

# พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านสุขุมวิท

## The Creativity of Sukhumvit Area in Bangkok Metropolitan

จารุวรรณ ขำเพชร

Jaruwan Kumpetch

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านสุขุมวิท มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของย่านสุขุมวิท ช่วงพร้อมพงษ์ เป็นการศึกษาโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการศึกษาคือการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant observation) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) กับผู้คนที่ใช้ชีวิตย่านดังกล่าวที่ประกอบไปด้วยเจ้าของพื้นที่เดิม ผู้อาศัย ผู้ประกอบการค้า ผู้ใช้พื้นที่ประกอบอาชีพ แรงงานต่างๆจำนวน 10 คน และวิธีการสำคัญที่นำมาใช้อีกประการคือ “การเดิน” ที่ เดอ เซร์โต (De Certeau) ได้ใช้ในการศึกษาพื้นที่เมือง โดย “การอ่าน” พื้นที่เมือง โดยมีแนวคิดในการศึกษาคือแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างถิ่นที่ความเป็นย่าน

ผลการศึกษาพบว่า สุขุมวิทเติบโตมาหลังจากมีการสร้างถนนสุขุมวิทในปี พ.ศ.2479 และตั้งชื่อตามผู้ก่อสร้างคือ พระพิศาลสุขุมวิท ซึ่งแต่ก่อนย่านนี้จะถูกเรียกว่า “ทุ่งบางกะปิ” ต่อมาพื้นที่ย่านนี้ขยายตัวขึ้นตามการขยายเมืองมาทางทิศตะวันออก และปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ

อีกหลายประการที่ทำให้พื้นที่สุขุมวิทย่านพร้อมพงษ์เป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ประกอบไปด้วยสวนเบญจสิริ ย่านดิ เอ็ม ดิสทริค (The Em District) ย่านเจแปนทาวน์ (Japanese Town) ไดโนซอร์ แพลนเน็ต (Dinosaur Planet) อันเกิดจากทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) และทักษะการประยุกต์ (Adaptive Skills) ตามลักษณะของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความเป็นย่านที่มีองค์ประกอบรองรับทั้งการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในย่าน กิจกรรม การเข้าถึง การเชื่อมต่อ รวมทั้งความสะดวกสบายและกายภาพหลักล้วนส่งผลให้ปัจจุบันสุขุมวิทเป็นพื้นที่ศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : ถนนสุขุมวิท / เศรษฐกิจสร้างสรรค์ / พื้นที่

### Abstract

The study of the creativity of Sukhumvit in Bangkok Metropolitan. The purpose in to study the creative economy during Prompong area of Sukhumvit

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

road. The qualitative method include participant observation , in-depth interview with native people in this area. These comprise with the original owner, the merchant, the worker in 10 people. De Certeau concept with “The walking” were used into reading the urban square in this area.

The result found that the Sukhumvit Road was built by Phra-Pisan Sukhumvit in 1936. The former name area called “Thung Bangkapi”. By the time the Bangkok was expand to the east. And a factor of social, economic and many other things that make the Prompong area grew up. The Prompong district comprise with Benjasiri Park, The Em District ; the luxury department store in Asia, the Little Japanese town and Dinosaur Planet. They was rising form intellectual capital and adaptive skills. The creativity economy based on the social and cultural capital within the Sukhumvit-Prompong area. This area in one of the best central business district (CDB) in Bangkok.

**Keyword :** Sukhumvit Rd. / Creative Economy / Space

## บทนำ

สุขุมวิทเป็นชื่อถนนที่ถูกสร้างในปี พ.ศ.2479 โดย พระพิศาลสุขุมวิท อธิบดีกรมทางหลวงในสมัยนั้น เป็นผู้บุกเบิกและควบคุมการก่อสร้าง จึงได้นำบรรดาศักดิ์ของท่านขึ้นมาตั้งเพื่อเป็นเกียรติแก่ผู้สร้าง ย่านสุขุมวิทแต่เดิมก่อนปี พ.ศ. 2500 ย่านนี้จะถูกเรียกว่าเป็น “ทุ่งบางกะปิ” เพราะเป็นทุ่งนาใช้ในการเพาะปลูกข้าวของเกษตรกร ต่อมาหลังจากมีการสร้างถนนสุขุมวิท จึงได้มีผู้คนขยายมาอาศัยอยู่ทางด้านตะวันออกนี้ แต่แรกจะเป็นเจ้านายในพระราชวงศ์ ข้าราชการชั้นสูง และคหบดี (จารุวรรณ ข้าเพชร, 2555) และราวปี พ.ศ.2500 และช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และช่วงสงครามเวียดนามยุติลง ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้ถนนสุขุมวิทมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น บังอร ชมจำปี (2529) ที่ศึกษาพื้นที่สุขุมวิทซอย 3-63 ได้ให้ภาพการพัฒนาการของสุขุมวิทว่า หลังจากสงครามเวียดนามมีทหารต่างชาติเข้ามาพักแรมบริเวณนี้ และมีแรงงานจากชนบทเข้ามาทำงานทำ ทำให้ต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น มีการสร้างโรงแรมอพาร์ทเมนท์ รองรับทั้งแรงงานชาวต่างชาติ เกิดการขยายตัวของย่านที่อยู่อาศัยออกไปบริเวณทุ่งนาด้านตะวันออก เรียกว่า “ทุ่งบางกะปิ” ที่ที่ดินจะมีราคาถูกกว่าด้านตะวันตก ซึ่งเป็นสวนผลไม้ ทำให้เป็นที่นิยมของผู้มีศถาบรรดาศักดิ์

