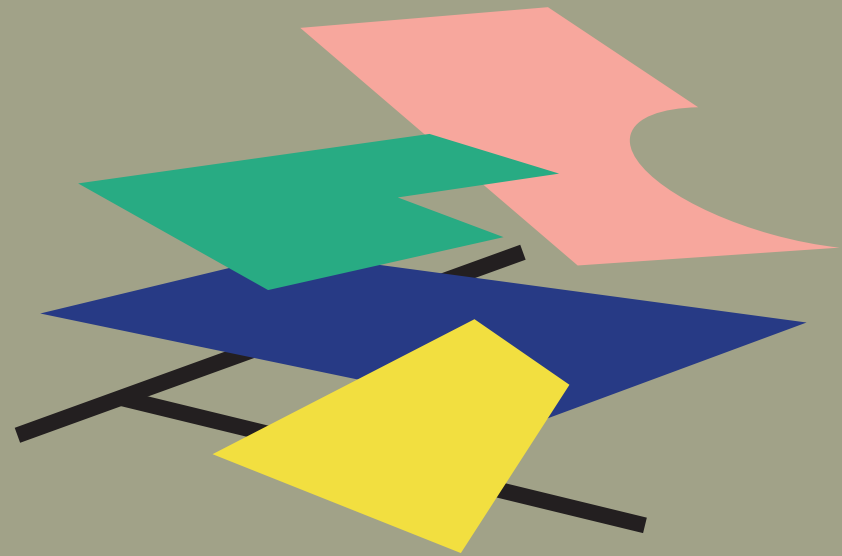


CREATIVE CITY DEVELOPMENT

GUIDEBOOK

คู่มือพัฒนาแผนงาน
การขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์

โครงการวิจัยศึกษาแนวทางการพัฒนา
เมืองสร้างสรรค์ด้วยมรดกทางวัฒนธรรม



Contents

P.8-41

Chapter

1

เมืองสร้างสรรค์คืออะไร?
เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ
ยูเนสโก คืออะไร?

- นำเสนอและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง
ของแนวคิดเมืองสร้างสรรค์
- ทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายเมือง
สร้างสรรค์ของยูเนสโก
- นำเสนอประโยชน์ที่จะได้รับ พร้อมตัวอย่าง
เมืองสร้างสรรค์

P.42-55

Chapter

2

เมืองของเรามีอะไรที่โดดเด่น?
เราจะนำเสนอประเด็นอะไร
เป็นสาขาของเมืองสร้างสรรค์?

- ทำความเข้าใจความหมายทุนทางวัฒนธรรม
ของเมือง
- ขั้นตอนการประเมิน ตลอดจนการวิเคราะห์
นัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อลักษณะในด้านต่างๆ
ของเมือง
- ประเด็นที่ควรให้ความสำคัญในการคัดเลือก
และวิเคราะห์ประเด็น

P.56-65

Chapter

3

คนในพื้นที่รับรู้หรือเข้าใจ
เมืองสร้างสรรค์แล้วหรือไม่?

- แนวคิดสำคัญของการสื่อสาร
- กรอบแนวคิด และเครื่องมือช่วยในการ
กำหนดประเด็นการสื่อสาร
- ประเด็นที่ควรให้ความสำคัญกับการ
สื่อสาร

P.66-77

Chapter

4

ใครต้องมาร่วมขับเคลื่อน
เมืองสร้างสรรค์
และมาเข้าร่วมได้อย่างไรบ้าง?

- บทบาทของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
- แนวคิดการตั้งคณะกรรมการ และ
คณะทำงาน

P.78-87

Chapter

5

ที่ผ่านมา เราทำอะไรกันมาแล้วบ้าง?
เรารู้อะไรเกี่ยวกับเมือง สู่อการเป็น
เมืองสร้างสรรค์บ้าง?

- สำรวจข้อมูล เนื้อหา งานวิจัย และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง
กับสาขาเมืองสร้างสรรค์
- จัดทำแผนผังของข้อมูลทั้งหมด เพื่อนำมาต่อยอด
- วิเคราะห์ช่องว่าง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา
ในอนาคต

P.88-129

Chapter

6

เมืองเรามีความพร้อมแค่ไหน?

- ทำความเข้าใจกรอบแนวคิดและประเด็นสำคัญ
ในการวิเคราะห์ศักยภาพของเมือง
- เครื่องมือการวิเคราะห์ศักยภาพของเมือง สู่อการเป็น
เมืองสร้างสรรค์
- ตัวอย่างการดำเนินงานของเมืองอื่นๆ ที่สะท้อน
ศักยภาพในมิติต่างๆ

P.130-147

Chapter

7

เป้าหมายของการเป็นเมืองสร้างสรรค์
คืออะไร?
เมืองในอนาคตของเราจะเป็นอย่างไร?

