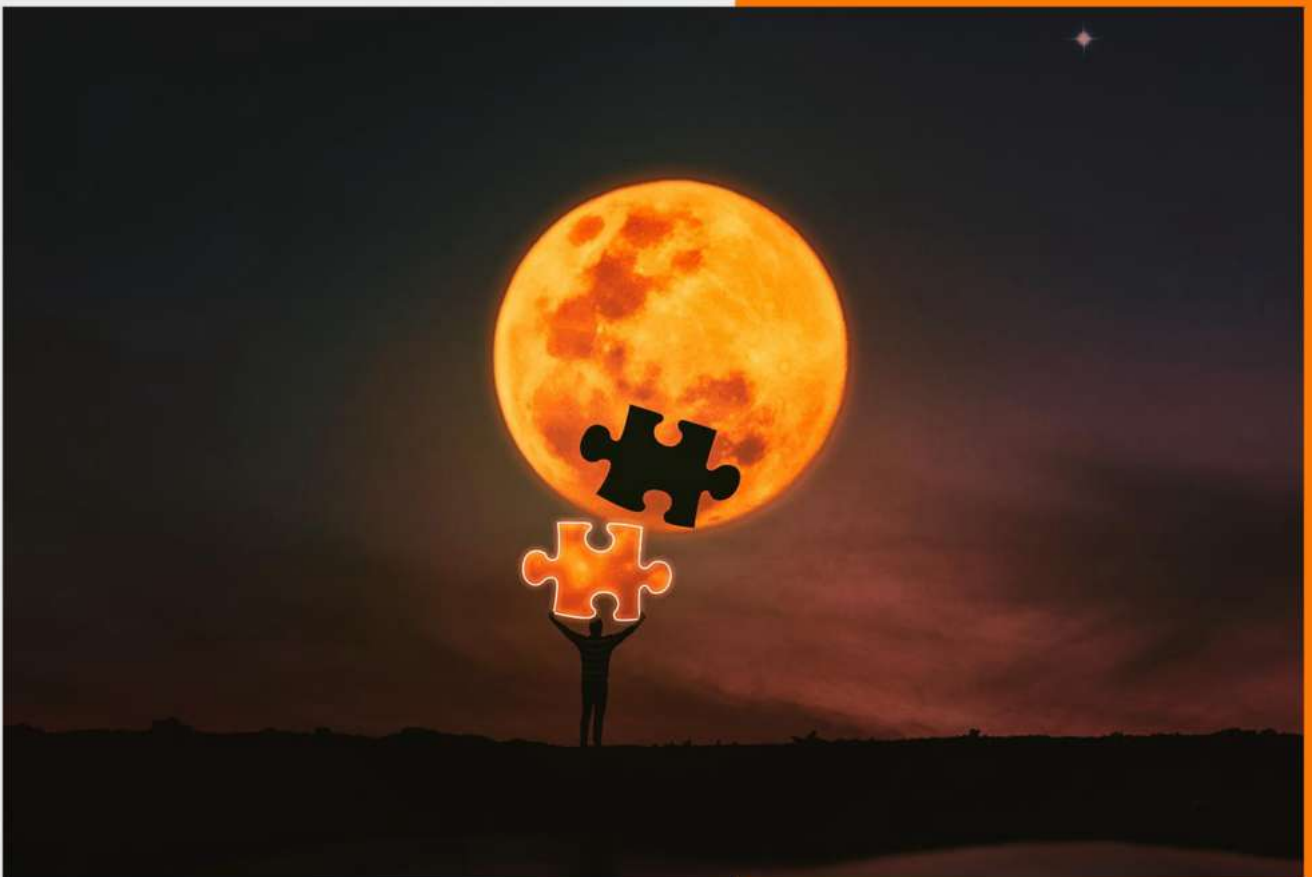
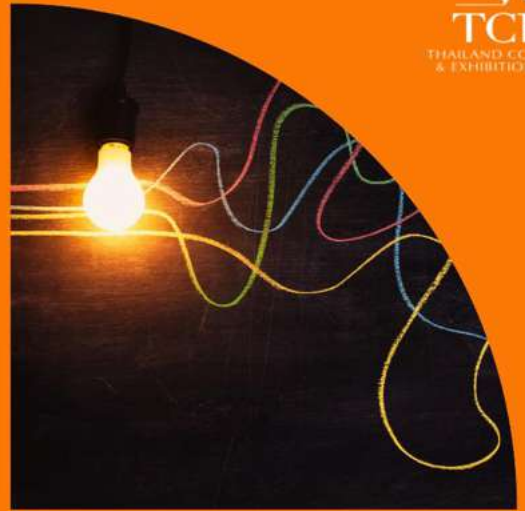

UCCN

CO-CREATIVE CITY

MODEL



**FULL
REPORT**

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	ก
สารบัญภาพ	ข
สารบัญตาราง	ฉ
บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)	ช
บทที่ 1 บทนำ	1-1
1.1 หลักการและเหตุผล	1-1
1.2 วัตถุประสงค์	1-2
1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	1-2
บทที่ 2 ขั้นตอน วิธีการ และแผนการดำเนินงาน	2-1
2.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน	2-1
2.2 วิธีการดำเนินงาน	2-3
2.3 แผนการดำเนินงาน	2-8
บทที่ 3 การศึกษาและวิเคราะห์เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก	3-1
3.1 กรอบแนวความคิดของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก	3-1
3.2 การถอดบทเรียนเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย	3-7
3.3 การถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในต่างประเทศ	3-30
บทที่ 4 กิจกรรมกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	4-1
4.1 การจัดกิจกรรมในจังหวัดเพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร	4-1
4.2 การจัดกิจกรรมในจังหวัดเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ	4-28
บทที่ 5 การจัดทำต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan)	5-1
5.1 แผนแม่บท (Master Plan) กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไม้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์	5-1
5.2 กิจกรรมการนำเสนอต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan)	5-8
5.3 ข้อเสนอแนะ (Recommendation)	5-19
บรรณานุกรม	

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2-1 กรอบขั้นตอนการดำเนินงาน	2-1
ภาพที่ 2-2 กรอบวิธีการศึกษา	2-3
ภาพที่ 2-3 กรอบการศึกษาปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง	2-4
ภาพที่ 2-4 กรอบการศึกษาระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเมือง	2-5
ภาพที่ 2-5 กรอบการศึกษาระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเมือง และความเชื่อมโยง กับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)	2-6
ภาพที่ 3-1 ประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย	3-2
ภาพที่ 3-2 เมืองสร้างสรรค์ในเครือข่ายฯ ของยูเนสโก	3-4
ภาพที่ 3-3 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ของจังหวัดภูเก็ต และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)	3-9
ภาพที่ 3-4 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดเชียงใหม่ และความเชื่อมโยงกับ ปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)	3-11
ภาพที่ 3-5 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมออกแบบ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ของจังหวัดกรุงเทพมหานคร และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาล ของเมือง (Event and Festival)	3-14
ภาพที่ 3-6 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดสุโขทัย และความเชื่อมโยงกับปฏิทิน การจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)	3-16
ภาพที่ 3-7 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ของจังหวัดเพชรบุรี และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)	3-18

ภาพที่ 3-8 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมออกแบบ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดเชียงราย และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)	3-20
ภาพที่ 3-9 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดสุพรรณบุรี	3-25
ภาพที่ 3-10 ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดสุพรรณบุรี	3-27
ภาพที่ 3-11 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดสุพรรณบุรี และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)	3-29
ภาพที่ 3-12 แผนที่ดนตรีของลิเวอร์พูล (The Music Map of Liverpool)	3-38
ภาพที่ 3-13 แผนที่ดิจิทัลสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับดนตรีของเมืองลิเวอร์พูล	3-39
ภาพที่ 3-14 ปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (City Events and Festivals Calendar)	3-40
ภาพที่ 3-15 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของเมืองลิเวอร์พูล และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)	3-41
ภาพที่ 3-16 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของปาร์มา และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)	3-44
ภาพที่ 3-17 อัตลักษณ์แบรนด์ (Brand Identity) ของโซล เมืองแห่งการออกแบบ	3-46
ภาพที่ 3-18 Dongdaemun Design Plaza (DDP)	3-47
ภาพที่ 3-19 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมออกแบบ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของโซล และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)	3-48
ภาพที่ 4-1 บรรยายกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จังหวัดเพชรบุรี	4-4
ภาพที่ 4-2 ผลผลิตของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี	4-5
ภาพที่ 4-3 จุดเด่นและข้อจำกัดของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี	4-6
ภาพที่ 4-4 สิ่งที่ยากดำเนินการในอนาคต	4-7
ภาพที่ 4-5 บรรยายกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี (1)	4-10
ภาพที่ 4-6 บรรยายกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี (2)	4-10
ภาพที่ 4-7 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 1 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี	4-11

ภาพที่ 4-8 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 2-3 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี	4-12
ภาพที่ 4-9 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 4 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี	4-13
ภาพที่ 4-10 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 5 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี	4-14
ภาพที่ 4-11 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 6 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี	4-15
ภาพที่ 4-12 ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตของเพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร	4-16
ภาพที่ 4-13 บทบาทของโมซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี (1)	4-17
ภาพที่ 4-14 บทบาทของโมซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี (2)	4-18
ภาพที่ 4-15 บทบาทของโมซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี (3)	4-19
ภาพที่ 4-16 การประเมินและคัดเลือกโครงการหรือกิจกรรมโมซ์	4-20
ภาพที่ 4-17 การจัดทำแผนแม่บทโครงการหรือกิจกรรมโมซ์ (1)	4-21
ภาพที่ 4-18 การจัดทำแผนแม่บทโครงการหรือกิจกรรมโมซ์ (2)	4-22
ภาพที่ 4-19 รายละเอียดโครงการหรือกิจกรรมโมซ์	4-23
ภาพที่ 4-20 ทิศทางของเพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ที่โครงการหรือกิจกรรมโมซ์ตอบโจทย์	4-28
ภาพที่ 4-21 บรรยายภาคกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จังหวัดเชียงราย	4-30
ภาพที่ 4-22 ผลผลิตและข้อจำกัดของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของเชียงราย	4-32
ภาพที่ 4-23 สิ่งที่เชียงรายต้องการได้รับการสนับสนุนและดำเนินการในอนาคต	4-33
ภาพที่ 4-24 บรรยายภาคกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย	4-35
ภาพที่ 4-25 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 1 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย	4-36
ภาพที่ 4-26 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 2-3 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย	4-37
ภาพที่ 4-27 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 4 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย	4-38
ภาพที่ 4-28 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 5 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย	4-39
ภาพที่ 4-29 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 6 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย	4-40
ภาพที่ 4-30 ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตของเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ	4-41
ภาพที่ 4-31 บทบาทของโมซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ของเชียงราย (1)	4-42
ภาพที่ 4-32 บทบาทของโมซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ของเชียงราย (2)	4-43

ภาพที่ 4-33 บทบาทของไมซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ของเชียงราย (3)	4-44
ภาพที่ 4-34 การประเมินและคัดเลือกโครงการหรือกิจกรรมไมซ์	4-45
ภาพที่ 4-35 การจัดทำแผนแม่บทโครงการหรือกิจกรรมไมซ์	4-46
ภาพที่ 4-36 รายละเอียดโครงการหรือกิจกรรมไมซ์	4-47
ภาพที่ 4-37 ทิศทางของเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ที่โครงการหรือกิจกรรมไมซ์ตอบโจทย์	4-52
ภาพที่ 5-1 UCCN Co-Creative City Model	5-3
ภาพที่ 5-2 แผนผังทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคต	5-4
ภาพที่ 5-3 ตัวอย่างการใช้แผนผังทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคต	5-4
ภาพที่ 5-4 แผนผัง MICE & Festival Events	5-5
ภาพที่ 5-5 ตัวอย่างการใช้แผนผัง MICE & Festival Events	5-5
ภาพที่ 5-6 แผนผังห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ของงาน MICE & Festival	5-6
ภาพที่ 5-7 ตัวอย่างการใช้แผนผังห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ของงาน MICE & Festival	5-6
ภาพที่ 5-8 แผนผังรายการตรวจสอบงาน MICE & Festival	5-7
ภาพที่ 5-9 ตัวอย่างการใช้แผนผังรายการตรวจสอบงาน MICE & Festival	5-7
ภาพที่ 5-10 บรรยายภาคกิจกรรมการนำเสนอตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) (1)	5-16
ภาพที่ 5-11 บรรยายภาคกิจกรรมการนำเสนอตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) (2)	5-16
ภาพที่ 5-12 สิ่งที่ต้องการได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติมในการนำไปใช้	5-19

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2-1 แผนการดำเนินงาน	2-8
ตารางที่ 3-1 การคัดเลือกเมืองเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในประเทศไทย	3-31
ตารางที่ 4-1 รายชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม	4-2
ตารางที่ 4-2 รายชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม	4-8
ตารางที่ 4-3 โครงการหรือกิจกรรมไมซ์ โครงการที่ 1	4-23
ตารางที่ 4-4 โครงการหรือกิจกรรมไมซ์ โครงการที่ 2	4-25
ตารางที่ 4-5 โครงการหรือกิจกรรมไมซ์ โครงการที่ 3	4-26
ตารางที่ 4-6 รายชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม	4-29
ตารางที่ 4-7 รายชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม	4-33
ตารางที่ 4-8 โครงการหรือกิจกรรมไมซ์ โครงการที่ 1	4-47
ตารางที่ 4-9 โครงการหรือกิจกรรมไมซ์ โครงการที่ 2	4-49
ตารางที่ 4-10 โครงการหรือกิจกรรมไมซ์ โครงการที่ 3	4-50
ตารางที่ 5-1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม จำแนกรายจังหวัดและหน่วยงาน	5-9
ตารางที่ 5-2 รายชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม	5-10

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

บทนำ

แนวทางของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) เป็นวิธีการที่สำคัญในการดึงดูดลักษณะและวัฒนธรรมของท้องถิ่นออกมาในมิติต่าง ๆ เพื่อให้เมืองมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ๆ โดยมีรากฐานจากความมั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงมีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนที่ทำงานสร้างสรรค์

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เล็งเห็นว่า เมืองสร้างสรรค์ไม่ใช่เรื่องของการปรับปรุงหรือพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเดียวเท่านั้น แต่เป็นเมืองที่มีพื้นที่และสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสามารถนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยการผลักดันที่จะสามารถทำให้เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว คือ การนำเอาอุตสาหกรรมไมซ์มาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการจัดงานในเมืองตามมิติที่ต้องการจะนำเสนอ เพื่อจุดเด่นของเมืองให้มีความชัดเจน ผ่านการจัดงานไมซ์และเทศกาล ซึ่งจะส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมต่อยอดต่าง ๆ มากมายที่สะท้อนเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของเมืองอย่างสร้างสรรค์ จึงจำเป็นต้องมีการจัดทำต้นแบบ (Model) ให้กับเมืองหรือจังหวัด ที่มีความพร้อมและต้องการยกระดับเมืองในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ และนำไปสู่การใช้ประโยชน์เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกที่มีแนวทางการต่อยอดด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนผ่านกิจกรรมไมซ์และงานเทศกาล

โครงการได้ดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลแนวความคิดของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative City Network: UCCN) ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงศึกษาและถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกที่มีบริบทสอดคล้องกับเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย และถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UCCN) ในประเทศไทย พร้อมดำเนินการคัดเลือกเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย เพื่อดำเนินการศึกษาเชิงลึก ผ่านการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวน 2 ครั้งต่อเมือง เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ และเพื่อสร้างการรับรู้และร่วมกำหนดทิศทางในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์ขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ ตลอดจนการจัดกิจกรรมนำเสนอผลการศึกษา “Intelligence in Action: จาก Creative City Model สู่ Color Economy โมเดลเศรษฐกิจสร้างรายได้สู่เมืองไมซ์” ในประเด็น Action in Focus: “สร้างเมืองสร้างสรรค์อย่างมีกลยุทธ์ ด้วย Co-Creative City Model” เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบถึงผลการศึกษา รวมถึงให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อสรุปผลการพัฒนาต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) ในการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ ผ่านการใช้ไมซ์เป็นเครื่องมือ

กรอบแนวความคิดของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก

1) แนวคิดเศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

เศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ แนวคิดที่พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมและศักยภาพของสินทรัพย์สร้างสรรค์ในการมีส่วนสนับสนุนการเติบโตและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมถึงด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคมที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญา และเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นทางเลือกการพัฒนาที่ดำเนินการผ่านการตอบสนองนโยบายสหวิทยาการที่สร้างสรรค์ (innovative multidisciplinary policy) และการดำเนินการระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยส่วนสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์คืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นวงจรของการสร้างสรรค์ การผลิต และการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางปัญญาเป็นปัจจัยหลัก

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

2) เมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative City)

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network: UCCN) ก่อตั้งขึ้นเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายเมืองที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน และร่วมกันขับเคลื่อนเมือง เพื่อบรรลุเป้าหมายตามวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 ของ UNESCO (The 2030 Agenda for Sustainable Development) โดยเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกแบ่งออกเป็น 8 สาขา ได้แก่ (1) หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts & Folk Art) (2) การออกแบบ (Design) (3) ภาพยนตร์ (Film) (4) อาหาร (Gastronomy) (5) วรรณกรรม (Literature) (6) สื่อศิลปะ (Media Arts) (7) ดนตรี (Music) และ (8) สถาปัตยกรรม (Architecture)

ซึ่งปัจจุบัน ประเทศไทยมีเมืองสร้างสรรค์ในเครือข่ายฯ ของยูเนสโก จำนวน 7 จังหวัด ได้แก่ (1) ภูเก็ต เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (2) เชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (3) กรุงเทพมหานคร เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ (4) สุโขทัย เมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (5) เพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (6) เชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ และ (7) สุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี

3) ความสำคัญของการใช้กิจกรรมไม่ซ้ำกับการเป็นเมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก จะต้องตอบคำถามในแบบฟอร์มใบสมัคร ในขณะที่เมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกจะต้องนำเสนอรายงาน ทุก ๆ 4 ปี เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามพันธกิจของ UCCN ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติ

ซึ่งจากข้อมูลที่ UCCN กำหนดให้เมืองต้องตอบคำถาม จะเห็นได้ว่า UCCN ต้องการทราบถึงประสบการณ์และความพร้อมของเมืองในการจัดงานหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมไม่ซ้ำ เช่น (1) งานแฟร์ งานประชุมสัมมนา (conferences, conventions and congresses) และงานอีเวนต์ระดับชาติหรือระดับนานาชาติที่จัดขึ้นโดยเมือง ในระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับสาขาเมืองสร้างสรรค์ (2) สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานหลัก รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ (งานแสดงสินค้า งานประชุมสัมมนา ฯลฯ) ที่จัดโดยเมืองในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา ฯลฯ

การถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UCCN) ในประเทศไทย

ในการคัดเลือกเมืองกรณีศึกษาในประเทศไทยที่มีศักยภาพในการยกระดับด้วยกระบวนการใช้อุตสาหกรรมไม่ซ้ำเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง ได้ดำเนินการวิเคราะห์โดยองค์ประกอบหลักได้แก่ ศักยภาพของเมืองในการเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network) สถานะของเมืองในฐานะแหล่งท่องเที่ยวหลักหรือเมืองท่องเที่ยวรอง การเป็น MICE City กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ศักยภาพและข้อจำกัดของเมือง รวมถึงการจัดงานไม่ซ้ำและเทศกาลของเมืองที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์

โดยจากการศึกษาและคัดเลือกเมือง ได้คัดเลือกจังหวัดเพชรบุรี สุพรรณบุรี และเชียงรายเป็นพื้นที่กรณีศึกษา เนื่องจากทั้งสามเมืองมีจุดแข็งเฉพาะด้านที่สามารถต่อยอดผ่านการจัดงานไม่ซ้ำและเทศกาล เพื่อยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยจังหวัดเพชรบุรีมีจุดเด่นด้านอาหารพื้นถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ Soft Power ด้านอาหารไทย (Thai Food) ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป้าหมายของประเทศ ภูมิปัญญาด้านอาหารของเพชรบุรีมีลักษณะโดดเด่นจากรากฐานชุมชนและวัตถุดิบท้องถิ่นที่แตกต่างจากเมืองอาหารอื่น ๆ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรีที่มีทุนวัฒนธรรมพื้นบ้าน การถ่ายทอดอัตลักษณ์ผ่านเสียงดนตรีที่สะท้อนวัฒนธรรมชนบทไทย มีศักยภาพในการพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมดนตรีระดับภูมิภาค จังหวัดเชียงราย มีความโดดเด่นในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบที่แม้จะไม่มีสินทรัพย์ด้านอุตสาหกรรมการออกแบบที่ครบถ้วน แต่มีศักยภาพในการใช้การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมหรือธุรกิจที่มีอยู่เดิมในพื้นที่ ซึ่งทั้งสามเมืองแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการใช้ทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เข้มแข็งจากการเป็นเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโกเป็นฐานในการจัดงานไม่ซ้ำและเทศกาลของเมืองที่มีความเฉพาะตัว และสอดคล้องกับ Soft Power ของประเทศ สามารถต่อยอดสู่กิจกรรมไม่ซ้ำและเทศกาลที่มีเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมในระดับสากล จึงเป็นกรณีศึกษาที่มีความเหมาะสมต่อการศึกษากการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนผ่านกลไกไม่ซ้ำ

การถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกที่มีบริบทสอดคล้องกับเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย

จากการคัดเลือกเมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในประเทศไทยที่มีศักยภาพในการยกระดับหรือพัฒนาเมืองด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เมืองสร้างสรรค์ใน 3 สาขา ได้แก่ สาขาดนตรี (City of Music) สาขาอาหาร (City of Gastronomy) และสาขาการออกแบบ (City of Design)

ในการถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในต่างประเทศ จึงคัดเลือกเมืองในสาขาเดียวกับเมืองสร้างสรรค์ที่ดำเนินการคัดเลือกของประเทศไทยและเป็นเมืองที่เป็น Best Practices ในการใช้ไมซ์เป็นเครื่องมือ/แพลตฟอร์ม ได้แก่ ลิเวอร์พูล เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี (สหราชอาณาจักร) ปารีส เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (ประเทศอิตาลี) และโซล เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ (ประเทศเกาหลีใต้)

ลิเวอร์พูล เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี มีการจัดตั้งคณะกรรมการ Liverpool City Region Music Board ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายของระบบนิเวศดนตรีในภูมิภาค โดยคณะกรรมการนี้ได้จัดทำกลยุทธ์ดนตรีของภูมิภาคลิเวอร์พูลพร้อมแผนปฏิบัติการโดยละเอียด โดยมีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรี นอกจากนี้ ได้รับการสนับสนุนจากสภาเมืองลิเวอร์พูล ผ่านนโยบายและแผนพัฒนาเมืองต่าง ๆ ที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์กับต้นทุนทางวัฒนธรรมของเมือง รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เทศกาลดนตรีนานาชาติ Liverpool International Music Festival ฯลฯ

คณะกรรมการ Liverpool City Region Music Board ได้สร้างความร่วมมือกับนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยลิเวอร์พูล (The University of Liverpool) ในการจัดทำแผนที่ดิจิทัลสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับดนตรีของเมือง (Digital Venues Map) เพื่อแสดงข้อมูลโดยละเอียดเกี่ยวกับระบบนิเวศของดนตรีในภูมิภาค และแสดงข้อมูลเชิงลึกเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย สาธารณชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมดนตรีที่มีผลกระทบต่อสถานะของเมืองในฐานะเมืองดนตรีของยูเนสโก

อุตสาหกรรมไมซ์ได้เข้าไปสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของลิเวอร์พูลตลอดทั้งกระบวนการ ได้แก่ (1) การสร้างโอกาสในการเข้าสู่อุตสาหกรรมดนตรีของเมืองในช่วงต้นน้ำ ด้วยการจัดงานนิทรรศการและการประชุมวิชาชีพระดับนานาชาติ (2) การเป็นเวทีแลกเปลี่ยน เสวนา นิทรรศการ ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมดนตรี เช่น ลิขสิทธิ์ของผู้สร้างสรรค์ อนาคตและเทคโนโลยีของอุตสาหกรรม การสร้างความยั่งยืน ฯลฯ ในช่วงกลางน้ำและปลายน้ำ ด้วยการจัดงานประชุมวิชาชีพระดับนานาชาติและระดับท้องถิ่น (3) การสร้างเครือข่ายและความเข้มแข็งของระบบนิเวศในอุตสาหกรรมดนตรีของเมืองในช่วงกลางน้ำ ด้วยการจัดงานประชุมวิชาชีพระดับนานาชาติ (4) การกำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรีของเมืองในช่วงกลางน้ำ ด้วยการจัดงานประชุมวิชาชีพระดับนานาชาติ (5) การเชื่อมโยงผู้จำหน่ายและผู้บริโภคที่ครอบคลุมทั้งอุตสาหกรรมดนตรีของเมืองในช่วงปลายน้ำ ด้วยการจัดงานนิทรรศการและงานอีเวนต์ระดับนานาชาติ รวมถึงการจัดงานนิทรรศการระดับชาติ (6) การสร้างการรับรู้และส่งเสริมบุคลากรในอุตสาหกรรมดนตรีในช่วงปลายน้ำ ด้วยการจัดงานอีเวนต์ระดับชาติ และ (7) การส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างบรรยากาศด้านดนตรีให้กับเมืองในช่วงปลายน้ำ ด้วยการจัดงานอีเวนต์และการประชุมวิชาชีพในระดับนานาชาติ

ปารีส เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร มีการส่งเสริมระบบอาหารที่ยั่งยืนและส่งเสริมความสัมพันธ์ที่สมดุลระหว่างการผลิตในเขตเมืองกับพื้นที่เกษตรรอบนอก รวมถึงความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมเกษตร เมืองปารีสมีการจัดตั้งมูลนิธิ เพื่อเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหาร การศึกษา และความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยมูลนิธินี้ทำงานร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านวัฒนธรรมอาหาร และมีการดำเนิน

กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของปาร์มา เช่น การจัดงานสัมมนาและฟอรัมระดับนานาชาติ การส่งเสริมการศึกษาและงานวิจัยด้านอาหาร ฯลฯ

ในการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ของปาร์มา อุตสาหกรรมไมซ์มีบทบาทในการส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านอาหารของเมือง และขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างกิจกรรมสำคัญ เช่น Cibus งานแสดงสินค้าอาหารนานาชาติที่รวบรวมผู้เชี่ยวชาญจากอุตสาหกรรมเกษตร-อาหารทั่วโลก Cibus Tec/Food Pack งานแสดงเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร มุ่งเน้นด้านความยั่งยืนและประสิทธิภาพในการผลิต CibusLand พื้นที่เชิงแนวคิดที่ส่งเสริมความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ในเมืองกับชนบท เพื่อการบริโภคอาหารที่ยั่งยืน และดีต่อสุขภาพ ฯลฯ กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแสดงให้เห็นถึงความเป็นเลิศด้านอาหารของปาร์มา แต่ยังเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้และความร่วมมือในระดับนานาชาติ ซึ่งช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของปาร์มาในฐานะศูนย์กลางของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหาร

โซล เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ มีการใช้การออกแบบเป็นกลไกในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนและการสร้างนวัตกรรมทางวัฒนธรรม และมีวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ที่ใช้การออกแบบเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูเมืองและการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมีนโยบายและแผนที่มุ่งพัฒนาเมืองผ่านการออกแบบ เช่น การออกแบบที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human-centered Design) ในโครงสร้างพื้นฐานของเมือง คุณภาพของพื้นที่สาธารณะ และบริการของเมือง รวมถึงมุ่งใช้การออกแบบเป็นกลไกขับเคลื่อน เศรษฐกิจ การสร้างงาน และการเชื่อมโยงระดับโลก ผ่านการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ และมุ่งเน้นด้านการศึกษาและการพัฒนาทักษะ ตลอดจนการสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็กและการสร้างคลัสเตอร์และแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้การสนับสนุนแบบครบวงจรสำหรับนักออกแบบและบริษัทออกแบบ นอกจากนี้ กรุงโซลมีการใช้การออกแบบเป็นเครื่องมือทางการทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy through Design) โดยส่งเสริม K-Design และงานออกแบบร่วมสมัยเป็นเครื่องมือสร้างภาพลักษณ์ของชาติ ในการขยายอิทธิพลของโซลในฐานะผู้นำด้านการออกแบบในเอเชีย

กรุงโซลมีการจัดตั้งมูลนิธิเช่นเดียวกับเมืองปาร์มา (มูลนิธิการออกแบบโซล หรือ Seoul Design Foundation: SDF) เพื่อเป็นองค์กรหลักในการดำเนินยุทธศาสตร์การออกแบบของเมือง ทำให้การบริหารจัดการนโยบายการออกแบบมีความต่อเนื่องและเป็นระบบ รวมถึงการใช้ Dongdaemun Design Plaza (DDP) เป็นศูนย์กลางในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

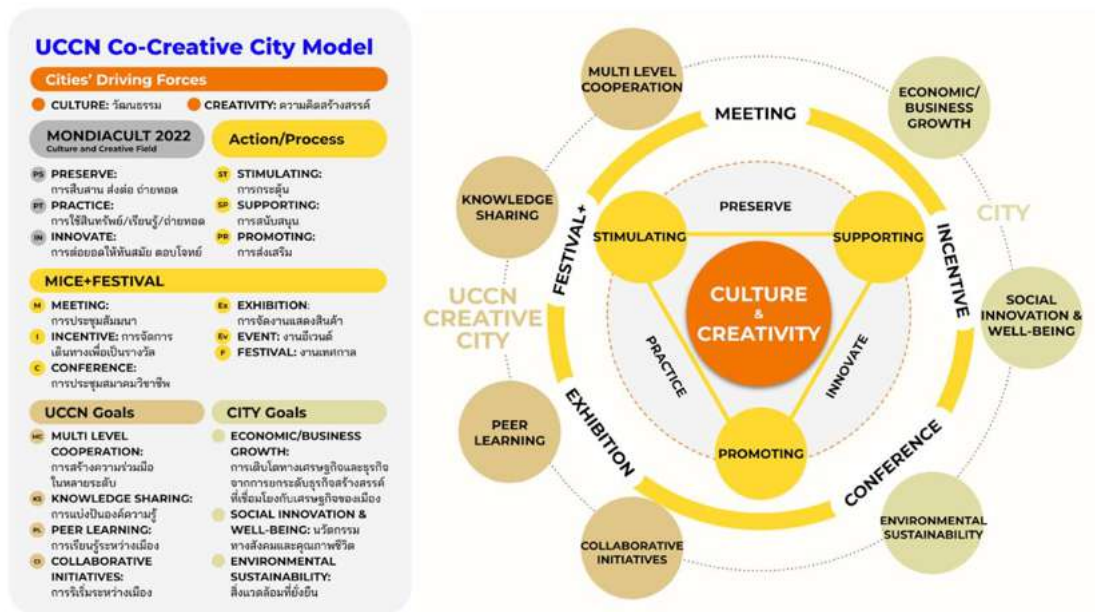
แผนแม่บท (Master Plan) กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก เมืองต้องแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมในการขับเคลื่อนสาขาสร้างสรรค์และสามารถใช้สาขาสร้างสรรค์เป็นกลไกในการพัฒนาเมือง ทั้งในมิติของคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของเมือง

โดย UCCN ต้องการทราบถึงประสบการณ์และความพร้อมของเมืองในการจัดงานหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมไมซ์ เช่น (1) งานแฟร์ งานประชุมสัมมนา (conferences, conventions and congresses) และงานอีเวนต์ระดับชาติหรือระดับนานาชาติที่จัดขึ้นโดยเมือง ในระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับสาขาเมืองสร้างสรรค์ (2) สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานหลัก รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ (งานแสดงสินค้า งานประชุมสัมมนา ฯลฯ) ที่จัดโดยเมืองในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา ฯลฯ

เมืองที่มีเป้าหมายในการสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก จึงต้องวางแผนในการใช้กิจกรรมไมซ์และงานเทศกาล ทั้งระดับชาติและนานาชาติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่าย และสามารถพัฒนาและยกระดับสาขาสร้างสรรค์ของเมืองให้มีความยั่งยืนต่อไป

ตัวแบบ (Model) กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์



UCCN Co-Creative City Model

ในการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ผ่านการใช้ MICE หรือ Festival เป็นเครื่องมือ นั้น ต้องมีการมองแรงขับเคลื่อนสำคัญของเมือง (Cities' Driving Forces) ได้แก่ ต้นทุนด้านวัฒนธรรม (Culture) และต้นทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก โดยต้องมีความสอดคล้องกับปฏิญญา MONDIACULT 2022 ในด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ (1) การรักษา (Preserve) คือ การสืบสาน ส่งต่อ ถ่ายทอด และทำให้เป็นต้นทุนที่มีความยั่งยืน อยู่คู่กับเมืองไปสู่นาคต (2) การปฏิบัติ (Practice) คือ การใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์และธุรกิจของเมืองให้คงอยู่ผ่านการการเรียนรู้ และการถ่ายทอดด้วยการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและเป็นกลไกในการพัฒนาเมือง และ (3) การสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Innovate) คือ การต่อยอดวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ให้ทันสมัย ตอบโจทย์สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของเมืองอย่างยั่งยืน ด้วยกระบวนการ ดังนี้ (1) การกระตุ้น (Stimulate) (2) การสนับสนุน (Support) และ (3) การส่งเสริม (Promote) ซึ่งดำเนินการผ่านการจัดกิจกรรม MICE (Meeting Incentive Conference Exhibition) หรือ Festival

ในกระบวนการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ผ่านการใช้ MICE หรือ Festival เป็นเครื่องมือ ต้องสามารถบรรลุเป้าหมายใน 2 มิติ ได้แก่ มิติการทำงานร่วมกันในเครือข่าย UCCN ซึ่งประกอบด้วย (1) การสร้างความร่วมมือในหลายระดับ (Multi Level Cooperation) คือ การเชื่อมโยงเมืองในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ (2) การแบ่งปันองค์ความรู้ (Knowledge Sharing)

คือ การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เครื่องมือ และแนวปฏิบัติระหว่างเมือง เพื่อยกระดับศักยภาพร่วมกัน (3) การเรียนรู้ระหว่างเมือง (Peer Learning) คือ การส่งเสริมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์โดยตรงระหว่างเมืองในเครือข่าย และ (4) การริเริ่มระหว่างเมือง (Collaborative Initiatives) คือ การสนับสนุนโครงการที่เมืองในเครือข่ายทำร่วมกันทั้งในสาขาเดียวกันหรือข้ามสาขา เพื่อผลลัพธ์ร่วมด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงต้องบรรลุเป้าหมายในมิติของเมือง ซึ่งประกอบด้วย (1) การเติบโตทางเศรษฐกิจและธุรกิจ (Economic/Business Growth) จากการยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจของเมือง (2) นวัตกรรมทางสังคมและคุณภาพชีวิต (Social Innovation & Well-Being) และ (3) สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Environmental Sustainability)

การจัดงาน MICE หรือ Festival ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงเป้าหมายในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ในเครือข่าย UCCN ในสาขาต่าง ๆ ผ่านการกระตุ้น (Stimulate) การสนับสนุน (Support) และการส่งเสริม (Promote) เพื่อให้เกิดการรักษา (Preserve) การปฏิบัติ (Practice) และการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Innovate) ส่งผลให้แรงขับเคลื่อนสำคัญของเมือง (Cities' Driving Forces) ทั้งด้านทุนทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เกิดความเข้มแข็ง และสามารถบรรลุทั้งเป้าหมายของการทำงานร่วมกันในเครือข่าย UCCN และเป้าหมายการพัฒนาเมือง

แนวทางการปฏิบัติ (Guideline) กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์

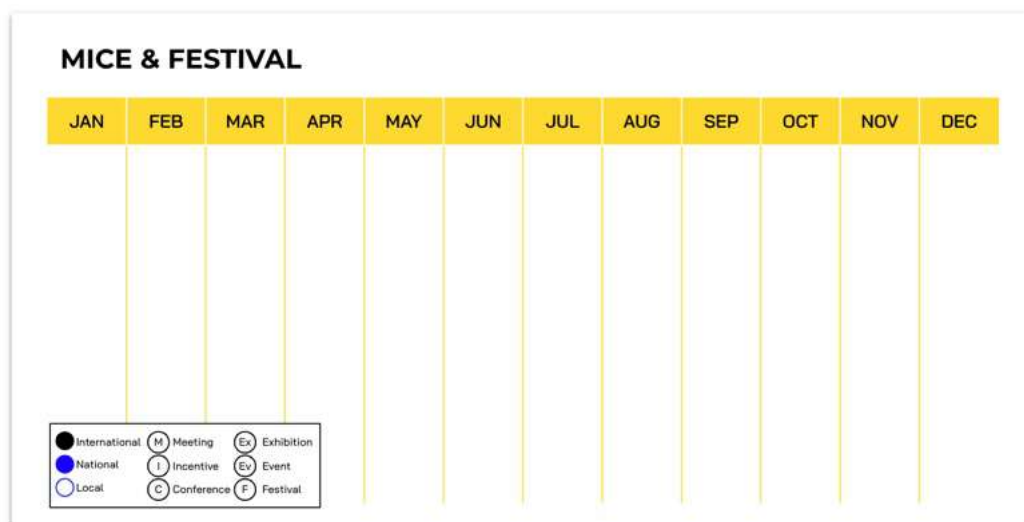
MICE & Creative City Canvas เป็นเครื่องมือสำหรับเมืองในเครือข่าย UCCN และเมืองที่แผนหรือกำลังสมัครเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่าย UCCN ที่ต้องการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมืองผ่านการใช้ MICE หรือ Festival เพื่อบรรลุเป้าหมายของเครือข่าย UCCN และเป้าหมายการพัฒนาเมือง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) แผนผังทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคต : เป็นเครื่องมือในการทบทวนและ Re-positioning เมือง โดยการระบุทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตที่อยากให้เมืองเป็นในฐานะเมืองสร้างสรรค์ในเครือข่าย UCCN

**ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตที่อยากให้เมืองเป็น
ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ของ UCCN**

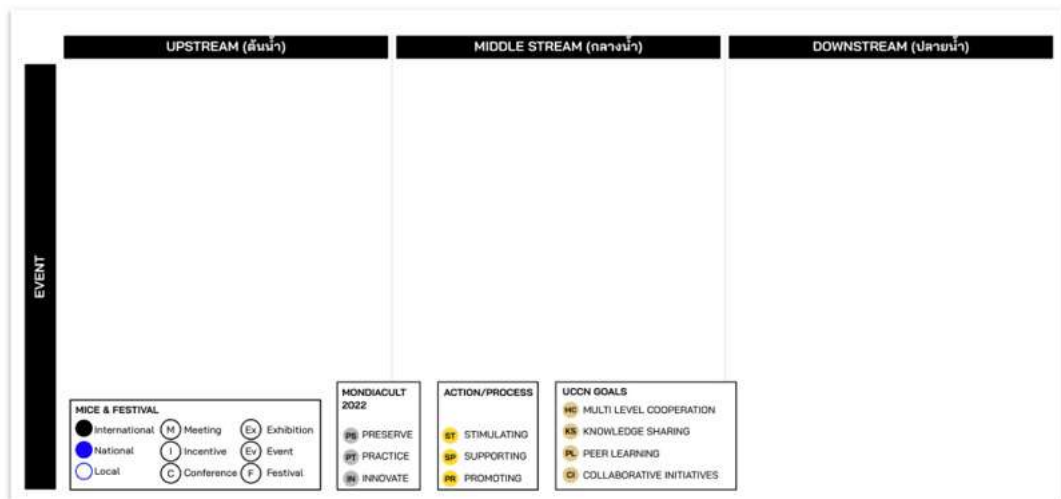
แผนผังทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคต

(2) **แผนผัง MICE & Festival Events:** เป็นเครื่องมือในการประเมินประสบการณ์และความพร้อมในด้านการจัดงานและกิจกรรมของเมือง ด้วยการจัดทำปฏิทินการจัดงานที่ระบุประเภทของงาน ซึ่งได้แก่ M หรือ Meetings คือ การประชุมสัมมนา I หรือ Incentives คือ การจัดการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล C หรือ Conferences คือ การประชุมสมาคมวิชาชีพ E หรือ Exhibitions คือ การจัดงานแสดงสินค้า Ev หรือ Event คือ งานอีเวนต์ และ F หรือ Festival คือ งานเทศกาล รวมถึงการระบุระดับของงาน ได้แก่ งานระดับนานาชาติ (International) งานระดับชาติ (National) และงานระดับท้องถิ่น (Local)



แผนผัง MICE & Festival Events

(3) **แผนผังห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ของงาน MICE & Festival:** เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบและยืนยัน (Verify) งาน MICE และ Festival ในด้านการตอบโจทย์เศรษฐกิจของเมือง ซึ่งประกอบด้วย ต้นน้ำ (Upstream) คือ งาน MICE หรือ Festival ที่สนับสนุนต้นทุนด้านวัฒนธรรม (Culture) และต้นทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) กลางน้ำ (Middle Stream) คือ งาน MICE หรือ Festival ที่ส่งเสริมกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับต้นทุน การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมือง ปลายน้ำ (Downstream) คือ งาน MICE หรือ Festival ที่ส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างการรับรู้ให้กับผลผลิตที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างสรรค์ ด้วยการระบุงาน MICE หรือ Festival ของเมืองตามเป้าหมายและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดงานในแต่ละช่วงของห่วงโซ่การสร้างมูลค่า รวมถึงการระบุความสอดคล้องกับปฏิญญา MONDIACULT 2022 ในด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ (1) PS หรือ Preserve (2) PT หรือ Practice และ (3) IN หรือ Innovate การระบุบทบาทของ MICE และ Festival ได้แก่ (1) ST หรือ Stimulate (2) SP หรือ Support และ (3) PR หรือ Promote รวมถึงการระบุการบรรลุเป้าหมายการทำงานร่วมกันในเครือข่าย UCCN ได้แก่ (1) MC หรือ Multi Level Cooperation (2) KS หรือ Knowledge Sharing (3) PL หรือ Peer Learning และ (4) CI หรือ Collaborative Initiatives



แผนผังห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ของงาน MICE & Festival

(4) แผนผังรายการตรวจสอบงาน MICE & Festival: เป็นเครื่องมือลำดับสุดท้าย สำหรับใช้เป็นรายการตรวจสอบงาน MICE และ Festival ที่เป็นเครื่องมือในการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งจะต้องมีการระบุประเภทงานระดับของงาน ความสอดคล้องกับปัญญา MONDIACULT 2022 ในด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการระบุบทบาทของ MICE และ Festival และการบรรลุเป้าหมายของเครือข่าย UCCN

MICE/Festival		Level			UCCN									
		Local	National	International	PS	PT	IN	ST	SP	PR	MC	KS	PL	CI
M														
I														
C														
Ex														
Ev														
Festival														

แผนผังรายการตรวจสอบงาน MICE & Festival

การนำ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas ไปใช้สำหรับเมืองที่เป็นสมาชิกในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก สามารถใช้เพื่อวางแผนพัฒนาและยกระดับเมืองสร้างสรรค์ ประเมินสถานะและความก้าวหน้าเพื่อส่งรายงาน Membership Monitoring Report รวมถึงการใช้ตรวจสอบและ Verify งาน MICE และ Festival ในการตอบโจทย์เป้าหมาย UCCN และเมือง สำหรับเมืองที่มีแผนหรือกำลังสมัครเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก สามารถใช้วางแผนและประเมินความพร้อมในการส่งใบสมัครเข้าร่วมเครือข่าย UCCN รวมถึงการใช้ตรวจสอบและ Verify งาน MICE และ Festival ในการตอบโจทย์เป้าหมาย UCCN และเป้าหมายการพัฒนาเมือง

ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

- 1) สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้ ควรดำเนินงานร่วมกับจังหวัดในการใช้ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas เพื่อวางแผนพัฒนาและยกระดับเมืองสร้างสรรค์
- 2) ควรมีการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และ British Council Thailand เพื่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมในอนาคต
- 3) ควรมีการสนับสนุนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เช่น ผู้จัดการ ผู้พัฒนางานเทศกาล ฯลฯ ในการเข้าไปทำงานร่วมกับพื้นที่และเมือง เพื่อให้เกิดการสร้างงานไมซ์และงานเทศกาลที่เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเมือง

การดำเนินการขั้นต่อไป

- 1) การใช้ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการทำงานและการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ผ่านหน่วยงานท้องถิ่นที่เป็นผู้ติดต่อหลักของเมือง (focal point) และคณะกรรมการเมืองสร้างสรรค์ของเมือง
- 2) การสร้างความเข้าใจและวิธีการใช้ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas ให้กับภาคีเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ เช่น นักสร้างสรรค์ ผู้จัดการ ฯลฯ ให้เกิดการนำไปใช้จริงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่าย และสามารถพัฒนาและยกระดับสาขาสร้างสรรค์ของเมืองให้มีความยั่งยืนต่อไป

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

แนวทางของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ถือเป็นวิธีการที่สำคัญในการดึงเอาอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่นตนเองออกมาเป็นมิติในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เมืองมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ๆ โดยมีรากฐานจากความมั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนทำงานสร้างสรรค์ ซึ่งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) และ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) ได้มีการบูรณาการร่วมกัน ภายใต้แผนพัฒนาเมือง CIM City (Creative, Innovation, and MICE City) เพื่อยกระดับเมืองไปสู่การเป็น High Value Added Destination ด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรม การศึกษาในครั้งนี้ จะเป็นส่วนหนึ่งในโครงการต้นแบบที่ผ่านการต่อยอดเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ หรือ Creative Cities Network ของยูเนสโก ที่ดำเนินงานควบคู่กับการประกาศแหล่งมรดกทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ โดยเริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2547 เปิดรับคัดเลือกทุก ๆ 4 ปี เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) สู่ความร่วมมือในระดับนานาชาติของภาคประชาคม ประชาชน เอกชนและสาธารณะ

องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) จำกัดความ Creative City คือ การร่วมมือระหว่าง ชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐ ในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจนจารีตประเพณี ของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างธุรกิจ หรือ อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) โดยประโยชน์ของการเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ องค์การยูเนสโกนั้น นอกจากจะได้เป็นที่รู้จักมากขึ้นแล้ว ยังถือเป็นการพัฒนาตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (The Sustainable Development Goals: SDGs) โดยเฉพาะเป้าหมายที่ 11 Sustainable Cities and Communities นั่นคือทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิคุ้มกันและยั่งยืน อีกทั้งยังดึงดูดนักท่องเที่ยวจากเมืองที่เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์จากทั่วโลก ให้เดินทางมาเยือนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อยอด ไปสู่การสร้างเศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy) ซึ่งมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการสร้างสรรคและ นวัตกรรมในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เล็งเห็นว่า เมืองสร้างสรรค์ไม่ใช่เรื่องของ การปรับปรุงหรือพัฒนาเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเดียวเท่านั้น แต่เป็นเมืองที่มีพื้นที่และ สภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสามารถนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยการผลักดันที่จะ สามารถทำให้เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วคือ การนำเอาอุตสาหกรรมไมซ์มาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการจัดงานในเมืองนั้น ๆ ตามมิติที่ต้องการจะนำเสนอ เพื่อจุดเด่นของเมืองให้มีความชัดเจนผ่านการจัดงานไมซ์ที่จะส่งเสริมให้เกิดกิจกรรม ต่อยอดต่าง ๆ มากมายที่สะท้อนเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของเมืองอย่างสร้างสรรค์

ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดทำต้นแบบ (Model) ให้กับเมืองหรือจังหวัด ที่มีความพร้อมและต้องการยกระดับเมืองของตนเองในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ และนำไปสู่การใช้ประโยชน์เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกที่มีแนวทางการต่อยอดด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนผ่านกิจกรรมไมซ์

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อจัดทำต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) ในการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ผ่านการใช้ไมซ์เป็นเครื่องมือ
- 2) เพื่อศึกษาแนวทางการยกระดับเมืองสู่การเป็น High Value Added Destination ผ่านการใช้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ หรือ Creative Cities Network ของยูเนสโก
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของเมืองต้นแบบในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ หรือ Creative Cities Network ของยูเนสโก
- 4) เพื่อจัดทำแนวทางการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Asset) ของพื้นที่นั้นๆ ผสมผสานกับนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างธุรกิจ สร้างเศรษฐกิจจาก อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรือเศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy)