ชื่อเป็นที่อยู่อาศัย เกิดการกระจายตัวสร้างบ้านไปตามแนวถนนสุขุมวิท โดยจะมีลักษณะที่อยู่อาศัย 2 ลักษณะ คือ ที่อยู่อาศัยและประกอบธุรกิจการค้า พร้อมกันไปในลักษณะตึกแถว และเป็นที่อยู่อาศัยครอบครัวเดียวในที่ดินแปลงใหญ่

ถนนสุขุมวิทได้ถูกปรับเป็นถนนคอนกรีตมาตรฐานในปี พ.ศ.2503 จึงเกิดตึกแถวและร้านค้าสองข้างทางถนนต่อกันสลับกับบ้านเรือนขนาดใหญ่ที่อยู่ริมถนน การพัฒนาถนนพื้นที่ย่านนี้กลายเป็นย่านที่อยู่อาศัยควบคู่ไปกับการเป็นย่านธุรกิจการค้าที่สำคัญของกรุงเทพมหานครมาโดยตลอด เช่น ได้มีการสร้างถนนเพชรบุรีตัดใหม่ขนานไปกับอีกฝั่งหนึ่งของคลองแสนแสบ ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2504-2508 ได้ทำให้ผู้ที่อยู่ในย่านนี้ได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางและในปี พ.ศ. 2514-2515 ได้สร้างถนนรัชดาภิเษกผ่านซอยอโศก ทำให้อ่านสุขุมวิท สามารถติดต่อกับทางทิศเหนือของกรุงเทพมหานคร (วิภาวดีรังสิต) และทางทิศใต้ (พระราม 4 – สีลม) ได้โดยสะดวก ส่งผลให้ย่านนี้กลายเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าของกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ความต้องการอยู่อาศัยและการทำงานกลางเมืองยังส่งผลให้มีการเพิ่มความหนาแน่นของธุรกิจการค้าและที่อยู่อาศัยในพื้นที่ โดยส่วนใหญ่จะสร้างเป็นอาคารสูง ทาวน์เฮาส์ คอร์ท ระดับหรูเพื่อให้คุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ได้เกิดร้านอาหาร ศูนย์การค้าขนาดเล็ก ตลอดจนการบริการต่างๆ กระจายอยู่ในพื้นที่เพื่อให้บริการผู้อยู่อาศัยและเนื่องจากเป็นศูนย์กลางเมือง มีสถานทูตตั้งอยู่มากมาย จึงเป็นที่นิยมพักอาศัยของชาวต่างประเทศ เกิดเป็นอพาร์ทเมนท์ โรงแรมขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อบริการชาวต่างประเทศเหล่านั้นด้วย (จารุวรรณ ข้าเพชร, 2552)

พื้นที่บริเวณถนนสุขุมวิทช่วงต้นยังพัฒนาได้มากขึ้น เนื่องจากมีการสร้างทางด่วนขึ้นลงบริเวณติดกับรถไฟฟ้าใกล้สุขุมวิท 1 ยังทำให้การติดต่อเชื่อมกับทางตะวันออกของกรุงเทพมหานคร (บางนา-ตราด) สะดวกยิ่งขึ้น ในปี พ.ศ. 2538 เริ่มมีการก่อสร้างรถไฟฟ้ายกระดับ (BTS) และเปิดบริการในเดือนธันวาคม 2542 และรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ก่อสร้างแล้วเสร็จในปี 2547 วิรัตน์ รัตตากร (2537) ศึกษาการใช้พื้นที่สุขุมวิทช่วงอโศกถึงคลองเตยพบว่าถนนสุขุมวิทมีการใช้พื้นที่จากแนวราบเป็นแนวตั้งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เพื่อความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ เนื่องจากราคาที่ดินสูง ทำให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจคือสามารถใช้ประโยชน์ที่ดินได้ประโยชน์สูงสุด เป็นตัวดึงดูดกิจกรรมการค้า, การบริการและที่พักอาศัย ส่วนปัญหาที่ต้องพิจารณา คือ สาธารณูปโภค,สภาพแวดล้อม,การจราจร และจำนวนอาคารสูง ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงในย่านสุขุมวิท-พร้อมพงษ์ เกิดจากการขยายตัวในแนวตั้ง ทำให้การใช้ที่ดินเพื่ออยู่อาศัยมีความหนาแน่นมากขึ้น

ย่านศูนย์กลางสุขุมวิทแห่งหนึ่งคือพร้อมพงษ์บริเวณด้านหน้าซอยสุขุมวิท 39 ความเป็นมาของผู้คนที่อาศัยบริเวณนี้ได้แก่ ข้าราชการ หรือเชื้อสายเจ้านายลูกหลานที่มาสร้างบ้านเรือนตั้งแต่ สมัยรัชกาลที่ 5 ที่มีการขยายบางกอกหรือกรุงเทพฯมาทางด้านนี้ ชื่อพร้อมพงษ์มาจากพระนามของพระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าพร้อมพงษ์ (หม่อมเจ้าพร้อม สนิทวงศ์) ต้นสกุล “สนิทวงศ์” มีศักดิ์เป็นพระราชชนัดดาในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (รัชกาลที่ ๒) ประวัตินี้เมื่อครั้งพระองค์รับราชการในสมัยรัชกาลที่ 5 - 6 ได้ซื้อที่ดิน และปลูกบ้านไว้เป็นที่พักผ่อนสำหรับครอบครัว พระองค์เจ้าพร้อมพงษ์คือธิดาของพระโอรสธิดาที่เกิดจากหม่อมต่างๆ ทั้งสิ้น 14 องค์ ซึ่งซอยต่างๆ ในละแวกนี้จึงมาจากชื่อพระโอรสธิดา บริเวณนี้จึงยังปรากฏบ้านเจ้านายสมัยเก่า เป็นบ้านเดี่ยวมีพื้นที่แทรกตัวอยู่ด้านใน นอกจากนี้ ย่านพร้อมพงษ์ยังเป็นแหล่งที่พักอาศัยของชาวต่างชาติ หลายกลุ่มโดยเฉพาะชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยอีกด้วย<sup>1</sup>