- ทำความเข้าใจประเด็น และบริบทสำคัญ
ของเมือง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนด
เป้าหมายการพัฒนาในอนาคต
- เครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์ประเด็น
บริบทสำคัญ ที่จะช่วยกำหนดเป้าหมาย
ของเมือง โดยมุ่งเน้นความยั่งยืน
- การพัฒนา Creative City Canvas ที่เป็น
การสรุปภาพรวมของเป้าหมายการพัฒนา
เมืองสร้างสรรค์ทั้งหมด

P.148-163

Chapter

8

เราต้องทำอะไรกันบ้าง?

- จากวิสัยทัศน์ และเป้าหมายข้างต้น จึงต้อง
มีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ
ผ่านความร่วมมือของทุกภาคส่วน
- เครื่องมือในการพัฒนาโครงการ มาตรการ
ต่างๆ ที่ตอบสนองต่อการพัฒนาเมือง
สร้างสรรค์ และช่วยในการลำดับความสำคัญ

P.164-173

Chapter

9

ที่ผ่านมา
เราทำถึงไหนกันแล้วบ้าง?

- เครื่องมือในการวางแผนการติดตาม
- เครื่องมือในการติดตามผลการดำเนินงาน
ในช่วงที่ผ่านมา

P.174-189

Chapter

10

เราเรียนรู้จากการทำงาน
ที่ผ่านมาอย่างไรบ้าง?

- เครื่องมือในการทบทวนปัญหา อุปสรรค
และบทเรียนที่ผ่านมา เพื่อใช้ในการปรับปรุง
การทำงานในอนาคต

CHAPTER

1

P.8
-
P.41

2

P.42
-
P.55

CHAPTER

3

P.56
-
P.65

4

P.66
-
P.77

CHAPTER

5

P.78
-
P.87

6

P.88
-
P.129

CHAPTER

7

P.130
-
P.147

8

P.148
-
P.163

CHAPTER

9

P.164
-
P.173

10

P.174
-
P.189

แนวทางการใช้งานคู่มือ

- คู่มือการพัฒนาแผนงานการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ฉบับนี้ ถือเป็นหนึ่งในผลผลิตสำคัญของโครงการวิจัยศึกษาแนวทางการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ด้วยมรดกทางวัฒนธรรม
- คู่มือการวางแผนและพัฒนาเมืองสร้างสรรค์นี้ ถูกจัดทำขึ้นมาในลักษณะให้เป็นตำรา (Textbook) ที่ผสมผสานคู่มือการปฏิบัติงาน (Guidebook) ที่สามารถให้ผู้ใช้เข้ามาศึกษา และนำกรอบแนวคิดหรือเครื่องมือที่ระบุอยู่ในคู่มือนำไปปฏิบัติได้จริง โดยมุ่งเน้นการตอบคำถามสำคัญ 10 ข้อ ของการจัดทำแผนงานการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
- เครื่องมือ และกรอบแนวคิดในคู่มือนี้เป็นเพียงตัวอย่าง และรูปแบบของเครื่องมือ และกรอบแนวคิดของการพัฒนาเมืองแบบหนึ่งเท่านั้น ไม่ได้เป็นสิ่งที่ดีที่สุด แต่อย่างน้อยจะช่วยให้ผู้ใช้เห็นแนวทางการทำงาน และสามารถนำเครื่องมือ และกรอบแนวคิดไปปรับใช้ตามบริบทที่เหมาะสมได้

- คู่มือนี้จะครอบคลุมประเด็นพื้นฐานในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ตั้งแต่นิยาม และตัวอย่างของเมืองสร้างสรรค์ การค้นหาประเด็นสาขาที่โดดเด่นของเมือง ไปจนถึงการวางแผนการแบ่งบทบาทการทำงาน และการติดตามผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบเพื่อให้ผู้ใช้ที่อาจยังไม่มีความเข้าใจ หรืออาจยังไม่มีพื้นฐานในการพัฒนาแผนงานเชิงพื้นที่ หรือประเด็นเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เห็นหนึ่งในกระบวนการตั้งแต่ต้นทาง จนถึงปลายทาง ซึ่งในการใช้งานของคู่มือจริงนั้น ผู้ใช้ (ที่อาจมีพื้นฐาน หรือมีประสบการณ์บ้างแล้ว) ไม่จำเป็นต้องดำเนินการตั้งแต่เริ่มแรกไปจนจบ แต่อาจพิจารณาตามบริบทหรือข้อมูลที่มืออยู่ในปัจจุบัน และสามารถมาเลือกเครื่องมือ หรือกรอบแนวคิดที่คิดว่าอาจเกี่ยวข้อง หรือยังไม่ได้มีการพัฒนาขึ้นมาได้เลย