1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

- 1) ศึกษา วิเคราะห์ รวมถึงนำเสนอกรอบแนวความคิดของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative City Network) โดยประกอบด้วยข้อมูล ดังต่อไปนี้
 - ความสำคัญของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative City Network) ต่อการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมของเมือง
 - แนวความคิดเศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และวัฒนธรรม (Creative Economy) พร้อมทั้งนำเสนอความเชื่อมโยงที่ครอบคลุมถึงสภาพแวดล้อมของเมืองที่เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก
 - รูปแบบความร่วมมือและบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก
 - แนวทางในการจัดกิจกรรมไมซ์ในเมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก รวมถึงวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้น
 - รูปแบบและกลไกในการนำเอากรอบแนวความคิดในการใช้กิจกรรมไมซ์มาเป็นเครื่องมือหรือแพลตฟอร์มสำหรับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก
 - ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของเมืองที่ได้รับการประกาศเป็นเมืองสร้างสรรค์จากยูเนสโกที่เอื้อต่อการใช้กลไกไมซ์เป็นเครื่องมือในการยกระดับเศรษฐกิจเมือง
 - แนวทางการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ที่เศรษฐกิจและสังคมของเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก
- 2) ศึกษาและถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกที่มีบริบทสอดคล้องกับเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เมือง โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก สสพ. ก่อนดำเนินการ

3) ศึกษาและถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จ พร้อมต่อยอดการใช้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy) จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เมือง

4) จัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นและสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการดำเนินโครงการ การกำหนดทิศทาง และสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคส่วนต่าง ๆ ของเมืองที่ได้รับเลือกเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก เพื่อให้ทุกฝ่ายเห็นภาพและทิศทางในการพัฒนาเมืองผ่านการจัดกิจกรรมมีส่วนร่วม อย่างน้อย 1 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 20 คน ในรูปแบบ Online จำนวน 2 ครั้ง และ On-site จำนวน 2 ครั้ง ทั้งนี้ ที่ปรึกษาจะต้องจัดเตรียมอาหารว่าง เครื่องดื่ม และอาหารกลางวัน รวมถึงสถานที่จัดประชุมให้เรียบร้อย และจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก สสพ. ก่อนดำเนินการ

5) จัดทำต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) ที่นำเสนอกระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไม้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก รวมถึงจัดทำแนวทางการปฏิบัติ (Guideline) ที่ครอบคลุมผลจากการศึกษาในข้อ 1) – 4)

6) จัดทำบทวิเคราะห์ และนำเสนอความท้าทายในการนำแนวคิดการจัดทำต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) ไปใช้ในการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ผ่านการใช้ไม้เป็นเครื่องมือ

7) ดำเนินการจัดกิจกรรม เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการ การจัดสัมมนา หรือกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อนำเสนอต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมืองต้นแบบ โดยมีผู้เข้าร่วมไม่น้อยกว่า 30 คน ทั้งนี้ ที่ปรึกษาจะต้องจัดเตรียมอาหารว่าง เครื่องดื่ม และอาหารกลางวัน รวมถึงสถานที่จัดประชุมให้เรียบร้อย โดยจะต้องได้รับความเห็นชอบจาก สสพ. ก่อนดำเนินการ

บทที่ 2

ขั้นตอน วิธีการ และแผนการดำเนินงาน

2.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน



ภาพที่ 2-1 กรอบขั้นตอนการดำเนินงาน

ที่มา : ผู้วิจัย

2.1.1 การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลรอบแนวความคิดของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative City Network) ได้แก่

- ความสำคัญของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative City Network) ต่อการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมของเมือง
- แนวความคิดเศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative Economy) พร้อมทั้งนำเสนอความเชื่อมโยงที่ครอบคลุมถึงสภาพแวดล้อมของเมืองที่เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก
- รูปแบบความร่วมมือและบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก
- แนวทางในการจัดกิจกรรมไมซ์ในเมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก รวมถึงวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้น
- รูปแบบและกลไกในการนำเอากรอบแนวความคิดในการใช้กิจกรรมไมซ์มาเป็นเครื่องมือหรือแพลตฟอร์มสำหรับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก

- ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของเมืองที่ได้รับการประกาศเป็นเมืองสร้างสรรค์จากยูเนสโกที่เอื้อต่อการใช้กลไกไม้ซี้เป็นเครื่องมือในการยกระดับเศรษฐกิจเมือง
- แนวทางการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ที่เศรษฐกิจและสังคมของเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก

2) การศึกษาและถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ได้แก่

- การศึกษาและถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกที่มีบริบทสอดคล้องกับเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย
- การศึกษาและถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จ พร้อมต่อยอดการใช้เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy)

2.1.2 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล (Analysis & Synthesis)

1) การวิเคราะห์กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไม้ซี้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกจากเนื้อหาที่ได้จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลในข้อ 2.1.1

2) การจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นและสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการดำเนินโครงการ การกำหนดทิศทาง และสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคส่วนต่าง ๆ ของเมืองที่ได้รับเลือกเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก เพื่อให้ทุกฝ่ายเห็นภาพและทิศทางในการพัฒนาเมืองผ่านการจัดกิจกรรมไม้ซี้ร่วมกัน

2.1.3 การสรุปผลและนำเสนอแนวทาง (Summary)

การสรุปผลและนำเสนอแนวทาง ได้ดำเนินการผ่านการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ในข้อ 4.2 ซึ่งประกอบด้วย

1) การจัดทำต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) ที่นำเสนอกระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไม้ซี้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก รวมถึงจัดทำแนวทางการปฏิบัติ (Guideline) ที่ครอบคลุมผลจากการศึกษา

2) การจัดทำบทวิเคราะห์ และนำเสนอความท้าทายในการนำแนวคิดการจัดทำต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) ไปใช้ในการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ผ่านการใช้ไม้ซี้เป็นเครื่องมือ

3) การจัดกิจกรรมเพื่อนำเสนอต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมืองต้นแบบ

2.2 วิธีการดำเนินงาน



ภาพที่ 2-2 กรอบวิธีการศึกษา

ที่มา : ผู้วิจัย

2.2.1 การศึกษาและถอดบทเรียนเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย

การศึกษาและถอดบทเรียนเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย จะดำเนินการศึกษาเมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในประเทศไทย ได้แก่ ภูเก็ต เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร เชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน กรุงเทพมหานคร เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ สุโขทัย เมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน เพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ และสุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี โดยจะทำการศึกษาในประเด็นสำคัญ เช่น (1) หน่วยงานขับเคลื่อนหลัก (Focal Point) (2) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) (3) สินทรัพย์ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (4) ศักยภาพ (จุดแข็ง) และข้อจำกัด (จุดอ่อน) (5) ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเมือง และ (6) ปฏิบัติการจัดงานไม้ซุงและเทศกาลของเมือง รวมถึงประสบการณ์และความพร้อมของเมืองในการจัดงานหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมไม้ซุง ตามคำถามในการสมัครเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ข้อ 4 และข้อ 5

วันที่จัดงาน (Date) (D/M/Y)	ชื่องาน (Event Name)	กิจกรรมภายในงาน (Activities)	สถานที่จัดงาน (Venues)	หน่วยงานเจ้าภาพจัดงาน (Focal Point)	สาขาสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง (Creative Field)	
11/05/2022	สุพรรณลิตรัล	เทศกาลดนตรีคนเพื่อชีวิตกลางหุบเขา	เขากำแพง ถูทอง สุพรรณบุรี	จังหวัดสุพรรณบุรี, องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)	Music	*
17/07/2022	ASEAN WINDS BAND 2022	ภายในงานมีการแสดงรูปร่างเครื่องดนตรีอาเซียน โดยนักดนตรีเยาวชนจาก 10 ประเทศ ภายใต้นาม ASEAN Youth Winds รวมถึงนักดนตรีเยาวชนจากโรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัยสุพรรณบุรีและครูดนตรีท้องถิ่น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการผลักดันให้จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรีของยูเนสโก กิจกรรมนี้ไม่เพียงแต่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนด้านดนตรีและวัฒนธรรมระดับนานาชาติ และยังช่วยยกระดับขีดความสามารถของสุพรรณบุรีให้เป็นที่ยอมรับในระดับโลก อีกทั้งยังเสริมสร้างโอกาสให้เยาวชนท้องถิ่นได้รับประสบการณ์จากเวทีนานาชาติ สนับสนุนการพัฒนาเมืองในพื้นที่พิเศษให้ยั่งยืน และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs 2030)	โรงแรมเดอะแวงชาลีภาคตะวันตก อำเภอเมืองสุพรรณบุรี	จังหวัดสุพรรณบุรี	Music	*
16-17/07/2022	Suphanburi Music Crafts & Folk Art Festival 2022	เทศกาลดนตรีสร้างสรรค์เวทีที่ผนวกดนตรีกับงานสร้างสรรค์	พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดสุพรรณบุรี	อพท., CEA, สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี, โรงแรมแห่งชาลิภาคนครวันสกล จังหวัดสุพรรณบุรี	Music Crafts & Folk Art	*
29-31/12/2022	Countdown Suphanburi Happy Together 2023	การแสดงพลุ ดอกไม้ไฟ ไฟโรเทคนิค ระบบแสงสีเสียงสุดยิ่งใหญ่การพ่นไฟหอยดอย เพื่อสร้างปรากฏการณ์ยิ่งใหญ่ของสงฆ์พยับปีกและต้อนรับปีใหม่อย่างยิ่งใหญ่ งานนี้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวและประชาชนจำนวนมาก ซึ่งนอกจากการแสดงแสงสีแล้ว ยังมีจุดถ่ายรูปพิเศษ เช่น ส่วนกระจายเสียงแสดง การยิงไฟหอยดอย และกิจกรรมสนุกๆ มากมาย ภายในงานยังมีการออกร้านจำหน่ายอาหารและสินค้าพื้นถิ่น การละเล่นและกิจกรรมแจกของขวัญ เช่น เกมชิงรางวัล DIY กระดาษสีไม้ และของขวัญน่ารักๆ ซึ่งมีการแจกจากศิลปินชื่อดัง โดยมี จังหวัดสุพรรณบุรีและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยส่งปันสินค้าให้หอจดหมายเหตุ - อำเภอไทรน้อยนายสำคัญในการเฉลิมฉลอง Countdown ทุกปี	บริเวณสวนเฉลิมภัทรราชินี หอจดหมายเหตุ - อำเภอไทรน้อย จังหวัดสุพรรณบุรี	จังหวัดสุพรรณบุรี, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี, เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	Media Arts	*
5-7/05/2023	สงกรานต์สุข เพลิดเพลิน 2023	ร้านจำหน่ายไอศกรีมสร้างสรรค์ ร้านอาหารขึ้นชื่อของจังหวัด และกิจกรรมชิงโชคลุ้นรางวัลมากมาย คอนเสิร์ตจากศิลปินระดับประเทศ	สวนน้ำสมออรุณ	ททท.	Gastronomy Music	*
9-13/06/2023	Suphanburi Music Crafts & Folk Art Festival 2023	ภายในงานพบกับ - งานเสวนา - creative workshops - ดนตรี - และสินค้าชุมชน พร้อมเปิดพื้นที่ music open space ให้กับทุกคน	วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร จ. สุพรรณบุรี	อพท., สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี, โรงแรมแห่งชาลิภาคนครวันสกล จังหวัดสุพรรณบุรี	Music Crafts & Folk Art	*
16-17/06/2023	ลงพื้นที่เยี่ยมชมวิถีชีวิตและต้นทุนทางดนตรีในปัจจุบันของคณะดนตรีสุพรรณบุรี	กิจกรรมขับร้องเพลงของชมรมเด็กและเพลงสุพรรณบุรี (กลุ่มผู้สูงอายุ), บ้านท่ากุดสอง ลุงบุญชอบ มะเขือกุดกร, บ้านดนตรีอุทัยงัดกีตาร์, บ้านอรุณบรรเลง, ศูนย์เรียนรู้ ร้อง จำ เล่น เล่น ดนตรี ชุมชนบางซาวาก, บ้านดนตรีไทย by ครูเอ็ดด, ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี และ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติถูทอง	ศูนย์อนุรักษ์พันธุ์กล้วยสุพรรณบุรี	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)	Music	*
21-23/07/2023	การประกวดวงดนตรีสากลชิงแชมป์จังหวัดสุพรรณบุรี String Contest 2023	การประกวดวงดนตรีสากลแบ่งเป็น 3 รุ่น ได้แก่ - รุ่นอายุไม่เกิน 15 ปี - รุ่นอายุไม่เกิน 19 ปี - รุ่นอายุ 20 ปีขึ้นไป	โรบินสัน โสฬสโรด สุพรรณบุรี	กองการศึกษาศาสนาและวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี	Music	*
4/11/2023	สุพรรณลิตรัล 2	เทศกาลดนตรีคนเพื่อชีวิตกลางหุบเขา	เขากำแพง ถูทอง สุพรรณบุรี	จังหวัดสุพรรณบุรี, องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)	Music	*

ภาพที่ 2-3 กรอบการศึกษากฎบัตรการจัดงานไม้และเทศกาลของเมือง

ที่มา : ผู้วิจัย

	UPSTREAM (ต้นน้ำ)	MIDDLE STREAM (กลางน้ำ)	DOWNSTREAM (ปลายน้ำ)
ASSET			
HUMAN RESOURCE			
RELATED & SUPPORTING INDUSTRY			
GOVERNMENT			
EVENT			

ภาพที่ 2-4 กรอบการศึกษาระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเมือง

ที่มา : ผู้วิจัย

	UPSTREAM (ต้นน้ำ)	MIDDLE STREAM (กลางน้ำ)	DOWNSTREAM (ปลายน้ำ)
ASSET			
HUMAN RESOURCE			
RELATED & SUPPORTING INDUSTRY			
GOVERNMENT			
EVENT	● International ● National ○ Local (M) Meeting (I) Incentive (C) Conference (Ex) Exhibition (Ev) Event (F) Festival		

ภาพที่ 2-5 กรอบการศึกษาระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเมือง และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ที่มา : ผู้วิจัย

2.2.2 การคัดเลือกกรณีศึกษาเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย

การคัดเลือกกรณีศึกษาเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยที่มีศักยภาพในการยกระดับหรือพัฒนาเมืองด้วยกระบวนการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง

2.2.3 การถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในต่างประเทศ

การถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในต่างประเทศ โดยศึกษาเมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกที่เป็น Best Practice โดยเป็นเมืองที่มีการใช้ไมซ์เป็นเครื่องมือ/แพลตฟอร์มสำหรับการพัฒนา Content/Network มีระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของเมืองที่เอื้อต่อการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง รวมถึงมีแนวทางการดำเนินนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อเมือง

การถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในต่างประเทศ จะทำการศึกษาในประเด็นสำคัญ เช่น (1) ความสำคัญของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative City Network) ต่อการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมของเมือง (2) รูปแบบความร่วมมือและบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (3) แนวทางในการจัดกิจกรรมไมซ์ในเมืองและผลกระทบที่เกิดขึ้น (4) รูปแบบและกลไกในการนำเอากรอบแนวความคิดในการใช้กิจกรรมไมซ์มาเป็นเครื่องมือ หรือแพลตฟอร์มสำหรับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (5) ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของเมืองที่เอื้อต่อการใช้กลไกไมซ์เป็นเครื่องมือในการยกระดับเศรษฐกิจเมือง และ (6) แนวทางการดำเนินนโยบายต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อเมือง

2.2.4 การวิเคราะห์และจัดทำต้นแบบ (Model)

โดยวิเคราะห์และจัดทำต้นแบบ (Model) ที่นำเสนอกระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง รวมถึงการจัดทำแนวทางการปฏิบัติ (Guideline) ที่ครอบคลุมการยกระดับเมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในประเทศไทย ด้วยการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง

2.3 แผนการดำเนินงาน

ระยะเวลาการดำเนินงาน 120 วัน

ตารางที่ 2-1 แผนการดำเนินงาน

ที่	ขั้นตอนการดำเนินงาน	เดือนที่			
		1	2	3	4
1	การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล				
1.1	ข้อมูลกรอบแนวความคิดของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative City Network)				
1.2	การศึกษาและถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก				
2	การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล (Analysis & Synthesis)				
2.1	การวิเคราะห์กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไม้ซ้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก				
2.2	การจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นและสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการดำเนินโครงการ การกำหนดทิศทาง และสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคส่วนต่าง ๆ				
3	การสรุปผลและนำเสนอแนวทาง (Summary)				
3.1	การจัดทำต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) ที่นำเสนอกระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไม้ซ้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง				
3.2	การจัดทำบทวิเคราะห์ และนำเสนอความท้าทายในการนำแนวคิดการจัดทำต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) ไปใช้ในการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ผ่านการใช้ไม้ซ้เป็นเครื่องมือ				
3.3	การจัดกิจกรรมเพื่อนำเสนอต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมืองต้นแบบ				
การส่งมอบงาน					
1	รายงานแผนการดำเนินงาน (งวดที่ 1)				
2	รายงานผลการศึกษา (งวดที่ 2)				
3	รายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ (Final Report) (งวดที่ 3)				

บทที่ 3

การศึกษาและวิเคราะห์เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก

3.1 กรอบแนวความคิดของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก

3.1.1 เศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy)

เศรษฐกิจสีส้ม (Orange Economy) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือแนวคิดที่พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมและศักยภาพของสินทรัพย์สร้างสรรค์ในการมีส่วนสนับสนุนการเติบโตและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมถึงด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคมที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญา และเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ลักษณะทั่วไปคือเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีมิติที่หลากหลาย มีส่วนสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และมีศักยภาพในการมีส่วนร่วมสนับสนุนในการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นทางเลือกการพัฒนาที่ดำเนินการผ่านการตอบสนองนโยบายสหวิทยาการที่สร้างสรรค์ (innovative multidisciplinary policy) และการดำเนินการระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยส่วนสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์คืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถนิยามได้ว่าเป็นวงจรของการสร้างสรรค์ การผลิต และการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางปัญญาเป็นปัจจัยหลัก UNCTAD และ UNDP จัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตามลักษณะการสร้างสรรค์เฉพาะของแต่ละอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมเหล่านี้ ได้แก่ การโฆษณา สถาปัตยกรรม ศิลปะและหัตถกรรม การออกแบบ แฟชั่น ภาพยนตร์ วิดีโอ การถ่ายภาพ ดนตรี ศิลปะการแสดง การวิจัยและพัฒนา ซอฟต์แวร์ เกมคอมพิวเตอร์ การพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และโทรทัศน์/วิทยุ (United Nations, n.d.)

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 ประเทศที่พัฒนาแล้วได้เข้าสู่สังคมหลังอุตสาหกรรม ที่มูลค่าการผลิตกระจุกตัวอยู่ในภาคบริการ ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศยกระดับเป็นประเทศอุตสาหกรรมจากการย้ายฐานการผลิตอุตสาหกรรมของกลุ่มประเทศในโลกตะวันตกที่แสวงหาต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าและโอกาสในการเข้าถึงตลาดแห่งใหม่ แต่ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มประเทศเหล่านี้ไม่ยั่งยืน เนื่องจากสามารถถูกประเทศหน้าใหม่ที่มีต้นทุนต่ำกว่าเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดได้ ดังนั้น ความกดดันทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ทำให้ ‘เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)’ เป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของหลากหลายประเทศ โดยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยพื้นฐานของความรู้ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative product) ที่เป็นได้ทั้งสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) และจับต้องได้ (Tangible) เพื่อความสามารถในการแข่งขันของระบบเศรษฐกิจ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), ม.ป.ป.)

ในประเทศไทย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ให้คำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ว่า “เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ” (สอวช., 2564)

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ Creative Economy Agency ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่มีภารกิจสำคัญด้านการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปัจจัยสนับสนุน รวมทั้งการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุดใหม่ (New Engines of Growth) ได้ดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย จำนวน 5 กลุ่ม รวม 15 สาขา ได้แก่

1. **กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Originals)** ประกอบด้วย 4 สาขา ได้แก่
 - 1) งานฝีมือและหัตถกรรม (Craft)
 - 2) ดนตรี (Music)
 - 3) ศิลปะการแสดง (Performing Arts)
 - 4) ทัศนศิลป์ (Visual Arts)
2. **กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ (Creative Content/Media)** ประกอบด้วย 4 สาขา ได้แก่
 - 1) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film)
 - 2) การกระจายเสียง (Broadcasting)
 - 3) การพิมพ์ (Publishing)
 - 4) ซอฟต์แวร์ (เกมและแอนิเมชัน) (Software: Game and Animation)
3. **กลุ่มบริการสร้างสรรค์ (Creative Services)** ประกอบด้วย 3 สาขา ได้แก่
 - 1) การโฆษณา (Advertising)
 - 2) การออกแบบ (Design)
 - 3) สถาปัตยกรรม (Architecture)
4. **กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods/ Products)** ประกอบด้วย 1 สาขา ได้แก่ แฟชั่น (Fashion)
5. **กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related Industries)** ประกอบด้วย 3 สาขา ได้แก่
 - 1) อาหารไทย
 - 2) การแพทย์แผนไทย
 - 3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), ม.ป.ป.)



ภาพที่ 3-1 ประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), ม.ป.ป.

3.1.2 เมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO Creative City)

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network: UCCN) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2004 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายเมืองที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญ ในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ในมิติของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เมืองที่เป็นสมาชิกเครือข่าย มีหน้าที่แลกเปลี่ยน ถ่ายทอดประสบการณ์ องค์ความรู้ กรณีกิจการ รวมถึงสร้างพันธมิตรที่จะช่วยส่งเสริมและเผยแพร่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม สนับสนุนสิทธิทางวัฒนธรรม และการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน รวมถึงการร่วมกันขับเคลื่อนเมือง เพื่อบรรลุเป้าหมายตามวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 ของ UNESCO (The 2030 Agenda for Sustainable Development) เมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกแบ่งออกเป็น 8 สาขา ได้แก่

1. หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts & Folk Art)
2. การออกแบบ (Design)
3. ภาพยนตร์ (Film)
4. อาหาร (Gastronomy)
5. วรรณกรรม (Literature)
6. สื่อศิลปะ (Media Arts)
7. ดนตรี (Music)
8. สถาปัตยกรรม (Architecture)

โดยเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโกก่อตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเมืองและประเทศที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน
- 2) การสนับสนุนการขับเคลื่อนโครงการที่ริเริ่มโดยเมืองสมาชิก
- 3) การใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเมือง
- 4) ความร่วมมือของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน
- 5) การส่งเสริมการสร้างสรรค์ การผลิต การจัดจำหน่าย การเผยแพร่กิจกรรม สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม
- 6) การพัฒนาศูนย์กลางทางความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม รวมถึงสร้างโอกาสให้กับนักสร้างสรรค์และวิชาชีพสร้างสรรค์
- 7) การพัฒนาการเข้าถึงและการเสพสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ด้อยโอกาส
- 8) การใช้วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นหัวใจสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ของเมือง

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก มีขอบเขตการดำเนินงาน (Areas of Action) ดังนี้

- 1) การดำเนินงานทั้งในระดับเมืองและระดับนานาชาติ
- 2) แลกเปลี่ยนประสบการณ์ องค์ความรู้ และกรณีกิจการ
- 3) โครงการทดลอง ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน
- 4) เครือข่ายและโครงการแลกเปลี่ยนทางด้านศิลปะและวิชาชีพ

- 5) งบประมาณและวิจัย การประเมินผล จากประสบการณ์การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในบริบทต่าง ๆ
- 6) นโยบายและมาตรการเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน
- 7) การสื่อสารและกิจกรรมสร้างการรับรู้ด้านเมืองสร้างสรรค์ (UNESCO, n.d.)

ในประเทศไทย ปัจจุบันมีเมืองสร้างสรรค์ในเครือข่ายฯ ของยูเนสโก จำนวน 7 จังหวัด ได้แก่



ภาพที่ 3-2 เมืองสร้างสรรค์ในเครือข่ายฯ ของยูเนสโก

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), ม.ป.ป.; ปรับปรุงโดยผู้วิจัย

1. ภูเก็ต เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก ปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015)
2. เชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก ปี พ.ศ. 2560 (ค.ศ. 2017)
3. กรุงเทพมหานคร เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก ปี พ.ศ. 2562 (ค.ศ. 2019)
4. สุโขทัย เมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก ปี พ.ศ. 2562 (ค.ศ. 2019)
5. เพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก ปี พ.ศ. 2564 (ค.ศ. 2021)
6. เชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก ปี พ.ศ. 2566 (ค.ศ. 2023)
7. สุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก ปี พ.ศ. 2566 (ค.ศ. 2023) (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), ม.ป.ป.)

3.1.3 ความสำคัญของการใช้กิจกรรมไม่ซ้ำกับการเป็นเมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก

ในการดำเนินการสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก จะต้องตอบคำถามในแบบฟอร์มใบสมัคร ซึ่งมีโครงสร้างคำถาม ดังนี้ (1) ข้อมูลของเมืองและผู้ติดต่อ (2) สาขาสร้างสรรค์ที่เลือก (3) ข้อมูลทั่วไป (4) สินทรัพย์ของเมือง (จุดเด่นที่แตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองอื่น ๆ) ที่มีให้กับเครือข่าย (5) การสนับสนุนและมีส่วนร่วมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่าย (6) ความมุ่งมั่นของเมืองต่อเครือข่าย (7) การสื่อสารเกี่ยวกับเมือง (8) เอกสารที่จำเป็นในการสมัคร และ (9) คำแถลงของผู้ว่าราชการจังหวัดหรือนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดหรือนายกเทศมนตรี (Mayor's Declaration) (UNESCO, 2025)

เมืองที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกจะต้องนำเสนอรายงาน ทุก ๆ 4 ปี เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติตามพันธกิจของ UCCN ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติ เพื่อแสดงความมุ่งมั่นของเมืองผ่านการนำเสนอแผนปฏิบัติการ 4 ปี รวบรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความสำเร็จ ประสบการณ์ที่ได้รับ รวมถึงผลกระทบจากการได้รับสถานะสมาชิก รวมถึงเพื่อสร้างแหล่งข้อมูลและแหล่งความรู้เพื่อสนับสนุนนโยบาย และแนวปฏิบัติทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ในการดำเนินการตามวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน 2030 (Agenda 2030) และปฏิญญา MONDIACULT 2022 โดยประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 รายงาน Membership Monitoring Report ซึ่งมีโครงสร้างรายงาน ดังนี้ (1) บทสรุปผู้บริหาร (2) ข้อมูลทั่วไป (3) การมีส่วนร่วมในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก เช่น การเข้าร่วมประชุมประจำปีของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก การเป็นเจ้าภาพหรือมีแผนเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมประจำปีของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก การเป็นเจ้าภาพหรือประสานงานจัดการประชุมที่เป็นที่รับรู้จากเมืองสาขาสร้างสรรค์ต่าง ๆ ในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก การเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมระดับนานาชาติ ในประเด็นสำคัญเฉพาะ โดยมีสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโกเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก (4) การดำเนินงานในระดับท้องถิ่นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโกในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (5) การดำเนินงานในระดับนานาชาติเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ยูเนสโกในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (6) ข้อเสนอแผนปฏิบัติการระยะกลาง 4 ปี และ (7) นโยบาย/โครงการ/กิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อและฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยในส่วนที่ 2 เป็นส่วนของการมีส่วนร่วมของเมืองสร้างสรรค์ต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนที่สอดคล้องกับปฏิญญา MONDIACULT 2022 และความสำคัญด้านวัฒนธรรมของยูเนสโก (UNESCO, 2025)

ซึ่งจากข้อมูลที่ UCCN กำหนดให้เมืองต้องตอบคำถามในการสมัครเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก จะเห็นได้ว่า UCCN ต้องการทราบถึงประสบการณ์และความพร้อมของเมืองในการจัดงานหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมไม่ซ้ำ ดังนี้

ข้อ 4 สินทรัพย์ของเมือง ได้แก่

4.1 บทบาทและรากฐานของสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก ในเชิงประวัติศาสตร์และการพัฒนาของเมือง

4.2 ความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจในปัจจุบัน และความเคลื่อนไหวของภาควัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก เช่น ข้อมูล สถิติ ตัวชี้วัด ที่มีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ การจ้างงานในเมือง รวมไปถึงจำนวนขององค์กร/หน่วยงาน/บริษัททางด้านวัฒนธรรม ฯลฯ

4.3 ชุมชนและกลุ่มคนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และ/หรือประกอบอาชีพจากสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก

4.4 งานแฟร์ งานประชุมสัมมนา (conferences, conventions and congresses) และงานอีเวนต์ระดับชาติหรือระดับนานาชาติที่จัดขึ้นโดยเมือง ในระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับสาขาเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งมี

กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวิชาชีพสร้างสรรค์ในสาขาที่เกี่ยวข้อง (เช่น นักออกแบบ ช่างฝีมือ ผู้ผลิต ผู้ขาย นักการตลาด ฯลฯ)

4.5 งานเทศกาล งานประชุมสัมมนา (conventions) และงานอีเวนต์ขนาดใหญ่ที่จัดขึ้นโดยเมือง ในระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับสาขาเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นบุคคลทั่วไป ตั้งแต่คนในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และ/หรือระดับนานาชาติ

4.6 กลไก หลักสูตร หรือโปรแกรม เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการศึกษา สำหรับเยาวชนในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก ทั้งในระบบการศึกษาในและนอกโรงเรียน รวมถึงสถาบันพ่อแม่ ศักยภาพ

4.7 การศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต การศึกษาในระดับอุดมศึกษา การศึกษารูปแบบอาชีวศึกษา โรงเรียน กวดวิชา ศูนย์การเรียนรู้ โปรแกรมฝึกอบรม ศิลปินในพำนัก (Residency) หรือการศึกษาระดับสูงอื่นๆ เฉพาะในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก

4.8 ศูนย์วิจัย สถาบัน และโปรแกรมที่มุ่งเน้นในการวิจัยและพัฒนาในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก

4.9 สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นที่ศูนย์ที่เป็นที่รู้จักในการสร้างสรรค์ การผลิต และการเผยแพร่กิจกรรม สินค้าและบริการ ในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือกในระดับอาชีพ (เช่น ศูนย์วิชาชีพ บริษัทด้านวัฒนธรรม หรือหอการค้า ที่มีโปรแกรมเฉพาะเพื่อส่งออกสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรม ฯลฯ)

4.10 สิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่ทางวัฒนธรรมสำหรับการฝึกฝน ส่งเสริม และเผยแพร่ในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก โดยมุ่งเป้าไปที่ประชาชนทั่วไปและ/หรือผู้ชมเฉพาะ (เช่น เยาวชน ผู้หญิง กลุ่มด้อยโอกาส ฯลฯ)

4.11 โครงการที่จัดขึ้นโดยเมืองในระยะ 4 ปีที่ผ่านมา จำนวน 3 โครงการในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือกที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมอย่างกว้างขวาง และมุ่งเน้นกลุ่มผู้ด้อยโอกาสหรือกลุ่มเปราะบาง

4.12 โครงการที่จัดขึ้นโดยเมืองในระยะ 4 ปีที่ผ่านมา จำนวน 3 โครงการในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือกที่ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็ง และการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ขับเคลื่อนต่าง ๆ ในเมือง ได้แก่ ภาคเอกชน นักสร้างสรรค์ ภาคประชาชน ภาคการศึกษา และ/หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ

4.13 บทบาทและผลกระทบของผู้เชี่ยวชาญ ภาคอุตสาหกรรม และองค์กรสาธารณะประโยชน์ภาคประชาสังคมที่ทำงานอยู่ในเมืองในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก

4.14 ความคิดริเริ่ม นโยบาย แผนงาน แนวทาง โครงการและมาตรการหลักที่ดำเนินการโดยเมือง ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา เพื่อพัฒนาสภาพของผู้สร้างสรรค์และมืออาชีพ รวมถึงสนับสนุนงานสร้างสรรค์โดยเฉพาะสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก

4.15 ความคิดริเริ่ม นโยบาย แผนงาน แนวทาง โครงการและมาตรการหลักที่ดำเนินการโดยเมือง ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่นในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก

4.16 โครงการที่มีการริเริ่มความร่วมมือระหว่างประเทศและ/หรือระดับภูมิภาคในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก ที่มีการพัฒนาร่วมกับเมืองจากประเทศต่าง ๆ ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา

4.17 แผนงานหรือโครงการหลักในช่วง 4 ปีที่ผ่านมาที่สนับสนุนทั้งทางตรงหรือทางอ้อม และสร้างการทำงานร่วมกันกับสาขาสร้างสรรค์อื่น ๆ อย่างน้อยหนึ่งสาขาในเครือข่าย

4.18 การริเริ่มความร่วมมือระหว่างประเทศ และ/หรือความร่วมมือที่พัฒนาขึ้นในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์อย่างน้อย 2 ใน 8 สาขาในเครือข่าย (โครงการที่ครอบคลุมหลายสาขาหรือข้ามสาขา)

4.19 สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานหลัก รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ (งานแสดงสินค้า งานประชุมสัมมนา ฯลฯ) ที่จัดโดยเมืองในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสาขาส่งเสริมสร้างสรรค์อื่น ๆ นอกเหนือจากสาขาส่งเสริมสร้างสรรค์ที่เลือก

4.20 ข้อมูลโดยละเอียดเกี่ยวกับรายได้และค่าใช้จ่ายโดยรวมของเมืองในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา โดยแสดงจำนวนเงินที่ใช้จ่ายเพื่อ และรายได้ที่เกิดจากสาขาส่งเสริมสร้างสรรค์ที่เลือก

ข้อ 5 การสนับสนุนและมีส่วนร่วมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่าย ได้แก่

5.1 โครงการหรือโปรแกรมจำนวน 3 โครงการ ที่จัดขึ้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่ายในระดับเมือง โดยส่งเสริมบทบาทของวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน

5.2 โครงการหรือโปรแกรมจำนวน 3 โครงการ ที่จัดขึ้นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่ายในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะโครงการที่เกี่ยวข้องกับเมืองสมาชิกอื่น ๆ ในเครือข่าย

5.3 รายละเอียดงบประมาณในการดำเนินแผนปฏิบัติการ

5.4 โครงสร้างการทำงานและบริหารงานตามแผนปฏิบัติการ

3.2 การถอดบทเรียนเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย

3.2.1 การถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในประเทศไทย

3.2.1.1 ภูเก็ต เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร

ภูเก็ตได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารขององค์การยูเนสโก (UNESCO Cities of Gastronomy) ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้เมืองภูเก็ตได้ต่อยอดการพัฒนาเมืองด้วยทุนทางวัฒนธรรม เทศบาลนครภูเก็ต ร่วมกับทุกภาคส่วน ร่วมกันผลักดันให้เกิดโครงการมากมาย เพื่อสร้างความเข้มแข็ง สร้างสรรค์นวัตกรรมด้านอาหาร และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยกำหนดให้นโยบายเมืองสอดคล้องกับการพัฒนาเมือง และเป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนา ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงห่วงโซ่อาหารตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ต้นน้ำคือ ทรัพยากรทางทะเลที่สะอาด อุดมสมบูรณ์ และทุกคนสามารถเข้าใช้ประโยชน์ได้อย่างยุติธรรมและเท่าเทียม กลางน้ำคือ ขั้นตอนการปรุงอาหารโดยคนท้องถิ่น เพื่อป้อนสู่โต๊ะอาหารที่สะอาดและถูกหลักอนามัย ส่วนปลายน้ำ คือ อาหารที่ปรุงสำเร็จ สะอาด ปลอดภัย คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมดั้งเดิมของจังหวัดภูเก็ต

วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและระหว่างรุ่น และตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ภูเก็ตได้รับประโยชน์จากการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง สาขาอุตสาหกรรมด้านอาหารมีบทบาททางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีมูลค่ากว่า 3.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ทั้งนี้ เมืองได้ดำเนินการความพยายามอย่างต่อเนื่องในการสร้างระบบการผลิตและใช้ทรัพยากรอาหารท้องถิ่นที่สมดุล เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

ภายในเมืองภูเก็ต อาหารถือเป็นหัวใจสำคัญ เนื่องจากเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดสูตรอาหารโบราณที่สืบทอดกันมาภายในครอบครัวและชุมชน การสืบสาน อนุรักษ์ และส่งเสริมมรดกวัฒนธรรมด้านอาหารนี้ สะท้อนให้เห็นอย่างเด่นชัดผ่านงานเทศกาลย้อนยุคเมืองเก่าภูเก็ต (Old Town Festival) ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยฟื้นฟูองค์ความรู้ดั้งเดิมด้านอาหาร งานหัตถศิลป์ ศิลปะพื้นบ้าน และศิลปะทัศนศิลป์ นอกจากนี้ งาน Andaman Hoteliers ยังจัดอบรมวิชาชีพเพื่อส่งเสริมเยาวชนให้เข้าสู่อาชีพด้านอาหาร

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เทศบาลเมืองได้ลงทุนอย่างจริงจังในการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอาหาร โดยเฉพาะผ่านโครงการ “Phuket Food Safety” และ “Andaman Kitchen” นอกจากนี้ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ภูเก็ตยังมุ่งมั่นในการส่งเสริมศักยภาพ การสร้างความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) โดยมุ่งไปสู่การผลิตและการบริโภคอาหารท้องถิ่นอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืน

ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (Creative City of Gastronomy) ภูเก็ตตั้งเป้าหมายต่อไปนี้

- จัดตั้งสถาบันอาหารภูเก็ต (Institute of Phuket Gastronomy) เพื่อส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาในสาขาอาหาร
- เสริมสร้างความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารอื่น ๆ ผ่านเวที Thailand Creative Forum
- แก้ไขปัญหาการขาดแคลนอาหารในกลุ่มประชากรเปราะบาง โดยเฉพาะผู้ประสพภัยธรรมชาติ
- สนับสนุนระบบนวัตกรรมด้านอาหารและโครงการสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแข่งขันประกอบอาหาร
- ขยายโอกาสในการฝึกปฏิบัติจริงสำหรับเยาวชนเพื่อเข้าสู่อาชีพด้านอาหารและสาขาวัฒนธรรมสร้างสรรค์โดยรวม

ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมอาหาร ส่วนปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival) จังหวัดภูเก็ต



ภาพที่ 3-3 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดภูเก็ต และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ที่มา : ผู้วิจัย

3.2.1.2 เชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน

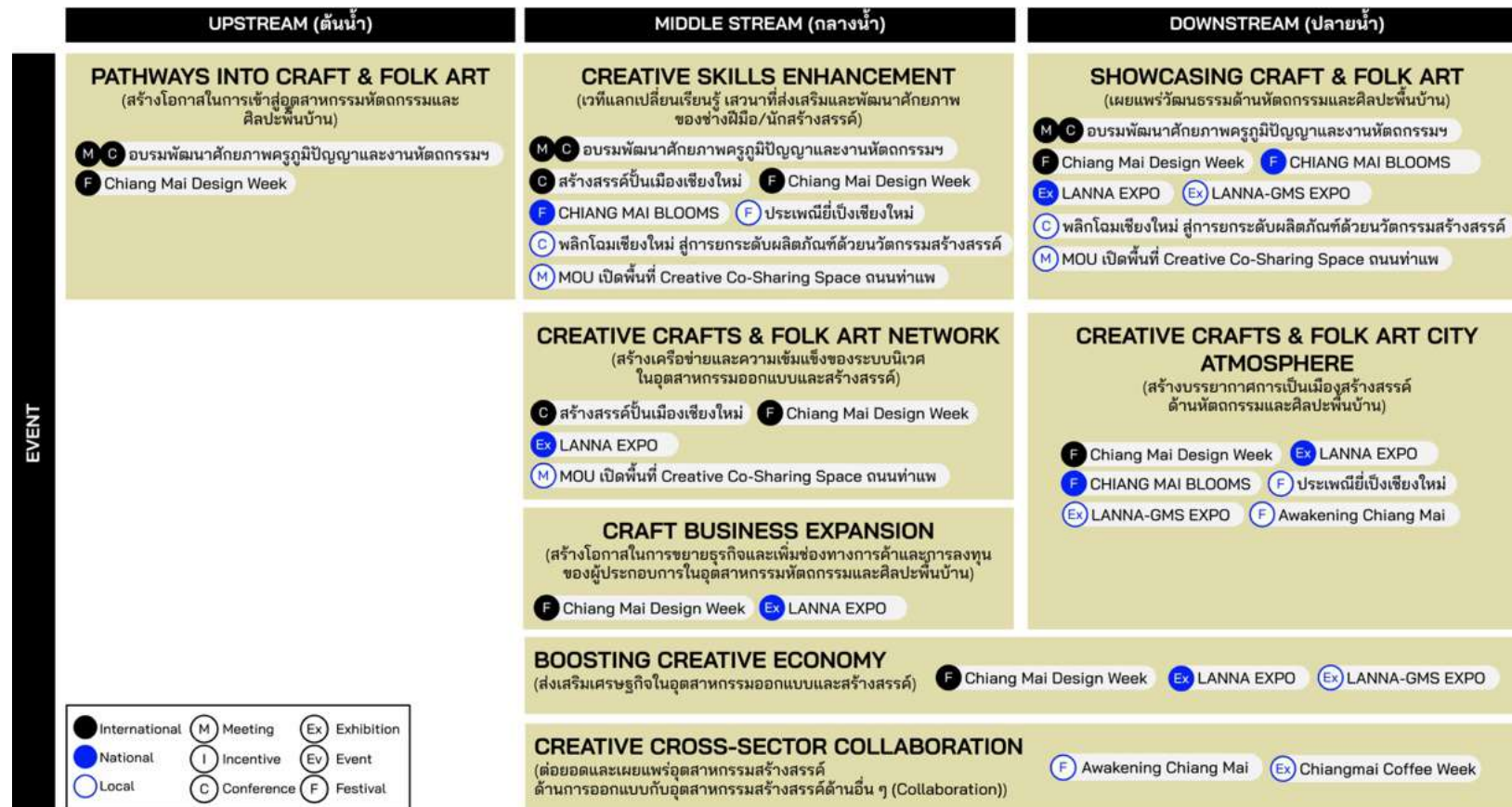
เชียงใหม่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านขององค์การยูเนสโก (UNESCO Cities of Crafts and Folk Art) ในปี พ.ศ. 2560 จังหวัดเชียงใหม่หรือที่รู้จักกันในนาม “กุหลาบแห่งล้านนา” ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 1839 ในฐานะราชธานีของอาณาจักรล้านนา ช่างฝีมือมีบทบาทสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้แก่ราชอาณาจักรในฐานะศูนย์กลางการค้าอันมั่งคั่ง จากที่ตั้งใกล้แม่น้ำปิงและเส้นทางการค้าหลัก ตลอดหลายศตวรรษที่ผ่านมา ช่างฝีมือได้ตั้งถิ่นฐานในหมู่บ้านรอบเมือง และยังคงมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมหัตถกรรม โดยภาคส่วนนี้เป็นแหล่งจ้างงานหลักของเมือง โดยมีผู้ประกอบการกว่า 159 รายที่ดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบัน การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านหัตถกรรมของเชียงใหม่ เช่น การปั้นเครื่องปั้นดินเผา เครื่องเงิน แกะสลักไม้ ปักผ้าไหม และเครื่องเงิน ได้รับการส่งเสริมผ่านโครงการเฉพาะทางในโรงเรียนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา อาทิ โครงการ “พิพิธภัณฑสถานโรงเรียน” และ “ถิ่นของเรา” ซึ่งมีเป้าหมายในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ให้แก่เด็กและเยาวชนเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านของเมืองเชียงใหม่ เมืองยังสนับสนุนแนวทางการบูรณาการข้ามสาขา เช่น งาน Lanna Expo ที่ผสมผสานหัตถกรรม อาหาร และการออกแบบเข้าไว้ด้วยกัน

องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นอย่างยิ่งในการส่งเสริมสถาบันการศึกษาและวัฒนธรรมเพื่อคุ้มครองและส่งเสริมมรดกหัตถกรรมของเมือง โดยได้ริเริ่มโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในท้องถิ่นให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ปัจจุบัน มีผู้ผลิตรายย่อยจำนวนมาก รวมถึงกลุ่มเปราะบาง ได้รับประโยชน์จากโครงการนี้ ผ่านการอบรมด้านการตลาดและการสื่อสาร

ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Creative City of Crafts and Folk Art) เชียงใหม่มีเป้าหมาย ต่อไปนี้

- ส่งเสริมเยาวชนในการพัฒนาทักษะด้านหัตถกรรม ศิลปะพื้นบ้าน นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์
- สนับสนุนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชียงใหม่ในตลาดสากล เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและเงื่อนไขการทำงานของผู้ผลิตรายย่อย
- จัดตั้งเวที “Chiang Mai Forum on Crafts and Folk Art” สำหรับผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานทั้งในและต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมทักษะดั้งเดิม
- สร้างโอกาสให้ศิลปินและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ได้แลกเปลี่ยนและสร้างเครือข่ายกับผู้มีส่วนร่วมระดับนานาชาติ โดยเฉพาะผ่านกิจกรรม “Chiang Mai Design Week”
- เสริมสร้างการรับรู้ในระดับนานาชาติของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชียงใหม่ในตลาดใหม่ ๆ

ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน ส่วนปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival) จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 3-4 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดเชียงใหม่ และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ที่มา : ผู้วิจัย

3.2.1.3 กรุงเทพมหานคร เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ

กรุงเทพมหานครได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบขององค์การยูเนสโก (UNESCO Cities of Design) ในปี พ.ศ. 2562 พลัสสร้างสรรค์ของกรุงเทพฯ มาจากความหลากหลายของประชากรที่ได้รับแรงบันดาลใจจากสมบัติทางวัฒนธรรมหลากหลายรอบด้าน ซึ่งนับเป็นทรัพยากรที่มีค่าของเมือง การผสมผสานระหว่างความงามแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนางานออกแบบของเมืองนี้ ช่างฝีมือ ผู้ผลิตเฉพาะทาง และชุมชนผู้สร้างสรรค์ตั้งอยู่ทั่วกรุงเทพฯ โดยมีการบันทึกตำแหน่งงานในภาคสร้างสรรค์กว่า 300,000 ตำแหน่งในปี พ.ศ. 2560 สำหรับกรุงเทพฯ งานออกแบบเป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความยืดหยุ่นให้กับเมืองในการรับมือกับความท้าทายแห่งศตวรรษที่ 21

การจัดนิทรรศการด้านการค้าและงานออกแบบในระดับภูมิภาคที่ต่อเนื่องยาวนานช่วยหล่อเลี้ยงกระแสความคิดใหม่ ๆ เช่น งานแสดงสถาปัตยกรรมแห่งประเทศไทย (ASA Architect Expo) และงานแสดงสินค้าออกแบบ STYLE Bangkok ขณะจัดงาน Bangkok Design Week ได้เติมเต็มบรรยากาศความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ให้แก่เมือง ดึงดูดผู้ชมจากทุกรุ่น (generation) พร้อมทำหน้าที่เป็นเวทีความร่วมมือที่เน้นความสำคัญของการออกแบบ ในฐานะศูนย์กลางการศึกษาด้านการออกแบบ กรุงเทพฯ เป็นแหล่งรวมของนักออกแบบมืออาชีพระดับนานาชาติ โดยมีศูนย์วิจัยของสถาบันการศึกษาด้านการออกแบบที่ให้บริการทั้งภาครัฐและเอกชนในด้านการพัฒนานโยบายและผลิตภัณฑ์ นักออกแบบและสถาปนิกเมืองรุ่นใหม่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเมืองสู่อนาคตที่มีความครอบคลุมและยั่งยืน