จากความเป็นมาของพื้นที่ย่านสุขุมวิท ทั้งทางกายภาพและสังคม เป็นปัจจัยที่ทำให้พื้นที่ย่านนี้ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง หากกล่าวตามหลักการพัฒนาพื้นที่โดยใช้การสร้างสรรค์ (Urban Design) หรือการออกแบบย่านหรือถิ่นที่ ตามแนวคิดลักษณะของความเป็นย่าน (District Distinction) ว่าการเกิดขึ้นของพื้นที่สร้างสรรค์นั้นล้วนมีองค์ประกอบหรือลักษณะพิเศษเฉพาะย่าน (characteristics) และเป็นตัวก่อให้เกิดความเป็น”ตัวตน” (Place Identity)<sup>2</sup> กระบวนการสร้างพื้นที่ ถิ่นที่ ย่าน ด้วยกระบวนการที่เรียกว่า Place-making ล้วนเป็นสิ่งผสมผสานให้พื้นที่สุขุมวิทย่านพร้อมพงษ์มีเอกลักษณ์พิเศษที่สอดคล้องกับความเป็นพื้นที่สร้างสรรค์

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาลักษณะความเป็นพื้นที่สร้างสรรค์สุขุมวิทย่านพร้อมพงษ์

## วิธีการศึกษา

การศึกษาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านสุขุมวิทย่านพร้อมพงษ์ ใช้วิธีการศึกษาโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ

(Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์ (interview) กับผู้คนที่ใช้ชีวิตย่านนี้จำแนกเป็นเจ้าของพื้นที่เดิม ผู้อาศัย ผู้ประกอบการค้า แรงงานต่างๆจำนวน 10 คน การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participant observation) ในลักษณะวิถีชีวิตของผู้คนที่มาใช้พื้นที่บริเวณนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมคือการเดินเพื่อทำความเข้าใจเนื้อพื้นที่เมือง (Urban context) ว่าการเดินทำให้สามารถมองเห็นวิถีชีวิตของผู้คนที่หลากหลาย ที่แตกต่างกันด้วย อายุ สัญชาติ การศึกษา รสนิยม ฯลฯ การเดินทางตามวิธีการของเดอ เซร์โต (De Certeau) ในเอกสาร The Practice of Everyday Life เพราะเชื่อว่าการเดินเป็น “รูปแบบปฐมบท” ที่สามารถทำให้เกิดการ มอง การอ่าน การมีประสบการณ์ และก่อให้เกิดการตีความหมายเมืองใหม่ เพราะการเดินทำให้ซึมซับ และจะทำให้คิดเชื่อมโยงพร้อมทำความเข้าใจแจ่มชัดขึ้น เป็นวิธีการสำคัญที่นักมานุษยวิทยาใช้มาต่อเนื่อง นอกจากนั้นใช้การพรรณนาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการสร้างพื้นที่ (Place-making)

## ผลการศึกษา

ในการศึกษาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านสุขุมวิทพื้นที่ศึกษาตั้งแต่ซอยสุขุมวิท 33-39 ที่อยู่ในเขตวัฒนา และฝั่งตรงข้าม ตั้งแต่ซอยสุขุมวิท 22-26 โดยผลการศึกษาจะจำแนกการนำเสนอออกเป็น 2 ประเด็นที่เกี่ยวข้องกันคือ 1). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2). การขยายตัวของพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์สุขุมวิทย่านพร้อมพงษ์

## เศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานรัฐมนตรี ได้ให้นิยามของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ไว้ว่า “เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่” (สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554 : ออนไลน์) และได้ให้นิยามไว้ใน ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วย การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ.2556 ไว้ว่าเป็น “การพัฒนา

<sup>1</sup> REALIST BLOG. (2556). สถานีต่อไป..สถานีพร้อมพงษ์. สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2560, จาก <http://www.realist.co.th/blog>.

<sup>2</sup> COMPASS MAGAZINE. (2559). ความเป็นย่านและ Creative Place-Making. สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2560, จาก <http://www.compasscm.com/viewissue.php?id=451>

ระบบเศรษฐกิจโดยใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัย ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่ ในการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือคุณค่าทางสังคม” (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2556)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ กระบวนการหรือกิจกรรม (Process or Activity) โดยเกิดจาก 2 ส่วนปัจจัยหลักด้วยกันคือ 1). ทูทางปัญญาหรือองค์ความรู้ และ 2). ทักษะการประยุกต์นำความคิดสร้างสรรค์ (หรือองค์ความรู้) นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงพาณิชย์ โดย

1. ทูทางปัญญา (Intellectual Capital) สามารถอยู่ในรูปแบบของ “ฐานความรู้เดิม” หรือ “ความรู้ใหม่” สามารถนำไปใช้ต่อยอดความคิดโดยทุนในลักษณะนี้สามารถเกิดได้จากทุนมนุษย์ (Human Capital) เช่น ศึกษาและการฝึกอบรมที่นำมาสู่ความคิดใหม่ๆ ทูทางวัฒนธรรม (Culture Capital) เช่น วัฒนธรรมดั้งเดิมของไทยและทูทางสังคม (Social Capital) เช่น ขนบธรรมเนียมและองค์ความรู้ในท้องถิ่น เป็นต้น

2. ทักษะการประยุกต์ (Adaptive Skills) ได้แก่ ทักษะที่สนับสนุนการนำองค์ความรู้และทูทางปัญญานั้นมาประยุกต์ให้เกิดการผลิต/บริการที่สามารถสร้างคุณค่า/มูลค่าได้อย่างเป็นรูปธรรม