- เนื่องจากส่วนหนึ่งของการพัฒนาคู่มือนี้ เกิดจากการศึกษาคำถามและประเด็นสำคัญของแบบฟอร์มการสมัครเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UCCN) ดังนั้นหลายหัวข้อของคู่มือนี้ จะสามารถเชื่อมโยงกับคำถามที่ปรากฏในแบบฟอร์ม UCCN แต่ผู้ใช้จะไม่สามารถนำข้อความที่ต้องระบุในคู่มือนี้ไปตอบในแบบฟอร์ม UCCN ตรงๆ ได้ทั้งหมด
- โครงสร้างของคู่มือถูกออกแบบในการมุ่งตอบคำถามสำคัญของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ 10 คำถาม ซึ่งสังเคราะห์มาจากการเก็บข้อมูลของงานวิจัย โดยมุ่งเน้นตั้งแต่ประเด็นพื้นฐานในเรื่องของความเข้าใจ ไปจนถึงการวางแผน การติดตามผล และการถอดบทเรียนจากการดำเนินการที่ผ่านมา
- ตัวอย่างที่นำเสนอในคู่มือนี้ เป็นเพียงตัวอย่างส่วนหนึ่งที่แต่ละพื้นที่ดำเนินการเท่านั้น ไม่ได้สะท้อนว่าดำเนินการเท่าที่มีการนำเสนอในคู่มือ

"เนื้อหาในคู่มือนี้ เกิดจากการสรุปข้อมูลจากนักวิจัยโครงการเท่านั้น ไม่ได้สะท้อนผลการดำเนินงานทั้งหมดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่"

คำถามสำคัญของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์

- 1 เมืองสร้างสรรค์คืออะไร? เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก คืออะไร?
- 2 เมืองของเรามีอะไรที่โดดเด่น? เราจะนำเสนอประเด็นอะไรเป็นเมืองสร้างสรรค์?
- 3 ผู้คนในพื้นที่รับรู้ หรือมีความเข้าใจเรื่องเมืองสร้างสรรค์แล้วหรือไม่?
- 4 ใครต้องมาร่วมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์บ้าง? มาร่วมยังงัยบ้าง?
- 5 ที่ผ่านมามาทำอะไรกันมาแล้วบ้าง? เรารู้อะไรเกี่ยวกับเมือง สู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์บ้าง?

- 6 เมืองเรามีความพร้อมมากแค่ไหน?
- 7 เป้าหมายของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ของเราคืออะไร? เมืองในอนาคตของเราจะเป็นอย่างไร?
- 8 เราต้องทำอะไรกันบ้าง?
- 9 ที่ผ่านมามาทำอะไรกันแล้วบ้าง?
- 10 เราเรียนรู้จากการทำงานที่ผ่านมามาอย่างไรบ้าง?

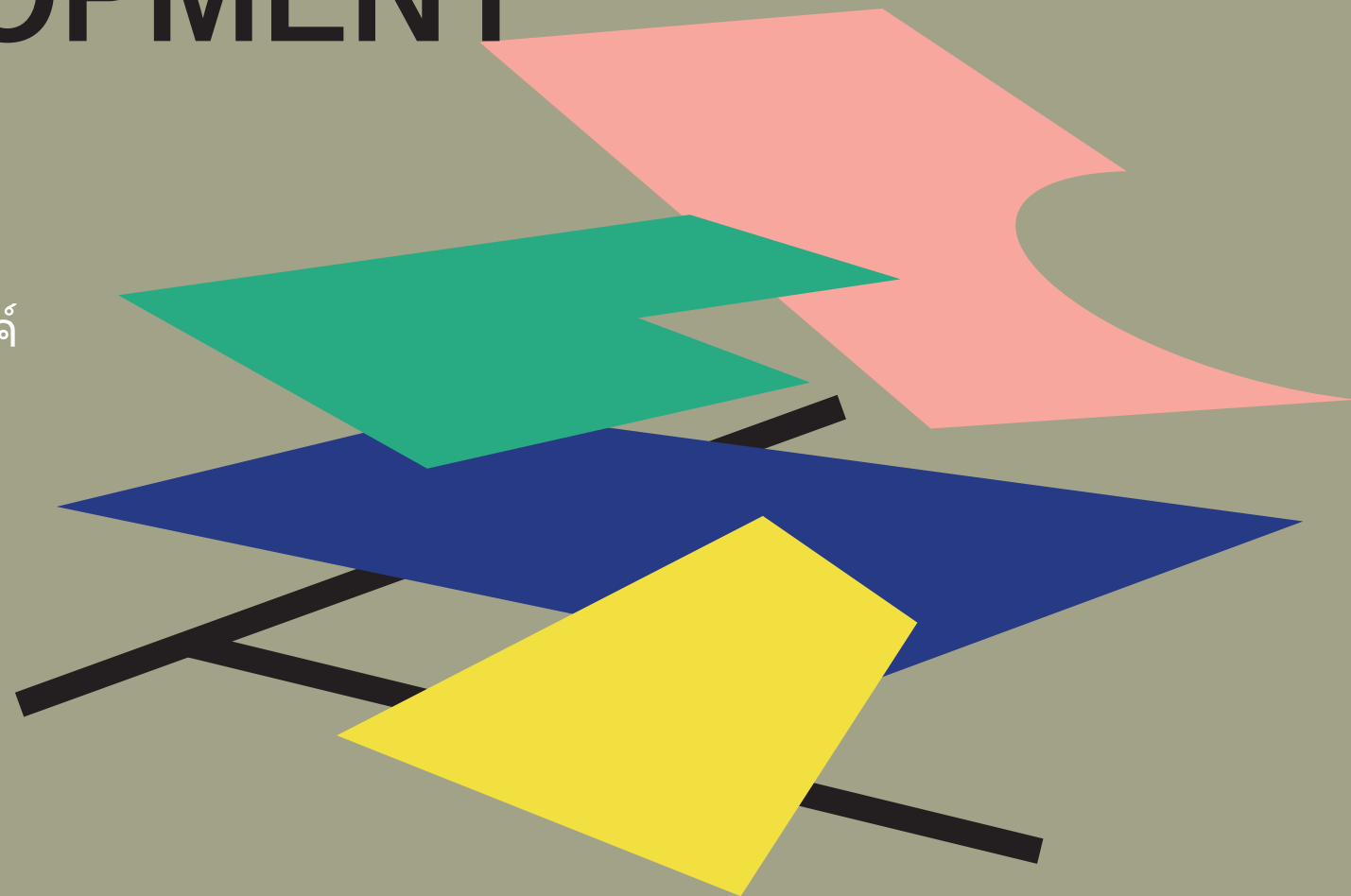
CHAPTER 1	CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.8 - P.41	P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 2	CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.42 - P.55	P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