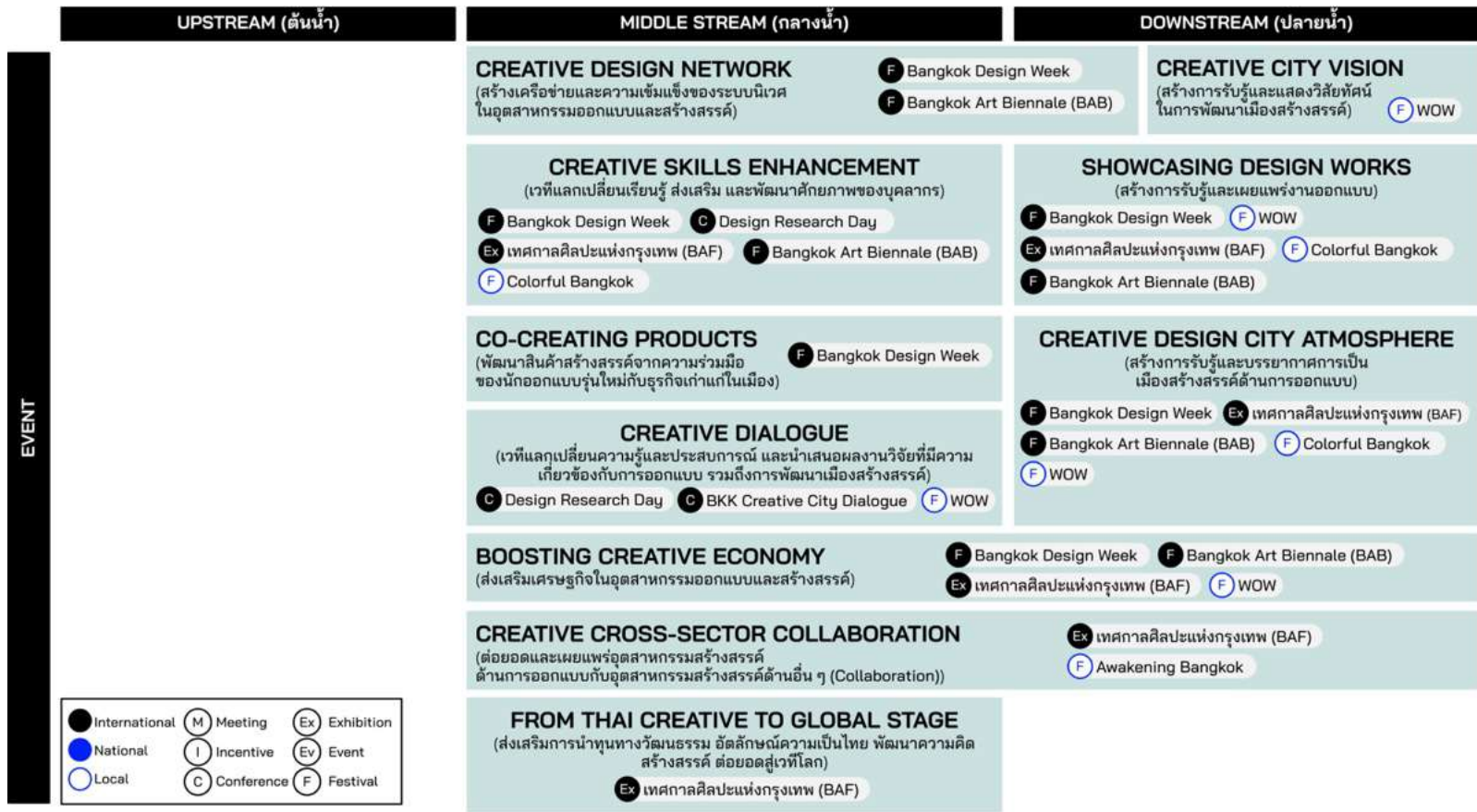
เพื่อรับรองความสำเร็จในระยะยาวของภาคการออกแบบของกรุงเทพฯ เมืองได้กำหนดกลยุทธ์หลายประการที่มุ่งยกระดับสถานะของนักออกแบบมืออาชีพ กลยุทธ์ “กรุงเทพฯ เมืองสีเขียวและสะดวกสบาย” และ “กรุงเทพฯ เมืองสำหรับทุกคน” ต่างมีแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาพื้นที่เมืองให้เป็นแหล่งฟื้นฟูชุมชน และเปิดโอกาสให้นักออกแบบได้เรียนรู้ พบปะ และยกระดับมาตรฐานสากลด้านการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม เมืองไม่เพียงแต่ลงทุนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน แต่ยังมุ่งส่งเสริมการพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่องของนักออกแบบและสถาปนิกท้องถิ่น กลยุทธ์ “กรุงเทพฯ เมืองแห่งเศรษฐกิจและการเรียนรู้” มีเป้าหมายให้เมืองก้าวสู่หนึ่งในสามเมืองนวัตกรรมสร้างสรรค์ชั้นนำของภูมิภาค ด้วยการพัฒนาสินค้าและบริการมูลค่าสูง การอบรมผู้ประกอบการ และการสร้างเครือข่ายที่เชื่อมโยงในระดับโลก

ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ (Creative City of Design) กรุงเทพฯ มีเป้าหมายต่อไปนี้

- สร้างความร่วมมือด้านการออกแบบในทุกภาคส่วนให้เป็นกลไกสำคัญของการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน รวมถึงการฟื้นฟูย่านประวัติศาสตร์ และการปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ให้ตอบโจทย์การใช้งานใหม่
- เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศผ่านการจัดงาน Design Week และเวทีการออกแบบระดับนานาชาติ รวมถึงการเข้าร่วมในโครงการขององค์การออกแบบโลก (World Design Organization)
- พัฒนาเครือข่าย Creative District ให้เป็นศูนย์กลางแห่งความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น
- ส่งเสริมการสร้างสรรค์ ผลิต และเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผ่านโครงการริเริ่มต่างๆ ที่กล่าวมา

- ใช้การออกแบบเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างความครอบคลุม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมออกแบบ ส่วนปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival) จังหวัดกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 3-5 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมออกแบบ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดกรุงเทพมหานคร และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ที่มา : ผู้วิจัย

3.2.1.4 สุโขทัย เมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน

สุโขทัยได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านขององค์การยูเนสโก (UNESCO Cities of Crafts and Folk Art) ในปี พ.ศ. 2562 สุโขทัยเป็นเมืองประวัติศาสตร์ทางตอนเหนือของกรุงเทพมหานคร ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมขององค์การยูเนสโกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 มีมรดกทางศิลปวัฒนธรรมและหัตถศิลป์อันรุ่มรวย โดยเป็นศูนย์กลางการผลิตงานหัตถกรรมของชุมชน มีช่างฝีมือกว่า 1,300 คนที่ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมชุมชน อาทิ การทอผ้า เครื่องประดับทองและเงิน เครื่องปั้นดินเผา และเครื่องสังคโลก โดยมีรายได้รวมจากงานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านประมาณ 33.7 ล้านบาทต่อปี งานหัตถกรรมที่มีอยู่เหล่านี้ไม่เพียงสะท้อนภูมิปัญญาโบราณของสุโขทัยเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง

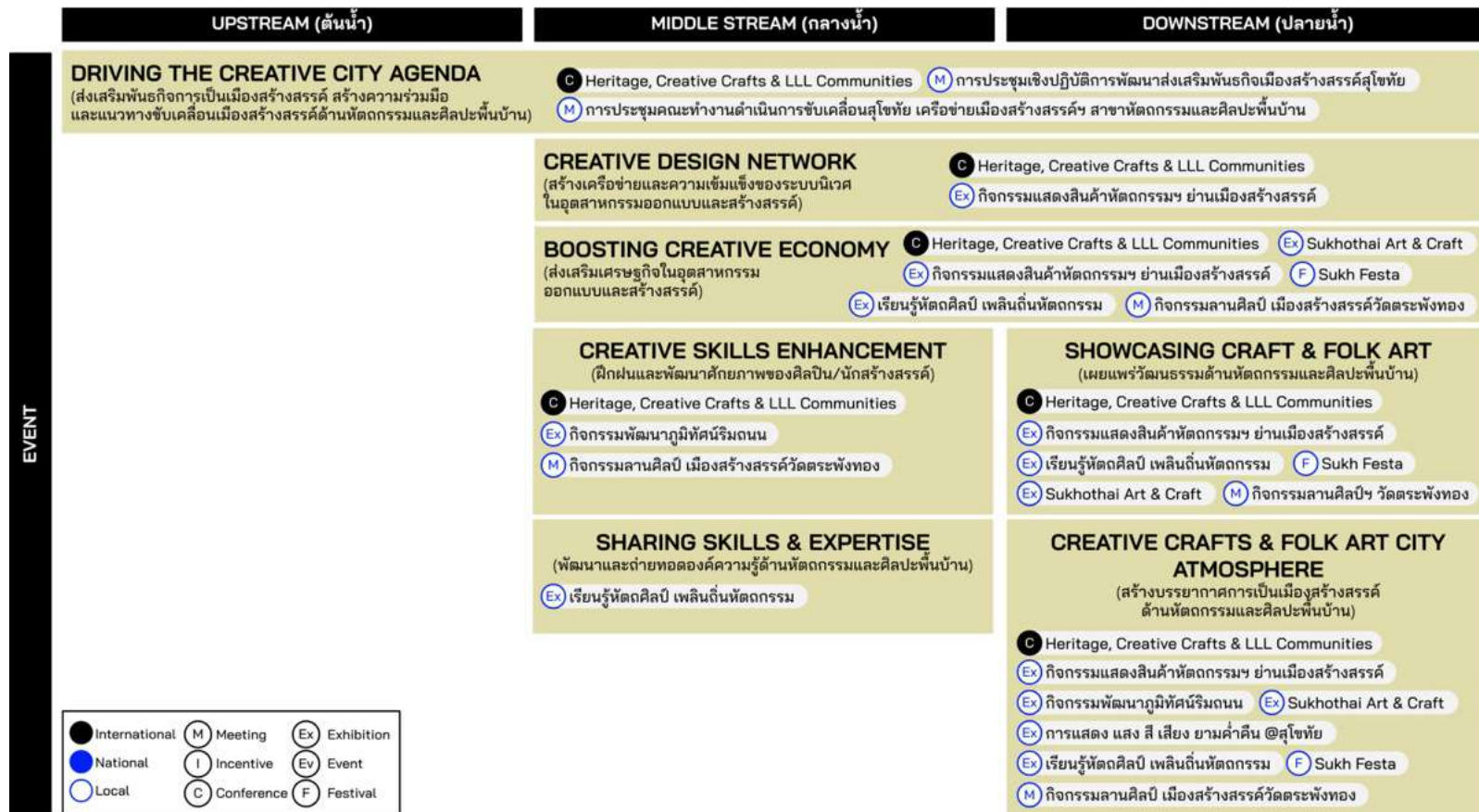
ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สุโขทัยได้จัดกิจกรรมสำคัญด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านหลายรายการ เช่น งานมหกรรมหัตถกรรมและศิลปะสุโขทัย (Sukhothai Craft and Art Fair) ซึ่งจัดโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเป็นงานที่เปิดกว้างและรวมช่างฝีมือจากทั่วภูมิภาคเข้ามาร่วมแสดงผลงาน สำหรับเวทีระดับนานาชาติ เมืองได้เปิดตัวเทศกาล Street Art ที่อำเภอสวรรคโลกในปี พ.ศ. 2562 โดยมีศิลปินจากประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย และกัมพูชา ร่วมกันวาดภาพบนผนังตลอดซอยพิษณุสุทธี

เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านในพื้นที่ รัฐบาลท้องถิ่นของสุโขทัยได้จัดทำแผนพัฒนา 20 ปี ซึ่งเป็นโครงการระดับเมืองที่รวมพลังจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม ร่วมกันขับเคลื่อนสุโขทัยสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ระดับโลกด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน แก่นสำคัญของนโยบายนี้คือการจัดตั้ง “ศูนย์ภูมิปัญญาท้องถิ่น” ในทั้ง 9 อำเภอ โดยเป็นโครงการที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัยกำลังดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ในระดับชาติ รัฐบาลได้ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นยุทธศาสตร์หลักตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โดยมีเป้าหมายในการผลักดันประเทศไทย โดยเฉพาะสุโขทัย ให้เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Creative City of Crafts and Folk Art) สุโขทัยตั้งเป้าหมาย ต่อไปนี้

- จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้และศูนย์สร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านแห่งใหม่ในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย เพื่อรองรับทั้งภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้สร้างสร้างงานศิลปะและหัตถกรรมกับนักวิชาการ เพื่อพัฒนาโครงการวิจัยและนวัตกรรม
- พัฒนาศักยภาพด้านหัตถกรรมและความคิดสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์เด่นของสุโขทัย ได้แก่ เครื่องเงิน เครื่องทอง ผ้า และเครื่องสังคโลก
- สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการงานศิลป์และงานหัตถกรรม รวมถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตในระยะยาว

ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน ส่วนปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival) จังหวัดสุโขทัย



ภาพที่ 3-6 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดสุโขทัย และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ที่มา : ผู้วิจัย

3.2.1.5 เพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร

เพชรบุรีได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารขององค์การยูเนสโก (UNESCO Cities of Gastronomy) ในปี พ.ศ. 2564 ด้วยความอุดมสมบูรณ์ทางความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศที่หลากหลาย จังหวัดเพชรบุรีในภาคใต้ของประเทศไทยจึงเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีผลผลิตทางเกษตรกรรมและอาหารที่เข้มแข็งที่สุดของประเทศ เพชรบุรีมีชื่อเสียงในด้านวัตถุดิบคุณภาพสูงซึ่งได้รับการพัฒนาและปรุงแต่งโดยช่างฝีมือท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น กลายเป็นแก่นสำคัญของความเป็นเลิศด้านอาหารของเมือง เมืองมุ่งมั่นในการอนุรักษ์สูตรอาหารดั้งเดิมที่ตกทอดกันมาในชุมชน โดยเชื่อมโยงมรดกทางอาหารเข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจสมัยใหม่ อาหารท้องถิ่นจึงได้รับการปรับให้เข้ากับบริบทระดับประเทศและระดับโลกได้อย่างเหมาะสม

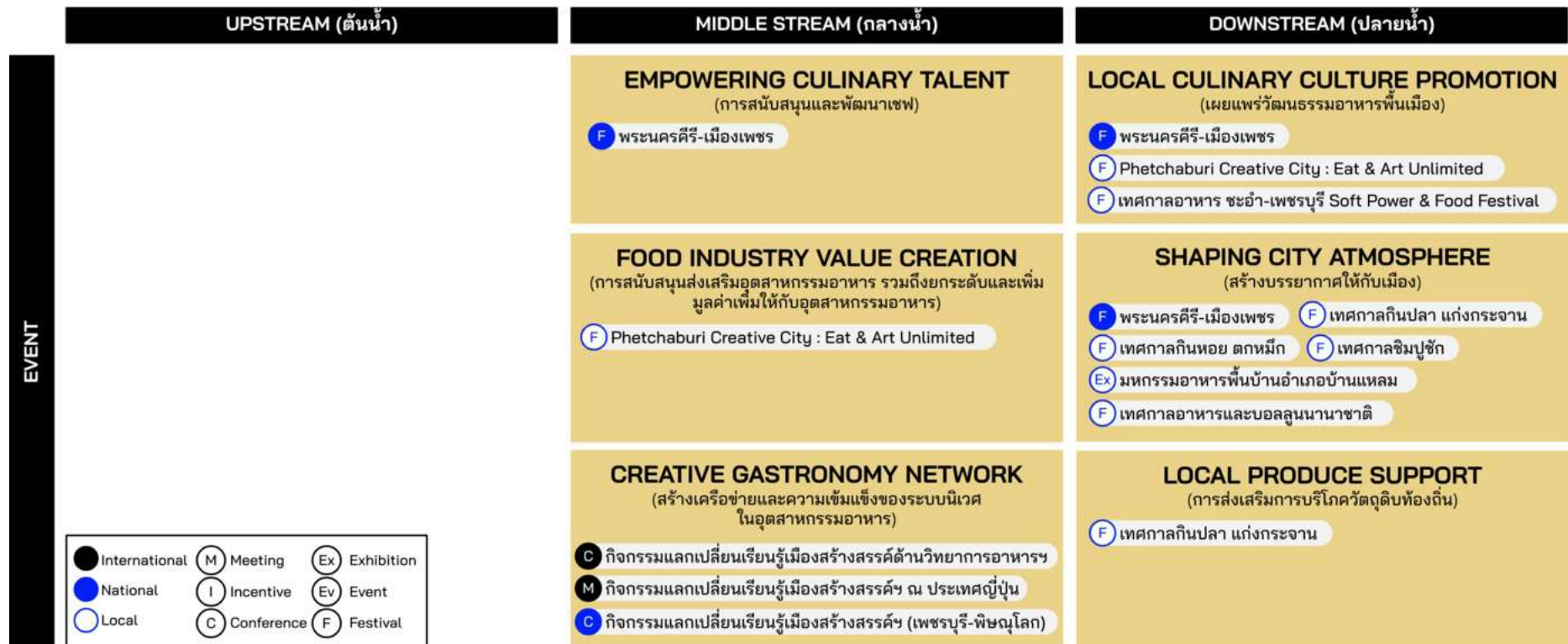
ด้วยอัตลักษณ์อันโดดเด่น ภูมิปัญญาช่างฝีมือที่ได้รับการขนานนามว่า “หัตถศิลป์แห่งเพชรบุรี” มรดกทางวัฒนธรรมอันรุ่มรวย และประเพณีด้านอาหาร เพชรบุรีได้กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมและคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้การสนับสนุนจากสถาบันด้านอาหาร หน่วยวิจัย และองค์กรภาครัฐท้องถิ่น เมืองมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการยกระดับความคิดสร้างสรรค์ด้านอาหารเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน และมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับโลกในด้านอาหาร

ภาคเกษตรกรรมและอาหารของเพชรบุรีประกอบด้วยกลุ่มเกษตรกร ช่างฝีมือ ผู้ประกอบการอาหาร และเครือข่ายวิสาหกิจมากกว่า 500 กลุ่ม ซึ่งมีความร่วมมือกันอย่างเหนียวแน่น โดยมีเป้าหมายร่วมกันในการกำหนดทิศทางการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ การยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น ผ่านการกระจายรายได้อย่างเท่าเทียม และการนำแนวนโยบายการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนมาใช้ โดยหลอมรวมอาหาร ศิลปะ วัฒนธรรม และธรรมชาติเข้าไว้ด้วยกัน ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและการเติบโตอย่างครอบคลุม

ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (Creative City of Gastronomy) เพชรบุรีมีแนวทางดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

- ส่งเสริมบทบาทของอาหาร วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ในหมู่ประชาชน
- บูรณาการโครงการหลักที่เสนอไว้เข้ากับแผนยุทธศาสตร์ของเมือง พ.ศ. 2565–2570
- เสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเพชรบุรีด้านอาหารผ่านการสร้างสรรค์ การผลิต การจัดจำหน่าย และการเผยแพร่กิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และบริการของทุกภาคส่วน
- พัฒนาเพชรบุรีให้เป็นศูนย์กลางระดับโลกด้านความคิดสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมอาหาร
- ขยายโอกาสการมีส่วนร่วมให้ครอบคลุมทุกกลุ่มประชากร รวมถึงกลุ่มเปราะบาง
- จัดตั้ง “ศูนย์ข้อมูลอาหารเพชรบุรี” ให้ประชาชนเข้าถึงได้ เพื่อส่งเสริมการวิจัยและการใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารอย่างยั่งยืน
- ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือกับเมืองสมาชิกเครือข่าย UCCN ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก

ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมอาหาร ส่วนปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival) จังหวัดเพชรบุรี



ภาพที่ 3-7 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดเพชรบุรี และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ที่มา : ผู้วิจัย

3.2.1.6 เชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ

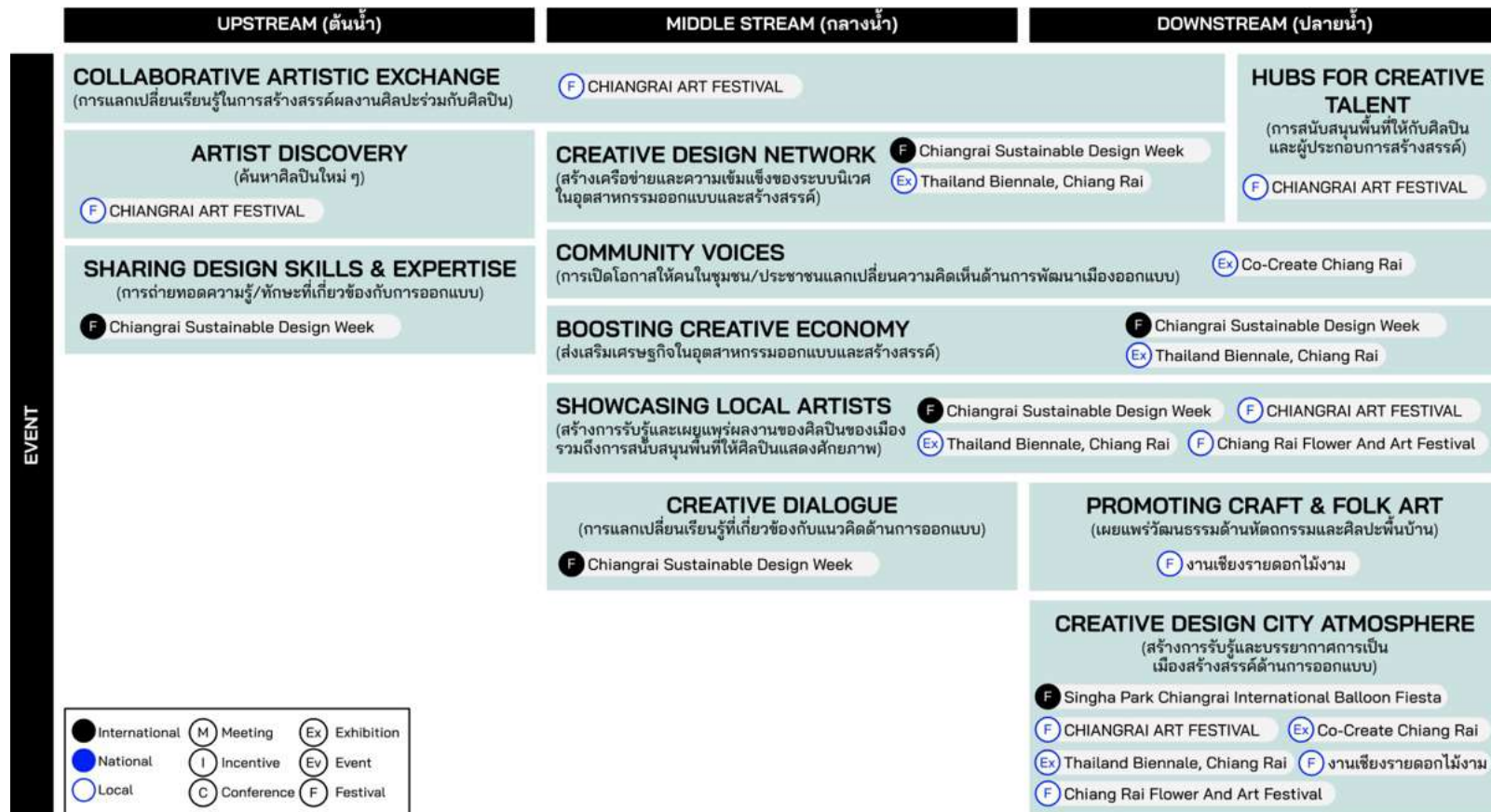
เชียงรายได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบขององค์การยูเนสโก (UNESCO Cities of Design) ในปี พ.ศ. 2566 เชียงรายคือเมืองที่แสดงถึงการวางแผนผังเมืองอย่างมีวิสัยทัศน์ โดยถูกกำหนดบทบาทสำคัญในฐานะศูนย์กลางการบริหารและการค้าในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งอยู่ระหว่างแนวภูเขาและที่ราบลุ่มแม่น้ำ การออกแบบเมืองนี้สะท้อนความกลมกลืนกับกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายในภูมิภาค ตลอดจนประวัติศาสตร์อันยาวนาน เชียงรายได้รับการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการออกแบบเมืองให้เหมาะสมกับบริบททางภูมิภาคที่เปลี่ยนแปลงไป ภูมิทัศน์ของเมืองที่โดดเด่นด้วยสวนสาธารณะที่เปิดโล่งและพื้นที่ที่ร่มรื่น สะท้อนแนวคิดการออกแบบที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและธรรมชาติ ความสามารถด้านการออกแบบในปัจจุบันของเชียงรายยังเป็นผลจากมาตรฐานการศึกษาที่สูงและการมีปฏิสัมพันธ์ทางศิลปะทั้งระดับชาติและนานาชาติอย่างมีชีวิตชีวา ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของยูเนสโก (UNESCO Creative City of Design) นโยบายของเชียงรายไม่ได้จำกัดอยู่เพียงผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ แต่ยังครอบคลุมถึงสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม และส่งเสริมจิตวิญญาณแห่งความสุขและสันติภาพ

โครงการและกิจกรรมด้านการออกแบบที่สำคัญ ได้แก่ โปรแกรมการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมสร้างสรรค์ (Co-creation Workshop Programme) ด้านการออกแบบบริการ ซึ่งมุ่งส่งเสริมความเท่าเทียมและความยั่งยืนในกลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่และสตรีในพื้นที่ นอกจากนี้กระทรวงวัฒนธรรมยังได้ริเริ่มโครงการ “ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย” เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงอีกหลายโครงการที่มีเป้าหมายหลักเพื่อส่งเสริมการออกแบบและศิลปินท้องถิ่นให้เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน

ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ เชียงรายมีเป้าหมาย ต่อไปนี้

- ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในชุมชนออกแบบระดับโลก โดยเน้นเรื่องความยั่งยืน
- ใช้แนวคิดการออกแบบในการจัดการกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการทางการเกษตร
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนในอุตสาหกรรมการออกแบบ
- สนับสนุนการก่อสร้างสถานที่ที่มีพื้นฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ

ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมออกแบบ ส่วนปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival) จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 3-8 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมออกแบบ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดเชียงราย และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ที่มา : ผู้วิจัย

3.2.1.7 สุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี

สุพรรณบุรีได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรีขององค์การยูเนสโก (UNESCO Cities of Music) ในปี พ.ศ. 2566 การเป็นเมืองแห่งดนตรีถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรีอย่างยั่งยืน ด้วยการพัฒนาการดำเนินการอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมเพื่อใช้ประโยชน์จากมรดกทางดนตรีอันรุ่มรวย เมืองนี้สามารถสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมให้กับผู้คนและคนรุ่นต่อไปในอนาคต ซึ่งการเข้าร่วมเครือข่าย UCCN จะช่วยขับเคลื่อนเมืองไปข้างหน้าตามแผนงานที่ชัดเจน รวบรวมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดและมุ่งมั่นที่จะยกระดับวัฒนธรรมดนตรีของสุพรรณบุรีให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ด้วยการนำแผนปฏิบัติการที่ระบุไว้ในใบสมัครนี้ไปปฏิบัติ และแลกเปลี่ยนความรู้ แบ่งปันประสบการณ์ และแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดกับเมืองสมาชิกอื่น ๆ เมืองจะสามารถเร่งความคืบหน้าไปสู่เป้าหมายได้ สุพรรณบุรีมุ่งมั่นที่จะเสริมสร้างระบบนิเวศทางดนตรีให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น ในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมดนตรี สร้างบรรยากาศที่มีชีวิตชีวาและเป็นกันเอง ซึ่งดนตรีทุกประเภทเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวัน จึงทำให้เมืองนี้สนุกสนานมากขึ้น มีการแข่งขัน และยั่งยืนสำหรับทุกคน

สินทรัพย์และศักยภาพของสุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี

สุพรรณบุรีมีประวัติศาสตร์ทางดนตรีที่เข้มแข็งตามประเพณีพื้นบ้าน สำเนียง/เสียงท้องถิ่นที่โดดเด่นผ่านการผสมผสานของเนื้อเพลง การเต้นสด และสไตล์ดั้งเดิม รวมไปถึงนักดนตรีชาวสุพรรณบุรี 7 ท่าน ที่ได้รับการยกย่องให้เป็นศิลปินแห่งชาติ ให้อนุชนรุ่นหลังชาวสุพรรณบุรีได้เจริญรอยตาม อีกทั้งยังเจริญรุ่งเรืองในระดับประเทศด้วยเพลง "ลูกทุ่ง" ซึ่งเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก โดยเป็นการผสมผสานระหว่างเพลงคลาสสิกและเพลงพื้นบ้านโดยมีเนื้อร้องที่แสดงถึงความรู้สึกและความคิดถึงในชนบท ลูกทุ่งผสมผสานเครื่องดนตรีตะวันตกและอะคูสติค ทำให้สามารถเผยแพร่และได้รับความนิยมจากนานาชาติ ปัจจุบันสุพรรณบุรียังคงรุ่งเรืองเป็นแหล่งกำเนิดของดนตรีหลากหลายรูปแบบ

สุพรรณบุรีมีรายได้จากดนตรีในปี พ.ศ. 2565 ประมาณ 476.52 ล้านบาท (13.97 ล้านบาทเหรียญสหรัฐ)¹ สุพรรณบุรีเป็นเจ้าภาพจัดงานแสดงดนตรีระดับชาติและระดับภูมิภาคมากกว่า 100 งาน สร้างความชื่นชอบในดนตรีและส่งเสริมความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจโดยรวม เทศกาลดอนเจดีย์เป็นงานแสดงดนตรีที่สำคัญซึ่งมีผู้เข้าร่วมที่เป็นผู้ประกอบการกว่า 300 ราย จากทั่วประเทศ อีกทั้งสุพรรณบุรีมีชื่อเสียงในด้านกลุ่มตรวจจำนวนมากซึ่งแสดงตามงานจ้างในระดับท้องถิ่นและชุมชนประมาณ 4,800 งานต่อปี โดยมีรายได้ประมาณ 20,466 บาทต่องาน (600 ดอลลาร์สหรัฐต่องาน)¹ ศิลปินจากแนวเพลงที่หลากหลายยังได้รับการเปิดเผยในระดับนานาชาติ โดยบางท่านเคยทัวร์คอนเสิร์ตมาแล้วในหลายประเทศ รวมไปถึงศิลปินรุ่นใหม่ที่กำลังสร้างอาชีพผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลและส่งเสริมความมีชีวิตชีวาทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของเมือง

ดนตรีเป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิตของชาวสุพรรณบุรี โดยมีวงดนตรีประมาณ 300 วงมาจากแนวเพลง/การแสดงหลากหลายประเภท รวมถึงวงของแม่ขวัญจิต ศรีประจันต์ ศิลปินแห่งชาติที่มีชื่อเสียง ซึ่งแสดงผ่านงานสังคม งานเฉลิมฉลองส่วนบุคคล และพิธีกรรมทางศาสนาเพื่อหาเลี้ยงชีพ ธุรกิจที่ผลิตเครื่องดนตรีและบริการที่เกี่ยวข้องยังมีส่วนช่วยในมรดกทางวัฒนธรรมของเมืองและสนับสนุนการดำรงชีวิตของท้องถิ่น เช่น บ้านดนตรีดุริยางค์ริมย์ซึ่งเชี่ยวชาญด้านเครื่องดนตรีไทยเคลือบทอง และกลุ่มชิมเสียงหวานในการผลิตชิม บ้านดนตรีหลาย

¹ อัตราการแลกเปลี่ยน 1 ดอลลาร์สหรัฐเท่ากับ 34.11 บาท ราคา ณ วันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2568

แห่งในเมืองทำหน้าที่เป็นศูนย์ชุมชนที่สำคัญ ฝึกอบรมนักดนตรีจากหมู่บ้าน และสร้างรายได้ให้กับชุมชน บ้านดนตรีไทย โดย ครูเอียด นำเสนอการแสดงดนตรีที่หลากหลาย และมีการขับกล่อมชุมชนด้วยดนตรี รวมไปถึงโครงการริเริ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านแหลม ที่นำเสนอประสบการณ์ทางวัฒนธรรมแก่ผู้มาเยือน

สุพรรณบุรีมีสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่ได้รับการยอมรับมากมายในเมือง และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักดนตรีและมืออาชีพในอุตสาหกรรม ศูนย์ฝึกอบรมอบจ. จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการฝึกดนตรี บันทึกเสียง และการเต้น วิทยาลัยนาฏศิลป์สุพรรณบุรีมีสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่ครอบคลุมเพื่อสนับสนุนการศึกษาด้านดนตรี ซึ่งรวมถึงหอประชุมขนาด 500 ที่นั่ง โรงละครขนาดเล็ก เวทีกลางแจ้ง และสตูดิโอบันทึกเสียง วิทยาลัยสารพัดช่างบรรหาร-แจ่มใสมีห้องอัดเสียงและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านดนตรีที่ยอดเยี่ยม รวมไปถึงโรงเรียนเอกชน เช่น โรงเรียนดนตรียามาฮ่า มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกอบรมสำหรับนักเรียนดนตรี ส่วนธุรกิจต่าง ๆ ให้บริการสตูดิโอและห้องบันทึกเสียงสำหรับมืออาชีพและผู้ที่ยื่นขอดนตรี ในขณะเดียวกัน ชุมชนยังมีบทบาทสำคัญในโครงการบ่มเพาะดนตรีของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีสถาบันต่าง ๆ เช่น วัดเขาวังวรารามและวัดพุทไธสน์เป็นพื้นที่บ่มเพาะศิลปินลูกทุ่งรุ่นใหม่ผ่านโครงการอบรมเฉพาะด้าน อีกทั้งโรงละครแห่งชาติภาคตะวันตก เป็น 1 ใน 3 โรงละครแห่งชาติของประเทศไทย สร้างขึ้นตามมาตรฐานสากล มีโปรแกรมการแสดงระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติตลอดทั้งปี ตั้งอยู่ติดกับวิทยาลัยนาฏศิลป์สุพรรณบุรี ซึ่งนักศึกษา สามารถใช้พื้นที่ของโรงละครและบริการต่าง ๆ ของโรงละคร ในการแสดงวิทยานิพนธ์ได้ รวมถึงพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่มีโซนที่จัดแสดงมรดกทางดนตรีของเมือง ในขณะเดียวกัน สถานที่ในท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น คุ่มขุนแผน (ในวัดแค) ตลาดร่มไผ่ชาวน้ำ ตลาดสามชุก พื้นที่นาฬิกาขาว บึงฉวาก มีพื้นที่ให้ศิลปินและประชาชนทั่วไปได้ร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับดนตรี เช่น ลานกิจกรรมสำหรับเยาวชน กลุ่มชาติพันธุ์ ผู้สูงอายุ และผู้พิการ เมืองนี้ยังใช้โซเชี่ยลมีเดียและร้านอาหารเพื่อโปรโมตเพลงของศิลปินนักดนตรีเอง

ข้อจำกัดของสุพรรณบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี

สุพรรณบุรีมีข้อจำกัดในการขาดการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรีในจังหวัด คำนิยมทางด้านดนตรีในจังหวัดมีน้อย ส่งผลให้ขาดกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมดนตรีและส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพของศิลปิน ไม่มีพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมสำหรับการเรียนรู้ ฝึกซ้อม และแสดงออกถึงทักษะทางด้านดนตรี มีโรงเรียนสอนดนตรีที่มีมาตรฐานเพียงแห่งเดียว ศิลปินที่มีชื่อเสียงไม่ได้อาศัยหรือเติบโตอยู่ในสุพรรณบุรี ส่งผลให้เด็กรุ่นใหม่ไม่มีต้นแบบที่ชัดเจน การขาดโครงสร้างพื้นฐาน และ/หรือสถานะที่เอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมดนตรี ผู้สืบทอดดนตรีพื้นบ้าน มีอายุมาก มีกิจกรรมทางด้านการประกวดดนตรี แต่ขาดการต่อยอดสู่การประกอบอาชีพ

ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี จังหวัดสุพรรณบุรี

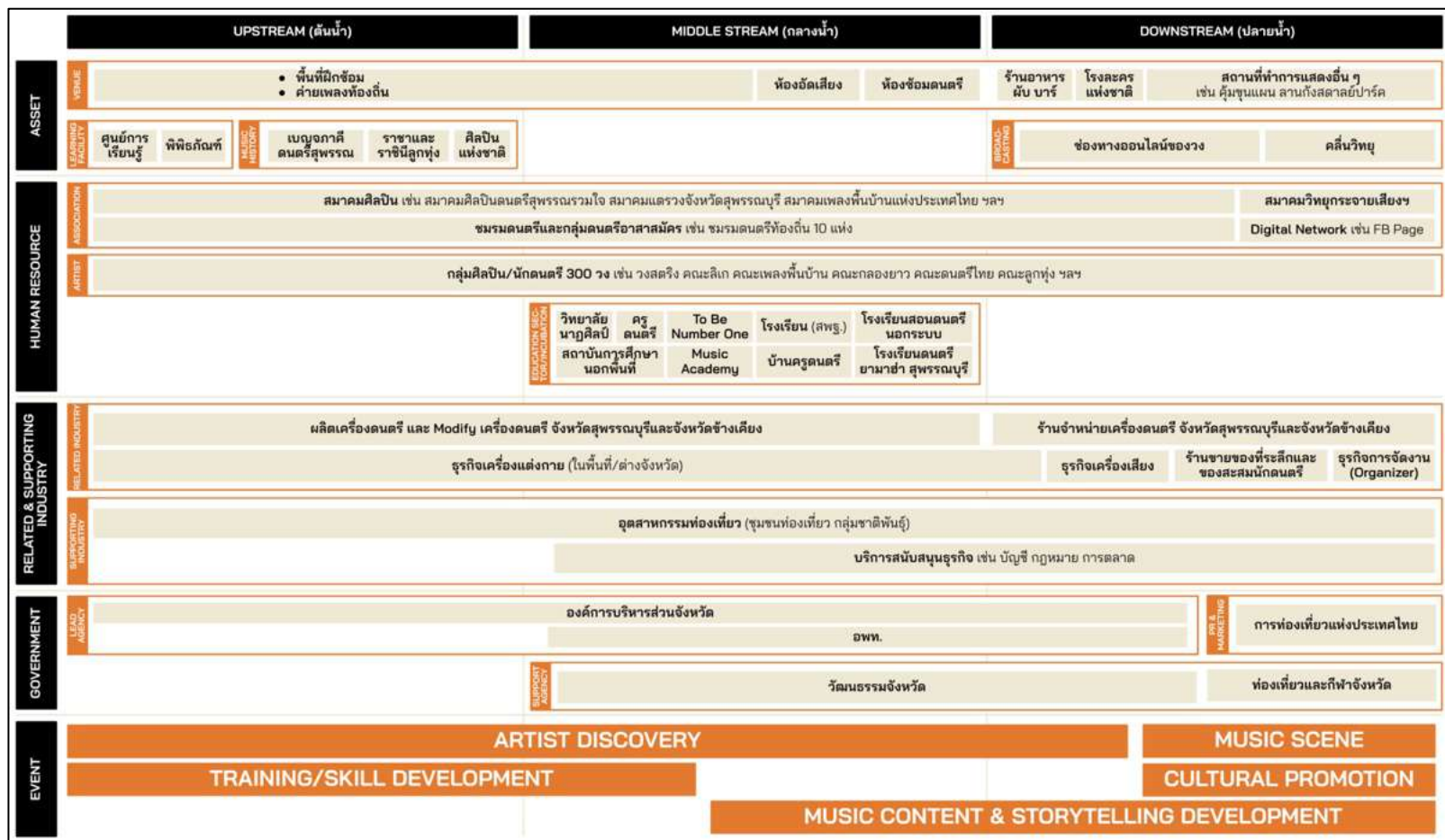
อุตสาหกรรมดนตรีในจังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อพิจารณาตามกรอบการศึกษาระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พบว่าสินทรัพย์ของจังหวัดสุพรรณบุรี มีพื้นที่ (Venue) ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมดนตรี ได้แก่ พื้นที่ฝึกซ้อม และค่ายเพลงท้องถิ่น ที่มีบทบาทตั้งแต่ในระยะต้นน้ำในการสนับสนุนในการสร้างหรือบ่มเพาะศิลปิน/นักดนตรีรุ่นใหม่ จนถึงระยะกลางน้ำ ซึ่งรวมพื้นที่ห้องอัดเสียงและห้องซ้อมดนตรี ที่สนับสนุนในการสร้างหรือผลิตศิลปิน/นักดนตรีทั้งรุ่นใหม่และศิลปินในวงการปัจจุบันในการผลิตผลงาน ในระยะปลายน้ำ มีพื้นที่ของโรงละครแห่งชาติ พื้นที่ในร้านอาหาร/ผับ/บาร์ และพื้นที่สถานที่ทำการแสดงอื่น ๆ (เช่น คุ้มขุนแผน ลานกังสดาลย์ปาร์ค บึงฉวาก ตลาดสามชุก ลานมังกรสวรรค์ ฯลฯ) รวมถึงช่องทางออนไลน์ของวงและศิลปินที่มีบทบาทในการเป็นพื้นที่เผยแพร่และให้ศิลปิน/นักดนตรีได้แสดงออก/แสดงผลงานต่อบุคคลทั่วไป นอกจากนี้ ในระยะต้นน้ำ มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านแหล่งเรียนรู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ ที่มีบทบาทในการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสินทรัพย์ที่เป็นต้นทุนทางประวัติศาสตร์ด้านดนตรีของเมือง ได้แก่ เบญจภาคีนครสุพรรณ (5 สายธารดนตรี ประกอบด้วย เพลงไทยเดิม เพลงพื้นบ้าน เพลงลูกทุ่ง เพลงเพื่อชีวิต และเพลงสตริงป๊อปรีค) ราชและราชินีเพลงลูกทุ่ง (สุพล สมบัติเจริญ และพุ่มพวง ดวงจันทร์) ปุชนียบุคคลทางด้านดนตรี และศิลปินแห่งชาติของประเทศ รวมถึงมีสมาคม/ชมรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรีจำนวนมาก อาทิ สมาคมศิลปินดนตรีสุพรรณรวมใจ สมาคมแตงวงจังหวัดสุพรรณบุรี สมาคมเพลงพื้นบ้านแห่งประเทศไทย ชมรมดนตรีท้องถิ่น จำนวน 10 แห่ง ฯลฯ และกลุ่มศิลปิน/นักดนตรี 300 วง (วงสตริง คณะลูกทุ่ง คณะเพลงพื้นบ้าน คณะกลองยาว คณะดนตรีไทย คณะลูกทุ่ง เป็นต้น) โดยสมาคม/ชมรมและกลุ่มศิลปิน/นักดนตรีเหล่านี้ มีบทบาทตั้งแต่ในระยะต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ นอกจากนี้ ในระยะกลางน้ำ มีสถาบันการศึกษาและศูนย์ฝึกอบรมบ่มเพาะด้านดนตรี เช่น วิทยาลัยนาฏศิลป์ ครูดนตรี สถาบันศึกษานอกพื้นที่ โครงการ To Be Number One บ้านครูดนตรี Music Academy โรงเรียนสอนดนตรีนอกระบบ โรงเรียนดนตรียามาฮ่า สุพรรณบุรี โรงเรียนต่าง ๆ ในพื้นที่ ฯลฯ

ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง มีบทบาทตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เช่น ธุรกิจเครื่องแต่งกายที่มีบทบาทตั้งแต่ผลิตในต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำสำหรับการแสดงของศิลปิน/นักดนตรี ธุรกิจผลิตเครื่องดนตรี ดัดแปลงเครื่องดนตรี จนไปถึงจำหน่ายเครื่องดนตรีในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดข้างเคียง ฯลฯ หรือธุรกิจที่อยู่ในระยะปลายน้ำ เช่น ธุรกิจเครื่องเสียง ร้านขายของที่ระลึกและของสะสมนักดนตรี ธุรกิจการจัดงาน (Organizer) ฯลฯ ในอุตสาหกรรมสนับสนุน มีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สนับสนุนตั้งแต่ช่วงต้นน้ำถึงปลายน้ำ นอกจากนี้ มีบริการ

สนับสนุนธุรกิจต่าง ๆ เช่น บัญชี กฎหมาย การตลาด ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีตั้งแต่ช่วงปลายน้ำ จนถึงปลายน้ำ

ภาครัฐที่มีบทบาทต่อการเป็นเมืองดนตรีของจังหวัดและเป็นผู้ขับเคลื่อนหลัก ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ที่มีบทบาทตั้งแต่ในระยะต้นน้ำถึงปลายน้ำ และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ที่มีบทบาทตั้งแต่ระยะกลางน้ำถึงปลายน้ำ นอกจากนี้ มีหน่วยงานสนับสนุนการเป็นเมืองดนตรีของจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ วัฒนธรรมจังหวัดและท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ที่มีบทบาทในระยะกลางน้ำและปลายน้ำ และมีหน่วยงานสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีบทบาทในระยะปลายน้ำ

ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของเมืองดนตรี มีกิจกรรมที่มีบทบาทในการเป็นพื้นที่เพื่อค้นหาศิลปินรุ่นใหม่ของเมืองมีบทบาทตั้งแต่ในระยะต้นน้ำถึงปลายน้ำ กิจกรรมการอบรมและพัฒนาด้านดนตรีมีบทบาทตั้งแต่ระยะต้นน้ำถึงกลางน้ำ กิจกรรมแลกเปลี่ยนด้านดนตรีและวัฒนธรรม และพัฒนาการนำเสนอเนื้อหาและเรื่องเล่าด้านดนตรีของเมือง มีบทบาทตั้งแต่กลางน้ำถึงปลายน้ำ สุดท้ายในช่วงปลายน้ำ มีกิจกรรมที่เป็นการสร้างการรับรู้และเวทีเผยแพร่วัฒนธรรมด้านดนตรีของเมือง ตลอดจนกิจกรรมที่สร้างบรรยากาศดนตรีให้กับเมือง



ภาพที่ 3-9 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดสุพรรณบุรี
ที่มา : ผู้วิจัย

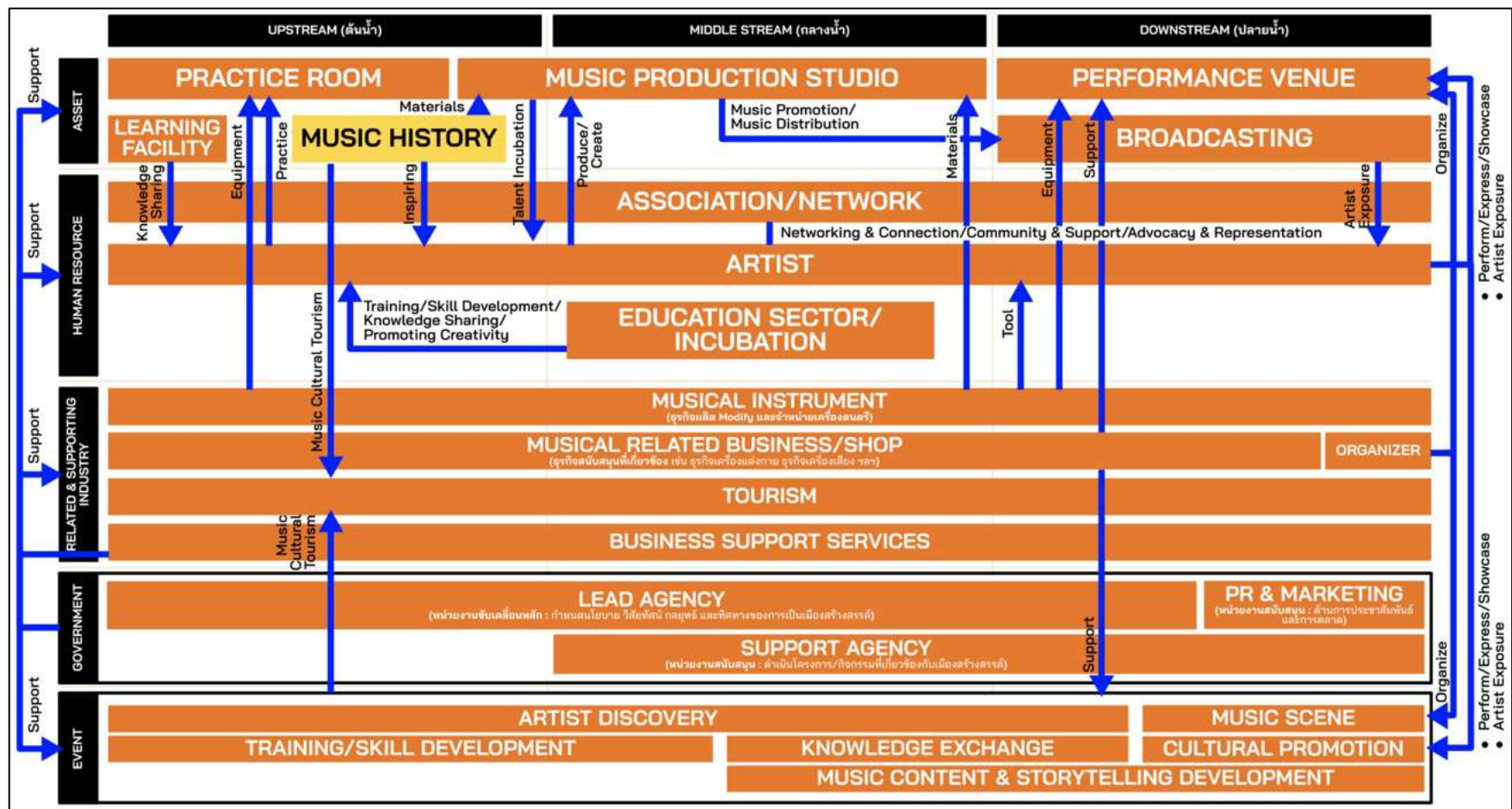
ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี จังหวัดสุพรรณบุรี

อุตสาหกรรมดนตรีของจังหวัดสุพรรณบุรี มีการดำเนินงานตลอดทั้งห่วงโซ่ตั้งแต่ระยะต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ ในการสร้างสรรค์หรือผลิตดนตรี/ศิลปิน จังหวัดสุพรรณบุรีมีสินทรัพย์ทั้งโครงสร้างพื้นฐานด้านพื้นที่ (Venue) ที่มีบทบาทครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ คือ มีพื้นที่ฝึกซ้อม/บ่มเพาะบุคลากรด้านดนตรี (Practice Room) พื้นที่ที่ผลิตเพลง/ดนตรีและบ่มเพาะทักษะของศิลปิน/บุคลากรในอุตสาหกรรมดนตรี (Music Production Studio) จนไปถึงพื้นที่ทำการแสดง (Performance Venue) และเผยแพร่เพลง (Broadcasting) เพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จักในวงกว้าง สินทรัพย์ที่เข้มแข็งของจังหวัดสุพรรณบุรีคือต้นทุนด้านประวัติศาสตร์ดนตรีของเมือง (Music History) ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ นอกจากนี้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านแหล่งเรียนรู้ (Learning Facility) ซึ่งจะให้ความรู้และแนวคิดแก่ศิลปินในพื้นที่ ตลอดจนต้นทุนประวัติศาสตร์ด้านดนตรีของเมือง (Music History) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่เข้มแข็งที่สุดของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่สามารถให้แรงบันดาลใจแก่ศิลปินรุ่นใหม่และศิลปิน/บุคลากรในอุตสาหกรรมดนตรีปัจจุบัน จนถึงการเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์เพลงหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมดนตรี

ในการบ่มเพาะและสร้างศิลปินหรือบุคลากรในอุตสาหกรรมดนตรี ภาคการศึกษา (Education Sector/Incubation) ในระยะกลางน้ำมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในการอบรม พัฒนาทักษะ ให้ความรู้ และสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของศิลปิน/บุคลากรในอุตสาหกรรมดนตรี (Artist) โดยมีสมาคมหรือเครือข่าย (Association/Network) เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างบุคลากรในอุตสาหกรรม เป็นกลุ่มที่จะร่วมกันสนับสนุนและผลักดันบุคลากรในอุตสาหกรรมดนตรีและการเป็นเมืองดนตรีของจังหวัดสุพรรณบุรี

ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน มีบทบาทตั้งแต่ระยะต้นน้ำถึงระยะปลายน้ำ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเครื่องดนตรี (Musical Instrument) ที่เป็นอุปกรณ์ให้กับพื้นที่ฝึกซ้อม/บ่มเพาะ (Practice Room) และพื้นที่ทำการแสดง (Performance Venue) รวมถึงเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ดนตรีให้กับพื้นที่ผลิต (Music Production Studio) และเป็นเครื่องมือให้กับศิลปิน/นักดนตรีในการประกอบอาชีพ ธุรกิจการจัดงาน (Organizer) ที่สนับสนุนการจัดงานและการแสดงของศิลปินและบุคลากรดนตรี ทั้งพื้นที่ทำการแสดงโดยปกติ (Performance Venue) และการจัดงาน (Event) ต่าง ๆ นอกจากนี้ ธุรกิจสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง (Music Related Business/Shop) และธุรกิจสนับสนุนอื่น ๆ (Business Support Services) จะมีบทบาทตั้งแต่ระยะต้นน้ำถึงปลายน้ำในการสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีของเมือง ในส่วนธุรกิจการท่องเที่ยว (Tourism) ได้ต้นทุนประวัติศาสตร์ดนตรี (Music History) ของเมืองกับการจัดกิจกรรม (Event) ต่าง ๆ ตลอดทั้งปี ในการเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านดนตรีหรือจุดหมายปลายทางใหม่ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

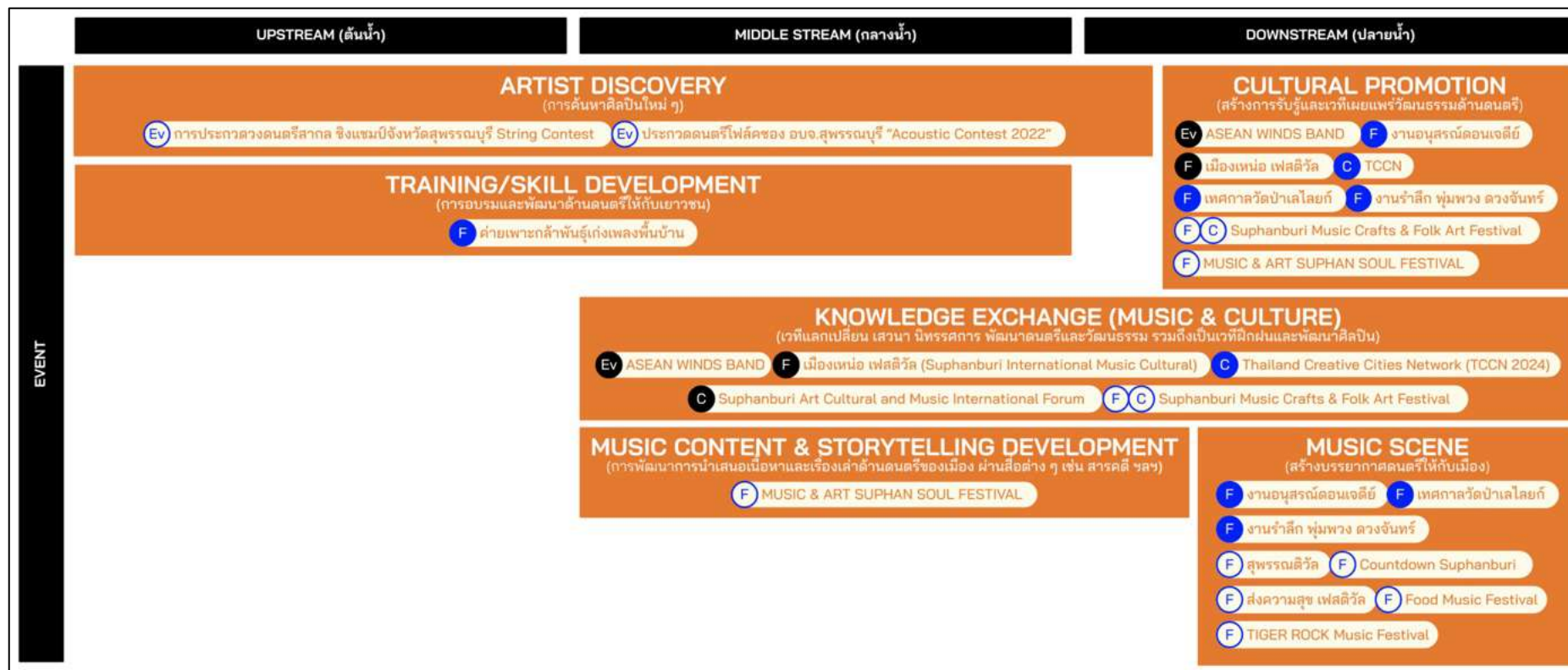
ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้สนับสนุนและขับเคลื่อนเมืองแห่งดนตรีให้มีประสิทธิภาพ โดยมีหน่วยงานขับเคลื่อนหลัก (Lead Agency) ที่มีหน้าที่กำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และทิศทางของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี ตั้งแต่ระยะต้นน้ำถึงปลายน้ำ มีหน่วยงานสนับสนุน (Support Agency) ในการดำเนินโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเมืองสร้างสรรค์ ตั้งแต่ระยะกลางน้ำถึงปลายน้ำ และหน่วยงานสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด (PR & Marketing) ที่จะสนับสนุนในระยะปลายน้ำ



ภาพที่ 3-10 ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดสุพรรณบุรี
ที่มา : ผู้วิจัย

ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี ส่วนปฏิทินการจัดงานไมซ์ และเทศกาลของเมือง (Event and Festival) จังหวัดสุพรรณบุรี

ในช่วงปี พ.ศ. 2565-2568 อุตสาหกรรมไมซ์ได้เข้าไปสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของสุพรรณบุรีตลอดทั้งกระบวนการ ดังนี้ (1) การค้นหาศิลปินใหม่ ๆ ของเมืองในช่วงต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำด้วยการจัดงานอีเวนต์ระดับท้องถิ่น (2) การอบรมและพัฒนาด้านดนตรีให้กับเยาวชนในช่วงต้นน้ำและกลางน้ำ ด้วยการจัดงานเทศกาลระดับชาติ (3) การเป็นเวทีแลกเปลี่ยน เสวนา พัฒนาดนตรีและวัฒนธรรม รวมถึงเป็นเวทีฝึกฝนและพัฒนาศิลปินในช่วงกลางน้ำและปลายน้ำ ด้วยการจัดงานอีเวนต์ งานเทศกาล และงานประชุมวิชาชีพพระด้นนานาชาติ การจัดงานประชุมวิชาชีพระดับชาติ การจัดงานเทศกาลและงานประชุมวิชาชีพพระด้นท้องถิ่น (4) การพัฒนาการนำเสนอเนื้อหาและเรื่องเล่าด้านดนตรีของเมืองผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สารคดี ฯลฯ ในช่วงกลางน้ำและปลายน้ำ ด้วยการจัดงานเทศกาลระดับท้องถิ่น (5) การสร้างการรับรู้และเวทีเผยแพร่ วัฒนธรรมทางด้านดนตรีของเมืองในช่วงปลายน้ำ ด้วยการจัดงานอีเวนต์และเทศกาลระดับนานาชาติ การจัดงานเทศกาลและงานประชุมวิชาชีพระดับชาติ รวมถึงการจัดงานเทศกาลและงานประชุมวิชาชีพพระด้นท้องถิ่น (6) การสร้างบรรยากาศดนตรีให้กับเมืองในช่วงปลายน้ำ ด้วยการจัดงานเทศกาลระดับชาติและระดับท้องถิ่น



ภาพที่ 3-11 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของจังหวัดสุพรรณบุรี และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ที่มา : ผู้วิจัย

3.2.2 การคัดเลือกเมืองเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในประเทศไทยที่มีศักยภาพในการยกระดับหรือพัฒนาเมืองด้วยอุตสาหกรรมไมซ์

ในการคัดเลือกเมืองกรณีศึกษาในประเทศไทยที่มีศักยภาพในการยกระดับด้วยกระบวนการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง ได้ดำเนินการวิเคราะห์โดยองค์ประกอบหลักได้แก่ ศักยภาพของเมืองในการเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network) สถานะของเมืองในฐานะแหล่งท่องเที่ยวหลักหรือเมืองท่องเที่ยวรอง การเป็น MICE City กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ศักยภาพและข้อจำกัดของเมือง รวมถึงการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมืองที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์

ตารางที่ 3-1 การคัดเลือกเมืองเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในประเทศไทย

เกณฑ์ในการศึกษา	ภูเก็ต	เชียงใหม่	กรุงเทพมหานคร	สุโขทัย	เพชรบุรี	เชียงราย	สุพรรณบุรี
สาขาสร้างสรรค์	อาหาร (Gastronomy)	หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts & Folk Art)	ออกแบบ (Design)	หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts & Folk Art)	อาหาร (Gastronomy)	ออกแบบ (Design)	ดนตรี (Music)
ปีที่เข้าร่วมเครือข่าย	2015	2017	2019	2019	2021	2023	2023
หน่วยงานขับเคลื่อน (Focal Point)	เทศบาลนครภูเก็ต	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA)	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)
การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลัก/เมืองรอง	เมืองหลัก	เมืองหลัก	เมืองหลัก	เมืองรอง	เมืองหลัก	เมืองรอง	เมืองรอง
MICE City	✓	✓	✓	X	X	X	X

เกณฑ์ในการศึกษา	ภูเก็ต	เชียงใหม่	กรุงเทพมหานคร	สุโขทัย	เพชรบุรี	เชียงราย	สุพรรณบุรี
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)	มีหน่วยงานขับเคลื่อนระดับจังหวัดที่เข้มแข็ง และได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการไมซ์ การเชื่อมโยงกับกลุ่มศิลปินท้องถิ่นหรือภาคสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น และมีแนวโน้มพึ่งพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์เป็นหลัก	มีความเข้มแข็งในการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ โดยมีการบูรณาการระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานรัฐระดับชาติ (เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ – CEA) สถาบันการศึกษา และภาคธุรกิจไมซ์ในพื้นที่อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดระบบนิเวศสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงทั้งภาคศิลปะ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวได้อย่างรอบด้าน	มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านไมซ์และหน่วยงานสนับสนุนที่หลากหลาย รวมถึงเป็นที่ตั้งขององค์กรภาครัฐกิจ สร้างสรรค์รายใหญ่ แต่การเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับพื้นที่ยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะการสร้าง ความเชื่อมโยงกับชุมชน และกลไกการขับเคลื่อนระดับฐานราก	มีจุดแข็งด้านมรดกวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น แต่ในด้านการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ยังมีข้อจำกัด เนื่องจากขาดกลไกเชิงบูรณาการกับภาคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และยังไม่สามารถดึงภาคเอกชนหรือผู้จัดงานมืออาชีพเข้ามามีบทบาทได้อย่างเต็มที่	มีความโดดเด่นด้านการบูรณาการระหว่างภาครัฐระดับจังหวัด สถาบันการศึกษา และเครือข่ายชุมชนผู้ผลิตอาหารท้องถิ่น โดยเฉพาะกลุ่มเชฟท้องถิ่น ผู้ประกอบการด้านอาหารและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งทำหน้าที่ทั้งในเชิงอนุรักษ์และต่อยอดคุณค่าทางอาหารสู่การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม	มีโครงสร้างการขับเคลื่อนที่ชัดเจนผ่านการดำเนินงานร่วมกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา และภาคศิลปะร่วมสมัย โดยสามารถพัฒนากิจกรรมสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาคได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบเทศกาล ศิลปะ การจัดนิทรรศการ และกิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน	มีทุนทางวัฒนธรรมด้านดนตรีที่ชัดเจน และมีหน่วยงานท้องถิ่นให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังขาดกลไกเชิงยุทธศาสตร์ในระดับจังหวัดเพื่อประสานความร่วมมืออย่างเป็นระบบระหว่างภาคการศึกษา ชุมชน และภาคธุรกิจด้านการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์

เกณฑ์ในการศึกษา	ภูเก็ต	เชียงใหม่	กรุงเทพมหานคร	สุโขทัย	เพชรบุรี	เชียงราย	สุพรรณบุรี
สินทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์	มีสินทรัพย์สร้างสรรค์ที่ผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นกับอิทธิพลของชุมชนชาวจีนและเปอรานากัน สะท้อนผ่านอาหารพื้นเมือง อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม และศิลปวัฒนธรรมอาหาร โดยเฉพาะอาหารทะเล การแปรรูปอาหาร และการออกแบบร้านอาหารในบริบทท้องถิ่น รวมถึงภูเก็ตยังเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีศักยภาพสูง	ถือเป็นเมืองสร้างสรรค์ที่มีความสมดุลระหว่างงานหัตถกรรมดั้งเดิม (เช่น การทอผ้าพื้นเมือง เซรามิก ไม้แกะสลัก) กับการออกแบบร่วมสมัย โดยมีเครือข่ายของนักออกแบบและผู้ผลิตร่วมพัฒนาเป็น “ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ล้านนา” ที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การจัดแสดงงาน และการส่งออก	สินทรัพย์หลักประกอบด้วยทุนด้านศิลปะร่วมสมัย การออกแบบผลิตภัณฑ์ แฟชั่น ดนตรีสมัยใหม่ และภาพยนตร์ รวมถึงแหล่งรวมของผู้ประกอบการสร้างสรรค์รุ่นใหม่ เช่น สตูดิโอดีไซน์ แกลเลอรี และพื้นที่สร้างสรรค์ระดับนานาชาติ มีการสนับสนุนจากภาคเอกชนในอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล และงานอีเวนต์ระดับนานาชาติ	เป็นเมืองมรดกโลกที่มีทุนทางวัฒนธรรมที่สะท้อนความงามของงานศิลปหัตถกรรมไทย เช่น เครื่องปั้นดินเผา ศรีสัชนาลัย การทอผ้า งานจักสาน และงานประดิษฐ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความเข้มแข็งด้านการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่นผ่านชุมชนผู้ผลิต ศูนย์การเรียนรู้ และพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น	เป็นเมืองที่มีอัตลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่นเข้มแข็ง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับขนมหวานและวัตถุดิบพื้นถิ่น เช่น น้ำตาลโตนด มะนาวแป้น ข้าวกล้องพื้นเมือง รวมถึงอาหารที่มีสถานะทางภูมิศาสตร์ (GI) หลายรายการ ซึ่งสะท้อนถึงระบบการผลิตอาหารแบบดั้งเดิมที่ยังคงอยู่ร่วมกับการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์	โดดเด่นด้านงานศิลปะร่วมสมัย งานออกแบบ และหัตถกรรมล้านนา โดยเฉพาะในกลุ่มศิลปินรุ่นใหม่ที่น่าสนใจ วัฒนธรรมท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ เช่น งานปั้น งานผ้าพื้นเมือง งานจิตรกรรมร่วมสมัย พร้อมทั้งมีเทศกาลศิลปะหลากหลายที่เปิดพื้นที่แสดงผลงาน และเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาค	มีสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นด้านดนตรีพื้นบ้าน โดยเฉพาะเพลงลูกทุ่ง และการแสดงพื้นบ้าน ซึ่งยังคงได้รับการสืบทอดผ่านโรงเรียนดนตรีและชุมชนดนตรีในระดับพื้นที่ จึงมีศักยภาพในการต่อยอดสู่อุตสาหกรรมดนตรีร่วมสมัยผ่านการจัดการเทศกาล การแสดง และการผลิตผลงานเชิงพาณิชย์

เกณฑ์ในการศึกษา	ภูเก็ต	เชียงใหม่	กรุงเทพมหานคร	สุโขทัย	เพชรบุรี	เชียงราย	สุพรรณบุรี
ศักยภาพ (จุดแข็ง)	ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนผ่านอัตลักษณ์อาหารพื้นเมืองที่ผสมผสานระหว่างไทย-จีน-เปอรานากันอย่างกลมกลืน เมืองมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว ศูนย์ประชุมและเครือข่ายผู้ประกอบการร้านอาหารคุณภาพระดับนานาชาติ	ด้านระบบนิเวศสร้างสรรค์ที่ครบวงจร ครอบคลุมการออกแบบผลิตภัณฑ์และจำหน่ายงานหัตถกรรมร่วมสมัย เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก และเซรามิก รวมถึงการจัดเทศกาลสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ เช่น Chiang Mai Design Week ที่เป็นกลไกส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง	ความเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ระดับประเทศ โดยเฉพาะในมิติเชิงพาณิชย์ของการออกแบบ แฟชั่น ดนตรีร่วมสมัย สื่อดิจิทัล และศิลปะร่วมสมัย ทั้งยังมีโครงสร้างพื้นฐานและพื้นที่สร้างสรรค์ที่หลากหลาย เช่น ย่านเจริญกรุง อาร์ย และศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ (TCDC) ซึ่งสามารถรองรับการพัฒนานวัตกรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้อย่างต่อเนื่อง	การเป็นแหล่งมรดกทางประวัติศาสตร์ที่ยังคงสืบทอดงานหัตถกรรมดั้งเดิม เช่น เครื่องปั้นดินเผาศรีสัชชนาลัย การจักสาน และงานศิลปจากชุมชน โดยมีระบบการเรียนรู้แบบช่างพื้นบ้านที่ได้รับการยอมรับ เมืองสามารถใช้ฐานวัฒนธรรมดังกล่าวเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นความยั่งยืน	ความเข้มแข็งด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและขนมหวาน ซึ่งเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน วัตถุดิบพื้นถิ่น และการถ่ายทอดองค์ความรู้ในระดับครัวเรือน สินค้าอาหารพื้นบ้านจำนวนมากได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) อีกทั้งยังมีภาพลักษณ์เป็นเมืองอาหารเชิงวัฒนธรรมที่สามารถพัฒนาสู่การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน	ความสามารถในการบูรณาการงานหัตถกรรมท้องถิ่นกับศิลปะร่วมสมัย ผ่านเครือข่ายศิลปินและกลุ่มช่างฝีมือในชุมชน ซึ่งได้พัฒนาผลงานใหม่ๆ ที่ยังคงคุณค่าดั้งเดิมไว้ในรูปแบบร่วมสมัย นอกจากนี้ เมืองยังมีการจัดเทศกาลศิลปะอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับพื้นที่	ด้านทุนวัฒนธรรม ดนตรีพื้นบ้าน โดยเฉพาะในกลุ่มเพลงลูกทุ่ง ดนตรีไทย พื้นเมือง และการสืบสานองค์ความรู้ดนตรีในระบบการศึกษา ชุมชน เมืองมีศิลปินพื้นถิ่นที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศ และมีความสามารถในการจัดเทศกาลและกิจกรรม ดนตรีในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถยกระดับสู่เทศกาลสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาคได้ในอนาคต

จากการวิเคราะห์เมืองกรณีศึกษาในประเทศไทยที่มีศักยภาพในการยกระดับด้วยกระบวนการใช้อุตสาหกรรมไม้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง ได้คัดเลือกจังหวัดเพชรบุรี สุพรรณบุรี และ เชียงรายเป็นพื้นที่กรณีศึกษา เนื่องจากทั้งสามเมืองมีจุดแข็งเฉพาะด้านที่สามารถต่อยอดผ่านการจัดงานไม้และเทศกาล เพื่อยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยจังหวัดเพชรบุรีมีจุดเด่นด้านอาหารพื้นถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ Soft Power ด้านอาหารไทย (Thai Food) ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป้าหมายของประเทศ ภูมิปัญญาด้านอาหารของเพชรบุรีมีลักษณะโดดเด่นจากรากฐานชุมชนและวัตถุดิบท้องถิ่นที่แตกต่างจากเมืองอาหารอื่น ๆ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรีที่มีทุนวัฒนธรรมพื้นบ้าน การถ่ายทอดอัตลักษณ์ผ่านเสียงดนตรีที่สะท้อนวัฒนธรรมชนบทไทย มีศักยภาพในการพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมดนตรีระดับภูมิภาค จังหวัดเชียงราย มีความโดดเด่นในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ซึ่งทั้งสามเมืองแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการใช้ทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เข้มแข็งจากการเป็นเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโกเป็นฐานในการจัดงานไม้และเทศกาลของเมืองที่มีความเฉพาะตัว และสอดคล้องกับ Soft Power ของประเทศ สามารถต่อยอดสู่กิจกรรมไม้และเทศกาลที่มีเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมในระดับสากล จึงเป็นกรณีศึกษาที่มีความเหมาะสมต่อการศึกษาการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนผ่านกลไกไม้

3.3 การถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในต่างประเทศ

จากการคัดเลือกเมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในประเทศไทยที่มีศักยภาพในการยกระดับหรือพัฒนาเมืองด้วยอุตสาหกรรมไม้ ได้เมืองสร้างสรรค์ใน 3 สาขา ได้แก่ สาขาดนตรี (City of Music) สาขาอาหาร (City of Gastronomy) และสาขาการออกแบบ (City of Design)

ในการถอดบทเรียนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในต่างประเทศ จึงคัดเลือกเมืองในสาขาเดียวกับเมืองสร้างสรรค์ที่ดำเนินการคัดเลือกของประเทศไทยและเป็นเมืองที่เป็น Best Practices ในการใช้ไม้เป็นเครื่องมือ/แพลตฟอร์ม ได้แก่ ลิเวอร์พูล เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี (สหราชอาณาจักร) ปารีส เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (ประเทศอิตาลี) และโซล เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ (ประเทศเกาหลีใต้)

3.3.1 ลิเวอร์พูล เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี (Liverpool UNESCO City of Music)

เมืองลิเวอร์พูลได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองแห่งดนตรีของยูเนสโก (UNESCO City of Music) เมื่อปี ค.ศ. 2015 ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของดนตรีในวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของเมือง โดยเมืองลิเวอร์พูลเป็นที่รู้จักในฐานะบ้านเกิดของวงดนตรีในตำนานชื่อดังระดับโลก คือ The Beatles ซึ่งมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมดนตรีของโลกอย่างลึกซึ้ง รวมถึงศิลปินระดับโลกอีกมากมาย และเมืองยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนางานดนตรีป๊อปและร็อกมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1950 อย่างไรก็ตาม เมืองลิเวอร์พูลเป็นที่รู้จักในฐานะเมืองดนตรีมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 ในฐานะเมืองท่าที่สำคัญของโลก เมืองจึงเป็นจุดหลอมรวมวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นในวงการดนตรีของเมือง หอแสดงดนตรีที่ปรากฏขึ้นทั่วเมือง รวมถึงคลับ ผับ สมาคม และองค์กรต่าง ๆ เช่น วง Royal Liverpool Philharmonic (RLPO) ซึ่งเป็นวงซิมโฟนีออร์เคสตราอาชีพที่เก่าแก่ที่สุดที่ยังคงอยู่ในสหราชอาณาจักร และเป็นหัวใจด้านวัฒนธรรมของเมืองลิเวอร์พูลตั้งแต่ปี ค.ศ. 1840

ในปี ค.ศ. 1919 มหาวิทยาลัยลิเวอร์พูลได้แต่งตั้งผู้สอนดนตรีคนแรก นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาดนตรีกลุ่มแรกถูกรับเข้าเรียนในปี ค.ศ. 1965 และต่อมาในปี ค.ศ. 1988 ภาควิชาดนตรีได้ก่อตั้ง Institute of Popular Music ซึ่งเป็นเป็นสถาบันแรกในสหราชอาณาจักรที่มีการศึกษาและวิจัยดนตรีสมัยนิยมโดยเฉพาะ

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมดนตรีของเมืองลิเวอร์พูล สร้างรายได้มากกว่า 100 ล้านปอนด์ต่อปี และมีการจ้างงานกว่า 2,330 คน

นโยบายด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ที่สนับสนุนสถานะเมืองดนตรีของเมืองลิเวอร์พูล

สถานะเมืองสร้างสรรค์ของลิเวอร์พูลได้รับการสนับสนุนโดยนโยบายวัฒนธรรมที่เข้มแข็งและกลยุทธ์เชิงยุทธศาสตร์ในระดับเมืองและภูมิภาค ซึ่งขับเคลื่อนโดยหน่วยงานเทศบาลและพันธมิตร โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมภาคดนตรี บูรณาการวัฒนธรรมเข้ากับแผนพัฒนาและปฏิบัติตามข้อตกลง (commitment) ของยูเนสโก โดยนโยบายที่สำคัญ เช่น

Liverpool Culture Action Plan (2014–2018) ในช่วงปีก่อนและหลังการได้เข้าร่วมเป็นเมืองในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก สภาเมืองลิเวอร์พูล (Liverpool City Council: LCC) ผ่านฝ่าย Culture Liverpool ได้ดำเนินการแผนยุทธศาสตร์ทางวัฒนธรรมแบบองค์รวม เป้าหมายของแผนนี้คือการใช้วัฒนธรรมขับเคลื่อนการฟื้นฟูเมือง โดยต่อยอดจากความสำเร็จของการเป็นเมืองหลวงวัฒนธรรมแห่งยุโรปในปี ค.ศ. 2008 โดยได้ระบุดำเนินการและการลงทุนเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสนับสนุนการมีส่วนร่วมทางศิลปะของชุมชน ในช่วงสองปีแรกของการดำเนินงาน เมืองได้ลงทุน 1.3 ล้านปอนด์ในองค์กรดนตรี 15 แห่ง และจัดกิจกรรมดนตรีมากมายเพื่อสนับสนุนศิลปินท้องถิ่นรุ่นใหม่ ฝ่าย Culture Liverpool ของสภาเมืองลิเวอร์พูล (LCC) เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินแผนนี้ โดยประสานงานการจัดสรรทุนผ่านโครงการ Culture Liverpool Investment Programme และทำงานร่วมกับสถาบันศิลปะท้องถิ่น (UNESCO, n.d.)

Liverpool City Region Music Board and Strategy (2018–ปัจจุบัน) เพื่อดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับสถานะเมืองดนตรีอย่างต่อเนื่อง จึงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการ Liverpool City Region Music Board เป็นทางการในเดือนธันวาคม ปี ค.ศ. 2018 โดยผู้นำท้องถิ่นและได้รับการสนับสนุนจากนายกเทศมนตรีลิเวอร์พูลในขณะนั้น คณะกรรมการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายของระบบนิเวศดนตรีในภูมิภาค คณะกรรมการได้จัดทำกลยุทธ์ดนตรีของภูมิภาคลิเวอร์พูลพร้อมแผนปฏิบัติการโดยละเอียด โดยมีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรี และเพิ่มผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจ กลยุทธ์นี้ประกอบด้วยวัตถุประสงค์สำคัญ เช่น การพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรีระยะยาว การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงดนตรีอย่างยั่งยืน การสนับสนุนการศึกษาและพัฒนาทักษะด้านดนตรี และการดูแลสถานที่จัดแสดงดนตรีทั่วภูมิภาค

หนึ่งในนโยบายสำคัญคือการทำงานร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อนำหลักการ "Agent of Change" มาใช้ ในกระบวนการวางแผนเมืองเพื่อดูแลสถานที่จัดแสดงดนตรีจากผลกระทบของการพัฒนาเมือง รวมถึงการจัดตั้ง "สำนักงานดนตรี" (Music Office) เพื่อดำเนินโครงการต่าง ๆ และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมดนตรี คณะกรรมการได้ทำงานร่วมกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายดนตรีของสภาเมือง (LCC) ในการดำเนินการและติดตามผลให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาค (Liverpool City Region Music Board, 2021)

Liverpool Cultural Strategy (2020–2030) เพื่อดีต่อยอดจากแผนก่อนหน้า สภาเมืองลิเวอร์พูล (LCC) ได้อนุมัติแผนยุทธศาสตร์วัฒนธรรมระยะยาวฉบับใหม่ในเดือนมีนาคม ปี ค.ศ. 2021 เพื่อเป็นแนวทางวิสัยทัศน์ด้านวัฒนธรรมของเมืองจนถึงปี ค.ศ. 2030 ซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในฐานะหัวใจของการฟื้นฟูและการเติบโตของเมืองหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยมีเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความสามัคคีในชุมชน การสนับสนุนศิลปินและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการเตรียมความพร้อมภาควัฒนธรรมให้ยืดหยุ่นต่ออนาคต ซึ่งแผนได้

เชื่อมโยงโดยตรงกับยุทธศาสตร์อื่น ๆ ของเมือง เช่น ด้านสุขภาพ การศึกษา ฯลฯ และสะท้อนถึงหลักการของยูเนสโกที่เน้นการบูรณาการวัฒนธรรมเข้ากับการวางแผนเมืองในทุกมิติ (Liverpool City Council, 2020)

สถานะของเมืองลิเวอร์พูลได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาลและพันธมิตรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาเมืองลิเวอร์พูล (Liverpool City Council: LCC) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนกิจกรรมศิลปะ (เช่น เทศกาลดนตรีนานาชาติ Liverpool International Music Festival (LIMF), Liverpool Sound City ฯลฯ) Liverpool City Region Combined Authority ซึ่งสนับสนุนผ่านกลไกระดับภูมิภาค เช่น คณะกรรมการดนตรี UK National Commission for UNESCO ซึ่งสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ของเมือง และ National Lottery ซึ่งมีการสนับสนุนงบประมาณ ผ่าน Arts Council England และ Heritage Fund ซึ่งช่วยผลักดันโครงการทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น นอกจากนี้ เมืองลิเวอร์พูลได้แสดงให้เห็นถึงการใช้นวัตกรรมเพื่อเป้าหมายทางสังคม เช่น โครงการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและองค์กรชุมชนเพื่อสนับสนุนเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง ฯลฯ

เมืองลิเวอร์พูลมีบทบาทอย่างมากในเครือข่าย UCCN โดยร่วมแบ่งปันแนวปฏิบัติที่ดีและพัฒนาโครงการระหว่างประเทศ เช่น ในปี ค.ศ. 2023 ได้แสดงศักยภาพด้านดนตรีต่อสายตาทั่วโลกในฐานะเจ้าภาพจัดงาน Eurovision Song Contest แทนประเทศยูเครน ซึ่งสอดคล้องกับสถานะเมืองยูเนสโกและแสดงถึงความพร้อมของเมืองในระดับนานาชาติ ฯลฯ

สิ่งอำนวยความสะดวก/โครงสร้างพื้นฐานด้านดนตรี

สถานที่จัดแสดงด้านดนตรี (music venues) เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางวัฒนธรรมของเมือง ซึ่งขับเคลื่อนเมืองในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรีตามหลักการและเป้าหมายของยูเนสโกที่ต้องการส่งเสริมระบบนิเวศวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่น รวมถึงส่งเสริมบทบาทของเมืองลิเวอร์พูลในการเป็นเวที (platform) และพื้นที่แสดงและแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม

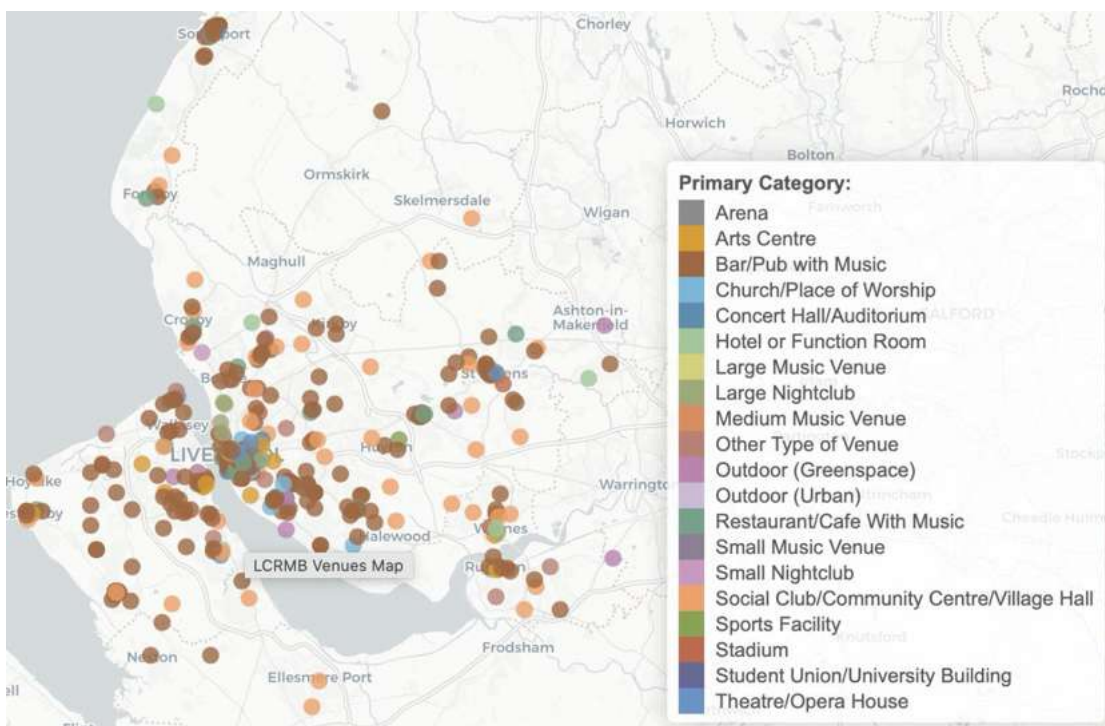


ภาพที่ 3-12 แผนที่ดนตรีของลิเวอร์พูล (The Music Map of Liverpool)

ที่มา : Visit England, n.d.

แผนที่ดนตรีของลิเวอร์พูล (The Music Map of Liverpool) จัดทำขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรีของยูเนสโก โดยแสดงสถานที่สำคัญทางดนตรีและความคิดสร้างสรรค์ด้านดนตรีในเมือง เช่น The Cavern Quarter เป็นคลับดนตรีที่วง The Beatles เคยแสดง ย่าน Baltic Triangle ย่านสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วยคลับ ศิลปะ มีความโดดเด่นในแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ อินดี้ และแนว Alternatives ย่าน The

Waterfront ซึ่งเป็นพื้นที่รวมสถานที่ที่ผสมผสานระหว่างประวัติศาสตร์ดนตรีและการท่องเที่ยว ย่าน Knowledge Quarter เป็นที่ตั้งของสถาบันการศึกษาและเวทีการแสดง (Liverpool Philharmonic Hall มหาวิทยาลัยหลายแห่งที่ส่งเสริมการศึกษาด้านดนตรี เป็นต้น) ฯลฯ



ภาพที่ 3-13 แผนที่ดิจิทัลสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับดนตรีของเมืองลิเวอร์พูล

ที่มา : Liverpool City Region Music Board, n.d.

นอกจากนี้ Liverpool City Region Music Board ได้สร้างความร่วมมือกับนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยลิเวอร์พูล (The University of Liverpool) ในการจัดทำแผนที่ดิจิทัลสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับดนตรีของเมือง (Digital Venues Map) เพื่อแสดงข้อมูลโดยละเอียดเกี่ยวกับระบบนิเวศของดนตรีในภูมิภาค ซึ่งได้ต่อยอดจากการสำรวจสถานที่ที่จัดแสดงดนตรีในโครงการ UK Live Music Census ปี ค.ศ. 2018 โดยแผนที่จะสามารถแสดงข้อมูลเชิงลึกเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย สาธารณชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมดนตรีที่มีผลกระทบต่อสถานะของเมืองในฐานะเมืองดนตรีของยูเนสโก (Liverpool City Region Music Board, n.d.)

ปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (City Events and Festivals Calendar)

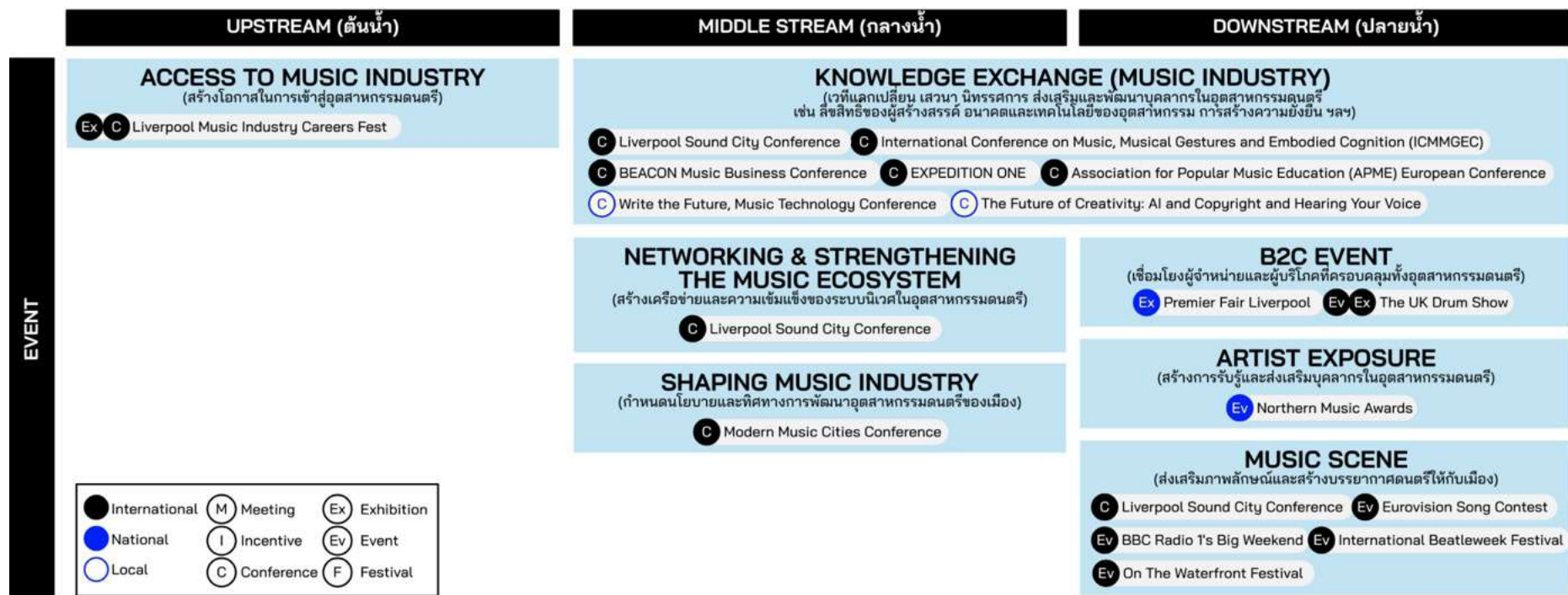
JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN
9-10 JAN 2025 [C] BEACON Music Business Conference 	11 FEB 2025 [C] The Future of Creativity: AI and Copyright and Hearing Your Voice	8 MAR 2025 [Ex/C] Liverpool Music Industry Careers Fest 16 MAR 2025 [Ex] Premier Fair Liverpool 27 MAR 2025 [Ex] Northern Music Awards	28 APR 2022 [C] Write the Future, Music Technology Conference 	3-4 MAY 2025 [C] Liverpool Sound City Conference 9-10,13 MAY 2023 [Ex] Eurovision Song Contest 2023 23-25 MAY 2025 [Ex] BBC Radio 1's Big Weekend	19-22 JUN 2025 [Ex] On The Waterfront Festival 
JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
14 JUL 2025 [C] Modern Music Cities Conference 22-24 JUL 2025 [C] Association for Popular Music Education (APME) European Conference	20-26 AUG 2025 [Ex] International Beatleweek Festival 	2 SEP 2025 [C] International Conference on Music, Musical Gestures and Embodied Cognition (ICMMGEC)	18-19 OCT 2025 [Ex/Ex] The UK Drum Show 2025 	29 NOV 2024 [C] EXPEDITION ONE	

ภาพที่ 3-14 ปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (City Events and Festivals Calendar)

ที่มา : ผู้วิจัย

ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี ส่วนปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ในช่วงปี พ.ศ. 2565-2568 อุตสาหกรรมไมซ์ได้เข้าไปสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของลิเวอร์พูลตลอดทั้งกระบวนการ ดังนี้ (1) การสร้างโอกาสในการเข้าสู่อุตสาหกรรมดนตรีของเมืองในช่วงต้นน้ำ ด้วยการจัดงานนิทรรศการและการประชุมวิชาชีพระดับนานาชาติ (2) การเป็นเวทีแลกเปลี่ยน เสวนา นิทรรศการ ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมดนตรี เช่น ลิขสิทธิ์ของผู้สร้างสรรค์ อนาคตและเทคโนโลยีของอุตสาหกรรม การสร้างความยั่งยืน ฯลฯ ในช่วงกลางน้ำและปลายน้ำ ด้วยการจัดงานประชุมวิชาชีพระดับนานาชาติและระดับท้องถิ่น (3) การสร้างเครือข่ายและความเข้มแข็งของระบบนิเวศในอุตสาหกรรมดนตรีของเมืองในช่วงกลางน้ำ ด้วยการจัดงานประชุมวิชาชีพระดับนานาชาติ (4) การกำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรีของเมืองในช่วงกลางน้ำ ด้วยการจัดงานประชุมวิชาชีพระดับนานาชาติ (5) การเชื่อมโยงผู้จำหน่ายและผู้บริโภคที่ครอบคลุมทั้งอุตสาหกรรมดนตรีของเมืองในช่วงปลายน้ำ ด้วยการงานนิทรรศการและงานอีเวนต์ระดับนานาชาติ รวมถึงการจัดงานนิทรรศการระดับชาติ (6) การสร้างการรับรู้และส่งเสริมบุคลากรในอุตสาหกรรมดนตรีในช่วงปลายน้ำ ด้วยการงานอีเวนต์ระดับชาติ (7) การส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างบรรยากาศด้านดนตรีให้กับเมืองในช่วงปลายน้ำ ด้วยการงานอีเวนต์และการประชุมวิชาชีพในระดับนานาชาติ



ภาพที่ 3-15 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมดนตรี และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของเมืองลิเวอร์พูล และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

3.3.2 ปาร์มา เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (Parma UNESCO City of Gastronomy)

ปาร์มาได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโก (UNESCO Creative City of Gastronomy) เมื่อปี ค.ศ. 2015 เพื่อเป็นการรับรองถึงมรดกทางอาหารที่โดดเด่น และความมุ่งมั่นของเมืองในการส่งเสริมระบบอาหารที่ยั่งยืน การทำอาหารของปาร์มาเกี่ยวข้องกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและความสัมพันธ์ที่สมดุลระหว่างการผลิตในเขตเมืองกับพื้นที่เกษตรรอบนอก เมืองนี้มีชื่อเสียงจากผลิตภัณฑ์อาหารขึ้นชื่อระดับโลก เช่น พาร์มีจาโน เรจจาโน (Parmigiano Reggiano) และพรอชุตโต ดี ปาร์มา (Prosciutto di Parma) อีกทั้งยังเป็นเจ้าภาพจัดงานแสดงสินค้าอาหารระดับนานาชาติ เช่น Cibus ซึ่งถือเป็นงานสำคัญของผู้เชี่ยวชาญในภาคเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารทั้งในและต่างประเทศ

ปาร์มาเป็นศูนย์กลางด้านอาหารของ “Italian Food Valley” โดยมีแรงงานถึงร้อยละ 30.5 ทำงานในภาคอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ซึ่งเป็นแกนหลักของประวัติศาสตร์และเศรษฐกิจท้องถิ่นของเมือง ปาร์มาได้รับการจัดอันดับจากมูลนิธิ Qualivita ให้เป็นเมืองอันดับหนึ่งของอิตาลีด้านคุณภาพอาหารเกษตร และยังได้รับการแต่งตั้งให้เป็นที่ตั้งของสำนักงานความปลอดภัยอาหารแห่งยุโรป (European Food Safety Authority) วิทยาลัยด้านอาหารของปาร์มาผูกโยงกับแนวคิดเรื่องความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการผลิตในท้องถิ่นและความสัมพันธ์แบบเกื้อหนุนระหว่างเขตเมืองและชนบท

ปาร์มาเป็นเจ้าภาพจัดงานกิจกรรมด้านอาหารที่สำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายภาคส่วน ทั้งผู้ประกอบการ อุตสาหกรรม และงานวิจัย เช่น งาน Cibus งานแสดงสินค้าอาหารนานาชาติในช่วงยี่สิบปีที่ผ่านมา ได้กลายเป็นเวทีสำคัญของผู้ประกอบการในภาคเกษตรและอาหารทั้งในระดับชาติและนานาชาติ Cibus ยังได้พัฒนาแนวทางบูรณาการหลายมิติ เช่น การจัดงานร่วมกับ Cibus Tec/Food Pack ซึ่งเน้นการนำเสนอเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมอาหาร และเน้นความยั่งยืน ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต และความปลอดภัยด้านอาหาร รวมถึงโครงการ CibusLand ที่มุ่งสร้างความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่เมืองและชนบท เพื่อส่งเสริมการบริโภคที่ดีต่อสุขภาพและยั่งยืน

เมืองปาร์มาแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาที่ขับเคลื่อนด้วยวัฒนธรรม โดยมีธุรกิจสร้างสรรค์มากเกือบ 3,000 ราย สภาเมืองปาร์มาได้เสริมสร้างกลยุทธ์และนโยบายเพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในด้านอาหาร ซึ่งได้รับอิทธิพลจากตลาดเกษตรกรที่เรียกว่า The Court: From the Earth to the Table ซึ่งเป็นตลาดแรกที่ตระหนักถึงความสำคัญของการขายตรงและห่วงโซ่อุปทานสำหรับการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน รัฐบาลท้องถิ่นยังให้ความสำคัญกับการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาลและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ เพื่อรักษาความหลากหลายทางชีวภาพและความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (UNESCO, n.d.)

ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร เมืองปาร์มาวางวิสัยทัศน์ในการดำเนินงาน ดังนี้

- ส่งเสริมโปรแกรมการศึกษาและงานวิจัยด้านอาหาร โดยเฉพาะผ่านแล็บวิทยาศาสตร์อาหาร (Food Science and Labs) เพื่อสร้างองค์ความรู้และความร่วมมือทางวิชาการ
- เสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างเมืองกับชนบท และอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น ผ่านโครงการวัฒนธรรมอาหารและการพัฒนาที่ดิน (Food Culture and Land Development) ที่มุ่งสร้างสมดุลระหว่างเกษตรกรรมในเมืองและรอบเมือง
- ส่งเสริมแนวทางสหวิทยาการและการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมอย่างครอบคลุม ผ่านโครงการศิลปะ ดนตรี และอาหารชั้นเลิศ (Art, Music and Fine Foods Programme)

- สร้างความร่วมมือกับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารอื่น ๆ ผ่านโครงการ Become a City of Gastronomy ซึ่งมุ่งส่งเสริมการเข้าร่วมในกิจกรรมอาหารระดับนานาชาติที่ปาร์มาเป็นเจ้าภาพ
- สร้างความตระหนักรู้ในหมู่เยาวชนเกี่ยวกับอาหารยั่งยืนและการมีสุขภาพดี ผ่านโครงการอาหารและโภชนาการสำหรับเด็กและเยาวชน (Food and Nutrition for Children and Youth Project)
- ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ผ่านโครงการ Food for Future ซึ่งเน้นบทบาทของอาหารและศาสตร์ด้านอาหารในฐานะเครื่องมือขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในซีกโลกเหนือและใต้ (North-South Cooperation)

นโยบายและยุทธศาสตร์จากภาครัฐที่สนับสนุนเมืองปาร์มาในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร

ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโก ปาร์มาได้วางแนวทางการพัฒนาผ่านนโยบายและยุทธศาสตร์หลากหลาย เช่น

การจัดตั้งมูลินี Parma UNESCO Creative City of Gastronomy

ในปี ค.ศ. 2017 เมืองปาร์มาได้จัดตั้งมูลินี Parma UNESCO Creative City of Gastronomy เพื่อเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหาร การศึกษา และความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยมูลินีนี้ทำงานร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านวัฒนธรรมอาหาร (Parma City of Gastronomy, n.d.)