ดังนั้น คำว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” จึงเป็นการนำความคิดเข้าไปประสานกับการดำเนินธุรกิจทำให้เกิดการต่อยอด ไปสู่การสร้าง “ความแตกต่าง” ซึ่งจะส่งผลต่อการ “สร้างมูลค่า” และท้ายที่สุดเป็นการ “สร้างคุณค่า” การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงอยู่บนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) สำหรับการนำนโยบายไปปฏิบัติในประเทศไทย หน่วยงานที่เป็นหลักคือ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC-Thailand Creative & Design Center) และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



แผนผังที่ 1 แสดงความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
ที่มา: อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ, 2554 ออนไลน์

ในปัจจุบันยังไม่มีกำหนดคำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นหนึ่งเดียวทั้งโลก โดยคำนิยามต่างๆ ขึ้นอยู่กับการนำไปปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและกับองค์กรที่เกี่ยวข้องในระดับสากล การแบ่งกลุ่มของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความแตกต่างกัน โดยมีรูปแบบ 2 แนวคิดหลัก ได้แก่

1. กลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่แยกประเภทตามชนิดสินค้า/บริการ Department for Culture Media and Sport (DCMS) ของประเทศสหราชอาณาจักร (DCMS Model) เป็นหน่วยงานแรกที่ได้เริ่มกำหนดประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้นใน ปีค.ศ.1998 โดยได้ตั้งคำจำกัดความว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ จุดเริ่มต้นของการใช้ความคิดสร้างสรรค์, ทักษะ, และพรสวรรค์ส่วนบุคคลเพื่อเพิ่มศักยภาพในการสร้างความมั่งคั่งและการสร้างงานจากการใช้ประโยชน์ในเชิงของทรัพย์สินทางปัญญา” โดยประเทศอังกฤษได้กำหนดให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบไปด้วย 13 ประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ได้แก่ 1). โฆษณา (Advertising) 2). สถาปัตยกรรม (Architecture) 3). งานศิลปะและโบราณวัตถุ (Art and Antiques) 4). งานฝีมือ (Craft) 5).งานออกแบบ (Design) 6). แฟชั่น (Fashion) 7). ภาพยนตร์และวิดีโอ (Film and Video) 8). ซอฟต์แวร์/เกมส์ (Leisure Software) 9). เพลง (Music) 10). ศิลปะการแสดง (Performing Arts) 11). สิ่งพิมพ์ (Publishing) 12). ซอฟต์แวร์และบริการทางด้านคอมพิวเตอร์ (Software and Computer Services) และ 13). โทรทัศน์และวิทยุ (TV and Radio) โดยรัฐบาลอังกฤษได้สร้างหน่วยงานย่อย เพื่อบริหารงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเป็นการทำงานร่วมมือระหว่างภาครัฐและตัวแทนจากภาคเอกชน (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556)

2. กลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่แยกตามประเภทกิจกรรมการผลิตและห่วงโซ่การผลิต การจำแนกในลักษณะนี้จะเน้นการจำแนกตามวัฒนธรรมเป็นหลัก เช่น แบบ Symbolic Texts Model หรือ แบบขององค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) ตามศิลปะ (Concentric Circle

Model) หรือตามระดับ NIDA Economic Review 9 ของความเข้มข้นของการใช้ลิขสิทธิ์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) ในรูปแบบของ Concentric Circle Model ในส่วนของ WIPO ได้จัดตั้งส่วนงานทางด้าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Industry Division) ในปี พ.ศ.2548 (ค.ศ. 2005) เพื่อทำการวิเคราะห์และศึกษาทางด้านนี้โดยตรง ซึ่งทาง WIPO จะเน้นให้ความสำคัญกับงานประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสิทธิ์ที่เกี่ยวข้อง Copyright Industry ในขณะที่ UNESCO Institute of Statistics (UIS) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้ UNESCO ที่เก็บข้อมูลสถิติทางวัฒนธรรมและนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้ามาอยู่ใน Framework for Cultural Statistics โดย UNESCO ได้มีการกำหนดของเขตของอุตสาหกรรม ที่คล้ายๆกับ WIPO แต่จะให้ความสำคัญกับสินค้าประเภทวัฒนธรรม (Cultural Products) และได้เพิ่มแพชชั่นเข้าเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย

## พื้นที่สร้างสรรค์ย่านพร้อมพงษ์ สุขุมวิท

พื้นที่ในย่านสุขุมวิทนั้นจะมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจหนาแน่นและมีพื้นที่พาณิชย์กรรมที่สำคัญ ได้แก่ ซอยนานา อโศก ทองหล่อและพร้อมพงษ์ ซึ่งในย่านพร้อมพงษ์นี้เป็นบริเวณที่พักอาศัยของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวญี่ปุ่น ปัจจุบันย่านพร้อมพงษ์มีคอนโดเกิดขึ้นมากเพื่อตอบสนองชาวต่างชาติที่เข้ามาพำนักในประเทศไทย และยังมีอุทยานเบญจสิริ และห้างสรรพสินค้าเอ็มโพเรียม เอ็มควอเทียร์ เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตของคนที่พักอาศัยอยู่ในย่านนี้ โดยย่านพร้อมพงษ์ ถนนสุขุมวิทช่วงระหว่างสุขุมวิท 29-39 นั้นอยู่ในย่านที่เรียกชื่อว่าพร้อมพงษ์ตามสถานีรถไฟฟ้า BTS สถานีพร้อมพงษ์ อยู่ในเขตเมืองชั้นใน (Inner city) ตามการจำแนกของสำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร และพื้นที่ยังอยู่ในเขตพัฒนาผังถนนซอยเลขคู่และเขตคลองเตยผังถนนซอยเลขคี่ ซึ่งเป็นเขตย่านธุรกิจชั้นในที่สำคัญ ตามการจำแนกของกรุงเทพมหานคร ย่านพร้อมพงษ์เป็นย่านที่สะดวกต่อการเดินทาง ทั้งการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าสถานีพร้อมพงษ์ที่สามารถเชื่อมต่อไปยังใจกลางเมือง ซึ่งเป็นศูนย์กลางธุรกิจ (Central Business District : CBD) ของกรุงเทพฯ แล้ว ย่านพร้อมพงษ์นี้ยังสะดวกต่อการเดินทางออกนอกเมือง เช่น นิคมอุตสาหกรรมบางนา อีกทั้งซอยพร้อมพงษ์ยังเป็นเส้น