CREATIVE CITY DEVELOPMENT

GUIDEBOOK

คู่มือพัฒนาแผนงาน
การขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์

โครงการวิจัยศึกษาแนวทางการพัฒนา
เมืองสร้างสรรค์ด้วยมรดกทางวัฒนธรรม



CHAPTER

1

P.8
-
P.41

2

P.42
-
P.55

CHAPTER

3

P.56
-
P.65

4

P.66
-
P.77

CHAPTER

5

P.78
-
P.87

6

P.88
-
P.129

CHAPTER

7

P.130
-
P.147

8

P.148
-
P.163

CHAPTER

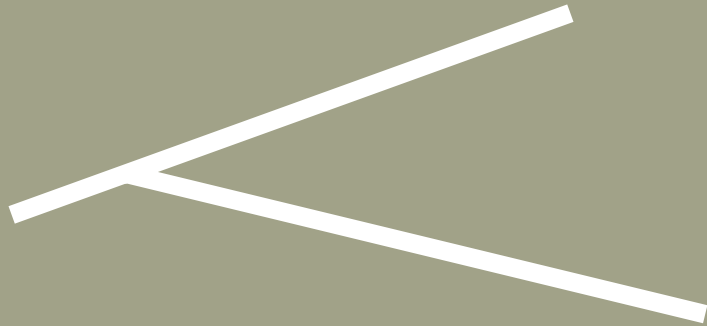
9

P.164
-
P.173

10

P.174
-
P.189

คำถามข้อที่ 1



เมืองสร้างสรรค์ คืออะไร?
เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก คืออะไร?

CHAPTER 01

- นำเสนอและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องของแนวคิดเมืองสร้างสรรค์
- ทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก
- นำเสนอประโยชน์ที่จะได้รับ พร้อมตัวอย่างเมืองสร้างสรรค์



CHAPTER	CHAPTER	CHAPTER	CHAPTER
3	5	7	9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
4	6	8	10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189



WHAT IS CREATIVE CITY?

เมืองสร้างสรรค์คือ?

- เมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้นๆ
- เมืองที่มีรากฐานจากความมั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม
- เมืองที่มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนที่ทำงานสร้างสรรค์ คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีส่วนสำคัญที่ทำให้เมืองเป็นพื้นที่ในการแสดงออกของความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เกิดการรวมตัวทางสังคม
- เมืองที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น ที่สามารถแสดงออกหรือสื่อออกมาทางศิลปะในรูปแบบต่างๆ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เสริมสร้างห่วงโซ่คุณค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในท้องถิ่น
- เมืองที่ใช้กลไกในการสร้างความร่วมมือกันด้านความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน

THE UNESCO CREATIVE CITIES NETWORK (UCCN)

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์
ขององค์การยูเนสโก
(ข้อมูล ณ ตุลาคม 2565)



เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network - UCCN) ถูกพัฒนาขึ้นในปี พ.ศ. 2547 โดยมีเป้าหมายในการสร้างความร่วมมือระหว่างท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาไปสู่ระดับนานาชาติ สร้างสันติวัฒนธรรมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วน ตั้งแต่ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาสังคม ทำให้เห็นพลังของวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีต่อการพัฒนานโยบายในระดับท้องถิ่นผ่านกิจกรรมต่างๆ ในลักษณะของการเชื่อมโยงเมืองทั่วโลกเข้าด้วยกัน

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก

วรรณคดี
Literature

ด้านการออกแบบ
Design

ภาพยนตร์
Film

ดนตรี
Music

หัตถกรรมพื้นบ้าน
Craft and Folk Arts

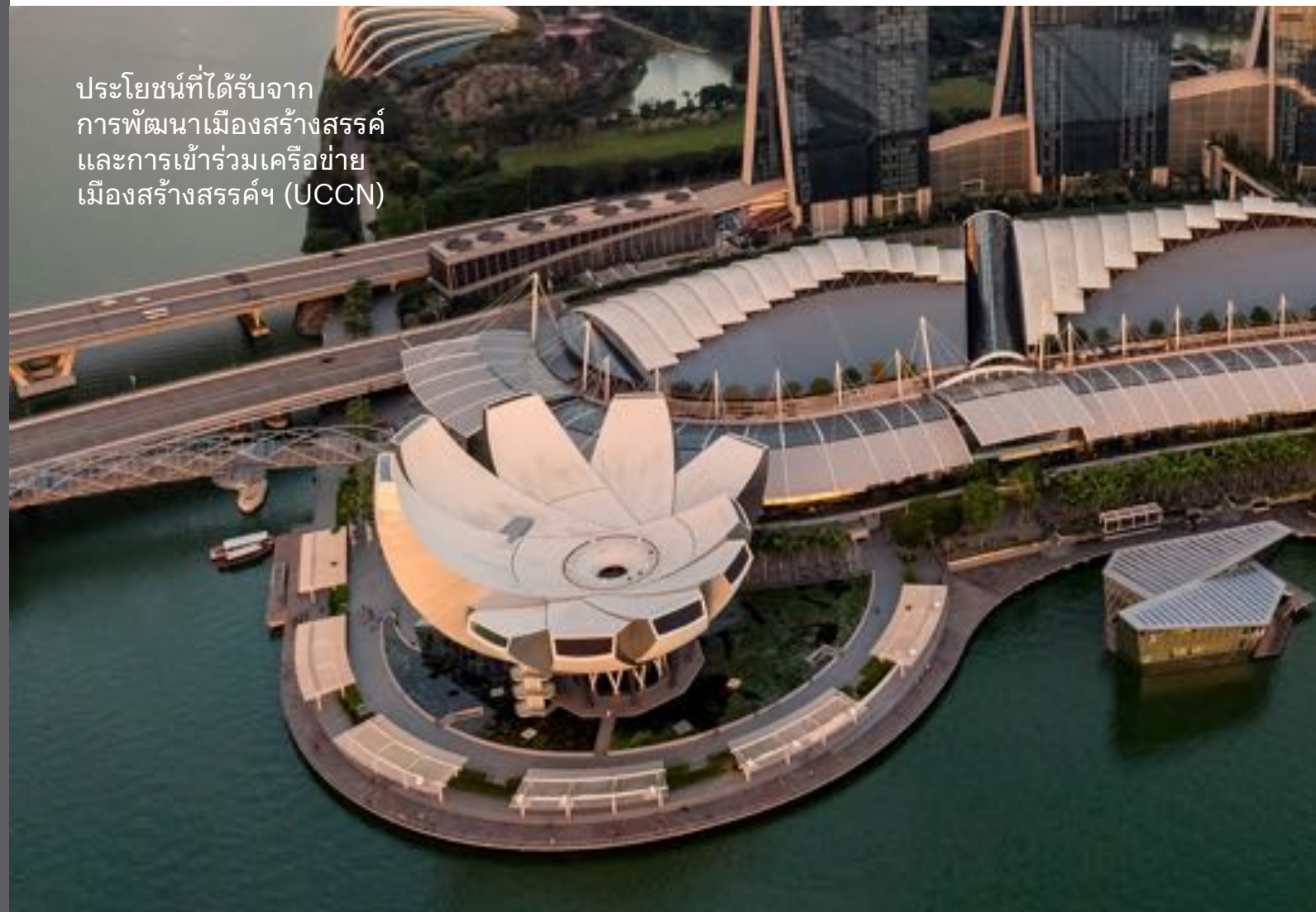
มีเดีย อาร์ต
Media Arts

อาหาร
Gastronomy

295
Cities
90
Countries
7
Creative fields

CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

ประโยชน์ที่ได้รับจาก
การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
และการเข้าร่วมเครือข่าย
เมืองสร้างสรรค์ฯ (UCCN)



