกรรมการมีเงินทุนที่จะสำรองไปเพื่อการจัดจ้างคณะทำงานที่พร้อมจะเข้ามารับหน้าที่นี้อาทิเช่น เลขานุการและผู้ประสานงาน

คณะกรรมการดังกล่าวนี้ไม่ใช่นิติบุคคล แต่อยู่ในรูปแบบของสมาชิกทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ที่จะช่วยสนับสนุนและทำงานร่วมกัน ในระยะยาวคณะกรรมการนี้อาจจะมีการพัฒนาไปสู่หน่วยงานที่เป็นทางการและเปลี่ยนเป็นนิติบุคคลในภายภาคหน้า แต่ปัจจุบันยังไม่มีจำเป็นที่จะพยายามสรุปแนวทางในเรื่องนี้

ล่าสุด ได้มีการแนะนำให้สร้างกลุ่มทำงานเฉพาะของแต่ละสาขา เช่น 1. ไอที ซอฟต์แวร์ กลุ่มงานดิจิทัล 2. การท่องเที่ยว 3. การบริการสุขภาพ 4. การออกแบบและหัตถกรรม 5. การพัฒนาเมือง และ 6. การตลาด

แนวทางในการทำงานของคณะกรรมการเป็นไปในทางเดียวกัน และยังอยู่ในรูปแบบอาสาสมัคร ซึ่งหมายความว่า กลุ่มคณะกรรมการนี้มีสิทธิที่จะแนะนำ นโยบาย โครงการ และกิจกรรม (รวมทั้งประสานงานและดำเนินการเมื่อได้รับการมอบหมาย) แต่อย่างไรก็ตาม ทั้งหมดขึ้นอยู่กับสมาชิกที่จะดำเนินงาน (และจัดสรรทรัพยากร)

#### 4. วิสัยทัศน์และภารกิจ

กรอบระยะเวลาการทำงานของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์จำเป็นต้องเป็นระยะยาว (15-20 ปี) แต่แน่นอนว่าจะต้องมีผลดำเนินงานออกมาทุกปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 5 ปีแรกที่ต้องได้รับการผลักดัน วิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ควรปรับให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่อไปของประเทศไทย (ปี 2555-2559) ซึ่งได้เน้นในส่วนของความสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์ความรู้ และนวัตกรรม อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ สร้างมูลค่าคิดเป็น 13% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในปี 2552 และรัฐบาลมีความมุ่งมั่นที่จะเพิ่มมูลค่าจากอุตสาหกรรมดังกล่าวให้เป็นอย่างน้อย 20% ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสที่จะเป็นส่วนร่วมหลักในการเติบโตครั้งนี้

วิสัยทัศน์อาจรวมไปถึงด้านต่างๆดังต่อไปนี้ :

“เชียงใหม่จะก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางที่ได้รับการยอมรับสำหรับนวัตกรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมต่างๆและความสามารถไอที การออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมหลักที่มีอยู่ในปัจจุบันเช่นเดียวกับจุดมุ่งหมาย ทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจของเมือง จังหวัด และประชากร จังหวัดเชียงใหม่มีความดึงดูด ในการเป็นที่พักอาศัย การลงทุน การพักผ่อนหลังเกษียณ การท่องเที่ยว การศึกษา และการทำงาน”

ภารกิจของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ในระยะเริ่มแรก ประกอบไปด้วย

- พัฒนาความสามารถเพื่อให้สอดคล้องกับการความต้องการของอุตสาหกรรมและสังคมให้ดียิ่งขึ้น

- ทำการตลาดให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ที่น่าสนใจในการลงทุนและการทำธุรกิจ
- พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในจังหวัดเชียงใหม่ (รวมถึงไอที ซอฟต์แวร์ และกลุ่มงานดิจิทัล) เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมที่มีอยู่
- การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันและประสิทธิภาพการดำเนินการ (เช่น เพิ่มมูลค่าเพิ่ม เพิ่มการส่งออก เพิ่มมูลค่าในการท่องเที่ยว)
- พัฒนาเมืองให้เป็นเครื่องสร้างความเจริญเติบโต และเป็นศูนย์กลางในการให้บริการแก่จังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือของประเทศไทย
- สร้างโอกาสทางธุรกิจและตำแหน่งงานให้เพิ่มขึ้น
- ส่งเสริมความสร้างสรรค์ (ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และอื่นๆ) ในทุกระดับ
- สร้างความมั่นใจว่ามรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมืองเชียงใหม่จะได้รับการอนุรักษ์ไว้ และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- การสร้างผลประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

## 5. ปัจจัยหลักสู่ความสำเร็จ

จากประสบการณ์ของเมืองและภูมิภาคอื่นๆ มีสิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญในความสำเร็จดังนี้ :