ทางที่ใช้สัญจรระหว่างถนนสุขุมวิทและถนนเพชรบุรีตัดใหม่ที่ทำให้เดินทางเข้า – ออกได้สะดวกยิ่งขึ้น

ภายใต้คำจำกัดความเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าหมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมที่นำเอาทุนทางปัญญาหรือองค์ความรู้มาประยุกต์ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ ฉะนั้นแล้วพื้นที่สุขุมวิทย่านพร้อมพงษ์ถูกสร้างขึ้นมา ด้านทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางความรู้ และปัจจัยภาครัฐอีกหลายประการก่อรูปเป็นสร้างพื้นที่ที่เหมาะสมให้กับย่านพร้อมพงษ์ นับแต่ 1). สวนเบญจสิริ 2). ย่านดิ เอ็ม ดิสทริค (The Em District) 3). ย่านเจแปนนิส ทาวน์ (Japanese Town) 4). ไดโนซอร์ แพลนเนต (Dinosaur Planet) 5). สถานที่สำคัญ สถาบันการศึกษา สถานทูต บริษัทห้างร้านของชาวต่างชาติมากมาย



แผนผังที่ 2 Creative Place-Making

ดัดแปลงจาก ความเป็นย่านและ Creative Place-Making.

ตามแนวคิดการสร้างสรรค์ “ถิ่นที่” (Place-making concept) ที่จะต้องสร้างลักษณะโดดเด่นให้พื้นที่ เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตคนเมือง โดยลักษณะการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ที่เหมาะสมประกอบไปด้วย 1). การสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในย่าน (socialibility) มีลานกิจกรรมประกอบด้วยพื้นที่ทางสังคม 2). กิจกรรมและการใช้งาน (Uses & Activities) อันประกอบไปด้วยการจัดพื้นที่รองรับกิจกรรมสำหรับลักษณะบุคคลของแต่ละชนชาติ การออกแบบจังหวะพื้นที่ ให้เหมาะกับการใช้อย่างมีคุณภาพและสุนทรีย์ 3). การสัญจรและเข้าถึง และการเชื่อมต่อ (Access & Linkage) เป็นการเชื่อมต่อการเข้าถึงพื้นที่ หรือจุดเชื่อมต่อ (Node) ที่สะดวก 4). ความสะดวกสบายและภาพลักษณ์ (Comfort & Image) ด้วยพื้นที่พร้อมพงษ์ย่านสุขุมวิท ภาพลักษณ์พื้นที่ที่สะอาด สภาพกายภาพสวยงาม

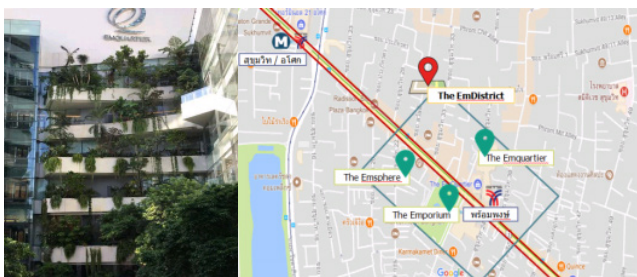
**สวนเบญจสิริ** เป็นสวนสาธารณะที่จัดสร้างขึ้นเนื่องในวโรกาสที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

มีพระชนมพรรษาครบ 60 พรรษา ในปีพุทธศักราช 2535 สวนเบญจสิริตั้งอยู่ในย่านธุรกิจใจกลางเมือง บริเวณ ซอย สุขุมวิท 24 ภายในสวนประกอบด้วยพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนและทำกิจกรรมหลายชนิด เช่น ลานกีฬา สระว่ายน้ำ ลานดนตรี สนามเด็กเล่น ลานธรรมะ สนามหญ้า เป็นต้น



ภาพที่ 1 สวนเบญจสิริสถานที่พักผ่อน และออกกำลังกายของคนกรุง

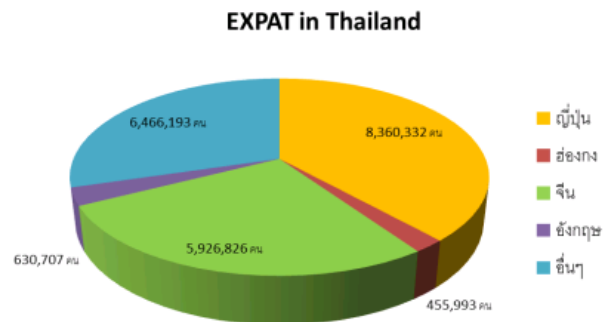
ย่าน ดิ เอ็มดิสทริค (The Em District) เป็นย่านศูนย์กลางด้านการค้าที่ถูกพัฒนาขึ้นบริเวณใจกลางสุขุมวิท เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร ย่านดังกล่าวประกอบด้วยศูนย์การค้าที่มีชื่อเสียงและมีความทันสมัยอย่าง ดิเอ็มโพเรียม ดิเอ็มควอเทียร์ และดิเอ็มสเฟียร์ ที่มีทั้งบริการและสินค้าให้เลือกซื้อมากมาย เหมาะกับลูกค้าหลายกลุ่ม ทั้งนักธุรกิจ คนทำงานทั่วไป และนักศึกษา รวมเนื้อที่ 650,000 ตร.ม. มูลค่าทั้งโครงการเฉพาะศูนย์การค้ากว่า 20,00 ล้านบาท สำหรับกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง โดยเฉพาะชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ย่าน ดิ เอ็มดิสทริค ยังประกอบไปด้วยแหล่งที่พักอาศัย มีคอนโดมากกว่า 41,000 หน่วย โรงแรม ออฟฟิศ และแหล่งบันเทิงที่มีความทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 2 - 3 ห้าง The EmQuartier และแผนผังโครงการ The EmDistrict