การจัดงานสัมมนาและฟอรัมระดับนานาชาติ

ในปี 2019 เมืองปาร์มาได้เป็นเจ้าภาพจัดงาน UNESCO World Forum on Culture and Food ซึ่งเน้นการเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมและอาหาร เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีการรับรองปฏิญญาปาร์มา (Parma Declaration) ที่เน้นการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมผ่านวัฒนธรรมอาหาร (Onuitalia, 2019)

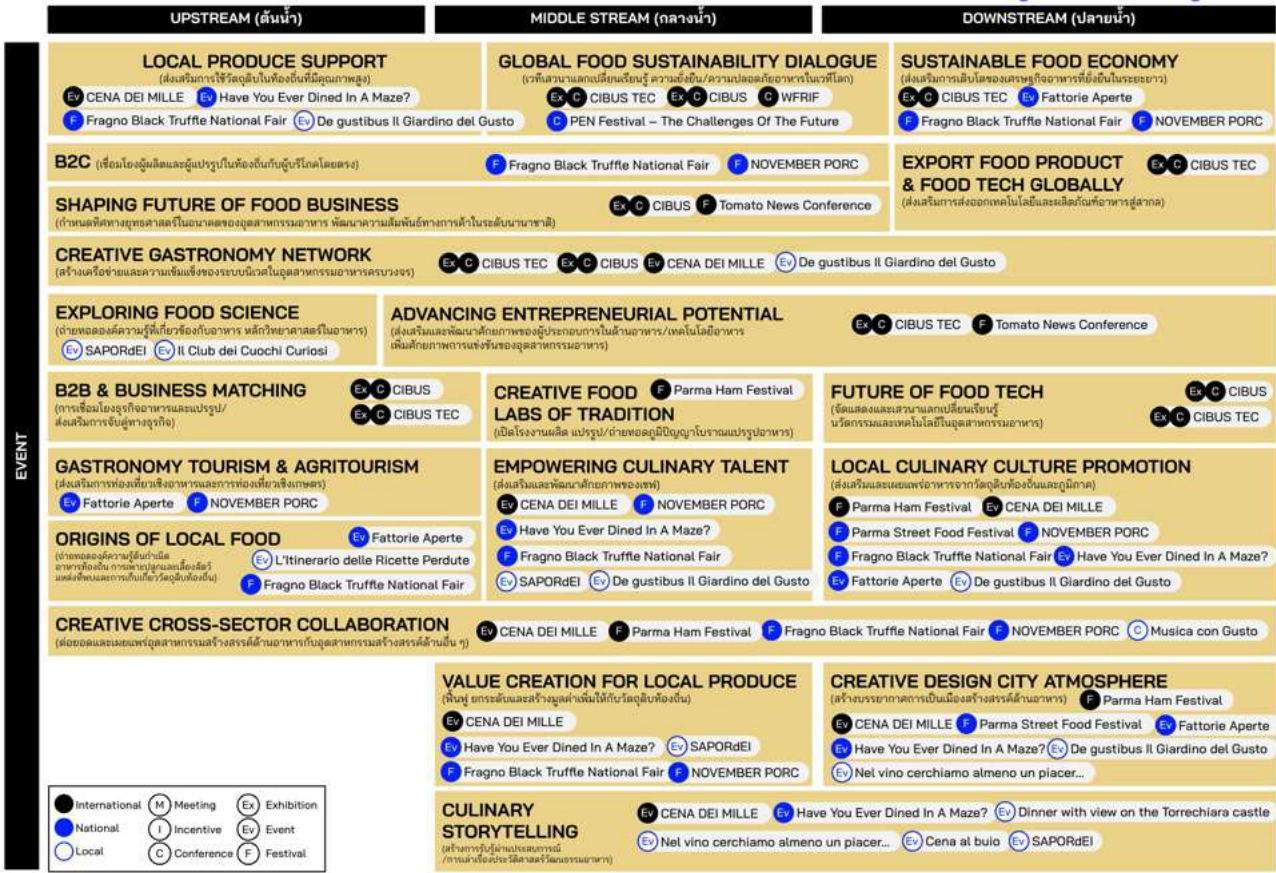
การส่งเสริมการศึกษาและการวิจัยด้านอาหาร

เมืองปาร์มาได้ส่งเสริมการศึกษาและการวิจัยด้านอาหารผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น Food Science and Labs และ Food and Nutrition for Children and Youth เพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับอาหารที่ยั่งยืนและการมีสุขภาพดีในหมู่เยาวชน (UNESCO, n.d.)

บทบาทของอุตสาหกรรม MICE ในการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์

ปาร์มาใช้ประโยชน์จากอุตสาหกรรมการประชุม นิทรรศการ และงานแสดง (MICE) เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ด้านอาหารของเมือง และขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างกิจกรรมสำคัญ เช่น Cibus งานแสดงสินค้าอาหารนานาชาติที่รวบรวมผู้เชี่ยวชาญจากอุตสาหกรรมเกษตร-อาหารทั่วโลก Cibus Tec/Food Pack งานแสดงเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร มุ่งเน้นด้านความยั่งยืนและประสิทธิภาพในการผลิต CibusLand พื้นที่เชิงแนวคิดที่ส่งเสริมความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ในเมืองกับชนบท เพื่อการบริโภคอาหารที่ยั่งยืนและดีต่อสุขภาพ ฯลฯ กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแสดงให้เห็นถึงความเป็นเลิศด้านอาหารของปาร์มา แต่ยังเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้และความร่วมมือในระดับนานาชาติ ซึ่งช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของปาร์มาในฐานะศูนย์กลางของความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหาร

ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมอาหาร ส่วนปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)



ภาพที่ 3-16 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของปาร์มา และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ที่มา : ผู้วิจัย

3.3.3 โซล เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ (Seoul UNESCO City of Design)

โซลได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของยูเนสโก (UNESCO Creative City of Design) เมื่อปี ค.ศ. 2010 ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของเมืองในการใช้การออกแบบเป็นกลไกในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนและการสร้างนวัตกรรมทางวัฒนธรรม มีการขับเคลื่อนเมืองในฐานะการเป็นเมืองด้านการออกแบบ ผ่านมรดกทางวัฒนธรรม อุตสาหกรรมการออกแบบที่มีชีวิตชีวา และวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ที่ใช้การออกแบบเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูเมืองและการพัฒนาเศรษฐกิจ โซลมีความมุ่งมั่นในการเป็นเลิศในนวัตกรรมด้านการออกแบบ (International Council of Design, 2010)

นโยบายและแผนกลยุทธ์ที่สนับสนุนสถานะเมืองออกแบบของโซล

สถานะเมืองสร้างสรรค์ของโซลได้รับการสนับสนุนโดยนโยบายและกลยุทธ์ที่เข้มแข็ง เช่น

นโยบาย Design Seoul และนโยบาย Design Seoul 2.0

ในช่วงปลายทศวรรษ 2000 โซลได้มีนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ คือ “Design Seoul” ที่มุ่งพัฒนาคุณภาพของพื้นที่สาธารณะ โครงสร้างพื้นฐาน และบริการของเมืองผ่านการออกแบบที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง ความยั่งยืน และสุนทรียะ มีการออกแบบเชิงนโยบายที่ชัดเจน เช่น ทางเท้าแบบ Barrier-free ป้ายบอกทางที่เข้าใจง่าย

ต่อมา ในปี ค.ศ. 2024-2028 ได้วางนโยบาย/แผนยุทธศาสตร์ที่ต่อยอดจากนโยบายเดิม คือ “Design Seoul 2.0” โดย (1) มุ่งใช้การออกแบบเป็นกลไกขับเคลื่อน เศรษฐกิจ การสร้างงาน และการเชื่อมโยงระดับโลก ด้วยงบประมาณมากกว่า 172 พันล้านวอน ภายใน 5 ปี โดยคาดว่าจะสร้างผลผลิตทางเศรษฐกิจมูลค่า 408.9 พันล้านวอน และสร้างงานใหม่จำนวน 2,346 ตำแหน่ง (2) มีการมุ่งเน้นด้านการศึกษาและการพัฒนาทักษะ เช่น การจัดตั้ง “Seoul-type Design School” ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการศึกษาออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของนักออกแบบ โดยมีเป้าหมายในการฝึกอบรมผู้เข้าร่วม 1,000 คนในปีแรก (3) มีการสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็กโดยการเปิดตัว “Design Company Safe Insurance” ซึ่งเป็นประกันภัยที่ช่วยปกป้องบริษัทออกแบบขนาดเล็กจากความเสียหายในการดำเนินธุรกิจ เช่น ความเสียหายหรือการส่งมอบงานที่ล้มเหลว โดยรัฐบาลจะสนับสนุนค่าเบี้ยประกันภัย ร้อยละ 30 สำหรับบริษัท 1,500 แห่ง ในช่วง 5 ปี (4) การส่งเสริมกิจกรรมระดับนานาชาติ ผ่านการปรับปรุงและขยายงาน “Seoul Design Week” ให้เป็นหนึ่งในงานแสดงอุตสาหกรรมการออกแบบที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมและขยายพื้นที่จัดงานไปยังย่านต่าง ๆ เช่น Seongsu, Hongdae และ Gangnam และ (5) การสร้างคลัสเตอร์และแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยการพัฒนา “Seoul D Together” ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้การสนับสนุนแบบครบวงจรสำหรับนักออกแบบและบริษัทออกแบบ รวมถึงการสร้างคลัสเตอร์ในย่านต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมการออกแบบ เป็นต้น (Maeil Business Newspaper, 2024)

นอกจากนี้ กรุงโซลมีการเปิดตัวอัตลักษณ์แบรนด์ (Brand Identity: BI) ใหม่ล่าสุด ภายใต้แนวคิด “เมืองแห่งการออกแบบโซล” เพื่อส่งเสริมนโยบาย Design Seoul 2.0 และอุตสาหกรรมการออกแบบของเมืองให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดย BI ใหม่ที่ได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับแนวทางกราฟิกและการใช้โลโก้ของยูเนสโก แนวคิดของ BI ใหม่สะท้อนถึงโซลในฐานะเมืองที่มีหลากหลายมิติที่เป็นหม้อหลอมรวมของการออกแบบและวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยขึ้นของสีในโลโก้แทนภูมิศาสตร์ที่หลากหลายของเมือง สื่อถึงแนวคิดที่ว่า การออกแบบและวัฒนธรรมของโซลแผ่ขยายไปทั่วทั้งเมือง ก่อเกิดเป็นเมืองที่มีสีสันและชีวิตชีวา ซึ่งประกอบด้วย 4 ชั้นสีหลัก ได้แก่ Companionship (มิตรภาพ) Health (สุขภาพ) Charm (เสน่ห์) และ Change (การเปลี่ยนแปลง) (City of Design Network, 2024)



ภาพที่ 3-17 อัตลักษณ์แบรนด์ (Brand Identity) ของโซล เมืองแห่งการออกแบบ
ที่มา : City of Design Network, 2024

การจัดตั้งมูลนิธิการออกแบบโซล (Seoul Design Foundation: SDF)

มูลนิธิจัดตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2009 โดยรัฐบาลมหานครโซล เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการออกแบบของเมือง และเผยแพร่วัฒนธรรมการออกแบบผ่านโครงการต่าง ๆ เป็นองค์กรหลักในการดำเนินยุทธศาสตร์การออกแบบของเมือง รวมถึงการใช้ Dongdaemun Design Plaza (DDP) เป็นศูนย์กลางในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และจัดกิจกรรมเชิงนโยบายด้านการออกแบบ รวมถึงทำให้การบริหารจัดการนโยบายการออกแบบมีความต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยเป็นสถาบันหลักที่บริหารจัดการกิจกรรมและแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว

นอกจากนี้ Dongdaemun Design Plaza (DDP) เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญของเมือง เป็นศูนย์กลางการออกแบบและวัฒนธรรมที่สำคัญของโซล ซึ่งกลายเป็นสัญลักษณ์ของ “เมืองแห่งการออกแบบ” ของโซล และเป็นสถานที่จัดงานหลัก (venue) ในกิจกรรมและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ รวมถึงการเป็นเจ้าภาพงานระดับนานาชาติ เช่น Seoul Design Week, Human City Design Award (การประกวดออกแบบเพื่อเมืองที่มนุษย์อยู่ได้อย่างยั่งยืน)



ภาพที่ 3-18 Dongdaemun Design Plaza (DDP)

ที่มา : Visit Korea, n.d.

การใช้การออกแบบเป็นเครื่องมือทางการทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy through Design)

โซลไชนโยบายส่งเสริม K-Design และงานออกแบบร่วมสมัยเป็นเครื่องมือสร้างภาพลักษณ์ของชาติ ในการขยายอิทธิพลของโซลในฐานะผู้นำด้านการออกแบบในเอเชีย และสอดคล้องกับพันธกิจของยูเนสโกที่เน้นการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนข้ามประเทศ

ห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมออกแบบ ส่วนปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)



ภาพที่ 3-19 ระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมออกแบบ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องของโซล และความเชื่อมโยงกับปฏิทินการจัดงานไมซ์และเทศกาลของเมือง (Event and Festival)

ที่มา : ผู้วิจัย

บทที่ 4

กิจกรรมกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในการพัฒนาต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) ในการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ ผ่านการใช้โมเดลเป็นเครื่องมือ จำเป็นต้องมีการระดมความคิดเห็น กำหนดทิศทาง และสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการใช้โมเดลเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนและยกระดับเมืองสร้างสรรค์ ดังนั้น จึงได้มีการดำเนินการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) และกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) กับเมืองสร้างสรรค์ จำนวน 2 เมือง ที่ได้รับคัดเลือกจากการประชุมหารือร่วมกับ สสบน. ได้แก่ เพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร และเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับเมืองสร้างสรรค์ จำนวน 4 ครั้ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- การจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวน 2 ครั้ง ใน 2 จังหวัด ผ่านช่องทางออนไลน์ (Zoom) โดยให้ผู้เข้าร่วมเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในประเด็นที่เกี่ยวข้อง อาทิ ระบบนิเวศ (ecosystem) และกิจกรรมโมเดลที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์ของเมือง ในการเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก และข้อเสนอแนะอื่น ๆ
- การจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จำนวน 2 ครั้ง ใน 2 จังหวัด ได้แก่ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี และโรงแรม Riverie by Katathani จังหวัดเชียงราย โดยให้ผู้เข้าร่วมเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ อาทิ กิจกรรมโมเดลหรือโครงการที่จะช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ในอนาคต แผนการดำเนินงานในระยะสั้น-กลาง-ยาว และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 การจัดกิจกรรมในจังหวัดเพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร

4.1.1 การจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

การดำเนินการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในวันที่ 12 มิถุนายน พ.ศ. 2568 เวลา 13.30-15.00 น. ผ่านช่องทางออนไลน์ (Zoom) มีจุดประสงค์ (1) เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อโครงการ (2) เพื่อสร้างการรับรู้ และร่วมกำหนดทิศทางในการใช้อุตสาหกรรมโมเดล (3) เพื่อให้ทุกฝ่ายเห็นภาพและทิศทางในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ผ่านการจัดกิจกรรมโมเดล (4) เพื่อนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาประมวล เพื่อเป็นข้อมูลและให้ผลการศึกษาโครงการลุล่วงต่อไป

โดยมีกำหนดการจัดกิจกรรม ดังนี้

เวลา	กิจกรรม
13.30-13.50 น. 20 นาที	กล่าวแนะนำโครงการ โดย รองศาสตราจารย์ ดร.พีรตร แก้วลาย หัวหน้าโครงการ
13.50-14.50 น. 60 นาที	รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม
14.50-15.00 น. 10 นาที	สรุปกิจกรรม

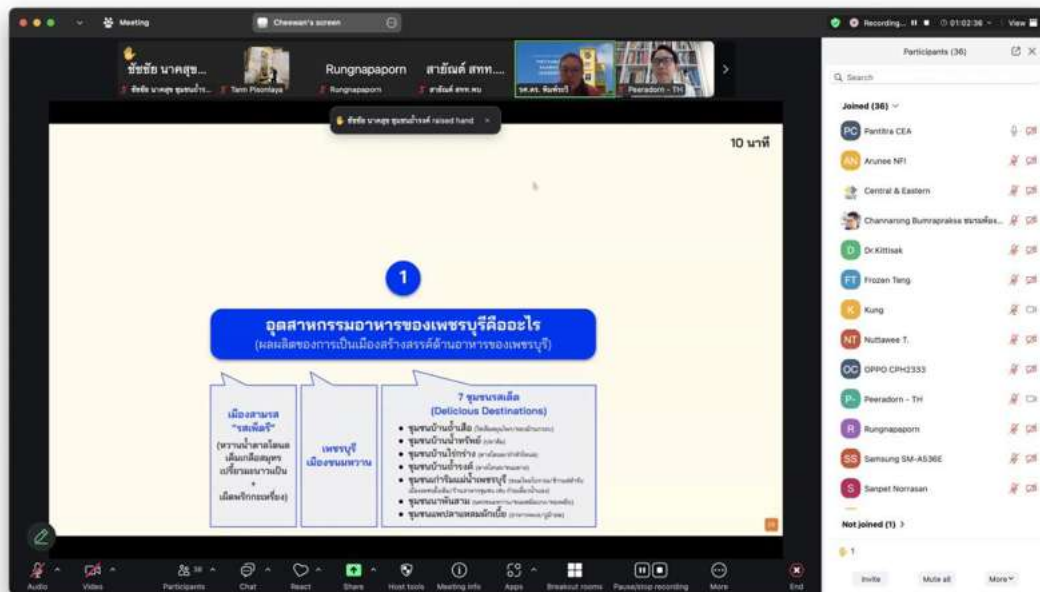
4.1.1.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม

ในการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จังหวัดเพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร มีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 31 คน เป็นหน่วยงานภาครัฐ 13 คน ภาคเอกชน 8 คน ภาคประชาชน/กลุ่มขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ 6 คน และภาคการศึกษา 4 คน โดยมีรายชื่อ ดังนี้

ตารางที่ 4-1 รายชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	คุณเบญจวรรณ มีเผือก	หัวหน้าสำนักงานจังหวัดเพชรบุรี (แทนผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี)	สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี
2	คุณภาณุวัฒน์ พูลสวัสดิ์	ผู้อำนวยการกลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด	สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี
3	คุณกัญญพัชร นางาม	วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี
4	คุณสิริวิมล พวงทอง	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี
5	คุณฉัตรทริกา เตาวโรตม	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี
6	คุณตฤณณ์ภัสร์ วงศ์กุลธนกิจ	นักสังคมสงเคราะห์	สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดเพชรบุรี
7	คุณดวงใจ คุ่มสอาด	ผู้อำนวยการ	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเพชรบุรี
8	คุณณัฐวีร์ แดงน้อย	ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์พื้นที่สร้างสรรค์	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
9	ดร.ศัชพล จั่นเพชร	หัวหน้างานพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยว	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
10	คุณอรุณี อูสาหะ	ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจผู้ประกอบการ	สถาบันอาหาร
11	คุณสายัณต์ สิทธิโชคธรรม	ประธาน	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี
12	คุณอานนท์ วงษ์เชียง	คณะกรรมการสมาคมฝ่ายประชาสัมพันธ์	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี
13	คุณอิทธิกร ชำนาญอักษร	รองเลขาธิการ	หอการค้าจังหวัดเพชรบุรี
14	คุณอารดา โรจนเบญจกุล	เลขานุการ	เครือข่ายธุรกิจ MOC Biz Club
15	คุณบุญเลิศ พุ่มจิตร	รองประธาน	สภาวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
16	คุณณัฐธิดา น้อยแนบ	เจ้าหน้าที่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม จังหวัดเพชรบุรี	สภาวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี
17	คุณชาญณรงค์ บำราพริกซ์	Creative Director Charles Style Phetchaburi และประธานชมรม ห้องทดลองเซฟส์เทเบิลเมืองพริบพรี	ชมรมห้องทดลองเซฟส์เทเบิลเมือง พริบพรี
18	คุณทวีโรจน์ กล้ากล่อมจิตต์	ผู้ก่อตั้งมิวเซียมเพชรบุรี	มิวเซียมเพชรบุรี
19	คุณสุนิสา ประทุมเทือง	หัวหน้า	กลุ่มลูกหว่า เพชรบุรี
20	คุณทศพร ลิ้มดำเนิน	ผู้ร่วมก่อตั้ง	ชาร์ล สไตล์ เพชรบุรี
21	คุณนราธร สัตย์ชื่อ	อาจารย์	สาขาวิชาเทคโนโลยีและศิลปการ ประกอบอาหาร คณะวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพชรบุรี
22	รศ.ดร.พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสตัย	อาจารย์	สาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยว และการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพชรบุรี
23	รศ.ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก	ผู้อำนวยการสำนักงานจัดการทรัพย์สิน	มหาวิทยาลัยศิลปากร
24	ผศ. แสงประเสริฐ ปานเนียม	อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
25	รศ.สุนันท์ นิลพงษ์	นายก	สมาคมกลุ่มคนรักเมืองเพชร
26	คุณปริญญญา ศรีสุคนธ์	อุปนายก	สมาคมกลุ่มคนรักเมืองเพชร
27	คุณชัชชัย นาคสุข	ประธานวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านไร่สะท้อนถ้ำรงค์	ชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี
28	คุณสุภัทสร่า บัวทอง	ประชาสัมพันธ์กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ (โฮมสเตย์บ้านถ้ำเสือ)	ชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี
29	คุณสุรัชธานี ทองมี	ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ ภาคกลาง	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (องค์การมหาชน)
30	ดร.กรัญญ์ สุทธารมณ	ผู้แทนการตลาด สำนักส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ ภาคกลาง	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (องค์การมหาชน)
31	คุณจุฑารัตน์ แสนประสิทธิ์	ผู้จัดการ สำนักส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ ภาคกลาง	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (องค์การมหาชน)



ภาพที่ 4-1 บรรยากาศกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จังหวัดเพชรบุรี

4.1.1.2 เครื่องมือและกระบวนการในการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

ในการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ได้มีการกำหนดประเด็นเพื่อให้ความเห็นและแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อได้ข้อสรุปในประเด็นคำถามที่กำหนด โดยประเด็นที่กำหนดให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีดังนี้

- 1) อุตสาหกรรมอาหารของเพชรบุรีคืออะไร (ผลผลิตของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี)
- 2) กลุ่มขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหาร/อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเพชรบุรีคือใคร
- 3) กิจกรรม MICE/Event เหล่านี้ มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างไร เป้าหมายของงานกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร
 - พระนครคีรี-เมืองเพชร
 - กาลาดินเนอร์ ณ พระนครคีรี
 - Phetchaburi Creative City : Eat & Art Unlimited (เทศกาลอาหารผสมผสานศิลป์ เมืองเพชร เมืองสร้างสรรค์)
 - ควงคู๋ ดุวัง นั่งชิมอาหาร ชมงานศิลป์ ถิ่นพริบพรี
 - รสเพ็ชร์ สุกี้สายพาน
 - Phetchaburi City of Gastronomy (CHA-AM Food Festival)
 - Diamond of The SALT Festival
 - Art of Salt
 - เทศกาลอาหาร ชะอำ-เพชรบุรี Soft Power & Food Festival
 - เทศกาลกินปลา แก่งกระจาน
 - เทศกาลกินหอย ดูนก ตกหมึก

- เทศกาลชิมปูซึก
- เทศกาลอาหารและบอลูนานาชาติ
- มหกรรมอาหารพื้นบ้านอำเภอบ้านแหลม

4) ข้อจำกัดในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้านอาหารของเพชรบุรีคืออะไร

4.1.1.3 ผลสรุปกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จังหวัดเพชรบุรี

ผลผลิตของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี สีนทรัพย์ของเพชรบุรี ได้แก่ **วัตถุดิบท้องถิ่น (local ingredients)** เช่น ของป่า ผลผลิต/วัตถุดิบการเกษตร (น้ำตาลโตนด มะนาวแป้น เกลือสมุทร และพริกกะเหรี่ยง) นอกจากนี้ ยังมี**ความเป็นนครแห่งอาหาร/ชุมชนแห่งอาหาร (Taste Collective)** ได้แก่ การเป็นเมืองขนมหวานพื้นบ้าน การมี 7 ชุมชนรสเด็ด หรือ Delicious Destinations (ได้แก่ (1) ชุมชนบ้านถ้ำเสือ : ไข่เค็มสมุนไพร/ทองม้วนกรอบ (2) ชุมชนบ้านน้ำทรัพย์ : ปลาสาม (3) ชุมชนบ้านไร่กว้าง : ตาลโตนด/ยำหัวโหนด (4) ชุมชนบ้านถ้ำรงค์ : ตาลโตนด/ขนมตาล (5) ชุมชนเก่าริมแม่น้ำเพชรบุรี : ขนมไทยโบราณ/ข้าวแช่ตำรับเมืองเพชรดั้งเดิม/ร้านอาหารชุมชน เช่น ก๋วยเตี๋ยวน้ำแดง (6) ชุมชนนาพันสาม : นครขนมหวาน/ขนมหม้อแกง/ทองหยิบ (7) ชุมชนแพปลาแหลมผักเบี้ย : อาหารทะเล/ปูม้าสด) และการเป็นเมืองสามรส (หวานจากน้ำตาลโตนดเปรี้ยวจากมะนาวแป้น เค็มจากเกลือสมุทร รวมถึงเผ็ดจากพริกกะเหรี่ยง)

โดยสินทรัพย์ด้านอาหารของเพชรบุรีได้มีการยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้กับสินทรัพย์เดิม ด้วยกลไกต่าง ๆ เช่น เมนูอาหารเชิงสุขภาพ (Healthy Cuisine) หรือการพัฒนาและยกระดับวัตถุดิบและเมนูท้องถิ่นเพื่อใช้ในบริการจัดเลี้ยง (Catering/Coffee Break) ในกิจกรรมไมซ์ นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาและการใช้ **Food Technology & Innovation** กับวัตถุดิบและเมนูท้องถิ่น เช่น การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการยืดอายุอาหารของขนมหม้อแกง ฯลฯ



ภาพที่ 4-2 ผลผลิตของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี

จุดเด่นของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี ได้แก่ มีการสร้างมาตรฐานให้กับอาหารท้องถิ่น (local food standard) มีการต่อยอดอาหารกับด้านอื่น ๆ (elevate & value-up) เช่น การต่อยอดสู่เส้นทางท่องเที่ยวสายอาหาร และมีความเข้มแข็งในด้านเทคโนโลยีอาหาร (food tech)

ข้อจำกัดของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี ได้แก่ ขาดโครงสร้างคณะทำงานด้านเมืองสร้างสรรค์ (work structure) ขาดการส่งเสริมวัตถุดิบท้องถิ่น รวมถึงภาคการเกษตร (local ingredient support) ขาดการประชาสัมพันธ์และการสร้างการรับรู้กับบุคคลทั่วไป (PR & awareness) ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกของท้องถิ่นในการรองรับกิจกรรมไมซ์ รวมถึงขาดบุคลากรที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น ล่ามสื่อสาร (local MICE facilities & staff) และขาดแหล่งรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (data center)



ภาพที่ 4-3 จุดเด่นและข้อจำกัดของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี

สิ่งที่เพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ต้องการดำเนินการในอนาคต ได้แก่ (1) การสร้างการรับรู้ในระดับโลก (global recognition) เช่น การได้รับรางวัลระดับโลก (มิชลินไกด์ มิชลินสตาร์) (2) การประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้กับบุคคลทั่วไป (PR & awareness) (3) การจัดกิจกรรมหรืองานเทศกาลต่าง ๆ ที่มีความต่อเนื่องและยั่งยืน (4) การจัดทำระบบฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี (5) การจัดตั้งโครงสร้างคณะทำงานที่สนับสนุนเมืองสร้างสรรค์ที่ขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ (6) การมีกลไกที่ทำให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทในการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารอย่างแท้จริง



ภาพที่ 4-4 สิ่งที่ยากดำเนินการในอนาคต

4.1.2 การจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop)

การดำเนินการจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2568 เวลา 13.00-16.00 น. ณ ห้องประชุม Napalai A (นาลาย เอ) ชั้นล๊อบบี้ โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน มีจุดประสงค์ (1) เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อโครงการ (2) เพื่อสร้างการรับรู้ และร่วมกำหนดทิศทางในการใช้อุตสาหกรรมไม้ (3) เพื่อให้ทุกฝ่ายเห็นภาพและทิศทางในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ผ่านการจัดกิจกรรมไม้ (4) เพื่อนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาประมวลเพื่อเป็นข้อมูลและให้ผลการศึกษาโครงการลู่ทางต่อไป

โดยมีกำหนดการจัดกิจกรรม ดังนี้

เวลา	กิจกรรม
13.00-13.30 น. 30 นาที	ลงทะเบียน
13.30-13.35 น. 5 นาที	กล่าวเปิดโครงการ โดย รองศาสตราจารย์ ดร.พีรตร แก้วลาย หัวหน้าโครงการ
13.35-13.45 น. 10 นาที	กล่าวแนะนำโครงการ โดย รองศาสตราจารย์ ดร.พีรตร แก้วลาย หัวหน้าโครงการ
13.45-14.25 น. 40 นาที	กิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop)
14.25-14.35 น. 10 นาที	พักรับประทานอาหารว่าง
14.35-15.45 น. 70 นาที	กิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) และนำเสนอ
15.45-16.00 น. 15 นาที	สรุปกิจกรรม

4.1.2.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม

ในการจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร มีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 36 คน เป็นหน่วยงานภาครัฐ 13 คน ภาคเอกชน 12 คน ภาคประชาชน/กลุ่มขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ 9 คน และภาคการศึกษา 2 คน โดยมีรายชื่อ ดังนี้

ตารางที่ 4-2 รายชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	คุณวันเพ็ญ มังศรี	รองผู้ว่าราชการจังหวัด	สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี
2	คุณภาณุวัฒน์ พูลสวัสดิ์	ผู้อำนวยการกลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด	สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี
3	คุณอุไร กาลปักษ์	หัวหน้ากลุ่มยุทธศาสตร์และสารสนเทศ	สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี
4	คุณปณิดาภา สวนแก้ว	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี
5	คุณรุ่งนภาพร สิทธิรุ่ง	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ปฏิบัติการเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี
6	คุณตฤณณัฏฐ์ วงศ์กุลธนกิจ	นักสังคมสงเคราะห์	สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดเพชรบุรี
7	คุณสิริวิมล พวงทอง	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี
8	คุณศิญาณพัฐน์ มนเทียร	เจ้าหน้าที่พาณิชย์	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบุรี
9	คุณฐิติรัตน์ หิรัญวงศ์	ผู้อำนวยการกลุ่มยุทธศาสตร์และเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี
10	คุณจุฑารัตน์ แสนประสิทธิ์	ผู้แทน	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
11	ดร.กรัณย์ สุทธารมณ	ผู้แทน	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
12	คุณกนกวรรณ พฤกษ์พนาสันต์	ผู้แทน	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
13	คุณจันทร์เพ็ญ โสมรักษ์	ผู้แทน	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
14	ดร.กิตติศักดิ์ โชติกิตติพัฒน์	เลขาธิการ	หอการค้าจังหวัดเพชรบุรี
15	คุณเกรียงไกร	เลขาธิการ	หอการค้าจังหวัดเพชรบุรี

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
16	คุณธนภุต วชิรภิตติคุณ	ประธาน	YEC จังหวัดเพชรบุรี
17	คุณอิทธิกร ชำนาญอักษร	ประธาน	เครือข่ายธุรกิจ MOC Biz Club
18	รศ.สุนันท์ นิลพงษ์	นายก	สมาคมกลุ่มคนรักเมืองเพชร
19	คุณอำพล พงษ์พัฒน์	อุปนายก	สมาคมกลุ่มคนรักเมืองเพชร
20	อาจารย์ปราณี ชุ่มน้อย	เหรัญญิก	สมาคมกลุ่มคนรักเมืองเพชร
21	คุณสุริศักดิ์ ถวัลย์ศักดิ์วุฒิ	ประธาน	สมาพันธ์ SME ไทย จังหวัดเพชรบุรี
22	ดร.ไกรสร ศรีสุวรรณ	นักวิชาการอิสระ	ชมรมห้องทดลองเซลล์เทเบิลเมือง พริบพรี
23	คุณชาญณรงค์ บำราพรักษ์	Manager	ชาร์ล สไตล์ เพชรบุรี
24	คุณกฤตกร กฤติจุลหงส์	ผู้แทน	โตนคราฟต์
25	คุณทวีโรจน์ กล้ากลมจิตต์	ผู้ก่อตั้ง	มิวเซียมเพชรบุรี
26	คุณชูชาติ วรรณขำ	ประธาน	วิสาหกิจชุมชนเพชรน้ำทรัพย์
27	คุณชัยชัย นาคสุข	ประธานวิสาหกิจ	ชุมชนบ้านถ้ำรงค์
28	คุณบุษยมาศ นันธวิสุทธิ	ผู้ประสานงานชุมชน	ชุมชนบ้านถ้ำเสือ
29	คุณสุนันท์ สังข์พวง	ผู้แทน	ชุมชนบ้านถ้ำเสือ
30	คุณมณีนุชา วงศ์ขยาย	ผู้แทน	ชุมชนบ้านถ้ำเสือ
31	คุณรมย์กรณ์ เอราวัณ	ผู้ประสานงาน	ชุมชนย่านเมืองเก่าเพชรบุรี
32	คุณอัจฉรี เสริมทรัพย์	ผู้แทน	ชุมชนแหลมผักเบี้ย
33	คุณสุชาดา	ผู้แทน	ชุมชนแหลมผักเบี้ย
34	ผศ. แสนประเสริฐ ปานเนียม	อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
35	ดร.ทัดทอง พรหมณี	อาจารย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
36	คุณอุดมเดช เกตุแก้ว	ผู้สื่อข่าว	หนังสือพิมพ์เพชรภูมิ



ภาพที่ 4-5 บรรยากาศกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี (1)



ภาพที่ 4-6 บรรยากาศกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี (2)

4.1.2.2 เครื่องมือและกระบวนการในการจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop)

ในการดำเนินการจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) ได้มีการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็นกลุ่มย่อย จำนวน 3 กลุ่ม และให้ผู้เข้าร่วมเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะตามประเด็นที่กำหนดในเทมเพลต โดยแบ่งประเด็นเป็น 6 กิจกรรม มีรายละเอียด ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตที่อยากให้จังหวัดเพชรบุรีเป็น ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโกเป็นอย่างไร

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยระดมความคิดเกี่ยวกับทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตที่อยาก
ให้จังหวัดเพชรบุรีเป็น ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโก โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการ ดังภาพ



ภาพที่ 4-7 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 1 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี

กิจกรรมที่ 2 บทบาทของไม้ซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้าน อาหารของเพชรบุรี คืออะไร

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยระดมความคิดเกี่ยวกับบทบาทของไม้ซ์และงานเทศกาลที่จะ
ช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี เช่น ให้ไม้ซ์มีบทบาทในการสร้างการรับรู้ (Awareness) สร้าง
ความเข้าใจในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ในวงกว้าง ฯลฯ โดยแบ่งบทบาทของไม้ซ์และงานเทศกาลที่จะช่วยตอบโจทย์
เป็นช่วงต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

โดยช่วงต้นน้ำ จะเป็นต้นทุนหรือสิ่งที่มีอยู่เดิม เช่น สันทริพย์ด้านวัฒนธรรมเดิม วัตถุดิบพื้นถิ่น
กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเข้าสู่อุตสาหกรรมอาหารหรือเซฟรุ่มใหม่ ภาครัฐหรือหน่วยงานที่ขับเคลื่อนและสนับสนุน
ต้นน้ำของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร

กลางน้ำ จะเป็นกระบวนการที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับต้นทุน/วัตถุดิบ/สิ่งที่มีอยู่เดิม หรือการบ่ม
เพาะ/พัฒนาศักยภาพบุคลากร/เซฟ/ผู้ประกอบการ หรือการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารและความคิดสร้างสรรค์

ปลายน้ำ จะเป็นการส่งออกสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างการรับรู้ให้กับผลผลิตที่เกิดขึ้นจาก
กระบวนการสร้างสรรค์

กิจกรรมที่ 3 โครงการหรือกิจกรรมไม้ซ์ที่ตอบโจทย์ทิศทาง/เป้าหมาย และบทบาทของไม้ซ์ คืออะไร

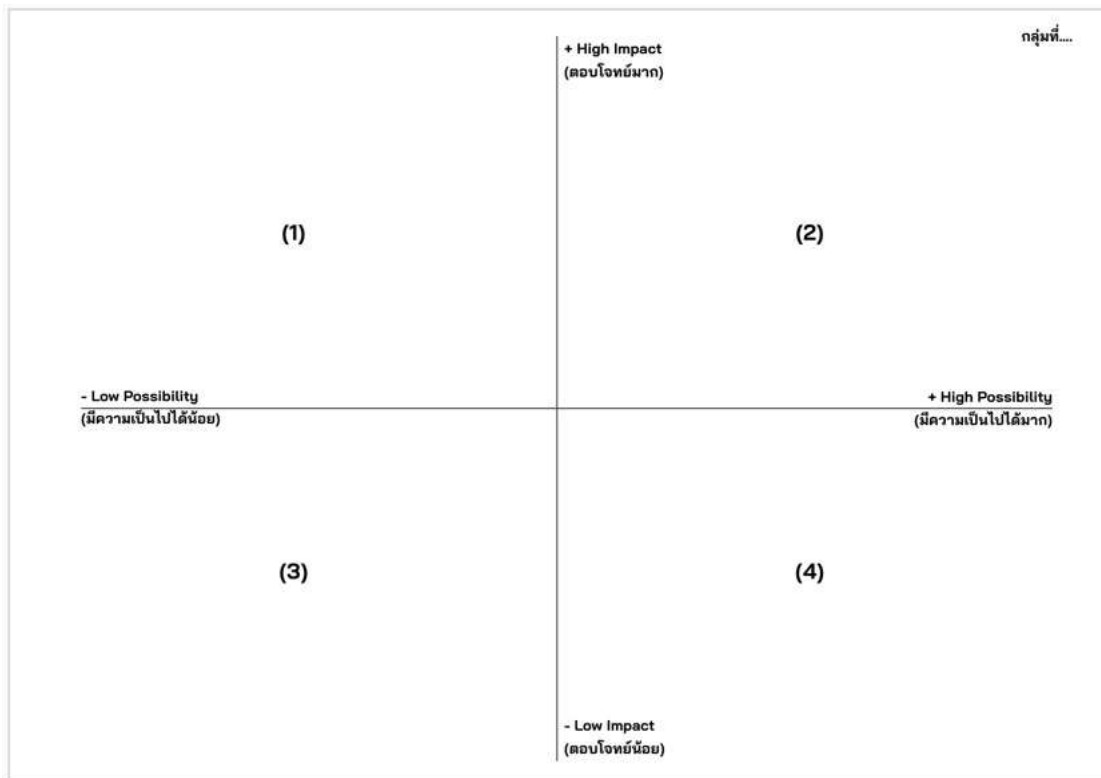
ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยระดมความคิดเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมไมซ์ ซึ่งควรจะเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่ตอบโจทย์ทิศทาง/เป้าหมายและบทบาทของไมซ์หรืองานเทศกาลที่ระดมความคิดในกิจกรรมที่ 1-2 กลุ่ม โดยใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น การคิดต่อยอดจากบทบาทและทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ การพัฒนา ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ และแบ่งโครงการหรือกิจกรรมออกเป็นช่วงต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการของกิจกรรมที่ 2-3 ดังภาพ

กลุ่มที่...		
UPSTREAM (ต้นน้ำ)	MIDDLE STREAM (กลางน้ำ)	DOWNSTREAM (ปลายน้ำ)

ภาพที่ 4-8 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 2-3 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี

กิจกรรมที่ 4 การประเมินและคัดเลือกโครงการหรือกิจกรรมไมซ์

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยนำโครงการหรือกิจกรรมที่ได้จากกิจกรรมที่ 3 มาคัดเลือกแนวคิดด้วยเครื่องมือแผนผังสำหรับจัดแนวคิด (Idea Folio) ซึ่งจะมีการจัดกลุ่มแนวคิดที่คล้ายกันให้อยู่รวมกัน และพิจารณาถึงคุณลักษณะ 2 ข้อ ได้แก่ (1) ความเป็นไปได้ของแนวคิด (มาก-น้อย) ควบคู่กับ (2) ระดับในการตอบ โจทย์ (มาก-น้อย) ก่อนที่จะย้ายโครงการหรือกิจกรรมมาติดลงบนแผนผัง ในกรณีที่มีแนวคิดที่ “เป็นไปได้มาก” และ “ตอบโจทย์มาก” หลายแนวคิด ในกลุ่มย่อยสามารถทำการคัดเลือกแนวคิดร่วมกันอีกครั้ง โดยใช้เกณฑ์อื่น ๆ ในการ พิจารณา หรือรวมแนวคิดที่มีศักยภาพหลายแนวคิดเข้าด้วยกัน เพื่อนำไปสู่กิจกรรมถัดไป โดยมีเครื่องมือที่ใช้ใน กระบวนการของกิจกรรมที่ 4 ดังภาพ



ภาพที่ 4-9 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 4 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี

กิจกรรมที่ 5 การจัดทำแผนแม่บทโครงการหรือกิจกรรมไม่ซ์

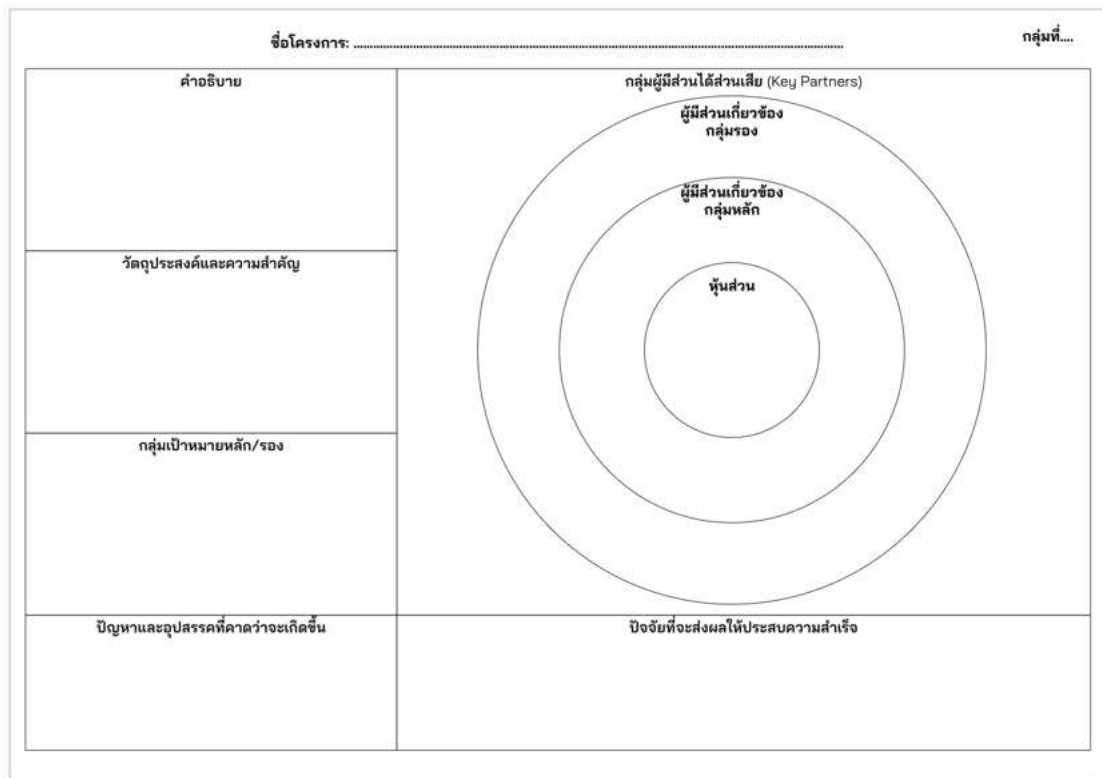
ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อมนำโครงการหรือกิจกรรมจากกิจกรรมที่ 4 มาติดลงบนแผนผังแผนแม่บทโครงการหรือกิจกรรมไม่ซ์ โดยแบ่งเป็นแผนระยะสั้น ภายใน 1 ปี แผนระยะกลาง ภายใน 1-3 ปี และแผนระยะยาว ภายใน 3-5 ปี โดยประเมินจากความเป็นไปได้มาก-น้อยของกิจกรรมในการประเมินระยะการดำเนินงานของแผน เช่น โครงการหรือกิจกรรมที่มีความเป็นไปได้มากและตอบโจทย์มาก มีความเป็นไปได้ที่จะถูกบรรจุอยู่ในแผนระยะสั้น ภายใน 1 ปี ฯลฯ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการของกิจกรรมที่ 5 ดังภาพ

กลุ่มที่...		
แผนระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)	แผนระยะกลาง (ภายใน 1-3 ปี)	แผนระยะยาว (ภายใน 3-5 ปี)

ภาพที่ 4-10 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 5 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี

กิจกรรมที่ 6 รายละเอียดโครงการหรือกิจกรรมไม่ซ้ำ

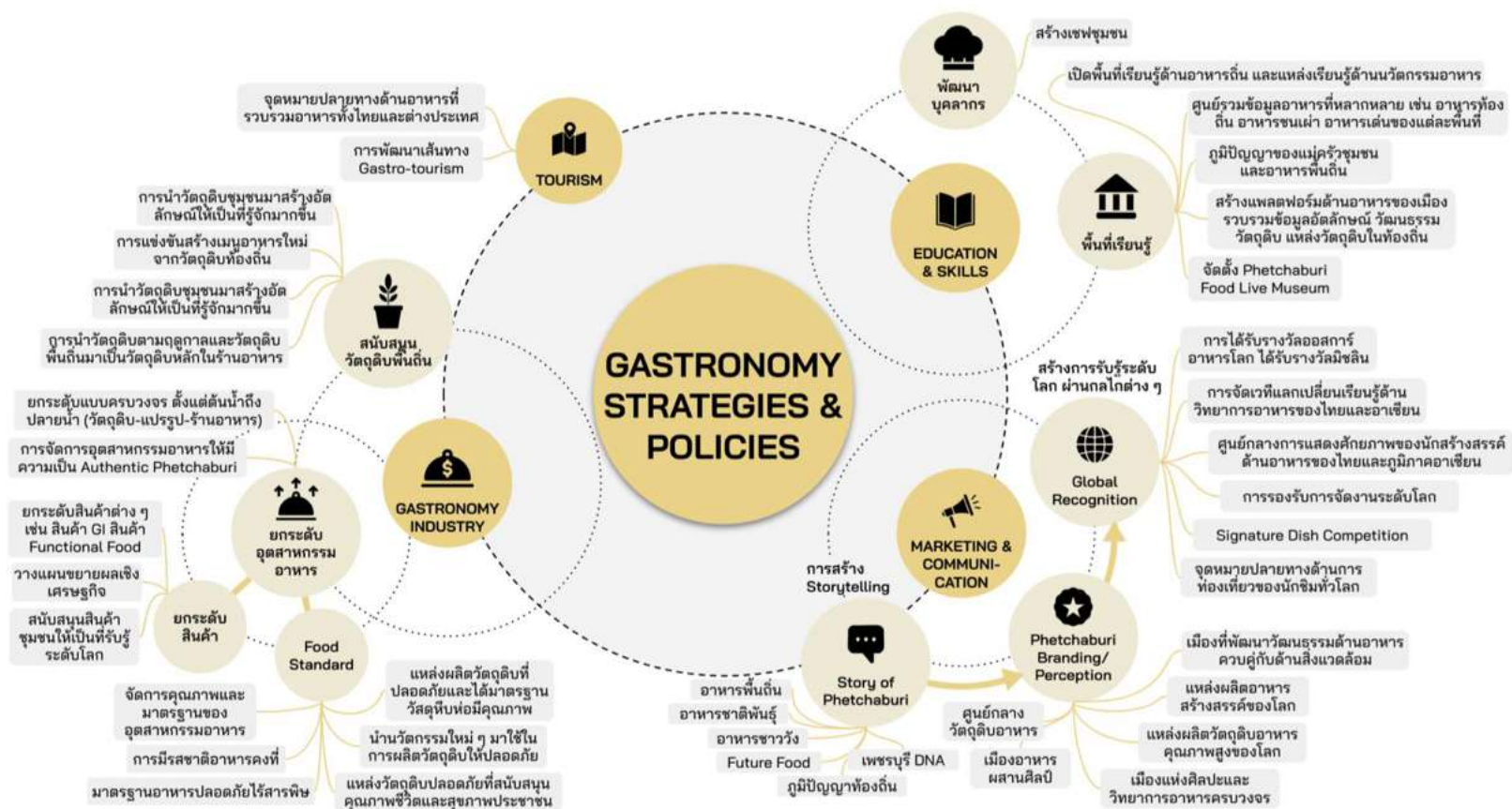
ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยระดมความเห็นและคัดเลือกโครงการหรือกิจกรรมที่น่าสนใจจากกิจกรรมที่ 5 นำมาลงรายละเอียดแนวคิด (คำอธิบาย) ระบุวัตถุประสงค์และความสำคัญของแนวคิด ระบุกลุ่มเป้าหมายหลัก/รอง ระบุปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และระบุปัจจัยที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแนวคิดดังกล่าว เพื่อให้เห็นภาพรวมของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องและระบบนิเวศของการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมดังกล่าวทั้งหมด โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการของกิจกรรมที่ 6 ดังภาพ



ภาพที่ 4-11 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 6 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี

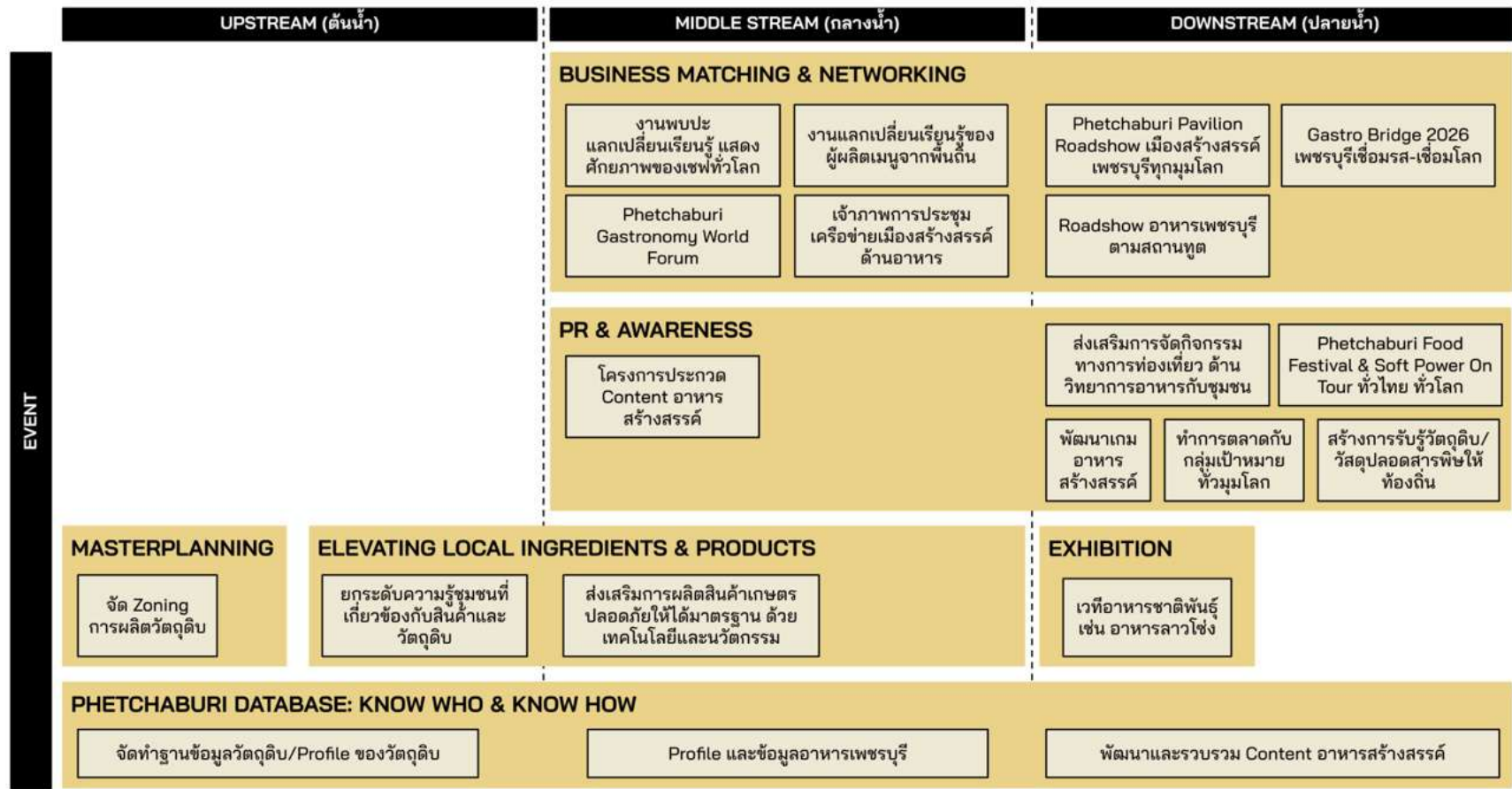
4.1.2.1 ผลสรุปกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเพชรบุรี

ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตที่ยากให้จังหวัดเพชรบุรีเป็น ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโก

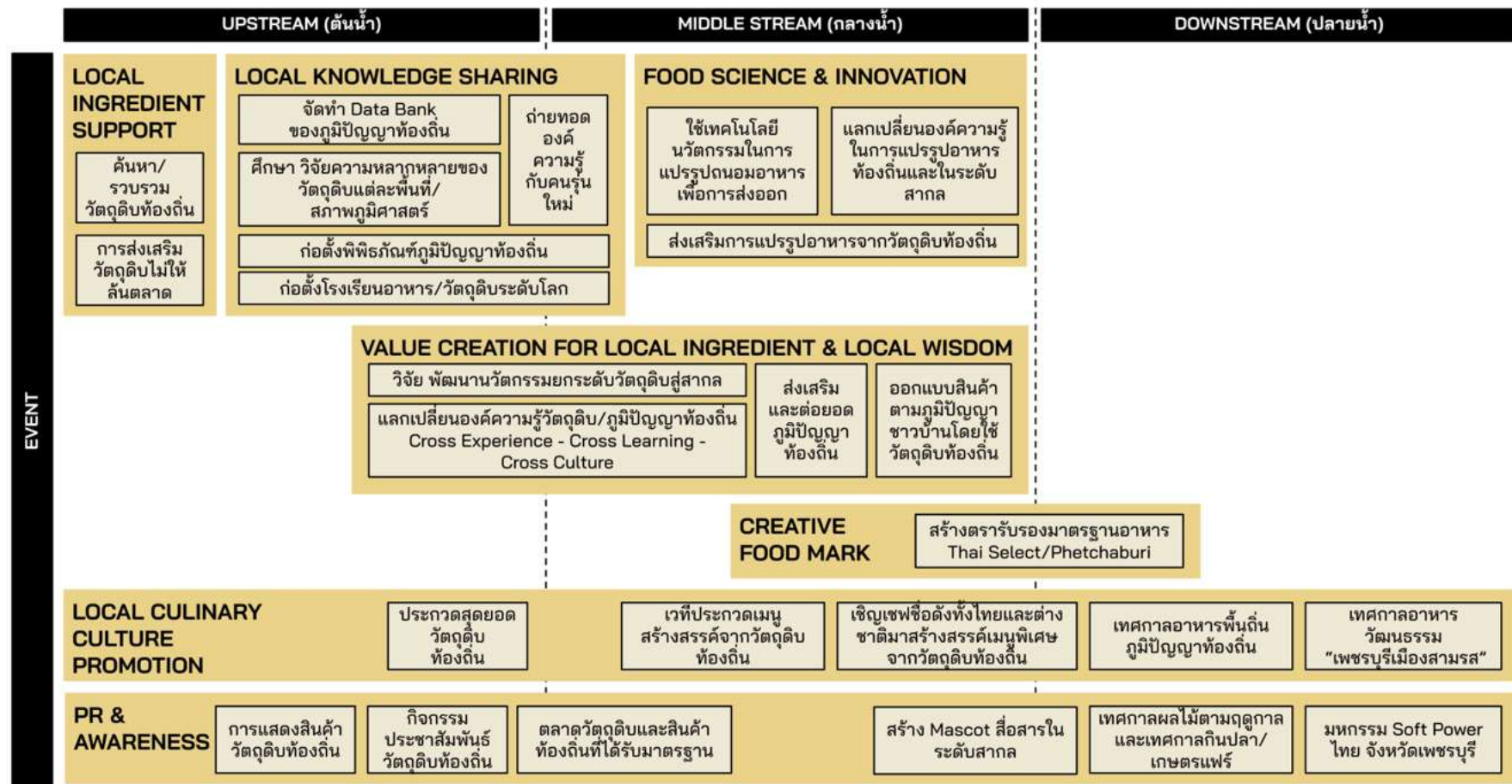


ภาพที่ 4-12 ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตของเพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร

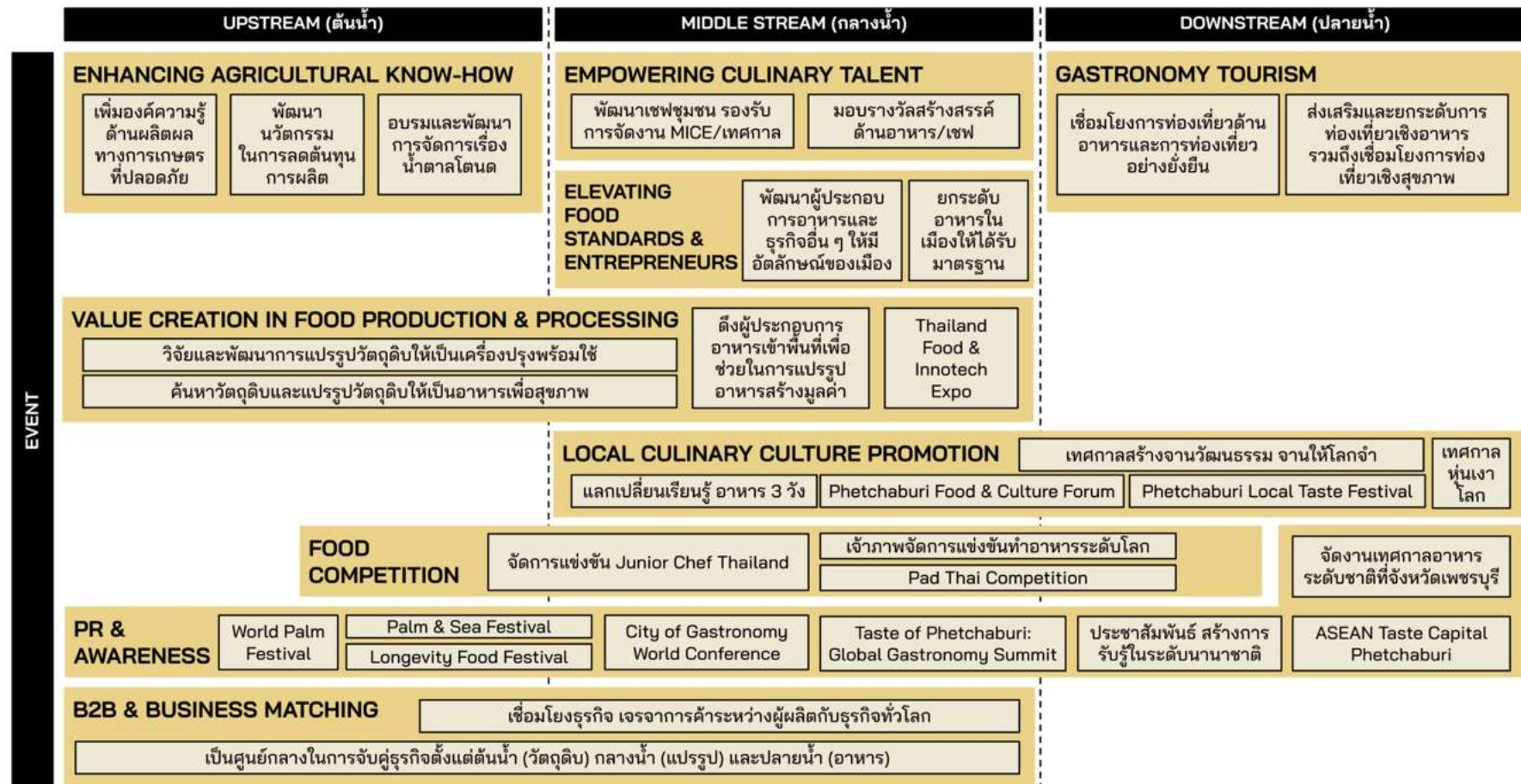
บทบาทของไม้ซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี



ภาพที่ 4-13 บทบาทของไม้ซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี (1)

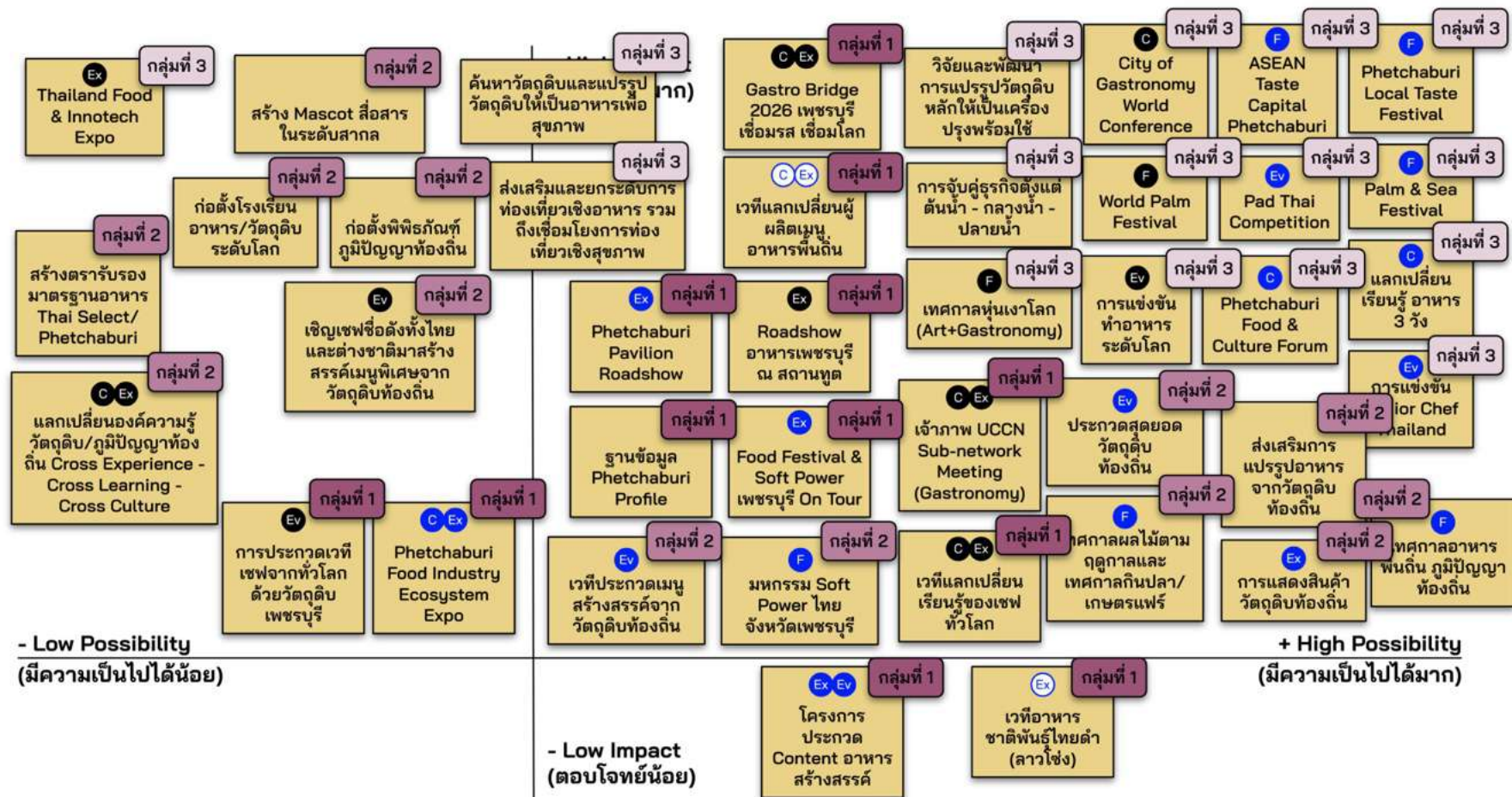


ภาพที่ 4-14 บทบาทของโมเดล/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี (2)



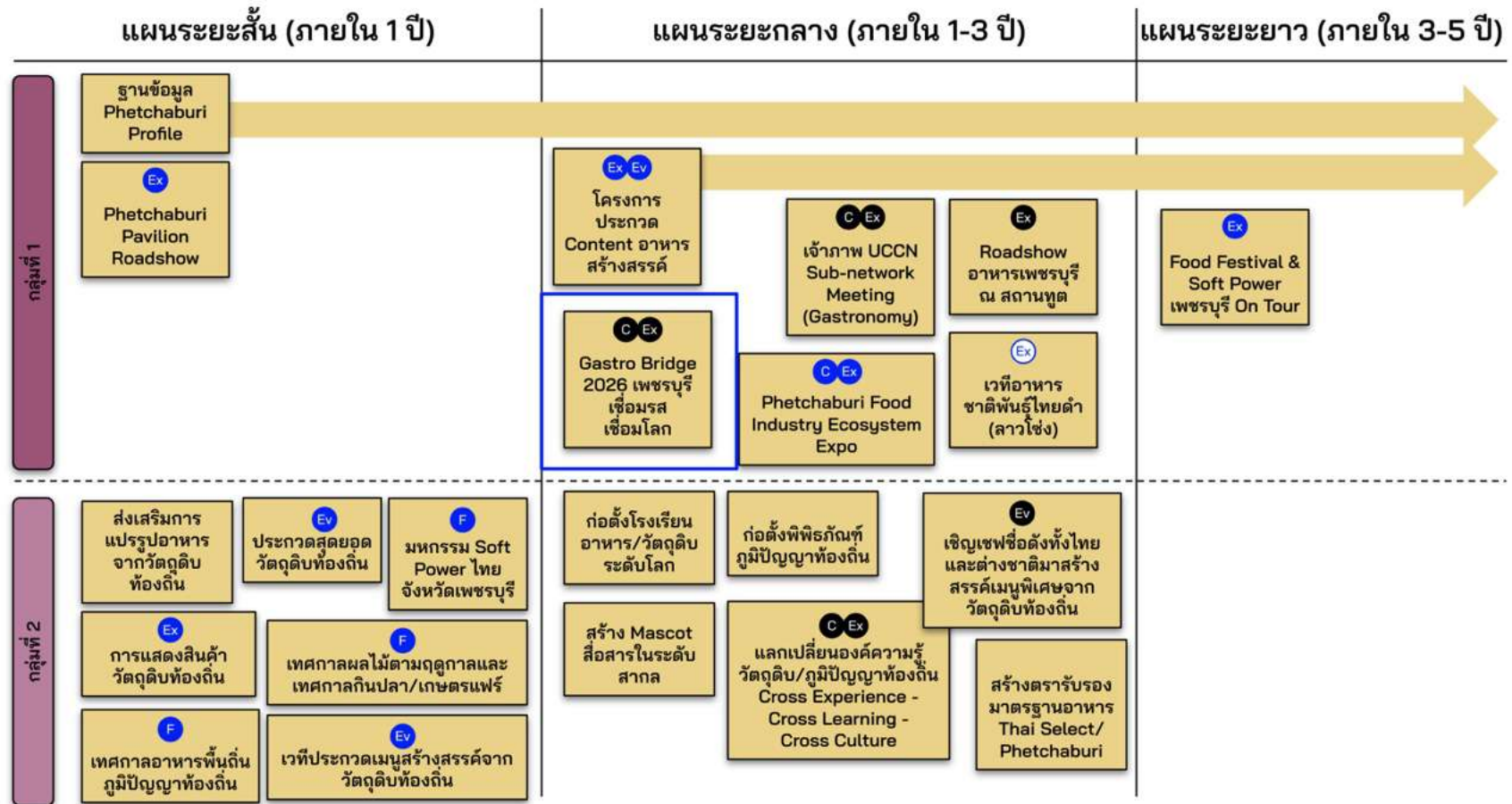
ภาพที่ 4-15 บทบาทของไมซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของเพชรบุรี (3)

การประเมินและคัดเลือกโครงการหรือกิจกรรมไม่ซ์

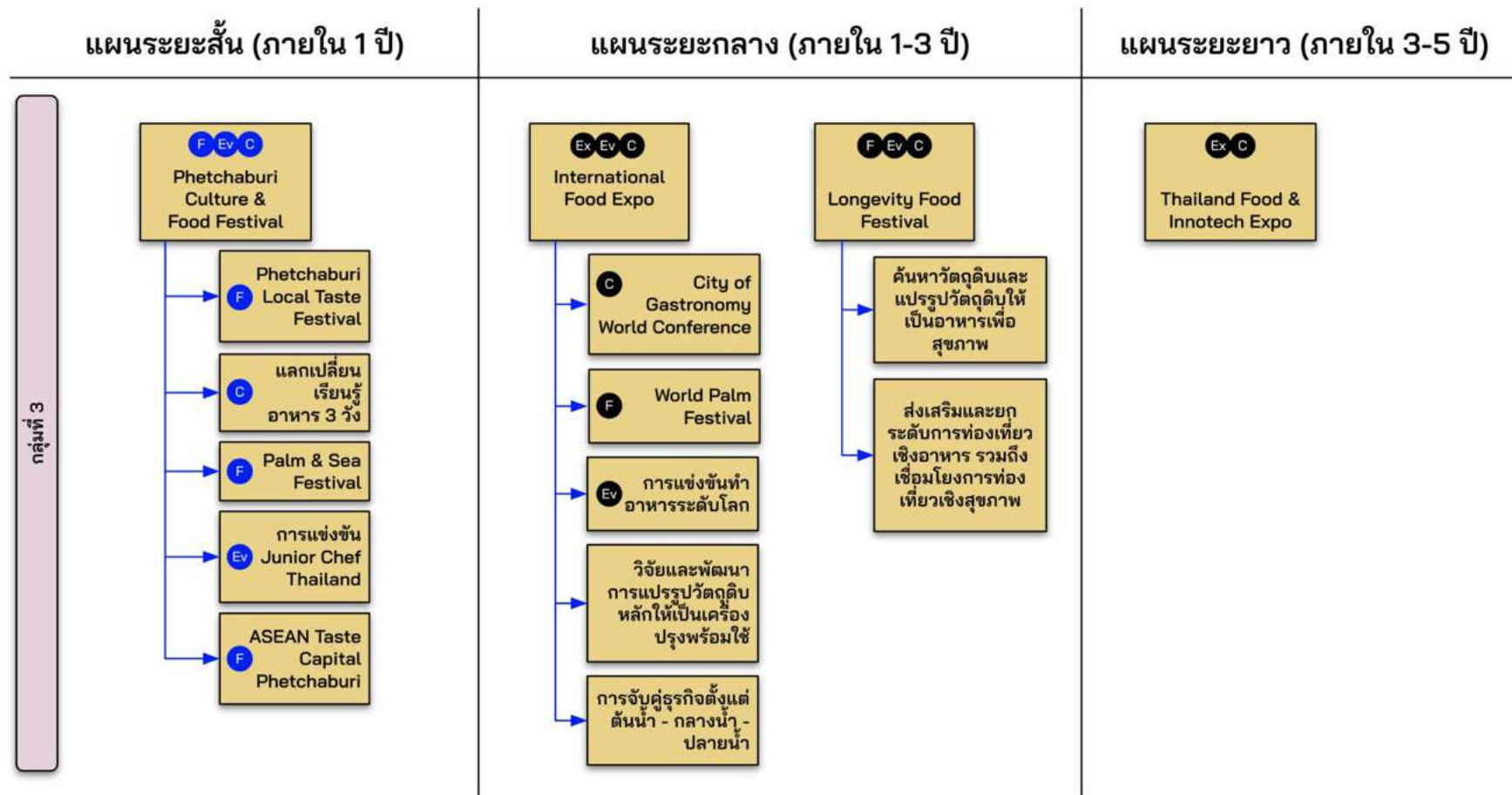


ภาพที่ 4-16 การประเมินและคัดเลือกโครงการหรือกิจกรรมไม่ซ์

การจัดทำแผนแม่บทโครงการหรือกิจกรรมไม้

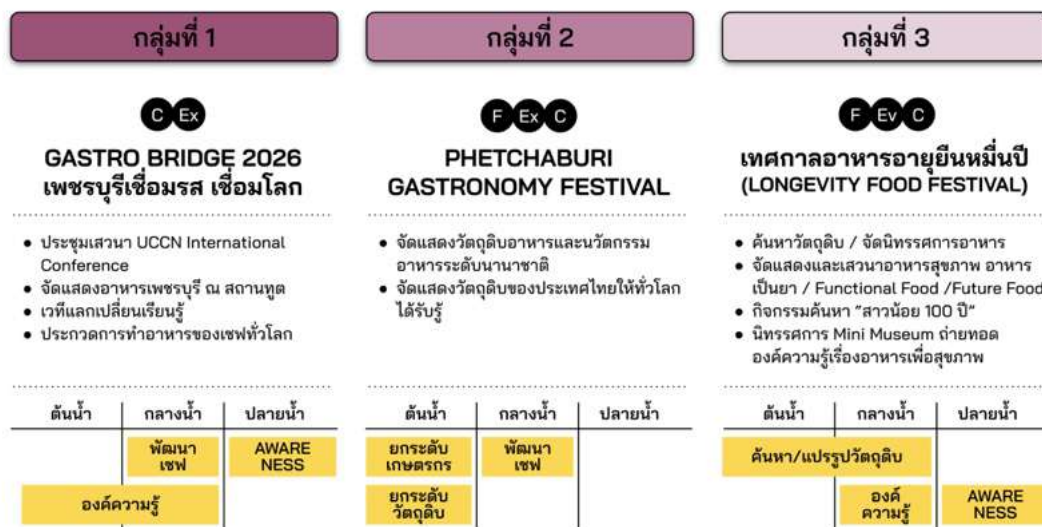


ภาพที่ 4-17 การจัดทำแผนแม่บทโครงการหรือกิจกรรมไม้ (1)



ภาพที่ 4-18 การจัดทำแผนแม่บทโครงการหรือกิจกรรมไมซ์ (2)

รายละเอียดโครงการหรือกิจกรรมไม่ซ์



ภาพที่ 4-19 รายละเอียดโครงการหรือกิจกรรมไม่ซ์

ตารางที่ 4-3 โครงการหรือกิจกรรมไม่ซ์ โครงการที่ 1

ชื่องาน	GASTRO BRIDGE 2026 เพชรบุรีเชื่อมรส เชื่อมโลก
ประเภทงาน	Conferences, Exhibition
ระดับงาน	International
คำอธิบาย	- การประชุมเสวนา UCCN International Conference - การจัดแสดงอาหารเพชรบุรี ณ สถานทูต - กิจกรรมเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เช่น การแลกเปลี่ยนระหว่างเชฟทั่วโลก ผู้ผลิตเมนูอาหารพื้นถิ่นเพชรบุรี ฯลฯ - กิจกรรมประกวดการทำอาหารของเชฟทั่วโลก โดยใช้วัตถุดิบของเพชรบุรี
วัตถุประสงค์และความสำคัญ	- ยกระดับเพชรบุรีในการเป็นศูนย์กลางอาหารสร้างสรรค์ - การจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) ในอุตสาหกรรมอาหาร - การส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน - การผสมผสานกิจกรรม MICE และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กลุ่มเป้าหมายหลัก/รอง	กลุ่มเป้าหมายหลัก - ภาคีเครือข่าย UCCN - ผู้บริหารภาครัฐทั่วโลก - กลุ่มนักลงทุนด้านอาหาร (ทั้งต้น-กลาง-ปลายน้ำ) กลุ่มเป้าหมายรอง

ชื่องาน	GASTRO BRIDGE 2026 เพชรบุรีเชื่อมรส เชื่อมโลก
	- นักท่องเที่ยว - ประชาชน/บุคคลทั่วไป
ปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	- ความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก และการเดินทาง - งบประมาณไม่เพียงพอ - ภัยสงครามและโรคระบาด
ปัจจัยที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ	- ทำเลที่ตั้ง - รางวัลการันตี - การเป็นสมาชิกเครือข่าย UCCN - การร่วมมือของเอกชนรายใหญ่ (โดยเฉพาะเพชรบุรี)
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	หุ้นส่วน/เจ้าภาพ - จังหวัดเพชรบุรี - ภาคเอกชน (เช่น หอการค้า YEC BizClub สมาคมต่าง ๆ) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - Exhibitor เช่น โรงงานน้ำตาลมิตรผล - สถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี - สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) - โรงเรียนการอาหาร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรอง - กลุ่มเยาวชนสร้างสรรค์ของเพชรบุรี - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย เช่น CP ฯลฯ - ภาคประชาชน/ชุมชน - สมาคมอาหารไทย และชมรมเชฟ ในประเทศไทย

ตารางที่ 4-4 โครงการหรือกิจกรรมไม่ซ้ำ โครงการที่ 2

ชื่องาน	PHETCHABURI GASTRONOMY FESTIVAL
ประเภทงาน	Conferences, Exhibition, Festival
ระดับงาน	International
คำอธิบาย	- เทศกาลจัดแสดงวัตถุดิบอาหารและนวัตกรรมอาหารระดับนานาชาติ - การจัดแสดงวัตถุดิบของประเทศไทยให้ทั่วโลกได้รับรู้
วัตถุประสงค์และความสำคัญ	- สร้างการรับรู้ในการเป็น City of Gastronomy - จัดแสดงวัตถุดิบอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ - ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร - นำเสนออาหารพื้นถิ่น อาหารสร้างสรรค์ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาด้านวัตถุดิบ - อนุรักษ์และเผยแพร่ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น - ส่งเสริมนโยบาย Soft Power ของประเทศ - ยกกระดับเกษตรกรให้เข้าสู่กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและคุณภาพ - พัฒนาและยกระดับบุคลากรด้านอาหาร - สร้างรายได้ให้กับประชาชนและชุมชน
กลุ่มเป้าหมายหลัก/รอง	- ผู้ผลิต เกษตรกร - ผู้ประกอบการ - นักลงทุน - เชฟ
ปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	- ขาดองค์ความรู้ในการจัดงานระดับนานาชาติ - งบประมาณไม่เพียงพอ - การประชาสัมพันธ์ไม่ครอบคลุม/ทั่วถึง - ขาดผู้เชี่ยวชาญ
ปัจจัยที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ	- การบูรณาการและการทำความเข้าใจกับทุกภาคส่วน - การประสานงานกับกลุ่มเป้าหมาย - การจับคู่ธุรกิจของผู้ผลิตกับผู้ประกอบการ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	หุ้นส่วน/เจ้าภาพ - ภาครัฐ - ภาคเอกชน - ภาคประชาชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก - สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)

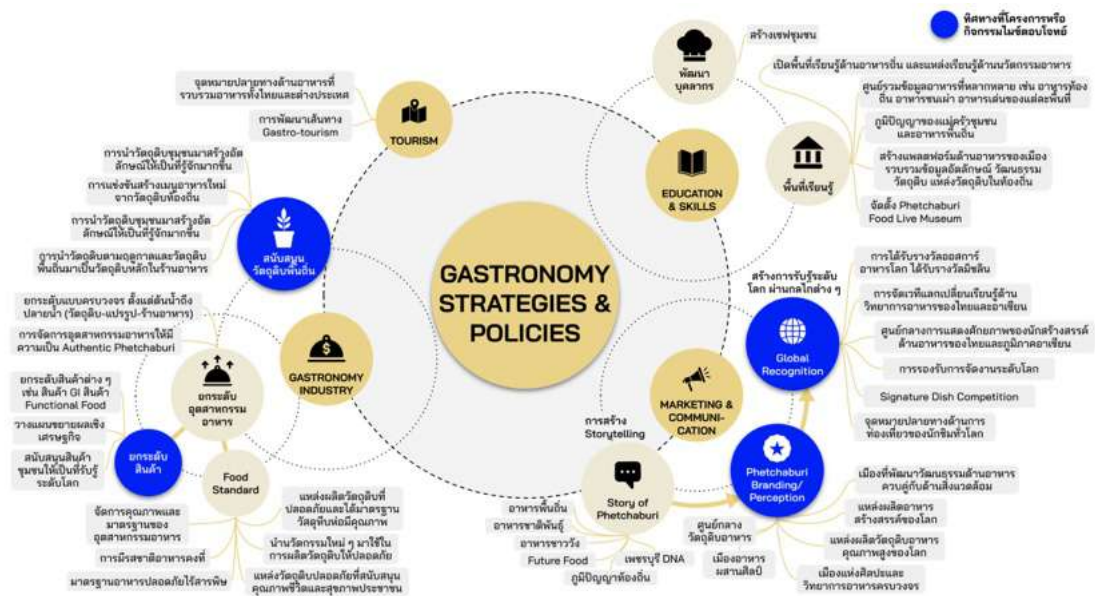
ชื่องาน	PHETCHABURI GASTRONOMY FESTIVAL
	- เกษตรกรผู้ผลิตผลผลิตทางการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ - ผู้ผลิต ผู้ประกอบการตั้งแต่ ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ - ผู้จัดจำหน่าย - ผู้จัดงาน ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรอง - องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น - สถาบันการศึกษา ศูนย์วิจัย - ชุมชน ประชาชน

ตารางที่ 4-5 โครงการหรือกิจกรรมแม่ข่าย โครงการที่ 3

ชื่องาน	เทศกาลอาหารอายุยืนหมื่นปี (LONGEVITY FOOD FESTIVAL): อายุวรรณะ สุขะ พละ จิตโต
ประเภทงาน	Conferences, Event, Festival
ระดับงาน	International
คำอธิบาย	- การเชื่อมโยงเรื่องอาหารและเทรนด์โลกในด้าน Aging Society/Anti Aging การใช้เทรนด์ที่เป็นความต้องการของตลาดเชื่อมโยงกับจุดยืนด้านอาหาร วัตถุดิบ สมุนไพรของเพชรบุรี - การเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านสุขภาพยืนยาวและแนวโน้มนด้าน Wellness ในปัจจุบัน - กิจกรรมภายในงานเทศกาล ประกอบด้วย - การค้นหาวัตถุดิบ การจัดนิทรรศการที่แสดงอาหารตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ โดยมีปราชญ์ชาวบ้าน เชฟชุมชนให้แนะนำ - การจัดแสดงและเสวนาอาหารสุขภาพ อาหารเป็นยา อาหารพร้อมรับประทาน อาหารที่มีค่าความหวานต่ำ อาหารสำหรับผู้ป่วย Functional Food และ Future Food - การจัดกิจกรรมค้นหาผู้สูงอายุที่สุขภาพยืนยาว “สาวน้อย 100 ปี” และการเสวนาแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการมีอายุยืน - การจัดนิทรรศการ Mini Museum ถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ
วัตถุประสงค์และความสำคัญ	- สร้างการรับรู้ในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโกเป็นวงกว้าง - ส่งเสริมอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารอายุยืน - ส่งเสริมและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) รวมถึงเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ชื่องาน	เทศกาลอาหารอายุยืนหมื่นปี (LONGEVITY FOOD FESTIVAL): อายุวรรณะ สุขะ พละ จิตโต
กลุ่มเป้าหมายหลัก/รอง	- ธุรกิจอาหารในประเทศและต่างประเทศ - ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ - กลุ่มธุรกิจ/ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก - นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก
ปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	- งบประมาณไม่เพียงพอและขาดความต่อเนื่อง - ภาคเอกชนขาดความมั่นใจในการร่วมลงทุน
ปัจจัยที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ	- คนในจังหวัดเพชรบุรีมีองค์ความรู้ - การรวบรวมและถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น - มีสถาบันการศึกษาด้านอาหารที่เข้มแข็ง
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	หุ้นส่วน/เจ้าภาพ - จังหวัดเพชรบุรี - สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก - สถาบันอาหาร - กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพชรบุรี - ประชาชนชาวบ้าน เชฟชุมชน - หอการค้าจังหวัดเพชรบุรี - สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี - สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี - สถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรอง - ผู้ประกอบการอาหารและขนมไทยในจังหวัดเพชรบุรี - ภาคเอกชน เช่น เครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP)

จากรายละเอียดโครงการหรือกิจกรรมไมซ์ของเพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ได้ตอบโจทย์ ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตของเพชรบุรี ดังนี้ (1) การสนับสนุนวัตถุดิบพื้นถิ่น (2) การยกระดับสินค้า (3) City Branding และภาพการรับรู้ของเพชรบุรี (Phetchaburi Branding/Perception) และ (4) การรับรู้ในระดับโลก (Global Recognition)



ภาพที่ 4-20 ทิศทางของเพชรบุรี เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ที่โครงการหรือกิจกรรมไมซ์ตอบโจทย์

4.2 การจัดกิจกรรมในจังหวัดเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ

4.2.1 การจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

การดำเนินการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในวันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ. 2568 เวลา 13.30-15.00 น. ผ่านช่องทางออนไลน์ (Zoom) มีจุดประสงค์ (1) เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อโครงการ (2) เพื่อสร้างการรับรู้ และร่วมกำหนดทิศทางในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์ (3) เพื่อให้ทุกฝ่ายเห็นภาพและทิศทางในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ผ่านการจัดกิจกรรมไมซ์ (4) เพื่อนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาประมวล เพื่อเป็นข้อมูลและให้ผลการศึกษาโครงการลุ่มต่อไป

โดยมีกำหนดการจัดกิจกรรม ดังนี้

เวลา	กิจกรรม
13.30-13.50 น.	20 นาที กล่าวแนะนำโครงการ โดย รองศาสตราจารย์ ดร.พิตร แก้วลาย หัวหน้าโครงการ
13.50-14.50 น.	60 นาที รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม
14.50-15.00 น.	10 นาที สรุปกิจกรรม

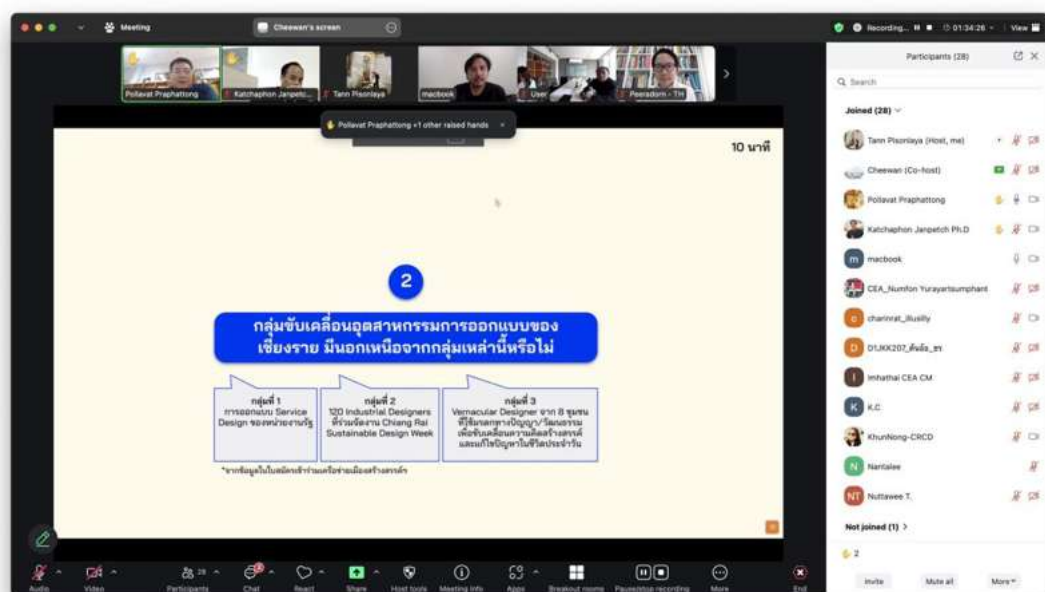
4.2.1.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม

ในการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จังหวัดเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ มีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 27 คน เป็นหน่วยงานภาครัฐ 9 คน ภาคเอกชน 13 คน ภาคประชาชน/กลุ่มขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ 3 คน และภาคการศึกษา 2 คน โดยมีรายชื่อ ดังนี้

ตารางที่ 4-6 รายชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	คุณณรงค์ สุขสมบุญ	รองผู้ว่าราชการจังหวัด เชียงราย	สำนักงานจังหวัดเชียงราย
2	คุณปัทมาภรณ์ จันทรรณนา	ผู้อำนวยการกลุ่มงาน ยุทธศาสตร์	สำนักงานจังหวัดเชียงราย
3	คุณพิสันต์ จันทรศิลป์	วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย	สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย
4	คุณจิตติวัชร ไกลศิริพันธุ์	ผู้อำนวยการส่วนส่งเสริม การศึกษา ศาสนาและ วัฒนธรรม	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย
5	คุณณัฐวีร์ แดงน้อย	ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนา กลยุทธพื้นที่สร้างสรรค์	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
6	คุณศิวารัตน์ พัฒนะศรี	นักพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์อำเภอ	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
7	ดร.คัชพล จันเพชร	หัวหน้างานพัฒนา นวัตกรรมการท่องเที่ยว สำนักพัฒนาขีด ความสามารถ ท่องเที่ยว (สพท.)	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การ มหาชน)
8	คุณจักรพงษ์ แสงบุญ	หัวหน้าฝ่ายแผนงานและ งบประมาณ	เทศบาลนครเชียงราย
9	คุณนันท์ลี ลายจุต	นักวิเคราะห์นโยบายและ แผนชำนาญการ	เทศบาลนครเชียงราย
10	รศ.ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง	อาจารย์	สถาบันศิลปวัฒนธรรมและอารยธรรมลุ่ม น้ำโขง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
11	คุณพร้อมพร จินดาวงศ์ เนตรหาญ	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บริษัท เชียงรายพัฒนาเมือง (ซีอาร์ซีดี) จำกัด
12	คุณคมกริช ไชยา	ผู้จัดการทั่วไป	บริษัท เชียงรายพัฒนาเมือง (ซีอาร์ซีดี) จำกัด
13	คุณอรพรรณ ปัญญาแหลม	ผู้ช่วยผู้จัดการ	บริษัท เชียงรายพัฒนาเมือง (ซีอาร์ซีดี) จำกัด

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
14	คุณวิโรจน์ ชายา	ประธาน	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด เชียงราย
15	คุณธนตร ดิบบู่	กรรมการ	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย
16	คุณนรินทร์โชติ เมืองใจหล้า	นายก	สมาคมเครือข่ายท่องเที่ยวเชียงราย
17	คุณวิทยา เหล่าธีรศิริ	ประธาน YEC เชียงราย	YEC จังหวัดเชียงราย
18	คุณพจวรรณ พันธจินดา	ผู้จัดการแกลอรี	แกลอรีบ้านสิงห์ไค
19	คุณพุทธรักษ์ ดาษดา	ผู้ร่วมก่อตั้งดาษดา สตูดิโอ	ดาษดาสตูดิโอ
20	คุณเอกพงษ์ ใจบุญ	ผู้ร่วมก่อตั้งดาษดา สตูดิโอ	ดาษดาสตูดิโอ
21	คุณธรรมณพ แก้วล้อมใส	สมาชิก	กลุ่ม Chiangrai Creative Commons
22	คุณกิตติ์สินี ธีวรักษ์กิจ	สมาชิก	กลุ่ม Illus Illy
23	คุณชรินทร์น สิงห์หันต์	สมาชิก	กลุ่ม Illus Illy
24	คุณกัญญณ์ณัฐ บำรุงธรรม	กรรมการผู้จัดการ/ สถาปนิก	บริษัท แปลงกาย จำกัด
25	คุณชยภัทร บำรุงธรรม	ที่ปรึกษา/สถาปนิก	บริษัท แปลงกาย จำกัด
26	คุณจรัสวี ไชยพูน	สถาปนิก	บริษัท แปลงกาย จำกัด
27	คุณสุพัสันต์ ชื่นอารมย์	อาจารย์	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย กรุงเทพ



ภาพที่ 4-21 บรรยากาศกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จังหวัดเชียงราย

4.2.1.2 เครื่องมือและกระบวนการในการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

ในการจัดกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ได้มีการกำหนดประเด็นเพื่อให้ความเห็นและแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อได้ข้อสรุปในประเด็นคำถามที่กำหนด โดยประเด็นที่กำหนดให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีดังนี้

- 1) อุตสาหกรรมอาหารของเชียงรายคืออะไร (ผลผลิตของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของเชียงราย)
- 2) กลุ่มขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการออกแบบ/อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเชียงรายคือใคร
- 3) กิจกรรม MICE/Event เหล่านี้ มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างไร เป้าหมายของงานกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร
 - Chiangrai Sustainable Design Week
 - CHIANGRAI ART FESTIVAL
 - Thailand Biennale, Chiang Rai
 - Chiang Rai Flower And Art Festival
 - งานเชียงรายดอกไม้งาม
 - Singha Park Chiangrai International Balloon Fiesta
 - Co-Create Chiang Rai
- 4) ข้อจำกัดในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้านการออกแบบของเชียงรายคืออะไร

4.2.1.3 ผลสรุปกิจกรรมประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) จังหวัดเชียงราย

ผลผลิตของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของเชียงราย ได้แก่ (1) การใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ในการแก้ไขปัญหาของเมืองและยกระดับมิติต่าง ๆ ของเมือง โดยมีการออกแบบเป็นเครื่องมือในการพัฒนาต้นทุนหรือสิ่งที่มีอยู่เดิมของเมือง และ (2) การออกแบบพื้นถิ่น (Vernacular Design) รวมถึงการมีชุมชนออกแบบ (Design Communities) ที่ให้คนในชุมชนเป็นนักออกแบบ

ข้อจำกัดในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของเชียงราย ได้แก่ (1) กลุ่มที่มีความต้องการในการซื้ออย่างแท้จริง (Real Demand) และการจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) (2) ขาดแรงจูงใจของคนในพื้นที่ทำให้เกิดการแข่งขันซึ่งนำไปสู่การพัฒนาเมืองหรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ (3) ขาดความต่อเนื่องและงบประมาณจากภาครัฐ (4) หน่วยงานแต่ละแห่งไม่มีเป้าหมายและตัวชี้วัด หรือ KPI เดียวกัน ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และ (5) ขาดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกของเมือง



ภาพที่ 4-22 ผลผลิตและข้อจำกัดของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของเชียงราย

สิ่งที่เชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ต้องการได้รับการสนับสนุน ได้แก่ (1) การเชิญนักลงทุนหรือแหล่งเงินทุนเข้าร่วมงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของเมือง (2) การหากลุ่มผู้มีความต้องการซื้อที่แท้จริง (Real Demand) และ Marketplace และ (3) การเป็นเจ้าภาพจัดประชุมนานาชาติที่มีความต่อเนื่อง รวมถึงการเป็นต้นแบบในการจัด Sub-network Meeting

สิ่งที่เชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ต้องการดำเนินการในอนาคต ได้แก่ (1) การพัฒนาให้นักออกแบบมีความเป็นนักธุรกิจ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความต้องการ (demand) ของตลาดและของโลกได้ (2) การประชาสัมพันธ์และการสร้างการรับรู้ (PR & Awareness) (3) การพัฒนาให้คนเชียงรายมีความเป็นนักคิดและมี Sense of Design (4) การวางแผนการทำงานร่วมกับเครือข่าย (5) การใช้อาคารเก่าที่เป็นมรดกวัฒนธรรมมาจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ (6) การจัดทำฐานข้อมูลหรือศูนย์รวบรวมนักออกแบบทุกสาขา รวมถึงอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น โรงแรม ร้านค้า ฯลฯ (7) การเพิ่มการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน (8) การพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (supply) ให้มีความสร้างสรรค์เพียงพอ และ (9) หน่วยงานภาครัฐใช้เกณฑ์การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในโครงการต่าง ๆ



ภาพที่ 4-23 สิ่งที่ยังขาดต้องการได้รับการสนับสนุนและดำเนินการในอนาคต

4.2.2 การจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop)

การดำเนินการจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2568 เวลา 13.00-16.00 น. ณ ห้องประชุมตอยคำ โรงแรม Riverie by Katathani มีจุดประสงค์ (1) เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อโครงการ (2) เพื่อสร้างการรับรู้ และร่วมกำหนดทิศทางในการใช้อุตสาหกรรมไม้ (3) เพื่อให้ทุกฝ่ายเห็นภาพและทิศทางการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ผ่านการจัดกิจกรรมไม้ (4) เพื่อนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาประมวล เพื่อเป็นข้อมูลและให้ผลการศึกษาโครงการลุ่มต่อไป

โดยมีกำหนดการจัดกิจกรรม ดังนี้

เวลา	กิจกรรม
13.00-13.30 น.	30 นาที ลงทะเบียน
13.30-13.35 น.	5 นาที กล่าวเปิดโครงการ โดย รองศาสตราจารย์ ดร.พีรตร แก้วลาย หัวหน้าโครงการ
13.35-13.45 น.	10 นาที กล่าวแนะนำโครงการ โดย รองศาสตราจารย์ ดร.พีรตร แก้วลาย หัวหน้าโครงการ
13.45-14.25 น.	40 นาที กิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop)
14.25-14.35 น.	10 นาที พักรับประทานอาหารว่าง
14.35-15.45 น.	70 นาที กิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) และนำเสนอ
15.45-16.00 น.	15 นาที สรุปกิจกรรม

4.2.2.1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม

ในการจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ มีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 23 คน เป็นหน่วยงานภาครัฐ 8 คน ภาคเอกชน 7 คน ภาคประชาชน/กลุ่มขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ 4 คน และภาคการศึกษา 4 คน โดยมีรายชื่อ ดังนี้