ประโยชน์ของการเป็น เมืองสร้างสรรค์

- ◆ สร้างประเด็น และเป้าหมายร่วม (Shared Goal) ให้ภาคส่วนต่างๆ มุ่งขับเคลื่อนไปด้วยกัน
- ◆ สร้างอัตลักษณ์ (Identity) ของพื้นที่ ที่ทำให้เกิดความแตกต่าง และเป็นภาพจำของผู้คน
- ◆ เครื่องมือในการช่วยอนุรักษ์อัตลักษณ์ของพื้นที่ไม่ให้เลือนหายไป (Cultural Preservation)
- ◆ กระตุ้นและส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy Development) ผ่านประเด็นที่ขับเคลื่อน (Theme/Agenda)



ประโยชน์ของการเข้าร่วม UCCN

- ◆ ได้รับการยอมรับ (Recognition) จากองค์การระหว่างประเทศ และช่วยสร้างการรับรู้ของเมืองไปยังผู้คนทั่วโลก
- ◆ โอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมของ UNESCO หรือของเครือข่ายต่างๆ เพื่อนำความรู้ แนวทางการพัฒนาระดับโลก มาปรับใช้ (Global Participation)
- ◆ ส่งเสริมความร่วมมือ (Networking) ผ่านเครือข่าย UCCN ทั้งในระดับเมือง หรือผ่านผู้เชี่ยวชาญจากทั่วโลก
- ◆ ช่วยวางกรอบการทำงาน และการติดตาม การขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ที่เป็นระบบเบื้องต้นได้ (Development Guideline and Framework)

THAILAND CREATIVE CITIES

เมืองที่เข้าร่วม
เครือข่าย UCCN ในประเทศไทย
UCCN's Cities in Thailand

ภูเก็ต

เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร
City of Gastronomy

ภูเก็ตมีจุดเด่นสำคัญด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหาร อาหารท้องถิ่นภูเก็ที่มีอัตลักษณ์ มีสูตรลับเฉพาะที่ถ่ายทอดผ่านคนในครอบครัวและใช้วัตถุดิบที่มีเฉพาะในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต เช่น อาหารทะเลอันดามัน อาหารไทย อาหารบาป้าท้องถิ่น และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป เป็นต้น



CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

เชียงใหม่ เมืองหัตถกรรมสร้างสรรค์ City of Craft and Folk Arts

เชียงใหม่มีความโดดเด่นในด้านการพัฒนา
ศักยภาพของเมืองที่หลากหลาย ทั้งด้าน
ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม รวมถึงงาน
หัตถศิลป์และหัตถกรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่ได้รับ
การสืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นและมี
พัฒนาการมาอย่างยาวนาน



สุโขทัย เมืองหัตถกรรมสร้างสรรค์ City of Craft and Folk Arts

สุโขทัยเป็นเมืองมรดกโลกที่มีวิถีชีวิตของ
คนในพื้นที่เกี่ยวโยงอยู่กับงานศิลปะ
ทั้งเครื่องสังคโลก ศิลปะปูนปั้น การทอผ้า
และทองโบราณ ย่านเมืองเก่าสุโขทัย
เป็นต้นแบบย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ทำให้มีการส่งเสริมรวบรวมฟื้นฟูพัฒนา
และต่อยอดงานหัตถกรรมและศิลปะ
พื้นบ้านด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์
และนวัตกรรม เพื่อขยายโอกาสทั้งด้าน
การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นถิ่น
สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและสร้าง
รายได้แก่ผู้ผลิตงานหัตถกรรมและศิลปะ
พื้นบ้าน ตลอดจนผู้ประกอบการด้าน
วัฒนธรรมในพื้นที่เพื่อสร้างกลไกขับเคลื่อน
ทางเศรษฐกิจจากฐานราก



CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

กรุงเทพมหานคร

เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ City of Design

กรุงเทพมหานคร มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และมีการสานต่อมรดกทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน การเป็นเมืองที่มีการค้ากับต่างประเทศที่เข้มแข็งและเปิดกว้าง เป็นทรัพย์สินทางวัฒนธรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาไปสู่กรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบอย่างมาก



เพชรบุรี

เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร City of Gastronomy

“เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” คือเป้าหมายของเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดเพชรบุรี โดยจะต่อยอดจากอัตลักษณ์เมือง 3 รส และเป็นแหล่งผลิตใหญ่ที่สุดของประเทศ คือ การผลิตเกลือ การปลูกและผลิตน้ำตาลจากตาลโตนด และเป็นแหล่งปลูกมะนาวรสชาติดีที่สุด ทั้งหมดนับเป็นส่วนหนึ่งของวัตถุดิบประกอบอาหาร ผสมภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่นำเอาผลผลิตทางการเกษตรที่ขึ้นชื่อในท้องถิ่นมาต่อยอดเป็นเมนูอาหารที่หลากหลายทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน นอกจากนี้ยังมีความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน



CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

GLOBAL CREATIVE CITIES

เมืองที่เข้าร่วมเครือข่าย
UCCN ในต่างประเทศ
Global UCCN's Cities



CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

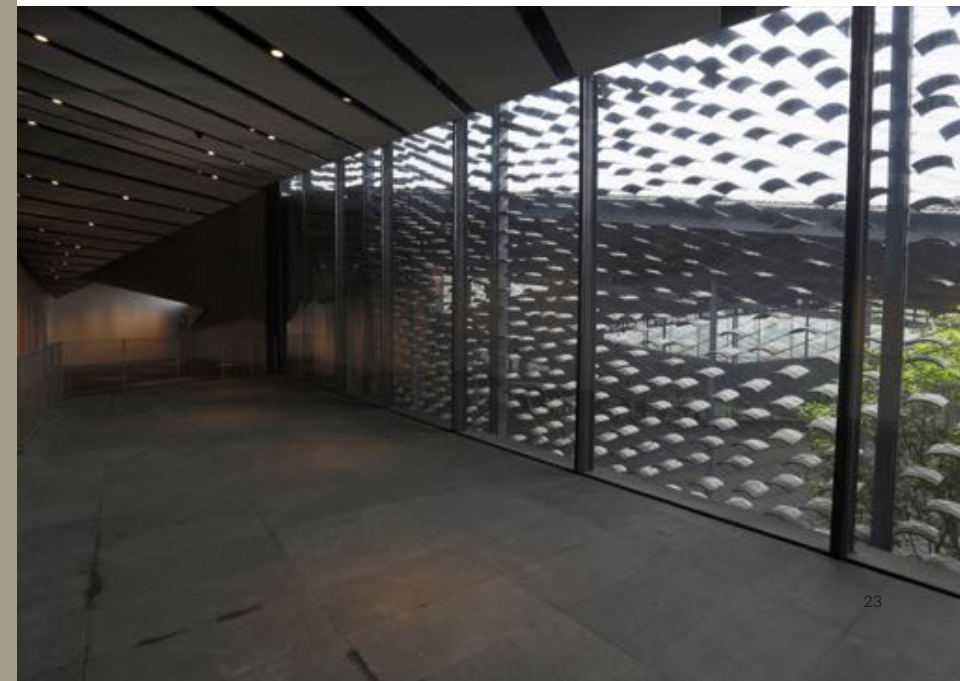
อีซีออน, เกาหลีใต้ City of Craft and Folk Arts

แหล่งรวมบุคลากร สถาบันการศึกษา ธุรกิจ สตูดิโอ และโครงสร้างพื้นฐาน สำหรับสายงานเซรามิกอย่างครบถ้วน ขับเคลื่อนผ่านการต่อยอดทรัพยากรและ โครงสร้างพื้นฐานด้านเซรามิกของเมือง ผู้การจัดกิจกรรมและเทศกาลอย่าง หลากหลายเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และการรับรู้ทั้งระดับเมือง ระดับประเทศ และนานาชาติ



ทางโจว, สาธารณรัฐประชาชนจีน City of Craft and Folk Arts

สามารถรักษาการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา ด้านหัตถกรรมดั้งเดิม ด้านการผลิตผ้าไหม ซา งานปั้น ขับเคลื่อนโดยการดำเนิน นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม เช่น มาตรการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนาบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรม การสนับสนุนด้านการเงิน



CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

เฉิงตู, สาธารณรัฐประชาชนจีน City of Gastronomy

มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมอาหาร จากชนกลุ่มน้อยจำนวนมากและวัตถุดิบที่หลากหลายจากพื้นที่ภูมิศาสตร์ของเมือง ขับเคลื่อนด้วยการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอาหารเสฉวน ตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบ (ต้นน้ำ) จนถึงการกระจายสินค้า บริการ (ปลายน้ำ) เพื่อเผยแพร่และรักษาวัฒนธรรมอาหาร ภายในเมืองและส่งออกสู่ต่างประเทศ



ไฮเดอราบัด, อินเดีย City of Gastronomy

ศูนย์กลางการหลอมรวมวัฒนธรรมด้านอาหารจากตอนเหนือ ได้ของอินเดีย และภูมิภาคใกล้เคียง มีเทศกาลอาหาร สืบทอดมาเกือบร้อยปี และมีเมนูขึ้นชื่อ เช่น ข้าวหมก ซึ่งเป็นที่รู้จักของนานาชาติ ธุรกิจอาหารถือเป็นแหล่งรายได้สำคัญของเมือง ร้านขึ้นชื่อมีตั้งแต่ร้านหาบเร่ไปจนถึงระดับภัตตาคาร ขับเคลื่อนด้วยการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่และจัดระเบียบร้านอาหาร ทั้งเชิงกายภาพและข้อมูล