ย่านเจแปนทาวน์ (Japanese town) ชาวญี่ปุ่น คือชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยมากเป็นอันดับต้นๆ เป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ในการทำงานมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และทำงานบริษัทญี่ปุ่นในนิคมอุตสาหกรรมหรือย่านธุรกิจที่สำคัญ

ชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานท่องเที่ยวหรือพำนักอยู่ในประเทศไทย มักจะอาศัยอยู่รวมกันเป็นกลุ่มโดยเฉพาะย่านสุขุมวิทและพร้อมพงษ์ เพราะย่านนี้สามารถเดินทางขึ้นทางด่วน เพื่อไปนิคมอุตสาหกรรมบางนาและมอเตอร์เวย์ได้สะดวก ย่านนี้จึงมีคอนโดที่พักอาศัยของชาวญี่ปุ่นผุดขึ้นมากมาย มีแหล่งอำนวยความสะดวกสำหรับการใช้ชีวิตครบครัน ทั้งร้านอาหารญี่ปุ่น ซูเปอร์ มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ โรงพยาบาล (รพ.สมิติเวช รพ.กรุงเทพ) สถานศึกษา (โรงเรียนสมาคมไทย-ญี่ปุ่น ย่านพระราม 9 รร.อนุบาลและ รร.นานาชาติอีกหลายแห่ง)



แผนผังที่ 3 แสดงสถิติการเดินทางเข้า - ออก จำแนกตามสัญชาติและประเภทการตรวจลงตรา (เดือน ม.ค.-ธ.ค. 2559)

ที่มา: <http://www.immigration.go.th/nov2004/base.php?page=stat>



ภาพที่ 4 การต้อนรับเทศกาลวันเด็กผู้ชายหรือโคโด้โมะ โนอิในทูกวันที่ 5 พฤษภาคมของทุกปี ที่ The Emporium

เนื่องจากมีชุมชนชาวญี่ปุ่นอาศัยอยู่ในย่านนี้เป็นจำนวนมากในซอยสุขุมวิท 33/1 จึงทำให้รู้จักย่านนี้ในอีกชื่อว่า Little Japan ด้วยภายในซอยดังกล่าวมีสิ่ง que แสดงอัตลักษณ์ของชาวญี่ปุ่นได้อย่างแจ่มชัดและจริงแท้ตามธรรมเนียมญี่ปุ่น อาทิ ร้านหนังสือ ร้านขายของเบ็ดเตล็ด ร้านสะดวกซื้อที่สินค้านำเข้ามาจากญี่ปุ่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย สำหรับแม่บ้านชาวญี่ปุ่น สถานที่สอนภาษาไทย ร้านขนมปังเก่าแก่ที่เปิดโดยชาวญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี 1990 คือ ร้านคัสตาร์ดนากามูระ ที่ทำขนมตามสูตรญี่ปุ่นของแท้ รสชาติขนมปังร้านนี้ เป็นที่ถูกใจทั้งชาวญี่ปุ่นและคนไทยที่ไปลิ้มลอง (พิริยะ ผลวิรุฬห์ : 2556)

นอกจากขายขนมปังมายาวนานแล้วร้านยังจัดกิจกรรมเล็กๆ ตามเทศกาลของญี่ปุ่นเป็นประจำเพื่อสร้างบรรยากาศให้อบอวลกลิ่นไอของความเป็นญี่ปุ่นแบบจริงแท้ในพื้นที่ซอยสุขุมวิท 33/1



ภาพที่ 5 บรรยากาศการภายในซอยสุขุมวิท 33/1 ในวันหยุดสุดสัปดาห์

**ไดโนซอร์ แพลนเน็ต (Dinosaur Planet)** เป็นสวนสนุกที่ทันสมัยและสมบูรณ์ที่สุดในอาเซียน เหมาะกับทุกคนทุกวัย เนื่องจากมีทั้งความบันเทิงและความรู้สอดแทรกผ่านบรรยากาศของดวงดาวแห่งไดโนเสาร์ ไดโนซอร์ แพลนเน็ตตั้งอยู่ในพื้นที่เอ็มสเฟียร์ ย่านดิ เอ็ม ดิสทริค ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตคลองเตย



ภาพที่ 6 แหล่งเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์แห่งใหม่ย่านสุขุมวิท