- ภาวะความเป็นผู้นำและการสนับสนุนจากผู้นำในภาครัฐ ภาคการศึกษา และภาคเอกชน
- ความร่วมมือและการแบ่งปันข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในท้องถิ่น
- ปัจจัยเชิงบวกต่อระบบ (การจัดการทางด้านสภาพแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน และอื่นๆ)
- การส่งเสริมในด้านการเปิดรับ การยอมรับความเสี่ยง และพฤติกรรมของผู้ประกอบการ
- การเน้นการบริการ การรวมกลุ่ม ชุมชน โครงการ และคนในเครือข่ายมากกว่าอาคารและสาธารณูปโภคขนาดใหญ่
- การทำการตลาดเชิงรุก เพื่อให้เชียงใหม่เป็นที่รู้จัก และเป็นแหล่งที่เผยแพร่ข้อมูลในท้องถิ่นทางด้านความสำเร็จ
- การมีพื้นที่หรือศูนย์กลางสำหรับความสร้างสรรค์
- การมีเงินทุนและงบประมาณ (แก่คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์) รวมถึงภาคเอกชน

หากปราศจากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ การที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ของการเป็นเมืองสร้างสรรค์นั้นจะเป็นไปได้ยาก

## 6. ยุทธศาสตร์

มีหลากหลายวิธีปฏิบัติในการพัฒนาไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ โดยเริ่มจากการมุ่งเน้นในแนวความคิดที่ชัดเจน(ในด้านหรือภาคส่วนหนึ่ง) และสร้างเรื่องราวความสำเร็จก่อนดำเนินงานขั้นต่อไป การขยายขอบเขตการปฏิบัติงานจากจุดเริ่มต้น โดยจัดสรรแนวทางการดำเนินงาน กรอบการดำเนินงานและแผนการดำเนินงานที่มีหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับความหลากหลายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

เชียงใหม่ เป็นเมืองที่มีการผสมผสานระหว่าง “เก่า” และ “ใหม่” – ซึ่งมีโอกาสที่จะพัฒนาการรวมกลุ่มใหม่; ยกระดับมรดกทางวัฒนธรรม, ปรับปรุงประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมหลักที่มีอยู่เดิม และส่งเสริมความสร้างสรรค์ในชุมชนและการพัฒนาสังคม ดังนั้นกรอบยุทธศาสตร์และแนวทางการดำเนินงานของจังหวัดเชียงใหม่จะเป็นภาพกว้าง แต่มีการดำเนินงานที่เฉพาะเจาะจงและคำแนะนำสำหรับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีแนวทางการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ที่จะรวมและเชื่อมต่อกับแง่มุมที่แตกต่างเหล่านี้

สิ่งที่ให้ความสำคัญในขั้นเริ่มต้น ได้แก่

- ซอฟต์แวร์ กลุ่มงานด้านดิจิทัล และไอที
- งานหัตถกรรม ศิลปะ และการออกแบบ
- การท่องเที่ยว (ความสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยว)
- การบริการสุขภาพ (การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไอทีในด้านสุขภาพ)
- การพัฒนาเมือง (รวมถึงการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในเมือง) และการพัฒนาสังคม
- การทำการตลาดของเมือง

ไอที ซอฟต์แวร์ และกลุ่มงานดิจิทัล ควรจะมีกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจงเนื่องจากมีโอกาสสูงที่จะดึงดูดการลงทุนและเกิดการสร้างงานในสาขาเหล่านี้ มากไปกว่านั้น ไอทีเป็นยังเป็นปัจจัยหลักของภาคส่วนอื่น และด้วยเหตุนี้ไอทีสามารถเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยว หัตถกรรม อุตสาหกรรมเกษตร และการบริการสุขภาพ (รวมถึงสร้างบริการใหม่ๆสู่สาธารณะ)

การคงความยืดหยุ่นและทบทวนแผนการดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์อย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เชียงใหม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการริเริ่มยุทธศาสตร์หลัก เช่น การพัฒนากลุ่มงานดิจิทัล, โครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 10 เมืองโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ การเปิดสำนักงานศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สาขาเชียงใหม่ การสมัครเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก และความตั้งใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะมีผลต่อทิศทางยุทธศาสตร์

สิ่งสำคัญยิ่ง ได้แก่ การพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์, การพัฒนาด้านกำลังการผลิต, โครงการความร่วมมือและโครงการนำร่อง, การจับคู่ (ตัวอย่างเช่น การพบปะกันระหว่างผู้ผลิตและผู้ออกแบบ และ/หรือ ผู้ซื้อ หรือบริษัทท้องถิ่นและลูกค้าต่างชาติหรือลูกค้าที่มีศักยภาพ) และการสร้างการรับรู้ วัตถุประสงค์โดยรวมเป็นการก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างโอกาส ดึงดูดการลงทุน ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมจังหวัดเชียงใหม่ และทำให้เชียงใหม่สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและดำรงความดึงดูดได้อย่างยั่งยืน

## 7. ตัวอย่างของโครงการที่กำลังดำเนินการและวางแผนไว้

โครงการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ได้ดำเนินการในเบื้องต้นและมีกิจกรรมดังนี้