ตารางที่ 4-7 รายชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	คุณนิพนธ์ นิยม	หัวหน้า	สำนักงานจังหวัดเชียงราย
2	คุณณัฐพร อูสวา	นักวิเคราะห์ฯ	สำนักงานจังหวัดเชียงราย
3	คุณณพิชญา นันตาดี	นักวิชาการวัฒนธรรม ชำนาญการ	สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย
4	คุณยุทธนา สุทธสม	นักวิชาการวัฒนธรรม ชำนาญการ	สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย
5	คุณมณฑา กิตติมา	นักวิเคราะห์นโยบายและ แผนชำนาญการ	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงราย
6	คุณกนกวรรณ พงษ์พนา สันต์	ผู้แทน	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
7	คุณศุภฤกษ์ เกรียงทองกุล	ผู้แทน	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
8	คุณสุขสันต์ เฟื่องดิษฐ์	ผู้จัดการ อพท.เชียงราย	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
9	คุณวิโรจน์ ชายา	ประธาน	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย
10	คุณธนธร ดิบบี๊	กรรมการ	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย
11	คุณนิพนธ์ ไจนนที	นายก	ข้าวศิลปะ
12	คุณพร้อมพร จินดาวงศ์ เนตร หาญ	CEO	บริษัท เชียงรายพัฒนาเมือง (ซีอาร์ซิตี) จำกัด
13	คุณคมกริช ไชยา	ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ	บริษัท เชียงรายพัฒนาเมือง (ซีอาร์ซิตี) จำกัด
14	คุณเอกพงษ์ ใจบุญ	ผู้ร่วมก่อตั้ง	ดาซดาสตูดิโอ
15	คุณสุธามาศ พลมา	ผู้ติดตาม	เกลอร์บ้านสิงห์ไคล
16	คุณวรินทร์ ธนทองสัมพันธ์	ผู้แทน	กลุ่ม Chiangrai Creative Commons (CCC)
17	คุณแวมณี คำกุล	ผู้แทน	กลุ่ม Chiangrai Creative Commons (CCC)
18	คุณสุรยุทธ์ จิตมโนวรรณ	ทีมงาน illusilly	กลุ่ม Illus Illy
19	คุณสิริฉาย เอาหาร	หัวหน้า	กลุ่มศิลปินแม่ญิง
20	รศ.ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์อง	หัวหน้าสถาบัน	สถาบันศิลปวัฒนธรรมและอารยธรรมลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
21	คุณปัดพงษ์ เวฬุวนารักษ์	ผู้ช่วยนักวิจัย	สถาบันศิลปวัฒนธรรมและอารยธรรมลุ่มน้ำโขง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
22	อาจารย์สุขสันต์ ชื่นอารมย์	อาจารย์	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
23	คุณปณณวิษฐ์ รังสีเจริญเลิศ	ผู้ช่วยวิจัย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



ภาพที่ 4-24 บรรยากาศกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย

4.2.2.2 เครื่องมือและกระบวนการในการจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop)

ในการดำเนินการจัดกิจกรรมกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) ได้มีการแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็นกลุ่มย่อย จำนวน 3 กลุ่ม และให้ผู้เข้าร่วมเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะตามประเด็นที่กำหนดในเทมเพลต โดยแบ่งประเด็นเป็น 6 กิจกรรม มีรายละเอียด ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตที่อยากให้จังหวัดเชียงรายเป็น ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของยูเนสโกเป็นอย่างไร

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตที่อยากให้จังหวัดเชียงรายเป็น ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของยูเนสโก โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการ ดังภาพ



ภาพที่ 4-25 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 1 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย

**กิจกรรมที่ 2 กิจกรรม (Activities) หรือโครงการที่ตอบโจทย์ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคต
ของเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบเชียงรายคืออะไร**

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยระดมความคิดเกี่ยวกับกิจกรรมหรือโครงการที่ตอบโจทย์
ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคต ของเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบเชียงราย เช่น การประกวดแบบแก้ไขปัญหา
เมืองสำหรับเยาวชน งานสัมมนาเกี่ยวกับ Generative AI และเทรนด์การออกแบบในอนาคต ตลาดสร้างสรรค์
(Design Market) ฯลฯ

**กิจกรรมที่ 3 กิจกรรม (Activities) หรือโครงการมีบทบาทอย่างไรในห่วงโซ่มูลค่าของเมือง
สร้างสรรค์ด้านการออกแบบเชียงราย**

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยนำกิจกรรมหรือโครงการที่ได้จากกิจกรรมที่ 2 มาแบ่งบทบาท
ในห่วงโซ่มูลค่าของเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบเชียงรายเป็นช่วงต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

โดยช่วงต้นน้ำ จะเป็นต้นทุนหรือสิ่งที่มีอยู่เดิม เช่น สินทรัพย์ด้านวัฒนธรรมเดิม กลุ่มคนรุ่นใหม่
ที่ต้องการเข้าสู่อุตสาหกรรมการออกแบบ ภาครัฐหรือหน่วยงานที่ขับเคลื่อนและสนับสนุนต้นน้ำของอุตสาหกรรม
การออกแบบ

กลางน้ำ จะเป็นกระบวนการที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับต้นทุน/สิ่งที่มีอยู่เดิมการบ่มเพาะ/พัฒนา
ศักยภาพบุคลากร/ศิลปิน/นักออกแบบ หรือการพัฒนาอุตสาหกรรมการออกแบบและความคิด
สร้างสรรค์

ปลายน้ำ จะเป็นการส่งออกสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างการรับรู้ให้กับผลผลิตที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างสรรค์

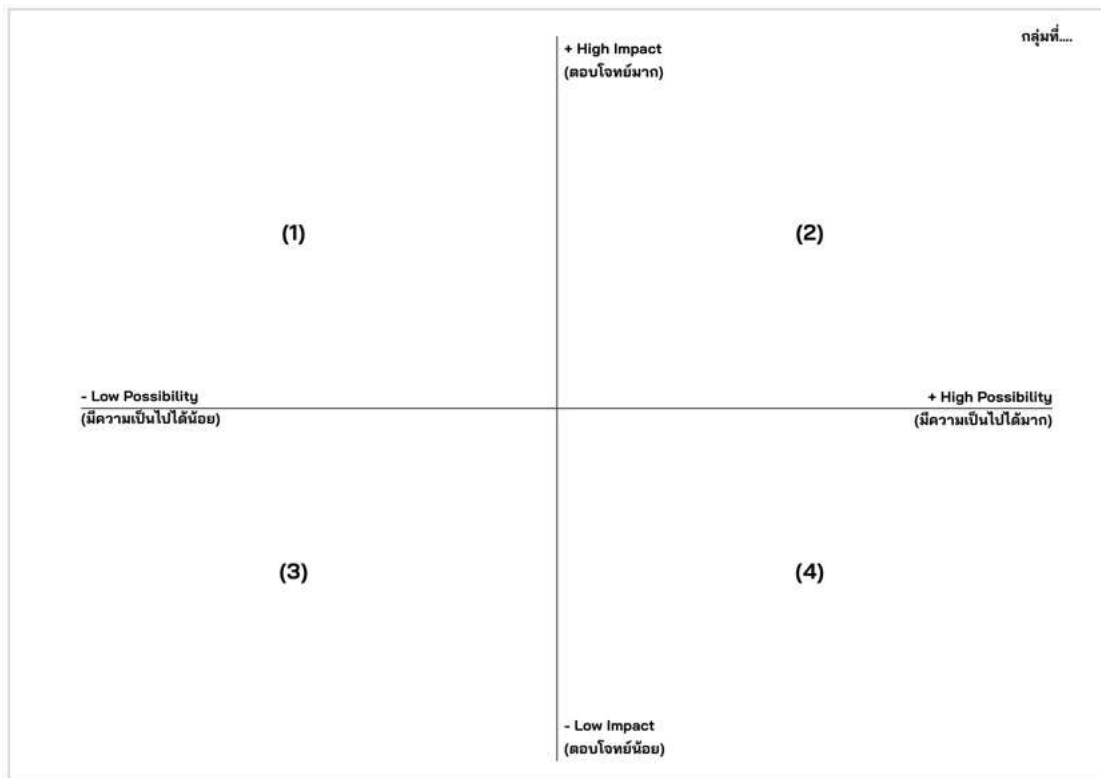
จากนั้นผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยจะคัดเลือกและจัดกลุ่มกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสร้างงาน MICE หรือ Festival ที่ตอบโจทย์เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของยูเนสโก โดยระบุ (1) ชื่อของงาน (2) ประเภทของงาน ซึ่งได้แก่ M หรือ Meetings คือ การประชุมสัมมนา I หรือ Incentives คือ การจัดการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล C หรือ Conferences คือ การประชุมสมาคมวิชาชีพ E หรือ Exhibitions คือ การจัดงานแสดงสินค้า Ev หรือ Event คือ งานอีเวนต์ และ F หรือ Festival คือ งานเทศกาล และ (3) ระดับของงาน ได้แก่ งานระดับนานาชาติ (International) งานระดับชาติ (National) และงานระดับท้องถิ่น (Local)

กลุ่มที่...		
UPSTREAM (ต้นน้ำ)	MIDDLE STREAM (กลางน้ำ)	DOWNSTREAM (ปลายน้ำ)

ภาพที่ 4-26 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 2-3 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย

กิจกรรมที่ 4 การประเมินและคัดเลือกกิจกรรมไมซ์หรืองานเทศกาล

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยนำกิจกรรมไมซ์หรืองานเทศกาลที่ได้จากกิจกรรมที่ 3 มาคัดเลือกแนวคิดด้วยเครื่องมือแผนผังสำหรับจัดแนวคิด (Idea Folio) ซึ่งจะมีการจัดกลุ่มแนวคิดที่คล้ายกันให้อยู่รวมกัน และพิจารณาถึงคุณลักษณะ 2 ข้อ ได้แก่ (1) ความเป็นไปได้ของแนวคิด (มาก-น้อย) ควบคู่กับ (2) ระดับในการตอบโจทย์ (มาก-น้อย) ก่อนที่จะย้ายโครงการหรือกิจกรรมมาติดลงบนแผนผัง ในกรณีที่มีแนวคิดที่ “เป็นไปได้มาก” และ “ตอบโจทย์มาก” หลายแนวคิดในกลุ่มย่อยสามารถทำการคัดเลือกแนวคิดร่วมกันอีกครั้ง โดยใช้เกณฑ์อื่น ๆ ในการพิจารณา หรือรวมแนวคิดที่มีศักยภาพหลายแนวคิดเข้าด้วยกัน เพื่อนำไปสู่กิจกรรมถัดไป โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการของกิจกรรมที่ 4 ดังภาพ



ภาพที่ 4-27 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 4 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย

กิจกรรมที่ 5 การจัดทำแผนแม่บทกิจกรรมไมซ์หรืองานเทศกาล

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยนำกิจกรรมไมซ์หรืองานเทศกาลจากกิจกรรมที่ 4 มาติดลงบนแผนผังแผนแม่บทกิจกรรมไมซ์หรืองานเทศกาล โดยแบ่งเป็นแผนระยะสั้น ภายใน 1 ปี แผนระยะกลาง ภายใน 1-3 ปี และแผนระยะยาว ภายใน 3-5 ปี โดยประเมินจากความเป็นไปได้มาก-น้อยของกิจกรรมในการประเมินระยะการดำเนินงานของแผน เช่น โครงการหรือกิจกรรมที่มีความเป็นไปได้มากและตอบโจทย์มาก มีความเป็นไปได้ที่จะถูกบรรจุอยู่ในแผนระยะสั้น ภายใน 1 ปี ฯลฯ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการของกิจกรรมที่ 5 ดังภาพ

กลุ่มที่...		
แผนระยะสั้น (ภายใน 1 ปี)	แผนระยะกลาง (ภายใน 1-3 ปี)	แผนระยะยาว (ภายใน 3-5 ปี)

ภาพที่ 4-28 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 5 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย

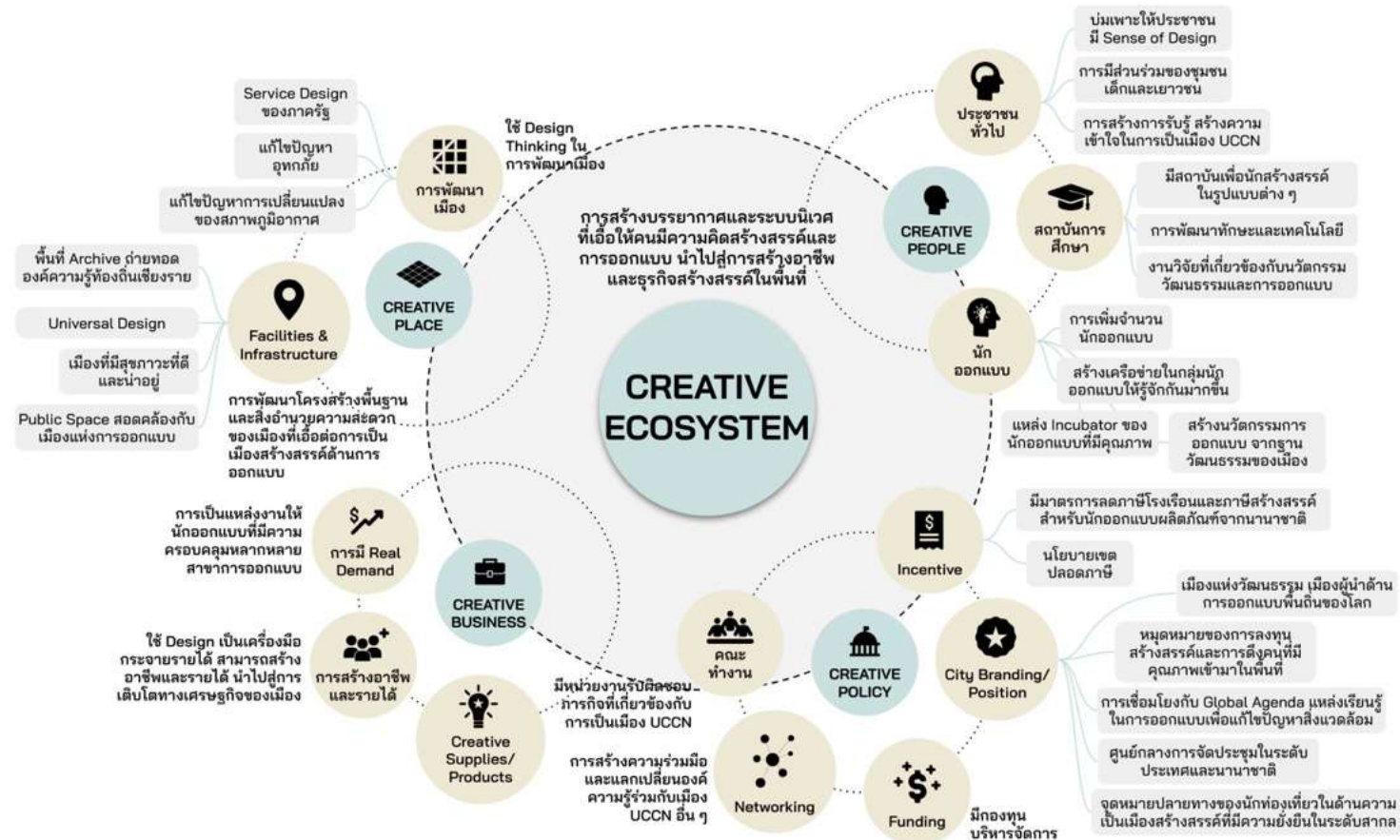
กิจกรรมที่ 6 รายละเอียดกิจกรรมไมซ์หรืองานเทศกาล

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละกลุ่มย่อยระดมความเห็นและคัดเลือกกิจกรรมไมซ์หรืองานเทศกาลที่น่าสนใจจากกิจกรรมที่ 5 นำมาลงรายละเอียดแนวคิด (คำอธิบาย) ระบุวัตถุประสงค์และความสำคัญของแนวคิด ระบุกลุ่มเป้าหมายหลัก/รอง ระบุปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และระบุปัจจัยที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแนวคิดดังกล่าว เพื่อให้เห็นภาพรวมของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องและระบบนิเวศของการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมดังกล่าวทั้งหมด โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการของกิจกรรมที่ 6 ดังภาพ

ชื่อโครงการ:		กลุ่มที่...
คำอธิบาย	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Key Partners) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลุ่มรอง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลุ่มหลัก หุ้นส่วน	
วัตถุประสงค์และความสำคัญ		
กลุ่มเป้าหมายหลัก/รอง		
ปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	ปัจจัยที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ	

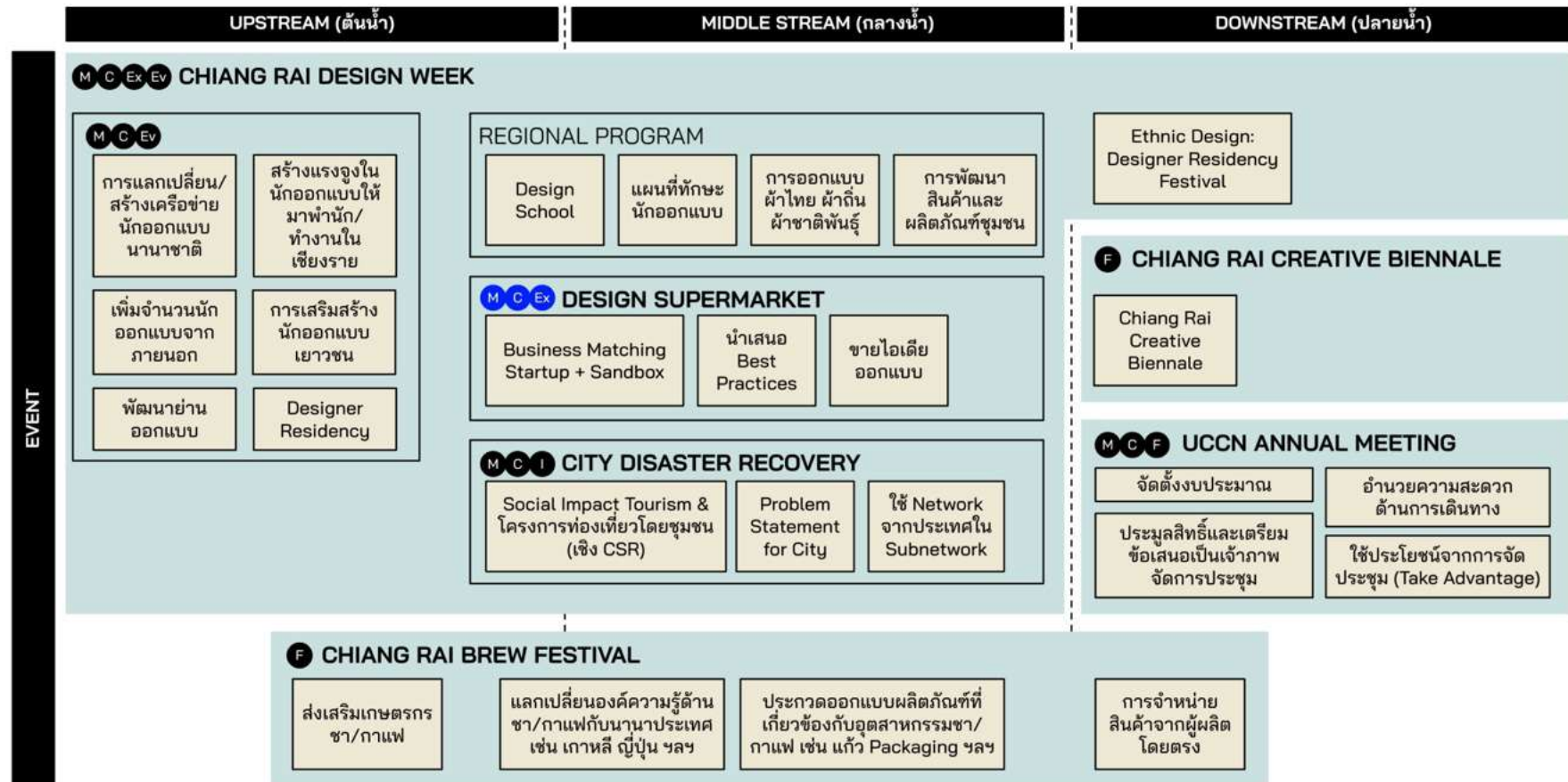
ภาพที่ 4-29 เครื่องมือในกิจกรรมที่ 6 ของกระบวนการร่วมรังสรรค์ (Co-creation Workshop) จังหวัดเชียงราย

ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตที่อยากให้จังหวัดเชียงรายเป็น ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของยูเนสโก

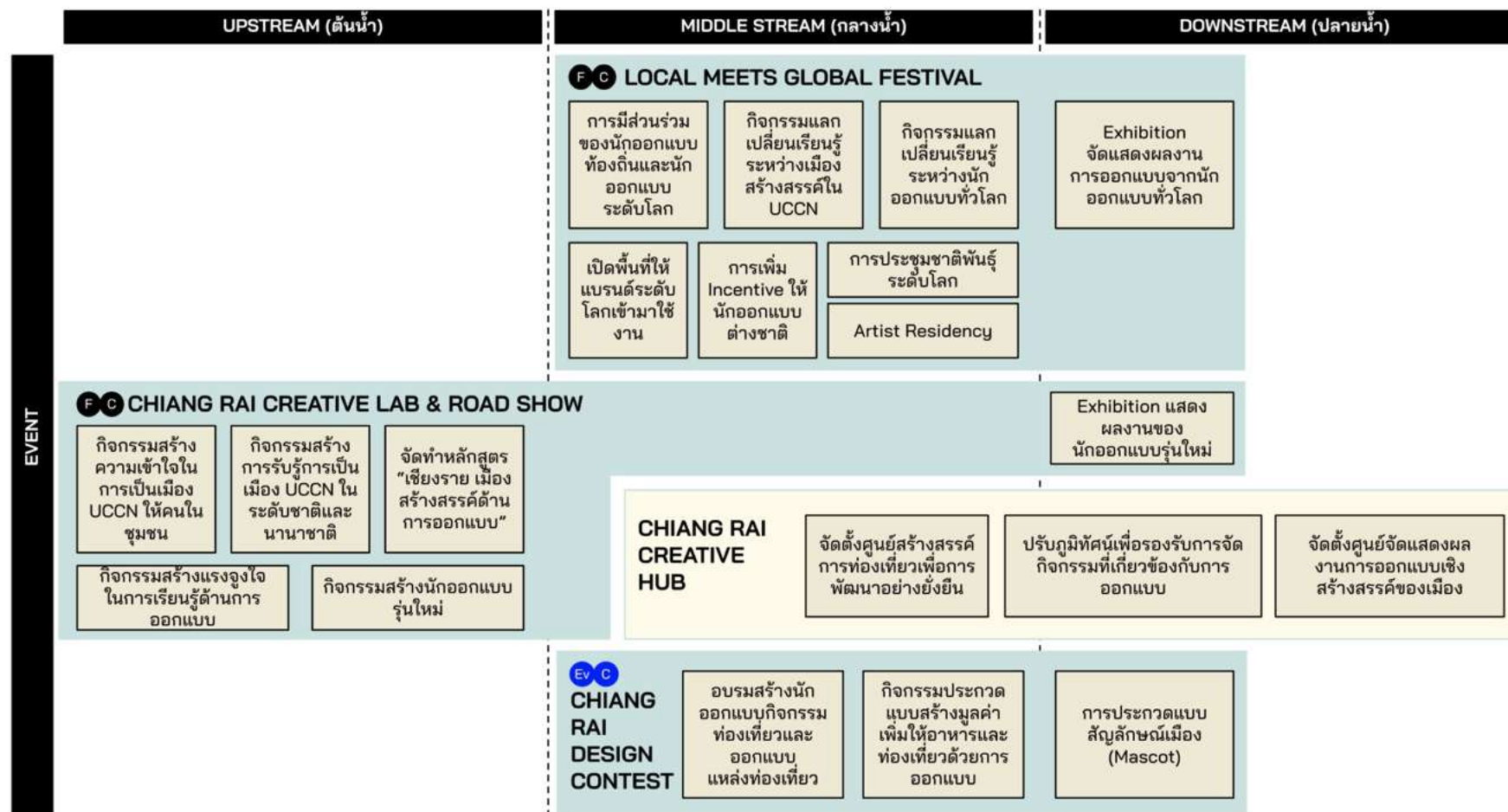


ภาพที่ 4-30 ทิศทางเป้าหมาย/ภาพอนาคตของเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ

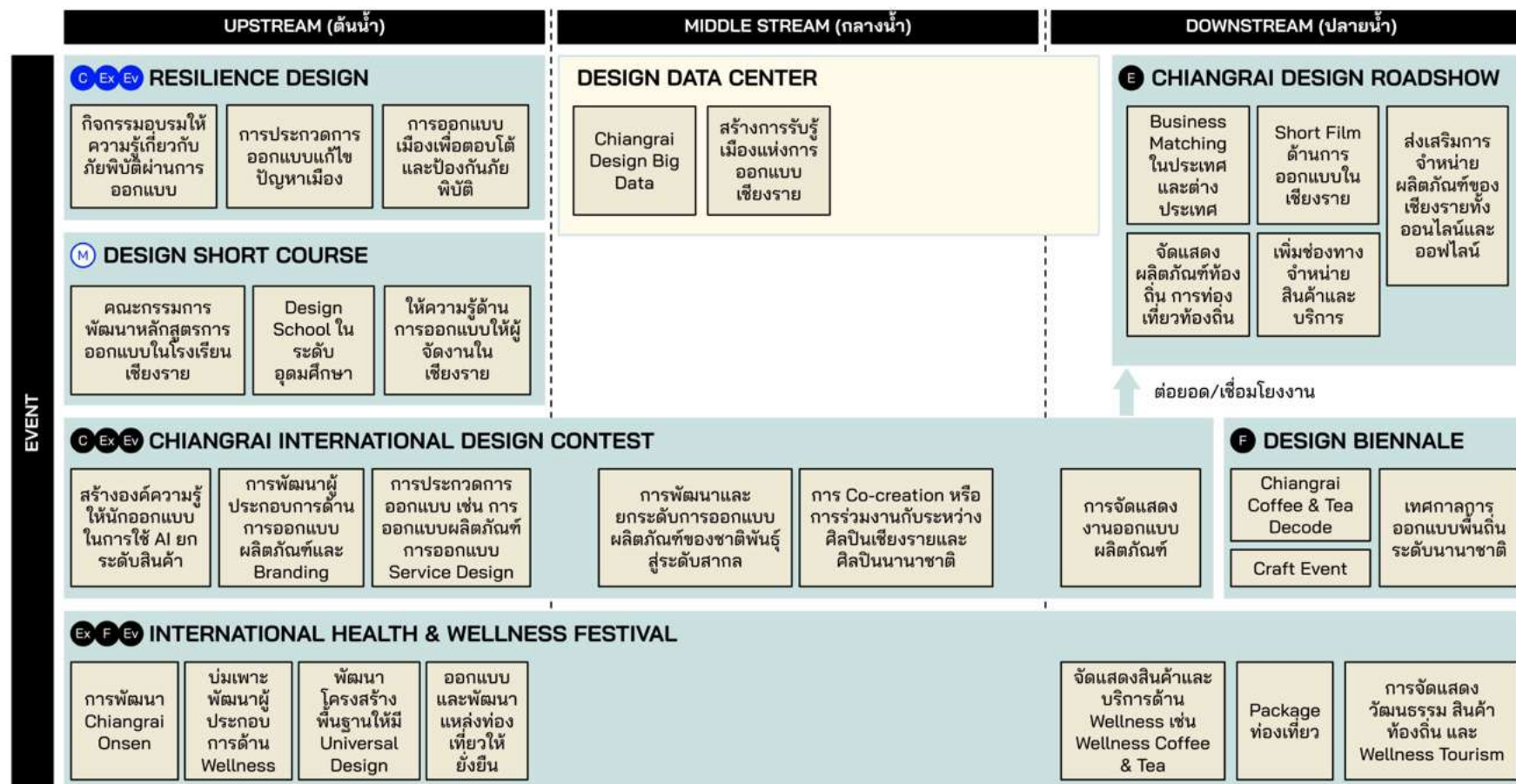
บทบาทของไม้ซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของเชียงราย



ภาพที่ 4-31 บทบาทของไม้ซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของเชียงราย (1)

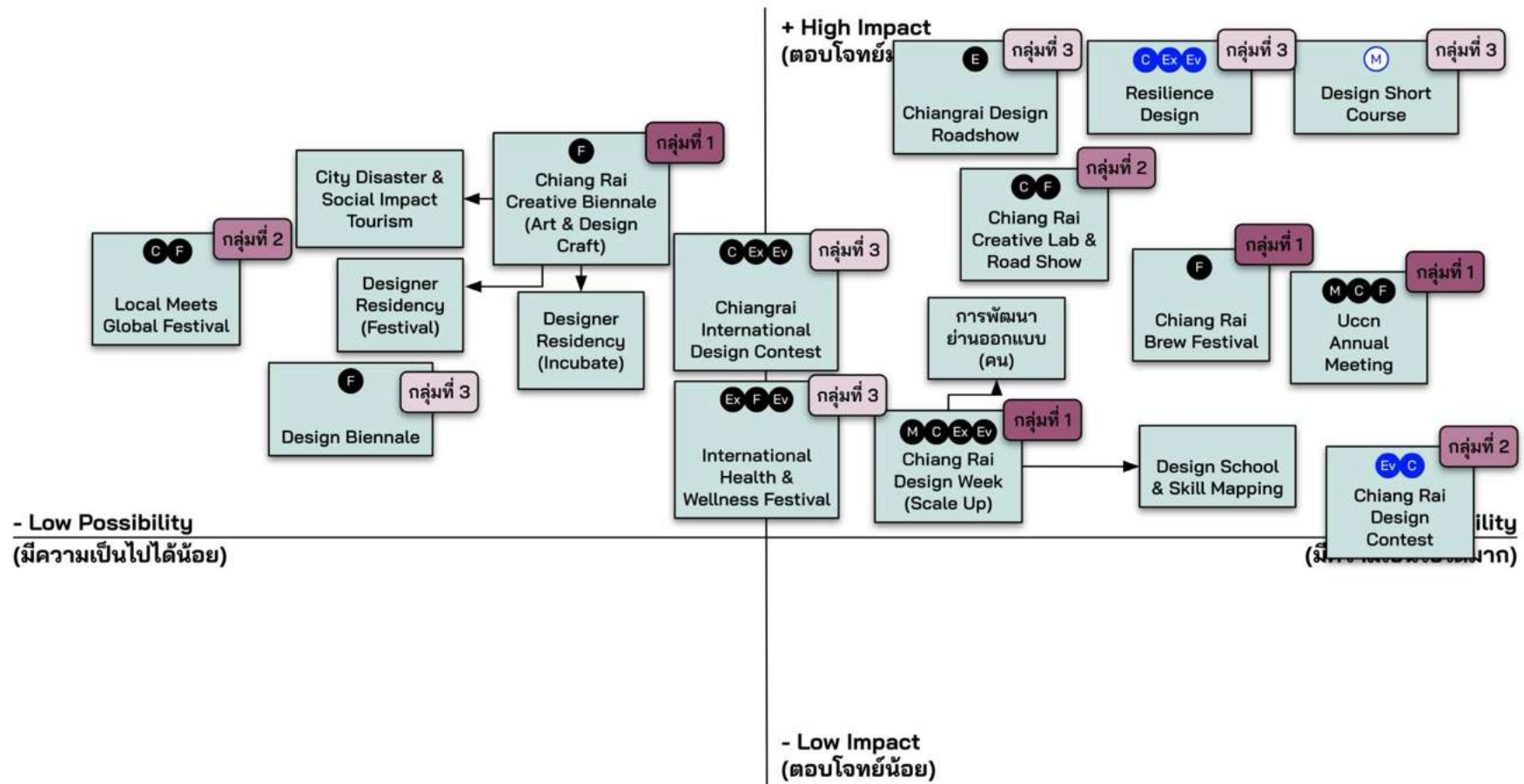


ภาพที่ 4-32 บทบาทของไม้ซุง/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของเชียงราย (2)



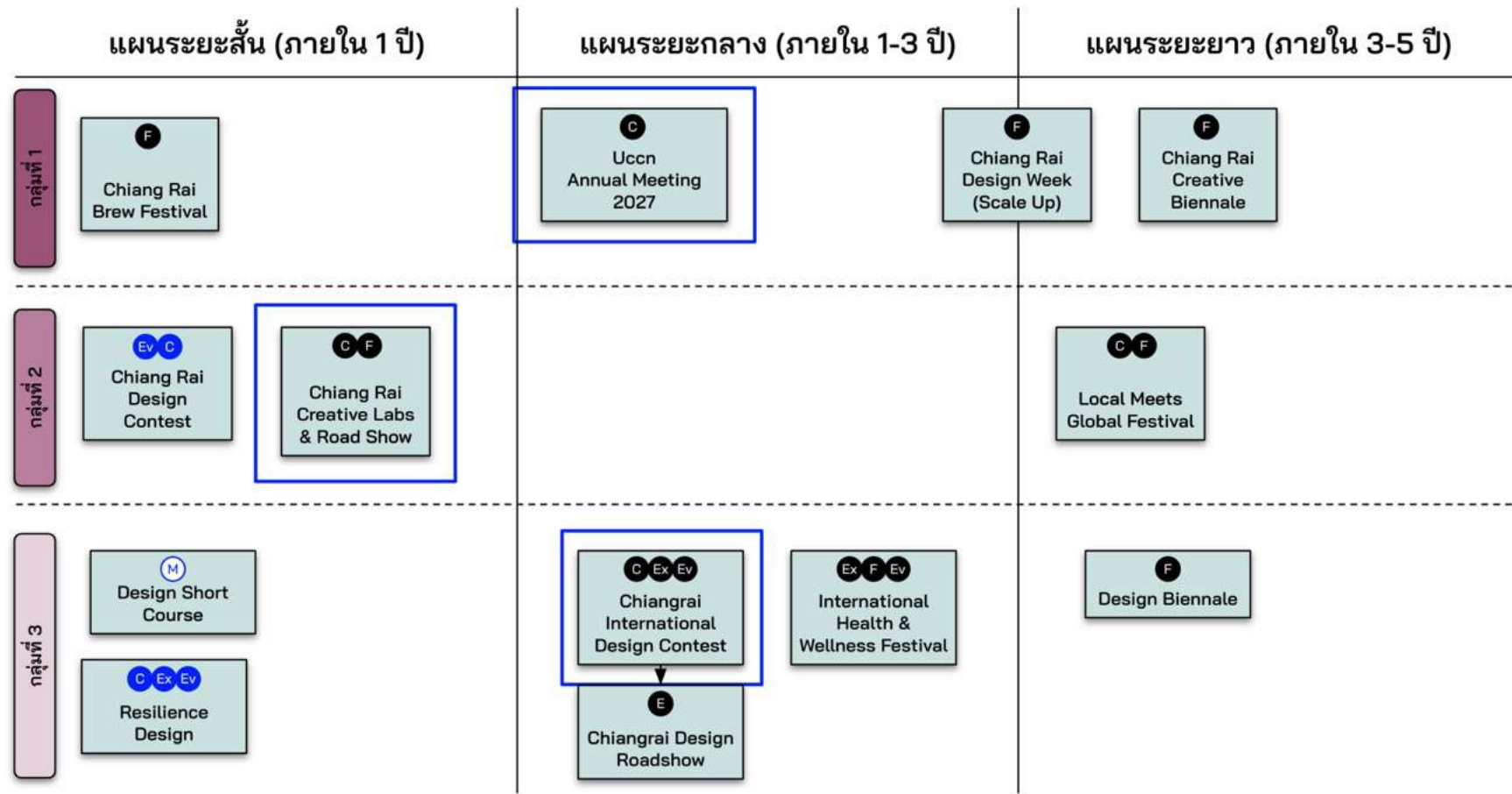
ภาพที่ 4-33 บทบาทของโมซ์/งานเทศกาลที่จะเข้ามาช่วยยกระดับเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของเชียงราย (3)

การประเมินและคัดเลือกโครงการหรือกิจกรรมไมซ์



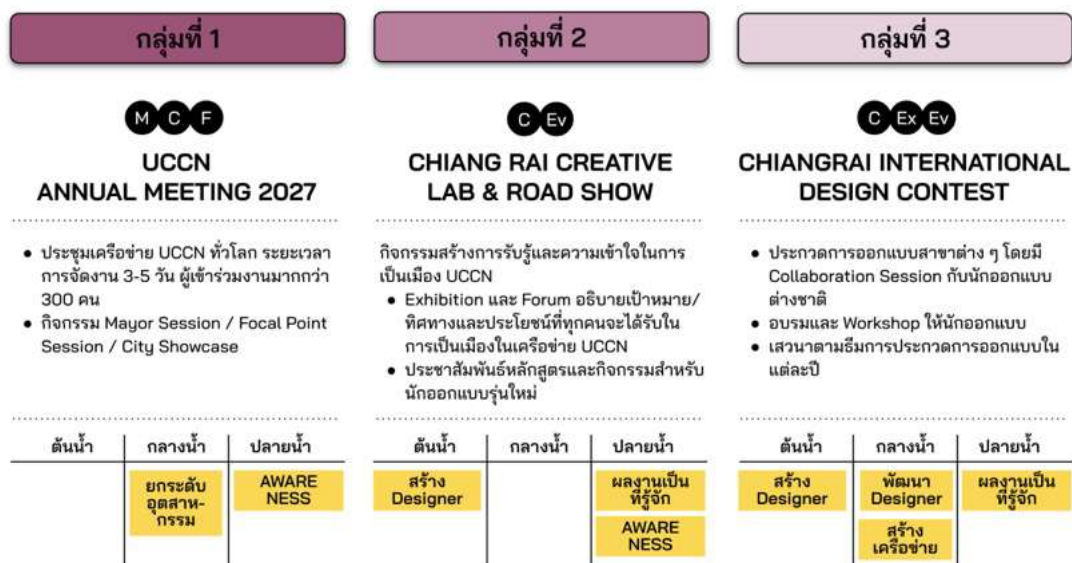
ภาพที่ 4-34 การประเมินและคัดเลือกโครงการหรือกิจกรรมไมซ์

การจัดทำแผนแม่บทโครงการหรือกิจกรรมไม่ซ้ำ



ภาพที่ 4-35 การจัดทำแผนแม่บทโครงการหรือกิจกรรมไม่ซ้ำ

รายละเอียดโครงการหรือกิจกรรมไมซ์



ภาพที่ 4-36 รายละเอียดโครงการหรือกิจกรรมไมซ์

ตารางที่ 4-8 โครงการหรือกิจกรรมไมซ์ โครงการที่ 1

ชื่องาน	UCCN ANNUAL MEETING 2027
ประเภทงาน	Meetings, Conferences, Festival
ระดับงาน	International
คำอธิบาย	- การประชุมเครือข่าย UCCN ทั่วโลก - ระยะเวลาการจัดงาน 3-5 วัน - ผู้เข้าร่วมงานมากกว่า 300 คน - กิจกรรมภายในงาน ประกอบด้วย (1) Mayor Session (2) Focal Point Session และ (3) City Showcase
วัตถุประสงค์และความสำคัญ	- การรายงานความก้าวหน้าการเป็นเมืองในเครือข่าย UCCN ประกอบด้วย (1) Pre-Post Tour (2) Innovation Exchange และ (3) On-site Networking - Re-positioning: การปรับบทบาทเครือข่ายให้ทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทโลก - Hand-over (Co-ordinator): การส่งต่อหน้าที่ประสานงานระหว่างเมืองเจ้าภาพ - Manifesto: การร่วมประกาศเจตนารมณ์และเป้าหมายของเครือข่าย - Development best practice: การแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดีเพื่อพัฒนาเมืองผ่านความคิดสร้างสรรค์
ปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	- งบประมาณ - การประสานงาน - การบริหารจัดการงานเทศกาล

ชื่องาน	UCCN ANNUAL MEETING 2027
	- ความชัดเจนของ Proposal
ปัจจัยที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ	- ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญในระดับ - ผู้อำนวยการหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง - งบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาล - การออกแบบอีเวนต์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	หุ้นส่วน/เจ้าภาพ - ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย - องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย - มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (สถานที่จัดกิจกรรม) - เชียงรายพัฒนาเมือง (CRCD) - คณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน (กกร.) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก - สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) - องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน - สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (THACCA) - กองการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรอง - เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย (TCCN) - องค์การภาคประชาชนในจังหวัดเชียงราย - สถาบันการศึกษา

ตารางที่ 4-9 โครงการหรือกิจกรรมไมซ์ โครงการที่ 2

ชื่องาน	CHIANG RAI CREATIVE LAB & ROAD SHOW
ประเภทงาน	Conferences, Event
ระดับงาน	International
คำอธิบาย	- กิจกรรมสร้างการรับรู้และความเข้าใจในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของยูเนสโกของเชียงราย - Exhibition และ Forum อธิบายเป้าหมาย/ทิศทางของเชียงรายและประโยชน์ที่ทุกคนจะได้รับในการเป็นเมืองในเครือข่าย UCCN - ประชาสัมพันธ์หลักสูตรและกิจกรรมสำหรับนักออกแบบรุ่นใหม่ ประกอบด้วย (1) การเชื่อมโยงองค์ความรู้ด้านการออกแบบระหว่างเมืองใน UCCN (2) หลักสูตรในระบบ : หลักสูตรประวัติศาสตร์และพื้นฐานการออกแบบสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลาย (3) หลักสูตรนอกระบบ : กิจกรรม Workshop การออกแบบสำหรับเยาวชนและคนที่สนใจ
วัตถุประสงค์และความสำคัญ	- สร้างการรับรู้และความเข้าใจในการเป็นเมืองในเครือข่าย UCCN - พัฒนาคุณภาพชีวิตและผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมท้องถิ่น - เก็บรวบรวมและถ่ายทอดองค์ความรู้ท้องถิ่น - สร้างมาตรฐานงานออกแบบและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น - ต่อยอดและกระจายองค์ความรู้ด้านการออกแบบ
กลุ่มเป้าหมายหลัก/รอง	- ชุมชนในจังหวัดเชียงราย - ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมออกแบบและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง - เยาวชน/นักเรียน/นักศึกษาในเชียงราย ทั่วประเทศและในระดับนานาชาติ - บุคคลทั่วไปที่สนใจในการออกแบบ
ปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	- ความไม่เข้าใจของชุมชนหรือระหว่างหน่วยงาน - การเข้าถึงเข้าข้อมูลองค์ความรู้ - งบประมาณไม่ต่อเนื่อง
ปัจจัยที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ	- งบประมาณที่ต่อเนื่อง - ความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	หุ้นส่วน/เจ้าภาพ - องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย - สถานศึกษาและมหาวิทยาลัย - สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก

ชื่องาน	CHIANG RAI CREATIVE LAB & ROAD SHOW
	- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) - สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย - สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย - พิพิธภัณฑ์ศิลปะร่วมสมัยเมืองเชียงราย (CCAM) - สมาคมข่าวศิลปะ - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย - เมืองในเครือข่าย UCCN ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรอง - มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง - มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย - มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย - มหาวิทยาลัยกรุงเทพ - สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย (ศูนย์ OTOP) - เทศบาลตำบล - วัดและผู้นำชุมชน

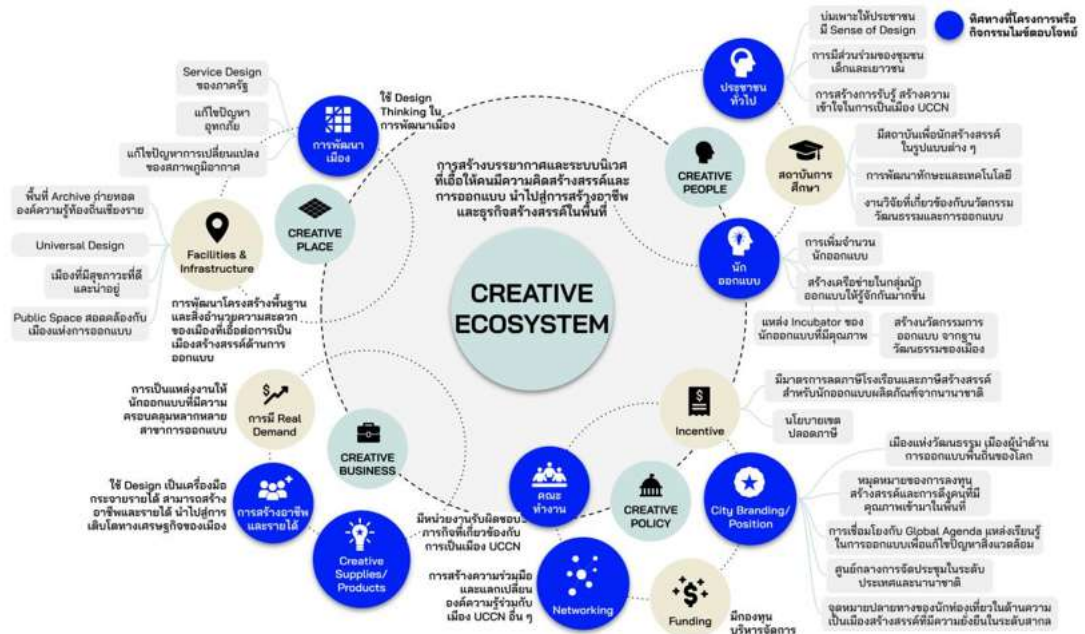
ตารางที่ 4-10 โครงการหรือกิจกรรมไม่ซ้ำ โครงการที่ 3

ชื่องาน	CHIANGRAI INTERNATIONAL DESIGN CONTEST
ประเภทงาน	Conferences, Exhibition, Event
ระดับงาน	International
คำอธิบาย	- กิจกรรมการประกวดการออกแบบสาขาต่าง ๆ เช่น Product Design, Service Design, Fashion Design, Graphic Design โดยมี Collaboration Session กับนักออกแบบต่างชาติ - กิจกรรมอบรมและ Workshop ให้นักออกแบบ - กิจกรรมเสวนาตามธีมการประกวดการออกแบบในแต่ละปี
วัตถุประสงค์และความสำคัญ	- พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด - เพิ่มนักออกแบบหน้าใหม่ในพื้นที่ - สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ และสร้าง Profile ให้กับนักออกแบบ - สร้างเครือข่ายนักออกแบบระดับนานาชาติ
กลุ่มเป้าหมายหลัก/รอง	- ผู้เข้าประกวด นักออกแบบไทยและต่างชาติ ได้แก่ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาและกลุ่ม Professional

ชื่องาน	CHIANGRAI INTERNATIONAL DESIGN CONTEST
	- วิทยากร (Speaker) ได้แก่ นักออกแบบในพื้นที่ นักออกแบบไทยและนักออกแบบต่างชาติ เจ้าของแบรนด์ อาจารย์คณะที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ - กลุ่มผู้ชม ได้แก่ เยาวชน/นักเรียน/นักศึกษาทั่วประเทศและในอาเซียน
ปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	- ขั้นตอนการทำงานกับภาครัฐ - งบประมาณไม่เพียงพอ และขาดผู้สนับสนุน (Sponsor)
ปัจจัยที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จ	- ก่อนการจัดงาน : มีการประชาสัมพันธ์ทั่วถึง มีนักออกแบบเข้าร่วมจำนวนมาก มีเงินรางวัลที่เหมาะสม - ตัวชี้วัดหลังการจัดงาน : งานออกแบบเจอกับกลุ่มลูกค้าหรือตลาดจริง สามารถผลิตสินค้าจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	หุ้นส่วน/เจ้าภาพ - เชียงรายพัฒนาเมือง (CRCD) - หอการค้าและ YEC เชียงราย - สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) - สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก - ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) - องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน - ศิลปิน/นักออกแบบ และกลุ่มศิลปินจังหวัดเชียงราย เช่น ชั่วศิลปะ กลุ่มศิลปินแม่ญิง Illusilly กลุ่มอาศัย - ภาคเอกชนและกลุ่มภาคเอกชน เช่น Biz Club กลุ่มวัฒนกุล - สถาบันการศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย - สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย - สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงราย ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรอง - กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาการประกวดการออกแบบ เช่น สิ่งปาร์ค ดอยตุง สถาบันชาและกาแฟ กลุ่ม Chiangrai Coffee Lovers - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากรายละเอียดโครงการหรือกิจกรรมไม่ซ้ำของเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ได้ตอบโจทย์ทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตของเชียงราย ดังนี้ (1) การใช้ Design Thinking ในการพัฒนาเมือง (2) การพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Supplies/Products) (3) การสร้างอาชีพและรายได้ (4) การ

สร้างความร่วมมือและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกับเมือง UCCN อื่น ๆ (5) มีหน่วยงานรับผิดชอบภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเมือง UCCN (6) City Branding และ City Position และ (7) การเพิ่ม/พัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ ทั้งนี้กรอบแบบในพื้นที่และประชาชนทั่วไป



ภาพที่ 4-37 ทิศทางของเชียงราย เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ที่โครงการหรือกิจกรรมไม่ซ้ำกัน

บทที่ 5

การจัดทำต้นแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan)

5.1 แผนแม่บท (Master Plan) กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก เมืองต้องแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมในการขับเคลื่อนสาขาสร้างสรรค์และสามารถใช้สาขาสร้างสรรค์เป็นกลไกในการพัฒนาเมือง ทั้งในมิติของคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของเมือง

โดย UCCN ต้องการทราบถึงประสบการณ์และความพร้อมของเมืองในการจัดงานหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงกิจกรรมไมซ์ เช่น (1) งานแฟร์ งานประชุมสัมมนา (conferences, conventions and congresses) และงานอีเวนต์ระดับชาติหรือระดับนานาชาติที่จัดขึ้นโดยเมือง ในระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมาที่เกี่ยวข้องกับสาขาเมืองสร้างสรรค์ (2) สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานหลัก รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ (งานแสดงสินค้า งานประชุมสัมมนา ฯลฯ) ที่จัดโดยเมืองในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา ฯลฯ