## สรุปและอภิปรายผล

ความเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้นั้น ล้วนต้องมืองค์ประกอบเพื่อสร้างเมืองและสภาพแวดล้อมของเมืองให้เอื้อต่อกิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ จากการศึกษาโดยศูนย์วิจัยเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ศึกษาพื้นที่ 6 แห่งในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นทำเลหลัก ขับเคลื่อนเศรษฐกิจแบบเมืองสร้างสรรค์ ประกอบไปด้วยย่าน จตุจักร ทองหล่อ สยามสแควร์ ทาวน์อินทาวน์ อาร์ซีเอ และสุขุมวิท แต่ละย่านมีลักษณะความคิดสร้างสรรค์ที่ต่างกัน สุขุมวิทในพื้นที่ย่านทองหล่อ ที่ศูนย์วิจัยเมืองได้ศึกษา พบว่าเป็นพื้นที่ของคนทำงานด้านการออกแบบสถาปัตยกรรม สตูดิโอแต่งงาน อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ไปจนถึงศูนย์การค้าชุมชน (Community Mall) และส่งผลกระทบต่อถึงธุรกิจด้านอื่นๆ คือ ร้านอาหาร คอนโดมิเนียม เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ และธุรกิจสถานบันเทิง ความเป็นย่านสร้างสรรค์ยังพบได้จากการมีสถาบันออกแบบ สถาบันดนตรี สถาบันสอนการแสดง นอกจากย่านทองหล่อที่อยู่บนถนนสุขุมวิทห่างกันไม่กี่ร้อยเมตร ยังพบพื้นที่ที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาภายใต้แนวคิดการออกแบบปรับปรุงพัฒนาเมืองให้ความสำคัญ เพื่อพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมของย่านนั้นให้มีลักษณะของความเป็นย่าน (District Distingtion) ความเป็นย่านเกิดขึ้นจากการสร้างตัวตน (Place Identity) ให้มีลักษณะเฉพาะ (Characteristic) ตามแนวคิดการสร้างถิ่นที่ (Place – making concept) ความเป็นย่านจะสร้างได้ 2 ลักษณะทั้งการสร้างความเป็นย่านเมืองเก่าที่ร้างหรือหลงเหลือความเป็นอดีตอยู่บ้าง หรือการสร้างย่านหรือเนื้อเมืองใหม่ในพื้นที่เพื่อพัฒนาความเป็นย่านใหม่ที่มีใช้แค่เพียงการ

สร้างเชิงกายภาพ แต่เป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคมควบคู่กัน  
ไปและใช้พื้นที่นั้นประกอบกลยุทธ์ (Strategic Planning)  
เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนเมือง

ภายใต้ความเป็นย่านสุขุมวิทย่านพร้อมพงษ์ที่มีเรื่อง  
ราวความเป็นพื้นที่ของเจ้านายช่วงการพัฒนาประเทศ การ  
มีถนนสุขุมวิทสร้างเพื่อความสะดวกสบาย การที่ผู้คนมี  
ถิ่นที่อยู่ในพื้นที่การสร้างรถไฟฟ้าและทางด่วนในบริเวณ  
ใกล้เคียง เป็นสิ่งที่การพัฒนาเมืองในภาครัฐและเอกชนได้  
คำนึงถึง ย่านพร้อมพงษ์นอกจากลักษณะเด่นของพื้นที่ที่  
มีองค์ประกอบการสัญจรที่สะดวก การสร้างกิจกรรมตาม  
พื้นที่โดยรอบพร้อมพงษ์ที่มีพื้นที่ภาครัฐคือ สวนเบญจสิริ  
พื้นที่ภายในของ ดี เอ็ม ดิสทริค (TheEm District) พื้นที่  
ใกล้เคียงโดยรอบเอื้อให้เกิดกิจกรรมในเชิงการใช้งานและมี  
สุนทรียะ ภายใต้นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จะนำมา  
อธิบาย พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านสุขุมวิทพร้อมพงษ์  
พบว่า พร้อมพงษ์พื้นที่ดังกล่าวได้ใช้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ  
บนพื้นฐานการใช้องค์ความรู้ การออกแบบ การสร้างสรรค์  
งาน นวัตกรรมใหม่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มมูลค่า  
และเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม การจัดการกิจกรรมภายใน  
พื้นที่โดยนำทุนทางวัฒนธรรมมานำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว  
ต่างชาติที่มีกำลังซื้อ การนำเสนอประเพณีที่ผสมผสานระหว่าง  
ตะวันออกและตะวันตก กิจกรรมต่างๆที่จัดล้วนให้ก่อเกิด  
มิติของคุณค่าและราคาของพื้นที่ (Property Value) จึง  
กล่าวได้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านนี้คือนำทุนทางปัญญา  
(Intellectual Capital) และทักษะการประยุกต์ (Adaptive  
Skills) มาสนับสนุนให้เกิดการผลิตหรือการสร้างมูลค่าให้  
กับพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม และบ่งบอกถึงความมีลักษณะ  
เฉพาะตัวสูง เป็นผู้นำกระแสที่เรียกว่า H.I.P (Highly  
Individual Place) ภายใต้สถานที่แวดล้อมและบุคคลทั้ง  
ชุมชนชาวญี่ปุ่น ไดโนซอร์แพลนเน็ต ศูนย์สร้างสรรค์งาน  
ออกแบบ สถานที่พักผ่อนสวนเบญจสิริ และภาคเอกชน  
ดี เอ็ม ดิสทริค (TheEm District) เป็นพื้นที่สร้างสรรค์  
ที่สร้างรายได้