โครงการล่านาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นโครงการหลักโครงการหนึ่ง ที่กำลังดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (คณะวิทยาลัยสื่อ ศิลปะและเทคโนโลยี) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หอการค้าเชียงใหม่ และภาคส่วนอื่น ๆ โครงการนี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสี่จังหวัดภาคเหนือ (ล่านา) รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ

โครงการ 10 เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา การประกวดเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เพื่อคัดเลือก 10 เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(<http://www.creativechiangmai.com/activities/dip-creative-city>)

ทุกจังหวัดในประเทศไทยสามารถร่วมประกวดได้โดยจะมีการคัดเลือกเบื้องต้นเพื่อคัดเลือก 30 เมือง และตัดสินให้เหลือ 10 เมืองในลำดับต่อไป ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวเริ่มดำเนินการในปี 2553 และคาดว่าจะสิ้นสุดการคัดเลือกภายในกลางปี 2554 โดยมีสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ เป็นผู้นำของคณะทำงานในการพัฒนาโครงร่างเพื่อเข้าร่วมคัดเลือกให้เป็นหนึ่งใน 10 เมืองต้นแบบ แนวทางหลักในการจัดทำโครงร่างจะเป็นเรื่องของมรดกทางวัฒนธรรมของเชียงใหม่ซึ่งครอบคลุมถึงเรื่องศิลปะ ทัศนกรรมการบริการสุขภาพ และศิลปะในการทำอาหาร

การจัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สาขาเชียงใหม่ (TCDC) การมีแผนในการจัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สาขาเชียงใหม่ เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของการเริ่มต้นที่

สำคัญ ในปัจจุบัน TCDC ได้จัดตั้งสาขาย่อยอยู่ที่คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีกำหนดการจะสามารถเปิดดำเนินการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สาขาเชียงใหม่ ได้ในต้นปี 2555 ซึ่งระหว่างปี 2553 ที่ผ่านมา TCDC ได้วางแผนกิจกรรมต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเตรียมการเปิดสาขาที่จังหวัดเชียงใหม่

เมืองสร้างสรรค์ที่รับรองโดยยูเนสโก: เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2554 คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ได้จัดสัมมนาเพื่อหารือถึงโอกาสของเชียงใหม่ที่จะเป็นหนึ่งในสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ที่รับรองโดยยูเนสโก เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์รับรองโดยยูเนสโกได้จัดตั้งขึ้นในปี 2547 ในปัจจุบันมี 27 เมืองทั่วโลก แบ่งเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ (1) ศิลปะในการทำอาหาร (2) การออกแบบ (3) หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (4) วรรณกรรม (5) ดนตรี (6) ภาพยนตร์ และ (7) ศิลปะสื่อ ซึ่งเมืองเชียงใหม่มีโอกาที่จะเข้าร่วมเครือข่ายและได้รับประโยชน์จากภาพลักษณ์รวมถึงการแบ่งปันประสบการณ์กับเมืองอื่น ๆ (<http://www.creativechiangmai.com/activities/unesco-creative-city>)

โดยมีโอกาสูงที่จะอยู่ในกลุ่ม (1) หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน หรือ (2) การออกแบบ ประโยชน์ที่เชียงใหม่จะได้รับคือการเสริมสร้าง “ความสร้างสรรค์” เพื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเมือง ซึ่งหมายถึงการส่งเสริมระดับทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และสามารถเชิงสร้างสรรค์ในระดับโลก โอกาสของการสร้างภาพลักษณ์ที่ยั่งยืนให้กับเมือง และโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการเรียนรู้ระหว่างเมือง ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ การลงทุน การค้าขาย รวมถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนานวัตกรรมและกลุ่มเครือข่ายในปี 2555 ศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีเพื่ออุตสาหกรรม (TDCI) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในนามของคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ได้เสนอสองโครงการที่เกี่ยวข้องกับการริเริ่มพัฒนาเมืองสร้างสรรค์เข้าสู่สำนักงานการจัดการเชิงกลยุทธ์ กลุ่มภาคเหนือตอนบน 1 (OSM1) ซึ่งครอบคลุมเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน โครงการเหล่านี้จะมีการดำเนินการร่วมกับสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ โครงการแรกมุ่งเน้นการส่งเสริมนวัตกรรม ส่วนโครงการที่สองมุ่งเน้นในการพัฒนาไอที, ซอฟต์แวร์ และกลุ่มงานดิจิทัล การใช้งานไอทีในอุตสาหกรรมอื่น รวมทั้งส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อดึงดูดการลงทุนเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งทั้งนี้ทั้งสองโครงการมีงบประมาณในการดำเนินการประมาณ 20 ล้านบาท

## 8. แผนดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์

แผนดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์มุ่งเน้นที่โครงการและกิจกรรมที่ต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุถึงวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ แผนดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์ต้องเป็นเอกสารที่มีการดำเนินงานจริง ต้องมีการปรับปรุงและตรวจสอบอยู่เป็นประจำโดยไม่สูญเสียทิศทางในภาพรวม

กิจกรรมในแผนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ที่จัดสรรแก่ผู้มีส่วนได้เสียและรวมถึงเป้าหมาย และตัวชี้วัดที่สามารถวัดได้ มีบางกิจกรรมที่ต้องมีการจัดลำดับความสนใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่สำคัญหรือเร่งด่วน:

- 1) สำนักงานจังหวัด(และสำนักงานเทศบาล) ประกาศยุทธศาสตร์เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
- 2) สำนักงานจังหวัด (และสำนักงานเทศบาล) ต้องรวมกิจกรรมเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ในแผนการปกครองท้องถิ่น, นโยบาย และยุทธศาสตร์ต่าง ๆ
- 3) จัดตั้งคณะทำงาน โดยมีหน้าที่ในการพัฒนารายละเอียดเพิ่มเติมของแผนการดำเนินงานและจัดทำข้อเสนอโครงการและงบประมาณ
- 4) จัดตั้งเครือข่ายภายในให้อยู่ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมีจุดติดต่อ โดยให้อยู่ภายใต้ศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีเพื่ออุตสาหกรรม (TDCI)
- 5) การสมัครเข้าสู่ 10 เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้โครงการของกระทรวงพาณิชย์ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา)
- 6) การยื่นสมัครให้ยูเนสโกรับรองสถานะเป็นเมืองสร้างสรรค์
- 7) การพัฒนาข้อเสนอโครงการและงบประมาณ (ตัวอย่างเช่น ข้อเสนอโครงการแก่ SIPA เพื่อการพัฒนากลุ่มไอซีที และกลุ่มงานดิจิทัลในจังหวัดเชียงใหม่)
- 8) การดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้เพิ่มขึ้น และ
- 9) การจัดทำข้อเสนอโครงการและงบประมาณ

กิจกรรมตามแผนการดำเนินงานมีการจัดกลุ่มเป็นกิจกรรมระยะสั้นและระยะกลางถึงระยะยาว สำหรับกิจกรรมในระยะกลางคาดว่าจะมีกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น (และเป็นรูปธรรมมากขึ้น) หลังจากการดำเนินการของ “ปีในการเปิดตัว” เสร็จเรียบร้อยแล้ว ยกตัวอย่างเช่น หลังจากหนึ่งปี จะมีความชัดเจนมากขึ้นในขอบเขตที่คณะกรรมการพัฒนาและสมาชิกที่จะสามารถทางงบประมาณมาได้ นโยบายภาครัฐ และเงื่อนไขกรอบการดำเนินงานจะมีความชัดเจนมากขึ้น และผลจากบางส่วนของยุทธศาสตร์ที่ไดริเริ่มจะทำให้เป็นที่รู้จักขึ้น

**ตาราง 1 กิจกรรมสำหรับแผนการดำเนินงานในระยะสั้น**

<b>Description</b>	<b>Who</b>	<b>KPI/ Milestone</b>	<b>When</b>
การตกลงร่วมกันในวิสัยทัศน์, กลยุทธ์ และแผนการดำเนินงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงดำเนินงาน  Vision, strategy and roadmap agreed amongst key stakeholders and acted on	คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่นายกเทศมนตรี CMCC DC, Governor, Mayor	เอกสารและบันทึกการประชุมกลยุทธ์และแผนการดำเนินงาน Strategy and Roadmap document and meeting minutes	ไตรมาสที่ 1 ปี 2554 Q1 2011
ประกาศอย่างเป็นทางการของการเริ่มดำเนินการและกลยุทธ์ของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์โดยผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ และภาคส่วนอื่นๆ  Chiang Mai Creative City initiative and strategy officially announced by the Governor of Chiang Mai (and others)	สำนักงานจังหวัด + (สมาชิกคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์) Governor's Office + (CMCC DC Member)	ประกาศสู่สาธารณะ  Public announcement	ไตรมาสที่ 1 ปี 2554 Q1 2011
จัดตั้งคณะทำงานในสาขาที่เฉพาะเจาะจง เพื่อดำเนินการเฉพาะอย่าง/ในรายละเอียด ตามแผนการดำเนินงานหรือข้อเสนอโครงการให้มากยิ่งขึ้น  Sector, topic specific working groups (WG) have been set and work on more specific/ detailed roadmaps and proposals	คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์และอื่นๆ  เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ DC Members and other	สามารถตกลงเรื่องจำนวนคณะทำงานและสมาชิกในคณะทำงานได้ และ มีการประชุมครั้งที่ 1  Number of WGs and membership agreed, first meetings held	ไตรมาสที่ 1 ปี 2554 Q1 2011
จัดทำเว็บไซต์ของเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เพื่อเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก อีกทั้งโฆษณาเกี่ยวกับความสร้างสรรค์และแหล่งไอที  Website for Creative City has been set up. Location marketing initiated. Creative and IT resources advertised.	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์, บ. อินทรอปิกา  CMU, CM CC DC, Intropica	เว็บไซต์  Website	ไตรมาสที่ 1 ปี 2554 Q1 2011
ตั้งคณะที่ปรึกษาให้คำแนะนำโดยประกอบไปด้วยที่ปรึกษาทั้งจากภายในพื้นที่และต่างประเทศ ที่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง  Foreign advisory panel established consisting of local and international foreign advisors with relevant experience	คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์  CMCC DC	แต่งตั้งคณะกรรมการ มีการประชุมครั้งที่ 1 และมีบันทึกการประชุมครั้งที่ 1  Advisory panel/board established and minutes of 1 <sup>st</sup> meeting exist	ไตรมาสที่ 1 ปี 2554 Q1 2011