เมืองที่มีเป้าหมายในการสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกและเมืองที่เป็นสมาชิกในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก จึงต้องวางแผนในการใช้กิจกรรมไมซ์และงานเทศกาล ทั้งระดับชาติและนานาชาติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่าย และสามารถพัฒนาและยกระดับสาขาสร้างสรรค์ของเมืองให้มีความยั่งยืนต่อไป ผ่านการใช้ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

5.1.1 ต้นแบบ (Model) กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์

ในการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ผ่านการใช้ MICE หรือ Festival เป็นเครื่องมือ นั้น ต้องมีการมองแรงขับเคลื่อนสำคัญของเมือง (Cities' Driving Forces) ได้แก่ ต้นทุนด้านวัฒนธรรม (Culture) และต้นทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก โดยต้องมีความสอดคล้องกับปฏิญญา MONDIACULT 2022 ในด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ (1) การรักษา (Preserve) คือ การสืบสาน ส่งต่อ ถ่ายทอด และทำให้เป็นต้นทุนที่มีความยั่งยืน อยู่คู่กับเมืองไปสู่นาคต (2) การปฏิบัติ (Practice) คือ การใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์และธุรกิจของเมืองให้คงอยู่ผ่านการใช้การเรียนรู้ และการถ่ายทอดด้วยการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและเป็นกลไกในการพัฒนาเมือง และ (3) การสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Innovate) คือ การต่อยอดวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ให้ทันสมัย ตอบโจทย์สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของเมืองอย่างยั่งยืน ด้วยกระบวนการ ดังนี้ (1) การกระตุ้น (Stimulate) (2) การสนับสนุน (Support) และ (3) การส่งเสริม (Promote) ซึ่งดำเนินการผ่านการจัดกิจกรรม MICE (Meeting Incentive Conference Exhibition) หรือ Festival

ในกระบวนการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ผ่านการใช้ MICE หรือ Festival เป็นเครื่องมือ ต้องสามารถบรรลุเป้าหมายใน 2 มิติ ได้แก่ มิติการทำงานร่วมกันในเครือข่าย UCCN ซึ่งประกอบด้วย (1) การสร้างความร่วมมือในหลายระดับ (Multi Level Cooperation) คือ การเชื่อมโยงเมืองในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ (2) การแบ่งปันองค์ความรู้ (Knowledge Sharing) คือ การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เครื่องมือ และแนวปฏิบัติระหว่างเมือง เพื่อยกระดับศักยภาพร่วมกัน (3) การเรียนรู้ระหว่างเมือง (Peer Learning) คือ การส่งเสริมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านการแลกเปลี่ยน

ประสบการณ์โดยตรงระหว่างเมืองในเครือข่าย และ (4) การริเริ่มระหว่างเมือง (Collaborative Initiatives) คือ การสนับสนุนโครงการที่เมืองในเครือข่ายทำร่วมกันทั้งในสาขาเดียวกันหรือข้ามสาขา เพื่อผลลัพธ์ร่วมด้านวัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงต้องบรรลุเป้าหมายในมิติของเมือง ซึ่งประกอบด้วย (1) การเติบโตทางเศรษฐกิจและธุรกิจ (Economic/Business Growth) จากการยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจของเมือง (2) นวัตกรรมทางสังคมและคุณภาพชีวิต (Social Innovation & Well-Being) และ (3) สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Environmental Sustainability)

การจัดงาน MICE หรือ Festival ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงเป้าหมายในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ในเครือข่าย UCCN ในสาขาต่าง ๆ ผ่านการกระตุ้น (Stimulate) การสนับสนุน (Support) และ การส่งเสริม (Promote) เพื่อให้เกิดการรักษา (Preserve) การปฏิบัติ (Practice) และการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Innovate) ส่งผลให้แรงขับเคลื่อนสำคัญของเมือง (Cities' Driving Forces) ทั้งต้นทุนทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เกิดความเข้มแข็ง และสามารถบรรลุทั้งเป้าหมายของการทำงานร่วมกันในเครือข่าย UCCN และ เป้าหมายการพัฒนาเมือง

UCCN Co-Creative City Model

Cities' Driving Forces

- CULTURE:** วัฒนธรรม
- CREATIVITY:** ความคิดสร้างสรรค์

MONDIACULT 2022 Culture and Creative Field

- PS PRESERVE:**
การสืบสาน ส่งต่อ ถ่ายทอด
- PT PRACTICE:**
การใช้สินทรัพย์/เรียนรู้/ถ่ายทอด
- IN INNOVATE:**
การต่อยอดให้ทันสมัย ตอบโจทย์

Action/Process

- ST STIMULATING:**
การกระตุ้น
- SP SUPPORTING:**
การสนับสนุน
- PR PROMOTING:**
การส่งเสริม

MICE+FESTIVAL

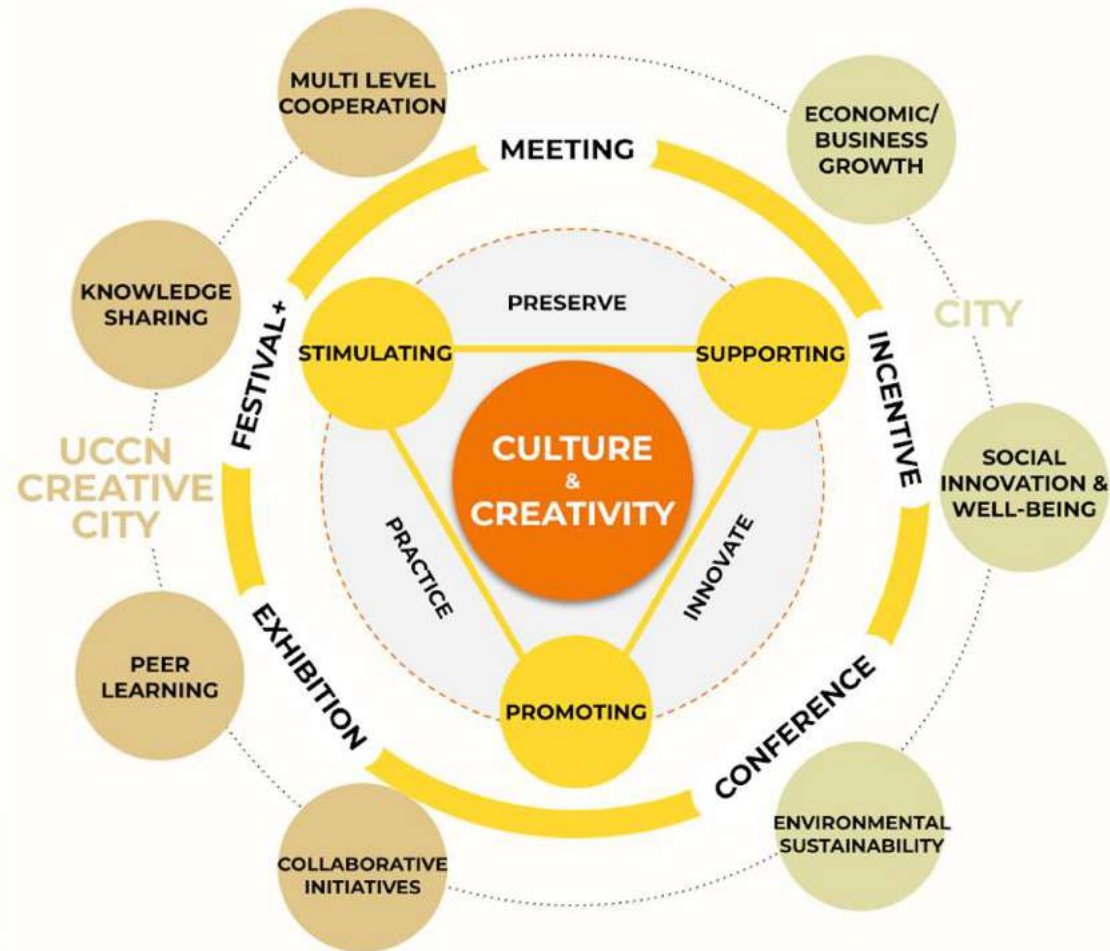
- M MEETING:**
การประชุมสัมมนา
- I INCENTIVE:** การจัดการ
เส้นทางเพื่อเป็นรางวัล
- C CONFERENCE:**
การประชุมสมาคมวิชาชีพ
- Ex EXHIBITION:**
การจัดงานแสดงสินค้า
- Ev EVENT:** งานอีเวนต์
- F FESTIVAL:** งานเทศกาล

UCCN Goals

- MC MULTI LEVEL COOPERATION:**
การสร้างความร่วมมือ
ในหลายระดับ
- KS KNOWLEDGE SHARING:**
การแบ่งปันองค์ความรู้
- PL PEER LEARNING:**
การเรียนรู้ระหว่างเมือง
- CI COLLABORATIVE INITIATIVES:**
การริเริ่มระหว่างเมือง

CITY Goals

- ECONOMIC/BUSINESS GROWTH:**
การเติบโตทางเศรษฐกิจและธุรกิจ
จากการยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์
ที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจของเมือง
- SOCIAL INNOVATION & WELL-BEING:** นวัตกรรม
ทางสังคมและคุณภาพชีวิต
- ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY:**
สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน



ภาพที่ 5-1 UCCN Co-Creative City Model

5.1.2 แนวทางการปฏิบัติ (Guideline) กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไม้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์

MICE & Creative City Canvas เป็นเครื่องมือสำหรับเมืองในเครือข่าย UCCN และเมืองที่แผนหรือกำลังสมัครเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่าย UCCN ที่ต้องการยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมืองผ่านการใช้ MICE หรือ Festival เพื่อบรรลุเป้าหมายของเครือข่าย UCCN และเป้าหมายการพัฒนาเมือง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) แผนผังทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคต : เป็นเครื่องมือในการทบทวนและ Re-positioning เมือง โดยการระบุทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคตที่อยากให้เมืองเป็นในฐานะเมืองสร้างสรรค์ในเครือข่าย UCCN

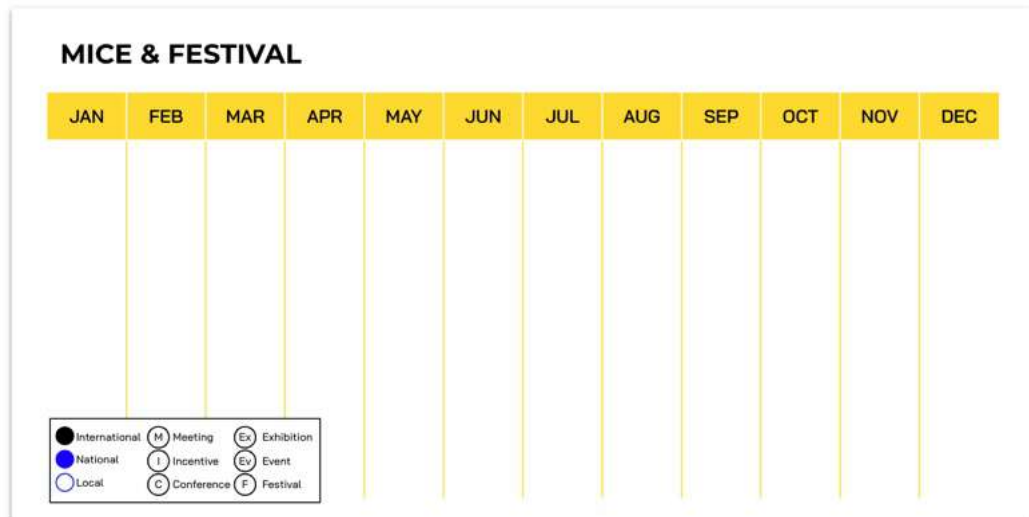


ภาพที่ 5-2 แผนผังทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคต

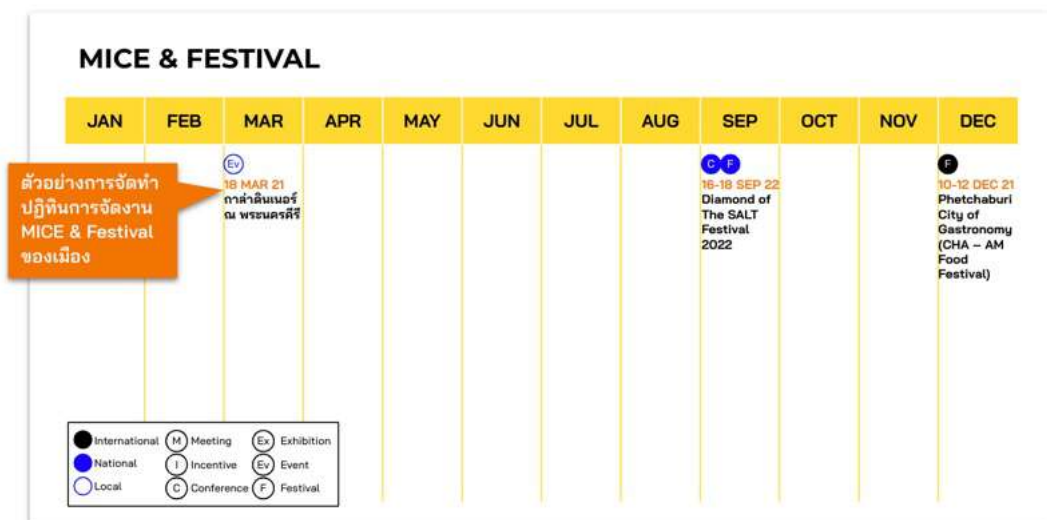


ภาพที่ 5-3 ตัวอย่างการใช้แผนผังทิศทาง/เป้าหมาย/ภาพอนาคต

(2) **แผนผัง MICE & Festival Events:** เป็นเครื่องมือในการประเมินประสิทธิภาพและความพร้อมในด้านการจัดงานและกิจกรรมของเมือง ด้วยการจัดทำปฏิทินการงานที่ระบุประเภทของงาน ซึ่งได้แก่ M หรือ Meetings คือ การประชุมสัมมนา I หรือ Incentives คือ การจัดการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล C หรือ Conferences คือ การประชุมสมาคมวิชาชีพ E หรือ Exhibitions คือ การจัดงานแสดงสินค้า Ev หรือ Event คือ งานอีเวนต์ และ F หรือ Festival คือ งานเทศกาล รวมถึงการระบุระดับของงาน ได้แก่ งานระดับนานาชาติ (International) งานระดับชาติ (National) และงานระดับท้องถิ่น (Local)



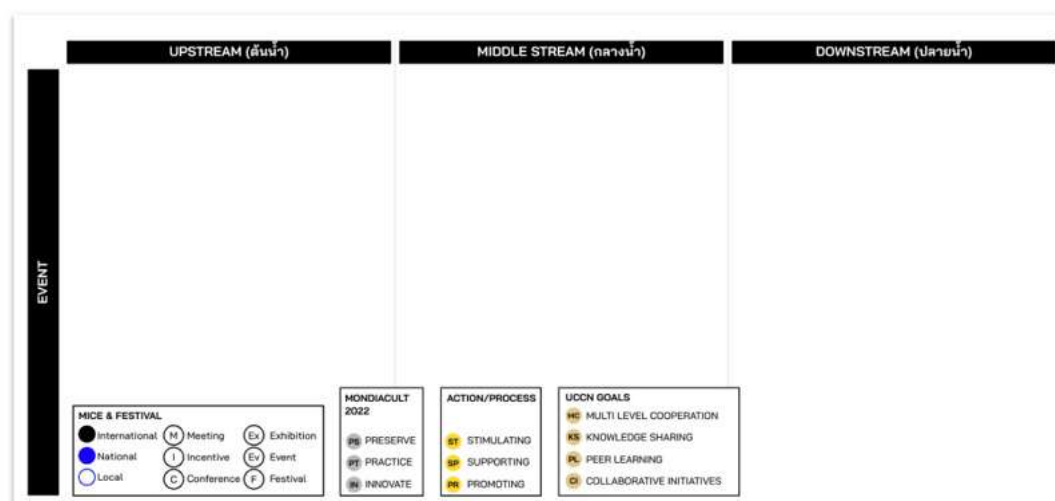
ภาพที่ 5-4 แผนผัง MICE & Festival Events



ภาพที่ 5-5 ตัวอย่างการใช้แผนผัง MICE & Festival Events

(3) **แผนผังห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ของงาน MICE & Festival:** เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบและยืนยัน (Verify) งาน MICE และ Festival ในด้านการตอบโจทย์เศรษฐกิจของเมือง ซึ่งประกอบด้วย

ต้นน้ำ (Upstream) คือ งาน MICE หรือ Festival ที่สนับสนุนต้นทุนด้านวัฒนธรรม (Culture) และต้นทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) กลางน้ำ (Middle Stream) คือ งาน MICE หรือ Festival ที่ส่งเสริมกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับต้นทุน การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมือง ปลายน้ำ (Downstream) คือ งาน MICE หรือ Festival ที่ส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างการรับรู้ให้กับผลผลิตที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสร้างสรรค์ ด้วยการระบุงาน MICE หรือ Festival ของเมืองตามเป้าหมายและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดงานในแต่ละช่วงของห่วงโซ่การสร้างมูลค่า รวมถึงการระบุความสอดคล้องกับปฏิญญา MONDIACULT 2022 ในด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ (1) PS หรือ Preserve (2) PT หรือ Practice และ (3) IN หรือ Innovate การระบุบทบาทของ MICE และ Festival ได้แก่ (1) ST หรือ Stimulate (2) SP หรือ Support และ (3) PR หรือ Promote รวมถึงการระบุการบรรลุเป้าหมายการทำงานร่วมกันในเครือข่าย UCCN ได้แก่ (1) MC หรือ Multi Level Cooperation (2) KS หรือ Knowledge Sharing (3) PL หรือ Peer Learning และ (4) CI หรือ Collaborative Initiatives



ภาพที่ 5-6 แผนผังห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ของงาน MICE & Festival



ภาพที่ 5-7 ตัวอย่างการใช้แผนผังห่วงโซ่การสร้างมูลค่า (Value Chain) ของงาน MICE & Festival

(4) **แผนผังรายการตรวจสอบงาน MICE & Festival:** เป็นเครื่องมือลำดับสุดท้าย สำหรับใช้เป็นรายการตรวจสอบงาน MICE และ Festival ที่เป็นเครื่องมือในการยกระดับเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งจะต้องมีการระบุประเภทงานระดับของงาน ความสอดคล้องกับปฏิญญา MONDIACULT 2022 ในด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการระบุบทบาทของ MICE และ Festival และการบรรลุเป้าหมายของเครือข่าย UCCN

MICE/Festival		Level			UCCN									
		Local	National	International	PS	PT	IN	ST	SP	PR	MC	KS	PL	CI
M														
I														
C														
Ex														
Ev														
Festival														

ภาพที่ 5-8 แผนผังรายการตรวจสอบงาน MICE & Festival

MICE/Festival		Level			UCCN									
		Local	National	International	PS	PT	IN	ST	SP	PR	MC	KS	PL	CI
F	Phetchaburi Creative City : Eat & Art Unlimited	✓			✓	✓	✓		✓	✓		✓		
Ex														

ตัวอย่างการระบุงาน MICE & Festival ในแผนผังรายการตรวจสอบ

ภาพที่ 5-9 ตัวอย่างการใช้แผนผังรายการตรวจสอบงาน MICE & Festival

การนำ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas ไปใช้สำหรับเมืองที่เป็นสมาชิกในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก สามารถใช้เพื่อวางแผนพัฒนาและยกระดับเมืองสร้างสรรค์ ประเมินสถานะและความก้าวหน้าเพื่อส่งรายงาน Membership Monitoring Report รวมถึงการใช้ตรวจสอบและ Verify งาน MICE และ Festival ในการตอบโจทย์เป้าหมาย UCCN และเมือง สำหรับเมืองที่มีแผนหรือกำลังสมัครเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก สามารถใช้วางแผนและประเมินความพร้อมในการส่งใบสมัครเข้า

ร่วมเครือข่าย UCCN รวมถึงการใช้ตรวจสอบและ Verify งาน MICE และ Festival ในการตอบโจทย์เป้าหมาย UCCN และเป้าหมายการพัฒนาเมือง

5.2 กิจกรรมการนำเสนอตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan)

5.2.1 รายละเอียดกิจกรรมการนำเสนอตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan)

การดำเนินการจัดกิจกรรมการนำเสนอตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2568 เวลา 09.30-12.00 น. ณ Event Space, SAMA Garden, BITEC กรุงเทพมหานคร มีจุดประสงค์ (1) เพื่อนำเสนอตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์ หรือ UCCN Co-Creative City Model (2) เพื่อสร้างการรับรู้ และแนวทางการปฏิบัติ (Guideline) กระบวนการในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์ (3) เพื่อนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาประมวล เพื่อเป็นข้อมูลและให้ผลการศึกษาโครงการลู่ต่อไป

โดยมีกำหนดการจัดกิจกรรม ดังนี้

เวลา	กิจกรรม
09.30-10.00น.	30 นาที ลงทะเบียน และ Morning Refreshment
10.00-10.10น.	10 นาที Visionary Session: “พลิกโฉมกลยุทธ์ใหม่จาก Creative City Model สู่ Color Economy” โดย ดร.ศุภวรรณ ตีระรัตน์ ผู้อำนวยการ สสปน.
10.10-10.40น.	30 นาที Action in Focus: “สร้างเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) อย่างมีกลยุทธ์ ด้วย UCCN Co-Creative City Model” โดย รองศาสตราจารย์ ดร. พีรธร แก้วลาย ที่ปรึกษาโครงการ สสปน.
10.40-10.50น.	10 นาที Collaboration to Action: ประกาศความร่วมมือเพื่อยกระดับเมืองน่านสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ภายใต้ UCCN Co-Creative City Model - สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ องค์การมหาชน - องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) - สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) - British Council Thailand
10.50-11.20น.	30 นาที Initiative Talk: “โมเดลเศรษฐกิจใหม่กับ Intelligence in Action” โดย ผอ. หริสุตา บุญยวัฒน์ ผู้อำนวยการฝ่ายไมซ์ฮอนเทลลิเจนซ์และนวัตกรรม ผอ. พัฒนชัย สิงหะวาระ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคใต้ คุณฮันนี่ - ชลพรธนา นารูลา ผู้ดำเนินรายการ
11.20-12.00น.	40 นาที Networking และสิ้นสุดการจัดกิจกรรม

ในการจัดกิจกรรมการนำเสนอตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) มีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 110 คน ประกอบด้วย ภาครัฐ 68 คน ภาคเอกชน 34 คน และภาคการศึกษา 8 คน โดยมีรายละเอียดและรายชื่อ ดังนี้

ตารางที่ 5-1 กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม จำแนกรายจังหวัดและหน่วยงาน

จังหวัด	จำนวน (คน)		
	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคการศึกษา
กรุงเทพมหานคร	5	19	3
จันทบุรี	0	2	0
เชียงราย	1	1	2
เชียงใหม่	1	1	0
เพชรบุรี	4	4	0

จังหวัด	จำนวน (คน)		
	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคการศึกษา
ภูเก็ต	0	1	0
ศรีสะเกษ	1	2	0
สุโขทัย	1	1	0
สุพรรณบุรี	4	3	0
หน่วยงานส่วนกลาง	51	0	3
รวมทั้งสิ้น	68	34	8

ตารางที่ 5-2 รายชื่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมกิจกรรม

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
กรุงเทพมหานคร			
1	คุณพงศ์นรินทร์ คงชู	หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมเศรษฐกิจเมือง	กรุงเทพมหานคร
2	คุณไพลิน พลอยพราว	นักพัฒนาการท่องเที่ยวชำนาญการ	กรุงเทพมหานคร
3	คุณองอาจ สุวรรณเมศ	สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว	สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว
4	คุณเดชรัตน์ ยุทธะนันท์	นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ	สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว
5	คุณเกตุวดี ปิยะเมธินรุจน์	ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักพัฒนาพื้นที่และชุมชน 2	สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
6	ผศ.ดร.ฤทธิรงค์ จุฑาพถุมิตร	ที่ปรึกษาอาวุโส	ศูนย์วิจัยนวัตกรรมสิ่งแวดล้อมสรรค์สร้าง
7	คุณพุดกัมธกร เมธินพอนันต์	นักวิจัย	ศูนย์วิจัยนวัตกรรมสิ่งแวดล้อมสรรค์สร้าง
8	คุณกิตตินันท์ ดันติวงศ์	ผู้ช่วยวิจัย	ศูนย์วิจัยนวัตกรรมสิ่งแวดล้อมสรรค์สร้าง
9	คุณ Porntip Jarit	เจ้าหน้าที่ชำนาญการอาวุโสและบริหารโครงการบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่	ThaiBev
10	คุณกิตติยา แสงอาทิตย์	เจ้าหน้าที่ชำนาญการอาวุโส ThaiBev และบริหารโครงการบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่	ThaiBev
11	คุณณัฐริตา พรจิรวิชัย	เจ้าหน้าที่ชำนาญการและบริหารโครงการบางกอก อาร์ต เบียนนาเล่	ThaiBev
12	คุณกฤษภาส กาญจนเมฆานันต์	Principal	Bolliger & Company (Thailand)
13	คุณธนะชัย กุลสมบุญสินธ์์	Co-founder	Canvas Ventures International
14	ดร. พันธุ์อาจ ชัยรัตน์	Chairman of the Board	Canvas Ventures International
15	คุณธีรวิช พงษ์ประภาชื่น	SR Accountexecutive	Eventthai Ltd.

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
16	คุณเมฆงาม บัวเลี้ยง	Sales & Business Development Director	Eventthai Ltd.
17	คุณอรรพล เทนโรสง	COO	EXPOPASS (Eventthai Co.,Ltd)
18	คุณภัทรานิษฐ์ พงศ์พรพรต	Partnership Manager	Fastwork
19	คุณภคณัฐ ทาริยะวงศ์	Content Manager	Future Trends
20	คุณสุทธิรา รุ่งทวิสุข	BD Manager	Like me
21	คุณพิศพรณี เกื้อกุลกาญจนา	Head of Likeme Media	Like me
22	คุณกัญญารักษ์ กลิ่นประเสริฐ	Marketing Manager	TIME Consulting
23	คุณภาพิศา สิทธิไชย	Content Marketing	TIME Consulting
24	คุณธนธร ส่งชัยนที	CEO Assistant	TTE (Thailand Toy Expo)
25	คุณวรินทร์ ส่งชัยนที	Market Analytics Manager	TTE (Thailand Toy Expo)
26	คุณเมลินฎาณ์ ศิรเกษมพรกิตต์	Assistant BD Manager	บริษัท ไทม์ คอนซัลติ้ง จำกัด
27	คุณรินดา สุนทรวิมลมาลย์	ผู้สื่อข่าว	ประชาชาติธุรกิจ
จันทบุรี			
28	คุณอุกฤษฏ์ วงษ์ทองสาธิต	ประธาน	หอการค้าจังหวัดจันทบุรี
29	คุณฤทธิชัย อยู่สุข	กรรมการหอการค้า	หอการค้าจันทบุรี
เชียงราย			
30	คุณกำพล จาววัฒนาสกุล	นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการพิเศษ รักษาราชการแทนวัฒนธรรมจังหวัด เชียงราย	จังหวัดเชียงราย
31	คุณพร้อมพร จินดาวงศ์ เนตรหาญ	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	บริษัท เชียงรายพัฒนาเมือง (CRCD) จำกัด
32	รศ.ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง	หัวหน้า	สถาบันศิลปวัฒนธรรมและอารยธรรมลุ่ม น้ำโขง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
33	คุณสุขสันต์ ชื่นอารมย์	อาจารย์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
เชียงใหม่			
34	คุณชุดิมา ต๊ะพงษ์	ผู้อำนวยการส่วนบริหารการศึกษา สำนักการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม	องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่
35	คุณอนุรักษ์ อินซิ่น	Managing Director	Indeed Creation Co., Ltd.
เพชรบุรี			
36	คุณธวัชชัย สหัสสพาศน์	เลขาธิการ	YEC หอการค้าเพชรบุรี
37	คุณอิทธิกร ชำนาญอักษร	ประธานเครือข่าย	เครือข่ายธุรกิจ MOC Biz Club จังหวัด เพชรบุรี
38	คุณวันเพ็ญ มังศรี	รองผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี	จังหวัดเพชรบุรี

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
39	คุณปณิดาภา สอนแก้ว	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี
40	คุณสิริเพ็ญ พวงมณี	พนักงานวิเคราะห์นโยบายและแผน	สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี
41	คุณดวงใจ คุ่มสอาด	ผู้อำนวยการสำนักงาน	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเพชรบุรี
42	ดร.เลิศจันทา สีเหลืองสวัสดิ์	ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบุรี	สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบุรี
43	คุณอรพินธ์ ฉัตรกรด	เจ้าหน้าที่สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบุรี	สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบุรี
ภูเก็ต			
44	คุณเพชร ถาวรเรืองวงศ์	กรรมการบริหารฝ่ายวิชาการและการจัดการองค์ความรู้	มูลนิธิพัฒนาการท่องเที่ยวยั่งยืน
ศรีสะเกษ			
45	คุณวาทนา จันทรวง	เลขานุการนายกเทศมนตรี	เทศบาลเมืองศรีสะเกษ
46	คุณรัฐวิทย์ อังคสกุลเกียรติ	ประธาน	หอการค้าจังหวัดศรีสะเกษ
47	คุณบุญเกียรติ ทวีสุขศิริ	เลขาธิการ	หอการค้าจังหวัดศรีสะเกษ
สุโขทัย			
48	คุณสรารัฐ สุขริน	หัวหน้าสำนักงานจังหวัดสุโขทัย	สำนักงานจังหวัดสุโขทัย
49	คุณศักดิ์เกษม ดันตยวงศ์	กรรมการผู้จัดการบริษัทสุโขทัยพัฒนาเมืองจำกัด	บริษัท สุโขทัยพัฒนาเมือง จำกัด
สุพรรณบุรี			
50	คุณพรพิมล นัยจิตร	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุพรรณบุรี
51	คุณธนิดา อรุณฉาย	ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริม ศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี
52	คุณณฤมล ไชยจันทร์	นักวิชาการวัฒนธรรมปฏิบัติการ	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี
53	คุณพิริยาภรณ์ บุญคำ	นักวิชาการวัฒนธรรมปฏิบัติการ	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี
54	คุณจิระกิตติ์ ปรีयरเลิศศิริ		หอการค้าจังหวัดสุพรรณบุรี
55	คุณพิรพัทธ์ วงศ์กมลพร	ประธาน	สภาอุตสาหกรรมจังหวัดสุพรรณบุรี
56	คุณสุรพงษ์ พนาภิจักร	ประธาน	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี
หน่วยงานส่วนกลาง			
57	Mr.Danny Whitehead	Country Director	British Council
58	คุณพัชรวิทย์ ตันประวดี	Head of Arts and Creative Industries	British Council
59	คุณวีรพล โชติภักดิ์	ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร	British Council

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
60	คุณพิชิต วีรังคบุตร	รองผู้อำนวยการ	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA)
61	คุณณัฐวีร์ แดงน้อย	ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนากลยุทธ์พื้นที่สร้างสรรค์	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA)
62	คุณสรพรเพชร นระสาร	เจ้าหน้าที่ช่วยปฏิบัติงานพัฒนาและส่งเสริมเมืองสร้างสรรค์	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA)
63	คุณศิริปรภรณ์ เชี่ยวสมุทร	ผู้อำนวยการ	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (DASTA)
64	คุณวิกรม นันทิโรจน์ศิริ		องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (DASTA)
65	คุณนันทนิจ อนุมาน	หัวหน้างานประกาศพื้นที่พิเศษและประเมินขีดความสามารถการรองรับ	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (DASTA)
66	ดร.ศุภวรรณ ตีระรัตน์	ผู้อำนวยการ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
67	คุณจิตนันท์ เตชะศรีรินทร์	ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
68	คุณนุช หอมรสสุคนธ์	Director	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
69	คุณกนกพร ดำรงกุล	ผู้อำนวยการฝ่าย	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
70	คุณหริสุดา บุญยวัฒน์	ผู้อำนวยการฝ่ายไมซ์อินเทลลิเจนซ์และนวัตกรรม	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
71	คุณอชิรา คุปพฤทธิไพบูลย์	Senior Executive	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
72	คุณศิริพร ธารวุฒิกุล	Senior Manager	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
73	คุณสุรติวัติ เพชรเรียง	Senior Manager	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
74	คุณสิริยา จิริยะสิน	Senior Manager	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
75	คุณชุตินา วงษ์วิบูลย์สิน	Senior Manager	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
76	คุณกฤษกร เตกิตติพงษ์	ผู้จัดการอาวุโส	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
77	คุณวิภาวดี นิยมไทย	ผู้จัดการอาวุโส	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
78	คุณวัชร ก้องพลานนท์	ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายพัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
79	คุณวัชร ก้องพลานนท์	ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายพัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
80	คุณสมกมล รุ่งเรืองพัฒนา	ผู้จัดการอาวุโส	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
81	คุณอารยา รุ่งแสง	ผู้จัดการอาวุโส	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
82	คุณวิภาวดี นิยมไทย	ผู้จัดการอาวุโส	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
83	คุณสุรติวิติ เพชรเรียง	SM, SRO	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
84	คุณศุภรัตน์ วีระวัฒนะ	ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
85	คุณประไพพัทธ์ พุทธิโยธิน	ผู้จัดการ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
86	คุณขวัญชนก อดทน	ผู้จัดการ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
87	คุณติลกา ต้นประสาทปริญญา	ผู้จัดการ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
88	คุณภูมินทร์ มีถาวรกุล	ผู้จัดการ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
89	คุณชนานันท์ ไชยสอาด	Manager	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
90	คุณทศนันท์ ปริัติภูมิเศรษฐ์	Manager	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
91	คุณนับเดือน กิตติรัตน์	ผู้จัดการ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
92	คุณวรรณพร จารุพัฒน์	Project Manager	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
93	คุณรัตนดิยากร ศุภสกุลจันทร์	ผู้ปฏิบัติการอาวุโส	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
94	คุณวรรณดี ปานมงคล	ผู้ปฏิบัติการอาวุโส	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)
95	คุณดวงรัชต์ นภาลัย	ผู้ปฏิบัติการอาวุโส	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (TCEB)

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
96	คุณพัฒนชัย สิงหะวาระ	ผู้อำนวยการสำนักฯ ภาคใต้	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
97	คุณอารีรัตน์ มนตรีปรีชาชัย	ผู้อำนวยการ สำนักฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
98	คุณธนพร ศิริลักษณ์	ผู้จัดการ สำนักฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
99	ดร.สุรัชสานุ ทองมี	ผู้อำนวยการ สำนักฯ ภาคกลาง	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
100	คุณจุฑารัตน์ แสนประสิทธิ์	ผู้จัดการ สำนักฯ ภาคกลาง	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
101	คุณจันทร์เพ็ญ โสมรักษ์	ผู้ปฏิบัติการอาวุโส สำนักฯ ภาคกลาง	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
102	ดร.กรณีย์ สุทธารมณ	ผู้แทนการตลาด ภาคกลาง	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
103	คุณศุภฤกษ์ เกรียงทองกุล	ผู้จัดการอาวุโส สำนักฯ ภาคเหนือ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
104	คุณณัฐณิชา สิงห์บุระอุดม	ผู้จัดการอาวุโส สำนักฯ ภาคเหนือ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
105	คุณศิวัชรณ์ ปิยะพรพันธ์	ผู้อำนวยการสำนักฯ สำนักฯ ภาคเหนือ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
106	คุณศุภฤกษ์ เกรียงทองกุล	ผู้จัดการอาวุโส สำนักฯ ภาคเหนือ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
107	คุณณัฐณิชา สิงห์บุระอุดม	ผู้จัดการอาวุโส สำนักฯ ภาคเหนือ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
108	คุณศุภาดา ชัยวงษ์	ผู้แทนการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคเหนือ สำนักฯ ภาคเหนือ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
109	คุณวรวิทย์ มาแก้ว	ผู้แทนการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคเหนือ สำนักฯ ภาคเหนือ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
110	คุณณภัสนันท์ พรโกลมรัตน์	Project Coordinator	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
111	คุณนัฐธิดา หลวงแนม	Project Coordinator	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
112	คุณณัฐณิชา โล่ผู้อำนวยการ	Co-op project	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)
113	คุณกุลธิดา พงศ์ภาณุกุล	เจ้าหน้าที่โครงการ	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)

ที่	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
114	คุณธวัชชัย เชาวลิต	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ	สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ



ภาพที่ 5-10 บรรยายาศักยภาพการนำเสนอตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) (1)



ภาพที่ 5-11 บรรยายาศักยภาพการนำเสนอตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) (2)

5.2.2 การประเมินตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan)

จากกิจกรรมการนำเสนอตัวแบบ (Model) และแผนแม่บท (Master Plan) กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้มีการเปิดให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมประเมิน UCCN Co-Creative City Model ในกิจกรรมย่อย Action in Focus: “สร้างเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) อย่างมีกลยุทธ์ ด้วย UCCN Co-Creative City Model” โดยมีผลการประเมิน ดังนี้

5.2.2.1 การประเมินและข้อเสนอแนะต่อ Co-Creative City Model

ในการประเมินความพร้อมในการนำ UCCN Co-Creative City Model ไปใช้กับเมืองในประเทศไทย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเห็นด้วยกับต้นแบบ (Model) ดังกล่าว และได้ทำการประเมิน ดังนี้

- ความเข้าใจต่อหลักการ/แนวคิดของ UCCN Co-Creative City Model มีความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9 มีความเข้าใจมาก 31.6 คิดเป็นร้อยละ และมีความเข้าใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 10.5
- ความเป็นไปได้ในการนำไปประยุกต์ใช้กับเมือง มีความเป็นไปได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 มีความเป็นไปได้มาก คิดเป็นร้อยละ 42.1 และมีความเป็นไปได้ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 10.5
- UCCN Co-Creative City Model สามารถช่วยพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ตามวัตถุประสงค์ของ UCCN มีความพร้อมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 มีความพร้อมมาก คิดเป็นร้อยละ 47.4 และมีความพร้อมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3
- UCCN Co-Creative City Model เชื่อมโยงกับเป้าหมาย/แผนพัฒนาเมือง มีความพร้อมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 มีความพร้อมมาก คิดเป็นร้อยละ 42.1 และมีความพร้อมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อ UCCN Co-Creative City Model มีความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.2 มีความพร้อมมาก คิดเป็นร้อยละ 31.6 และมีความพร้อมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3

5.2.2.2 การประเมินและข้อเสนอแนะต่อ MICE & Creative City Canvas

ในการประเมินความพร้อมในการนำ MICE & Creative City Canvas ไปใช้กับเมืองในประเทศไทย ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทำการประเมิน ดังนี้

- ความเข้าใจต่อหลักการ/แนวคิดของ MICE & Creative City Canvas มีความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 มีความเข้าใจมาก 47.4 คิดเป็นร้อยละ และมีความเข้าใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3
- ความเป็นไปได้ในการนำไปประยุกต์ใช้กับเมือง มีความเป็นไปได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 มีความเป็นไปได้มาก คิดเป็นร้อยละ 52.6 และมีความเป็นไปได้ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3

- MICE & Creative City Canvas สามารถช่วยพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ตามวัตถุประสงค์ของ UCCN มีความพร้อมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 มีความพร้อมมาก คิดเป็นร้อยละ 42.1 และมีความพร้อมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3
- MICE & Creative City Canvas เชื่อมโยงกับเป้าหมาย/แผนพัฒนาเมือง มีความพร้อมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.2 มีความพร้อมมาก คิดเป็นร้อยละ 31.6 และมีความพร้อมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3
- MICE & Creative City Canvas สามารถเป็นเครื่องมือช่วยยกระดับสาขาสร้างสรรค์ของเมือง มีความพร้อมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9 มีความพร้อมมาก คิดเป็นร้อยละ 36.8 และมีความพร้อมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3
- ความพึงพอใจโดยรวมต่อ MICE & Creative City Canvas มีความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9 และมีความพร้อมมาก คิดเป็นร้อยละ 42.1

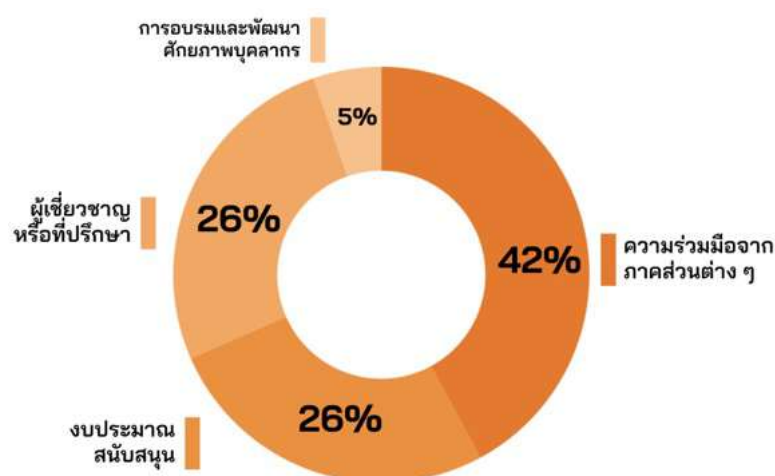
นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ดังนี้

- ต้นแบบ (Model) นี้ทำให้เห็นภาพรวมของการทำงานได้ดี สะดวก และทำให้สามารถตกตะกอนข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น
- ควรมีการแสดงผลที่เกจของพันธมิตร เพื่อเป็นข้อมูลให้กับเมือง

5.2.2.3 ข้อเสนอแนะในการนำ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas ไปใช้

สิ่งที่ผู้เข้าร่วมต้องการได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติม ในการนำ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas ไปใช้ ได้แก่

- 1) ความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 42.1
- 2) งบประมาณสนับสนุน คิดเป็นร้อยละ 26.3
- 3) ผู้เชี่ยวชาญหรือที่ปรึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.3
- 4) การอบรมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 5.3



ภาพที่ 5-12 สิ่งที่ต้องการได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติมในการนำไปใช้

ผลลัพธ์ที่ผู้เข้าร่วมมีความคาดหวัง หลังนำ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas ไปใช้ ได้แก่

- 1) การยกระดับเมือง ได้แก่ (1) การยกระดับเมืองไปสู่เมืองสร้างสรรค์และเข้าร่วมเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UCCN) (2) การยกระดับจังหวัดสู่การจัดงานระดับนานาชาติ รวมถึงมีการจัดงานอย่างต่อเนื่อง (3) เมืองมีการพัฒนาและล้ำสมัยมากขึ้น และ (4) การยกระดับเมืองไปสู่ระดับชาติและระดับสากล
- 2) การเกิดความร่วมมือในการขับเคลื่อนเมืองเป็นภาพที่ชัดเจนและเห็นร่วมกัน รวมถึงเกิดเครือข่ายทำงานร่วมกัน
- 3) คาดหวังให้เป็นเครื่องมือสร้างเศรษฐกิจ รวมถึงเกิดผลตอบแทนจากการลงทุน (Return of Investment: ROI)
- 4) สามารถสร้างการบูรณาการกิจกรรม MICE ของแต่ละหน่วยงานในแต่ละจังหวัดได้อย่างยั่งยืน
- 5) หน่วยงานท้องถิ่นสามารถเข้าใจในตัวงานและจุดเด่นของตัวเองได้ดีขึ้น
- 6) เมืองเกิดความรู้และความเข้าใจในการใช้กิจกรรม MICE เป็นแพลตฟอร์ม
- 7) Model และ Canvas เป็นที่รู้จักและถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลาย

นอกจากนี้ มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการนำไปใช้ คือ การนำไปใช้ควรจะต้องมีผู้รับผิดชอบในแต่ละส่วนงาน และมีการจัดสรรงบประมาณ อย่างไรก็ตาม การเป็นเมืองสร้างสรรค์เป็นโมเดลในการพัฒนาเมือง ไม่ใช่การมุ่งเน้นจัดงานประชุมและงานเทศกาลเพียงอย่างเดียว จึงควรระมัดระวังในด้านการสื่อสารเพื่อไม่เป็นการเน้นแต่การจัดงานประชุมหรืองานเทศกาล โดยจะต้องอธิบายถึงความสำคัญที่แท้จริงของการเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (UCCN) เพื่อป้องกันการสับสนในการขับเคลื่อนและนำเครื่องมือนี้ไปพัฒนาเมือง

5.3 ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

5.3.1 ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

- 1) สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้ ควรดำเนินงานร่วมกับจังหวัดในการใช้ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas เพื่อวางแผนพัฒนาและยกระดับเมืองสร้างสรรค์
- 2) ควรมีการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) และ British Council Thailand เพื่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมในอนาคต
- 3) ควรมีการสนับสนุนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เช่น ผู้จัดการ ผู้พัฒนางานเทศกาล ฯลฯ ในการเข้าไปทำงานร่วมกับพื้นที่และเมือง เพื่อให้เกิดการสร้างงานไมซ์และงานเทศกาลที่เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเมือง

5.3.2 การดำเนินการขั้นตอนต่อไป

1) การใช้ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการทำงานและการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ผ่านหน่วยงานท้องถิ่นที่เป็นผู้ติดต่อหลักของเมือง (focal point) และคณะกรรมการเมืองสร้างสรรค์ของเมือง

2) การสร้างความเข้าใจและวิธีการใช้ UCCN Co-Creative City Model และ MICE & Creative City Canvas ให้กับภาคีเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ เช่น นักสร้างสรรค์ ผู้จัดงาน ฯลฯ ให้เกิดการนำไปใช้จริงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่าย และสามารถพัฒนาและยกระดับสาขาสร้างสรรค์ของเมืองให้มีความยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

- Cities of Design Network. “Seoul Metropolitan Government Unveils New Brand Identity for “City of Design, Seoul””. (Online). Available : <https://www.designcities.net/showroom/seoul-metropolitan-government-unveils-new-brand-identity-for-city-of-design-seoul/>, 2024.
- International Council of Design. “Seoul designated as UNESCO Creative City for design”. (Online). Available : <https://www.theicod.org/resources/news-archive/seoul-designated-as-unesco-creative-city-for-design>, 2010.
- Liverpool City Council. “Liverpool Cultural Strategy 2020-2030”. (Online). Available : <https://www.cultureliverpool.co.uk/wp-content/uploads/2020/08/Liverpool-Cultural-Strategy-2030-Draft-For-consultation-Final.pdf>, 2020.
- Liverpool City Region Music Board. “About this map”. (Online). Available : <https://www.lcrmusicboard.co.uk/venues-map/>, n.d.
- Liverpool City Region Music Board. “Liverpool Venues Map”. (Online). Available : <https://www.lcrmusicboard.co.uk/venues-map/>, n.d.
- Liverpool City Region Music Board. “Strategy & Action Plan”. (Online). Available : <https://www.lcrmusicboard.co.uk/wp-content/uploads/2021/02/LCR-Music-Board-Strategy-and-Action-Plan.pdf#:~:text=increase%20engagement%20in%20music%20and,the%20Agent%20of%20Change%20principle>, 2021.
- Maeil Business Newspaper. “The Seoul Metropolitan Government will invest 172.3 billion won over the next five years...”. (Online). Available : <https://www.mk.co.kr/en/society/11141581>, 2024.
- Onultalia. “In Parma with Massimo Bottura UNESCO World Forum underscores culture, food and education for sustainability”. (Online). Available : <https://onultalia.com/2019/09/16/in-parma-with-massimo-bottura-unesco-world-forum-underscores-culture-food-and-education-for-sustainability/>, 2019.
- Parma City of Gastronomy. “Parma Food Valley: where food is more”. (Online). Available : <https://parmawelcome.it/en/place/parma-food-valley/>, n.d.
- UNESCO. “Creative Cities Network”. (Online). Available : <https://www.unesco.org/en/creative-cities>, n.d.
- UNESCO. “Liverpool”. (Online). Available : <https://www.unesco.org/en/creative-cities/liverpool#:~:text=Culture%20and%20creativity%20have%20been,renewal%20and%20development%20through%20creativity>, n.d.
- UNESCO. “Parma”. (Online). Available : <https://www.unesco.org/en/creative-cities/parma>, n.d.

- UNESCO. “UNESCO Creative Cities Network - 2025 Call for Applications”. (Online). Available : <https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2024/10/Online%20Application%20Form%20-%202025%20UCCN%20Call%20-%20EN.pdf?hub=80094>, 2025.
- UNESCO. “Monitoring and Reporting”. (Online). Available : <https://www.unesco.org/en/creative-cities/monitoring-and-reporting>, 2025.
- United Nations. “NEW ECONOMICS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT CREATIVE ECONOMY”. (Online). Available : https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/orange_economy_14_march.pdf, n.d.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). “ABOUT CEA”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.cea.or.th/th/about>, ม.ป.ป.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). “คู่มือแนวทางการเสนอเมืองเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก”. (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), ม.ป.ป.). หน้า 6.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะภูมิทัศน์ใหม่ของระบบเศรษฐกิจโลก”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.cea.or.th/research-creative-economy>, ม.ป.ป.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). “UNESCO Creative Cities Network”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://creativecity.cea.or.th/th/about-us/unesco-creative-cities-network>, ม.ป.ป.
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.). “Creative Economy พหุเศรษฐกิจไทยก้าวไกลสู่สากล”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.nxpo.or.th/th/9440/>, 2564.



YOUR POSSIBLE OPPORTUNITY