พื้นที่สุขุมวิทเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่มีชีวิตไม่หลับใหล มี  
การเคลื่อนไหวอยู่แทบจะตลอด 24 ชั่วโมง แม้กิจกรรมที่เกิด  
ขึ้นจะต่างประเภทกันในเวลา เช้า-สาย-บ่าย-ค่ำ ที่ผู้คนออก  
มาใช้ชีวิตในพื้นที่ การสร้างพื้นที่ในเมืองให้มีคุณภาพเป็นสิ่ง  
จำเป็น เพราะประชากรโลกมีแนวโน้มเข้ามาอาศัยในเมือง  
มากขึ้น โดยคาดว่าปี พ.ศ. 2593 จะมีประชากรโลกมากถึง  
9.2 พันล้านคน โดยประชากรของเมืองมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น  
ถึงร้อยละ 66 แสดงว่าประชากรในเมืองมีมากถึง 6.3 พัน  
ล้านคน นอกจากการอธิบายพื้นที่ตามแนวคิดการสร้างเมือง  
ให้มีชีวิตน่าอยู่แล้ว เกล (Gehl) ได้เสนอไว้ในชีวิตสาธารณะ  
“Life Between Building” ว่าพื้นที่ต้องให้ความสำคัญกับคน  
ให้มีกิจกรรมปฏิสัมพันธ์กัน ยิ่งคนเข้ามาในพื้นที่จำนวนมาก  
จะมีการปฏิสัมพันธ์กัน ไม่ทางตรงก็ทางอ้อม ผู้คนในพื้นที่เข้า  
มาในย่านพร้อมพงษ์มีหลากหลายเป็นปริมณอยู่แล้ว จึงขอสรุป  
ถึงความเป็นพื้นที่ของย่านนี้ ดังนี้ 1. การพัฒนาเศรษฐกิจ  
ตามแนวคิดเสรีนิยมใหม่ โดยการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งโดยภาค  
เอกชนที่จัดสร้างย่าน ดี เอ็ม ดิสทริค ภาครัฐการจัดทำสิ่ง  
อำนวยความสะดวกจากพื้นฐาน ไฟฟ้า ประปา สาธารณูป  
โภคอื่นๆ โดยการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวเสรีนิยม เกิดได้  
จากหลายฝ่าย พื้นที่แห่งนี้สมบูรณ์ครบครัน 2. ความเป็นมา  
แต่เดิมของย่านนี้นับแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สงคราม  
เวียดนาม การก่อสร้างท่าเรือคลองเตย การมีทหารเข้ามา  
พำนักย่านนี้ เพื่อเชื่อมออกไปทางอู่ตะเภา สัตหีบ การ  
ก่อสร้างที่พักทั้งอาคารสูง สถานทูต สวนสนุก เกิดในย่านนี้  
เพื่อตอบสนองการใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ ความเป็นมาของ  
พื้นที่เดิม บริเวณ เป็นที่รู้จักกันว่า เป็นย่านคนรวย เพราะ  
คหบดี ขุนนางมาตั้งบ้านเรือนบริเวณนี้ ที่มีพื้นที่กว้างขวาง  
มีต้นไม้ใหญ่สวยงาม ปัจจัยของผู้คนและพื้นที่จึงเป็นสิ่งสำคัญ  
3. ผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในย่านนี้ รวมทั้ง  
สถานทูตที่ดูแลชีวิตสนับสนุนคนต่างชาติ ทั้งญี่ปุ่น (ปัจจุบัน  
ย้าย) อินเดีย และกลุ่มคนแรงงานที่เข้ามาจากชนบทมาเป็น  
แรงงานจากการก่อสร้างถนน ท่าเรือ และแรงงานในภาค  
บริการปัจจุบันจำนวนมาก



## เอกสารอ้างอิง

- เกย์ล, ญาณ. (2556). **เมืองมีชีวิต**. กรุงเทพฯ: ลายเส้น.
- จารุวรรณ ขำเพชร. (2552). รายงานการวิจัยเรื่องชีวิตยาม  
ตะวันรุ่งและยามราตรีของผู้คนในซอยคาวบอย  
สุขุมวิท 23. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- \_\_\_\_\_. (2555). **พื้นที่เมืองและชีวิตของคนใน  
ซอยคาวบอย**. ปรินญาศิลปศาสตร์ดุสิตบัณฑิต  
สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย. กรุงเทพฯ: บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เจนการ เจนการกิจ. (2547). **ปัจจัยที่มีผลต่อการ  
เปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินเพื่อการพาณิชย์กรรม  
ในย่านสุขุมวิท**. กรุงเทพฯ : ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์  
ไทย.
- บังอร ชมจำปี. (2529). **การศึกษาการใช้พื้นที่ในซอย  
สุขุมวิท 3-63 จากถนนสุขุมวิทจดคลองแสน  
แสบ**. ปรินญาณิพนธ์ ปรินญาการศึกษามหา  
บัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับ  
การพัฒนาประเทศไทย**. วารสารเศรษฐศาสตร์  
ปริทรรศน์ 7. สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2560,  
จาก [http://tcithaijo.org/index.php/NER/article/  
viewFile/22675/19396](http://tcithaijo.org/index.php/NER/article/viewFile/22675/19396).
- วรามาส เปรมมาสวัสดิ์. (2544). **การศึกษาปัจจัยที่มี  
ผลต่อการใช้พื้นที่อย่างเข้มข้นบริเวณถนนสุขุมวิท  
3-36**. ปรินญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชา  
เอกภูมิศาสตร์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิรัตน์ รัตตากร. (2537). **แนวทางการปรับปรุงฟื้นฟูพื้นที่  
ในแนวลนรัชดาภิเษก ช่วงอโศก-คลองเตย**.  
กรุงเทพฯ: ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม  
แห่งชาติ. (2552). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (The  
Creative Economy)**. กรุงเทพฯ: พี.ซี.เพรส  
(บุญชิน) จำกัด
- สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง. (2559). **การเดินทางเข้า  
ออกตามสัญชาติ**. สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2560,  
จาก [http://www.immigration.go.th/nov2004/  
base.php?page=stat](http://www.immigration.go.th/nov2004/<br/>base.php?page=stat).
- COMPASS MAGAZINE. (2559). **ความเป็นย่านและ  
Creative Place-Making**. สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน  
2560, จาก [http://www.compasscm.com/  
viewissue.php?id=451](http://www.compasscm.com/<br/>viewissue.php?id=451).
- Lefebvre, Henri. (1991). “translated by Donald  
Nicholson-Smith”. The Production of Space.  
Blackwell Publishing.UK.
- REALIST BLOG. (2556). **สถานีต่อไป..สถานีพร้อมพงษ์**.  
สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2560, จาก [http://www.  
realist.co.th/blog](http://www.<br/>realist.co.th/blog).