Description	Who	KPI/ Milestone	When
<p>แต่งตั้งเลขานุการคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยมีเจ้าหน้าที่ประสานงาน 1-2 คน(ที่ศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีเพื่ออุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)</p> <p>Development Committee secretariat is set-up with 1-2 dedicated resources for coordination (at CMU's TDCI)</p>	<p>มหาวิทยาลัยเชียงใหม่</p> <p>CMU</p>	<p>มีการรับสมัครเจ้าหน้าที่ฝ่ายเลขานุการ</p> <p>Staff recruited</p>	<p>ไตรมาสที่ 1 ปี 2554</p> <p>Q1 2011</p>
<p>จัดตั้งจุดบริการครบวงจร สำหรับการติดต่อ เพื่อบริษัทไอที (ที่ศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีเพื่ออุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)</p> <p>One-Stop Point of contact for IT Companies set-up (proposed at CMU's TDCI)</p>	<p>มหาวิทยาลัยเชียงใหม่</p> <p>CMU</p>	<p>รับสมัครเจ้าหน้าที่และดำเนินการ</p> <p>Staff recruited &amp; launch event</p>	<p>ไตรมาสที่ 2 ปี 2554</p> <p>Q2 2011</p>
<p>จัดตั้งเครือข่ายภายในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (และมหาวิทยาลัยอื่น ๆ รวมทั้งสมาชิกคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์)</p> <p>Internal network within CMU (and other universities/DC members) set up</p>	<p>มหาวิทยาลัย, ภาคเอกชน</p> <p>Universities, private sector</p>	<p>ประกาศโดย มช. และมีบันทึกการประชุมเครือข่ายครั้งที่ 1</p> <p>CMU announcement and meeting minutes of first network meeting</p>	<p>ไตรมาสที่ 1 ปี 2554</p> <p>Q1 2011</p>
<p>กำหนดและเริ่มโครงการความร่วมมือใหม่ๆ ระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม</p> <p>New cooperation pilot projects between universities and industry identified and started</p>	<p>มหาวิทยาลัย, ภาคเอกชน</p> <p>Universities, private sector</p>	<p>กำหนดและเริ่มโครงการใหม่ที่มีความเกี่ยวข้อง</p> <p>New and related projects are agreed and commenced</p>	<p>ปลายปีงบประมาณ 2554</p> <p>End of FY 2011</p>
<p>กำหนดและเริ่มกิจกรรมใหม่ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพและการก่อให้เกิดงาน</p> <p>New activities with focus on talent development and job creation agreed and initiated</p>	<p>มหาวิทยาลัย, ภาคเอกชน</p> <p>Universities, private sector</p>	<p>กำหนดแนวทางใหม่โดยภาคอุตสาหกรรมและมหาวิทยาลัย</p> <p>New schemes agreed by industry and university</p>	<p>ไตรมาสที่ 2 ปี 2554</p> <p>Q2 2011</p>
<p>ยื่นเสนอและได้รับเลือกเป็นเมืองสร้างสรรค์ต้นแบบภายใต้กระทรวงพาณิชย์ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา)</p> <p>Application to become Prototype Creative City under Ministry of Commerce (DIP) project submitted and successful</p>	<p>คณะกรรมการโครงการของกรมทรัพย์สินทางปัญญา</p> <p>DIP Project Committee</p>	<p>ยื่นเสนอและมีการประกาศผล</p> <p>Application submitted and results announced</p>	<p>ไตรมาสที่ 1 และ 2 ปี 2554</p> <p>Q1 &amp; Q2 2011</p>

Description	Who	KPI/ Milestone	When
ตกลงและยื่นเสนอเพื่อเป็นเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก กำหนดงบประมาณที่ต้องใช้  Application to become UNESCO recognized creative City agreed and submitted. Required budgets identified.	คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์, ผู้ว่าราชการจังหวัด, นายกเทศมนตรี  CMCC DC, Governor, Mayor	มีการตกลงกันอย่างเรียบร้อยและยื่นเสนอ  Agreement reached and application submitted	ไตรมาสที่ 1 และ 3 ปี 2554  Q1 2011 and Q3 2011
เตรียมโครงการและโครงร่างงบประมาณสู่หน่วยงานราชการ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, สกว., หน่วยบริหารยุทธศาสตร์ สวทช., สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ และอื่น ๆ)  Prepare new project & funding proposals to government agencies (DIP, TRF, OSM, NSTDA, SIPA, etc.)	คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์และสมาชิก  CMCC DC and its members	อย่างน้อย 10 ข้อเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องประสบความสำเร็จ (อย่างน้อย 200 ล้านบาท)  At least 10 successful & related project proposals (total at least 200m Baht)	ปลายปีงบประมาณ 2554  End of FY 2011
จัดการประชุมโต๊ะกลมเพื่อถกประเด็นและให้เกิดการพบปะกันระหว่างแหล่งทุนและผู้ประกอบการ  Organize roundtable discussions & briefing sessions to bring together financial community and entrepreneurs/enterprises	คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์  CMCC DC	มีการจัดการประชุมโต๊ะกลมอย่างน้อย 2 ครั้ง  At least 2 roundtable discussion meetings organized	ปลายไตรมาสที่ 2 ปี 2554  End of Q2 2011
มีการจัดทำตลาดร่วมกันและจัดตั้งหน่วยเฉพาะกิจสำหรับการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติ Joint Marketing and FDI Task Force set up.	คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์, คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, สำนักงานจังหวัด  CM CC DC, BOI, Governor Office	จัดตั้งหน่วยเฉพาะกิจ  Task force established	ปลายไตรมาสที่ 2 ปี 2554  End of Q2 2011
คณะเศรษฐศาสตร์ (หรือใกล้เคียง) ศึกษาประโยชน์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเชียงใหม่ (การจ้างงาน, GPP, และอื่น ๆ)  Faculty of Economics (or similar) conducts baseline study on current contribution of Creative Economy in Chiang Mai (employment, GPP, etc)	คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หรืออื่น ๆ)  FOE at CMU (or other)	จัดทำข้อเสนอโครงการสำเร็จ, งบประมาณผ่านการเห็นชอบ, เสร็จสิ้นการศึกษา  Proposal completed, budget approved, study completed	ไตรมาสที่ 2-4 ปี 2554  Q2 – Q4 2011

Description	Who	KPI/ Milestone	When
จัดตั้งพื้นที่ทำงานร่วมกันในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านไอทีและการออกแบบและบริษัทที่เกี่ยวข้อง  Co-working/creative working space set-up in Chiang Mai for IT and design talent and companies	สมาชิกคณะ กรรมการพัฒนา เชียงใหม่เมือง สร้างสรรค์ หรืออื่น ๆ  CMCC DC member or other	กำหนดและจัดตั้งพื้นที่ดังกล่าว  Space identified and launched	ไตรมาสที่ 2-4 ปี 2554  Q2 – Q4 2011
เมืองสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ของ รัฐบาลท้องถิ่นและได้รับการสนับสนุนงบประมาณ จากรัฐบาลท้องถิ่น  Creative City is part local government strategy and receives budgetary support from local government	สำนักงานจังหวัด, เทศบาล และอื่น ๆ  Governor’s Office, Municipality, other	นำเอาเมืองสร้างสรรค์รวมอยู่ในกลยุทธ์ของจังหวัด  Included in Provincial Strategy	ไตรมาสที่ 3 ปี 2554  Q3 2011

## ตาราง 2: กิจกรรมสำหรับแผนการดำเนินงานในระยะกลาง-ยาว

Description	Who	KPI/ Milestone	When
มีการรวมกลุ่มในสาขาไอที/กลุ่มงานดิจิทัล และ การออกแบบเพื่อการใช้งาน และได้รับการยอมรับ ทั้งในระดับประเทศและสากล  IT/Digital content and functional design clusters are developing and receive national/international recognition	คณะกรรมการ พัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์, สำนักงานส่งเสริม อุตสาหกรรม ซอฟต์แวร์ แห่ง ชาติ, คณะ กรรมการส่งเสริม การลงทุน และอื่น ๆ  CMCC DC, SIPA, BOI, others	มีการจดทะเบียนของบริษัท, มีการจัดตั้งเครือข่ายและสมาคม  Companies registered, networks, associations formed	2555-56  2012-13
เชียงใหม่ถูกกล่าวถึงในสื่อสากล ถึงการเป็น จุดหมายทางธุรกิจและการลงทุน  Chiang Mai is mentioned in international press as an investment and business destination	มีการเผยแพร่ในใน สื่อสากล (ในรูปแบบเอกสาร)  International (printed) publication	บทความหรือเอกสารอ้างอิง อย่างชัดเจนเกี่ยวกับเชียงใหม่  Article or clear reference about CNX	2555-56  2012-13

Description	Who	KPI/ Milestone	When
เชียงใหม่ได้รับการยอมรับให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ในขอบข่ายของยูเนสโกและเริ่มได้รับผลประโยชน์  Chiang Mai is recognized by UNESCO as a creative city and is beginning to reap benefits	คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์, ผู้ว่าราชการจังหวัด, นายกเทศมนตรี  CMCC DC, Governor, Mayor	ได้รับการประกาศการได้รับเลือกจากยูเนสโก  Event to announce approval	ต้นปี 2555  Early 2012
มีจัดตั้งอุทยานซอฟต์แวร์, TCDC สาขาเชียงใหม่ และพื้นที่การทำงานด้านการสร้างสรรค์  A Software Park, TCDC CNX branch, and other creative and co working spaces set up.	TCDC, สมาชิกคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ หรือกลุ่มอื่น ๆ  TCDC, CMCC DC members or other parties	- เปิด TCDC สาขาเชียงใหม่ - จัดตั้งอุทยานซอฟต์แวร์ / ไอที และ/หรือ พื้นที่การทำงานด้านการสร้างสรรค์  <input checked="" type="checkbox"/> TCDC CNX opened <input checked="" type="checkbox"/> New Software/IT Park and/or creative space established	ต้นปี 2555 สำหรับ TCDC, ปี 2555 สำหรับหน่วยงานอื่น ๆ  Early 2012 for TCDC, other 2012
ยกระดับและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้มากขึ้นในส่วนการท่องเที่ยว, หัตถกรรม และอุตสาหกรรมเกษตร  Revitalized and more competitive tourism sector, handicrafts, and agro-industry	สภาพัฒนา, ท.ท.ท, คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์, สำนักงานจังหวัด (ตรวจวัด)  NESDB, TAT, CMCC DC, Governor's Office (measure)	- การลงทุนด้านนวัตกรรม - การเพิ่มขึ้นของการส่งออก - มูลค่าจากการท่องเที่ยว - การสร้างงาน  <input checked="" type="checkbox"/> Investment in innovation <input checked="" type="checkbox"/> increase in exports <input checked="" type="checkbox"/> Value from tourism <input checked="" type="checkbox"/> Jobs created	2556-57  2013-14
เชียงใหม่ถูกประกาศให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษโดยมีการส่งเสริมการลงทุนและนวัตกรรม  Chiang Mai is declared a special economic zone with special investment and innovation incentives	คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือกระทรวงการคลัง/กระทรวงมหาดไทย  BOI or MOF/MOI	มีการสนับสนุนส่งเสริมการลงทุนที่ดีกว่าการส่งเสริมใน Zone 3 ของBOI ในปัจจุบัน  Better than BOI Zone 3 incentives available	2554-56  2011-13

Description	Who	KPI/ Milestone	When
<p>เศรษฐกิจมีความหลากหลายมากขึ้น, มีโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ , การเพิ่มขึ้นของการลงทุนและงานใหม่ๆ</p> <p>More diversified economy. New business opportunities, increased investment, and new jobs.</p>	<p>สภาพัฒนา, คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์, สำนักงานจังหวัด (ตรวจวัด)</p> <p>NESDB, CMCC DC, Governor's Office (measure)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- % ของ GDP ที่เกิดจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์</li> <li>- งานใหม่ๆที่เกิดขึ้นในเชียงใหม่</li> <li>- การยอมรับจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือตัวเลขโดยกระทรวงมหาดไทย</li> <li>- มีการจดทะเบียนค้าขายใหม่ๆ เกิดขึ้น</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> % of GDP by creative industries</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> New jobs created in CNX</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> BOI approval or MOI figures</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> New commercial registrations</li> </ul>	<p>2556-59</p> <p>2013-16</p>

## การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน SWOT Analysis

ความแข็งแกร่ง	ส่วนที่ต้องการการพัฒนา
---------------	------------------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>เชียงใหม่เป็นเมืองศูนย์กลางด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของภาคเหนือ Cultural and historical centre of Northern Thailand</li> <li>เป็นจุดยุทธศาสตร์ของ GMS Strategic position within GMS</li> <li>ศูนย์กลางด้านการศึกษาและบริการสุขภาพ Education and healthcare hub</li> <li>มีความงดงามของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม Beauty of the natural environment</li> <li>ศูนย์กลางระดับชาติและระดับภูมิภาคด้านการออกแบบ และงานหัตถกรรม National and regional centre of design and handicraft</li> <li>เมืองมีสุนทรียภาพสูง สามารถดึงดูดศิลปินและผู้ที่มีความสามารถในการออกแบบจากต่างประเทศและภูมิภาคอื่น ๆ Superb intrinsic aesthetics, city has attracted artists and design talent from abroad and other regions</li> <li>เชียงใหม่ได้รับความนิยมอย่างมากจากชาวต่างชาติ Chiang Mai is very popular with foreigners มีบุคลากรที่มีการศึกษาดี ใฝ่เรียนรู้อยู่ และซื่อสัตย์ Well-educated, motivated and loyal work force (8 universities)</li> <li>มีพื้นที่สำหรับที่พักอาศัย และโรงแรมที่เป็นที่ดึงดูดความสนใจ Attractive hotels and residential areas</li> <li>สนามบินที่เข้าถึงได้ง่าย พร้อมทั้งสามารถเชื่อมต่อกับต่างประเทศ Easily accessible airport with (some) international connectivity</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ฐานเศรษฐกิจแคบ – ข้อจำกัดด้านธุรกิจและโอกาสในการทำงาน</li> <li>ภาคส่วนที่มีความสำคัญ (อุตสาหกรรมเกษตรและการท่องเที่ยว) มีความแปรปรวนและอ่อนไหว ต่อปัจจัยภายนอก</li> <li>ค่อนข้างแยกจากกันและไม่มีทางออกสู่ทะเล, การใช้ภาษาอังกฤษไม่กว้างขวาง ไม่ดีพอ</li> <li>วัฒนธรรมที่รังเกียจความเสี่ยง และไม่มีความสามารถเพียงพอในการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลัก</li> <li>มหาวิทยาลัยไม่สามารถตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรมได้เสมอไป มุ่งเน้นการเรียนการสอน (และการวิจัย)</li> <li>การลงทุนไม่เพียงพอในการออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมสำคัญที่มีอยู่</li> <li>สภาพแวดล้อมมีความยากลำบากต่อการเริ่มต้นธุรกิจ รวมทั้งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะมีการสนับสนุนไม่เพียงพอ</li> <li>ไม่มีพื้นที่สำนักงานราคาย่อมเยาในทำเลที่เป็นที่นิยม ขาดพื้นที่สำหรับชอปปิงแควร์พาร์คและส่วนการทำงานที่สร้างสรรค์</li> <li>ไม่มีความสร้างสรรค์เพียงพอในงานหัตถกรรมและภาคการท่องเที่ยว</li> </ul>
<b>โอกาส</b>	<b>อุปสรรค</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ดึงดูดการลงทุนเพิ่มขึ้นจากการประชาสัมพันธ์เชียงใหม่เป็นเมืองสร้างสรรค์ (โดยเฉพาะ ด้านไอที การพัฒนา applications กลุ่มงานดิจิทัล (ไปยัง) แต่ก็ยังคำนึงถึงภาคส่วนอื่น ๆ ด้วย) Attract more investment through the promotion of CNX as a Creative City (particularly IT, applications development digital content, but also other areas)</li> <li>• ทำให้ภาคการท่องเที่ยว มีความเข้มแข็งขึ้น Strengthen tourism sector</li> <li>• การกระจายตัว ทางเศรษฐกิจสร้างโอกาสทางธุรกิจและการทำงาน Diversify economy, create business and job opportunities</li> <li>• การใช้ไอที การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคส่วนหลักอื่น ๆ (อุตสาหกรรมเกษตร การท่องเที่ยว การบริการสุขภาพ หัตถกรรม โลจิสติกส์และบริการ) Use IT, design, and creative thinking to strengthen other key sectors (agro-industry, tourism, healthcare, handicraft, logistics and services)</li> <li>• เป็นการเชื่อมโยงที่ดีกับแนวคิดเมืองสีเขียว, การท่องเที่ยว, เทคโนโลยีชีวภาพ และความยั่งยืน Good linkages to Green City concept, tourism, biotech, and sustainability</li> <li>• พัฒนาให้เชียงใหม่เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษหรือนครแห่งนวัตกรรม Developing CNX into a special economic or innovation zone</li> <li>• ส่งเสริมความรู้และวัฒนธรรม ท้องถิ่น แต่ผสมผสานกับการเปิดกว้างรับความคิดใหม่ๆ Promote indigenous know-how and culture but combine with openness and receptiveness to new ideas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เมืองอื่น ๆ (ในประเทศไทยและในภูมิภาค) และต่างจังหวัดกำลังพัฒนาเร็วขึ้น (มีความต้องการเป็นศูนย์กลางด้านไอที กลุ่มงานดิจิทัล หรือเมืองสร้างสรรค์) ทำให้ลดโอกาสในขอบเขตนี้ของจังหวัดเชียงใหม่ Other cities (in Thailand and in the region) and provinces are moving faster (want to become IT/digital content hubs or creative cities) reducing the opportunity for Chiang Mai in this area</li> <li>• โครงการที่ไม่แน่นอน และเป็นไปตามกระแสการเมือง แทนที่จะเป็นโครงการที่แน่นอนและยั่งยืน instability and politically motivated projects rather than sound and sustainable projects</li> <li>• การขาด ความเป็นผู้นำและความร่วมมือที่ชัดเจนระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในจังหวัดเชียงใหม่ Lack of clear leadership and cooperation amongst key stakeholders in Chiang Mai</li> <li>• ไม่สามารถที่จะดึงดูดเงินทุน ได้เพียงพอ Inability to attract sufficient funding</li> <li>• การเริ่มต้นเกิดติดขัดใน รายละเอียด ระบบราชการและความเห็นที่ไม่ตรงกัน Initiatives get bogged down in detail, bureaucracy and bickering</li> <li>• เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ถูก ทำให้เป็นโครงการที่มีดำเนินการระยะสั้น ทั้งที่ควรดำเนินการในระยะยาว 20 ปี Chiang Mai Creative City is treated as a short-term fashionable project rather than a 20-year positioning of the city</li> </ul>
--	--