แดกู, เกาหลีใต้ City of Music

ประวัติศาสตร์เป็นศูนย์กลางจัดแสดงดนตรีตั้งแต่สมัยราชวงศ์โชซอน และเป็นแหล่งลี้ภัยของกลุ่มศิลปินในช่วงสงครามที่อพยพมาตั้งรกรากเพื่อฟื้นฟูศิลปะและวัฒนธรรม มีโครงสร้างพื้นฐานด้านดนตรีทั้งสถาบันการศึกษา สตูดิโอดนตรี สถานที่จัดคอนเสิร์ต หอแสดงดนตรี โอเปร่า ซับเค็ลลอนโดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านดนตรีในชีวิตประจำวันสำหรับคนทุกช่วงวัย เน้นการพัฒนาทักษะดนตรีของเด็ก ผ่านการเรียนรู้ทั้งในและนอกโรงเรียน



อัมบอน, อินโดนีเซีย City of Gastronomy

ในอดีตดนตรีเป็นวิธีการสื่อสารของคนในพื้นที่ และในปัจจุบันดนตรียังคงเป็นองค์ประกอบของชีวิตประจำวันของชาวอัมบอน การชิมซบับรยาภาคดนตรีตั้งแต่เด็ก ทำให้อัมบอนเป็นแหล่งบ่มเพาะผู้มีความสามารถในการขับร้องและเล่นดนตรี มีการขับเคลื่อนเมืองผ่านการจัดกิจกรรม เทศกาลดนตรี และการประชุมเครือข่ายเพื่อหารือเกี่ยวกับแนวทางการร่วมมือ เผยแพร่ดนตรีที่เป็นอัตลักษณ์ของเมือง และการกำหนดนโยบายหรือระเบียบสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรี



CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

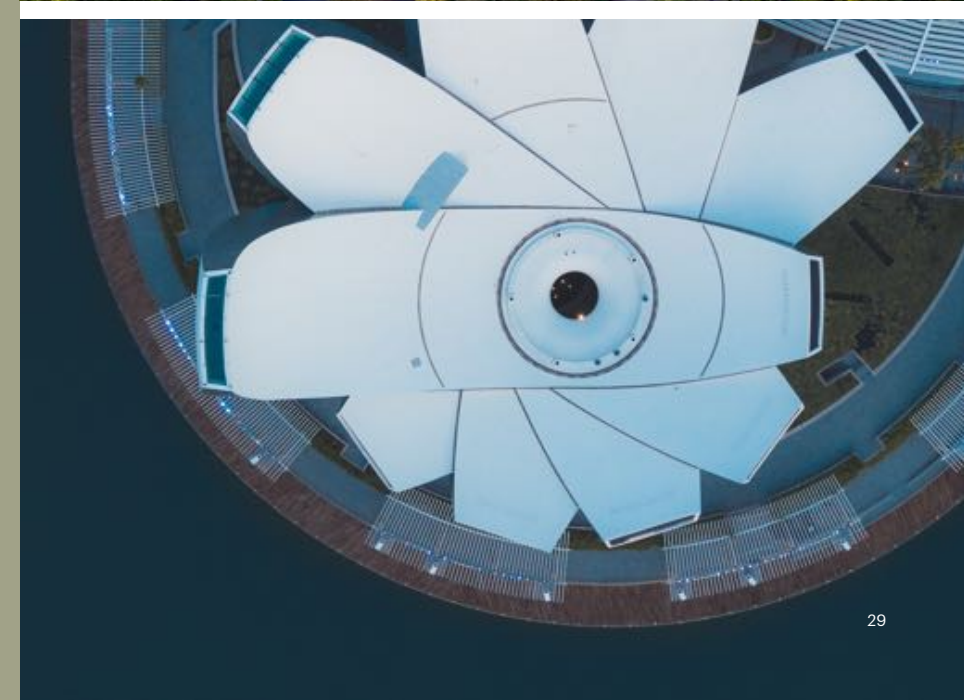
โกเบ, ญี่ปุ่น City of Design

ใช้การออกแบบมาเป็นปัจจัยเชื่อมโยงและสานสัมพันธ์ผู้คน เมือง และสร้างความหวังกับการบูรณะ พื้นที่เมืองหลังเหตุการณ์แผ่นดินไหวใหญ่ฮันชินปี 1995 โกเบใช้การออกแบบขับเคลื่อนและสนับสนุนวิถีชีวิตโดยคำนึงถึงคนเป็นศูนย์กลาง การออกแบบพื้นที่สาธารณะให้เอื้อต่อปฏิสัมพันธ์และความปลอดภัย สร้างเครือข่ายและกิจกรรม ให้คนเมืองร่วมระดมความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมผ่านการออกแบบ เน้นส่งเสริมเยาวชนเป็นกลุ่มหลักที่จะพัฒนาทักษะการออกแบบ และขยายการมีส่วนร่วมสู่กลุ่มอื่นๆ



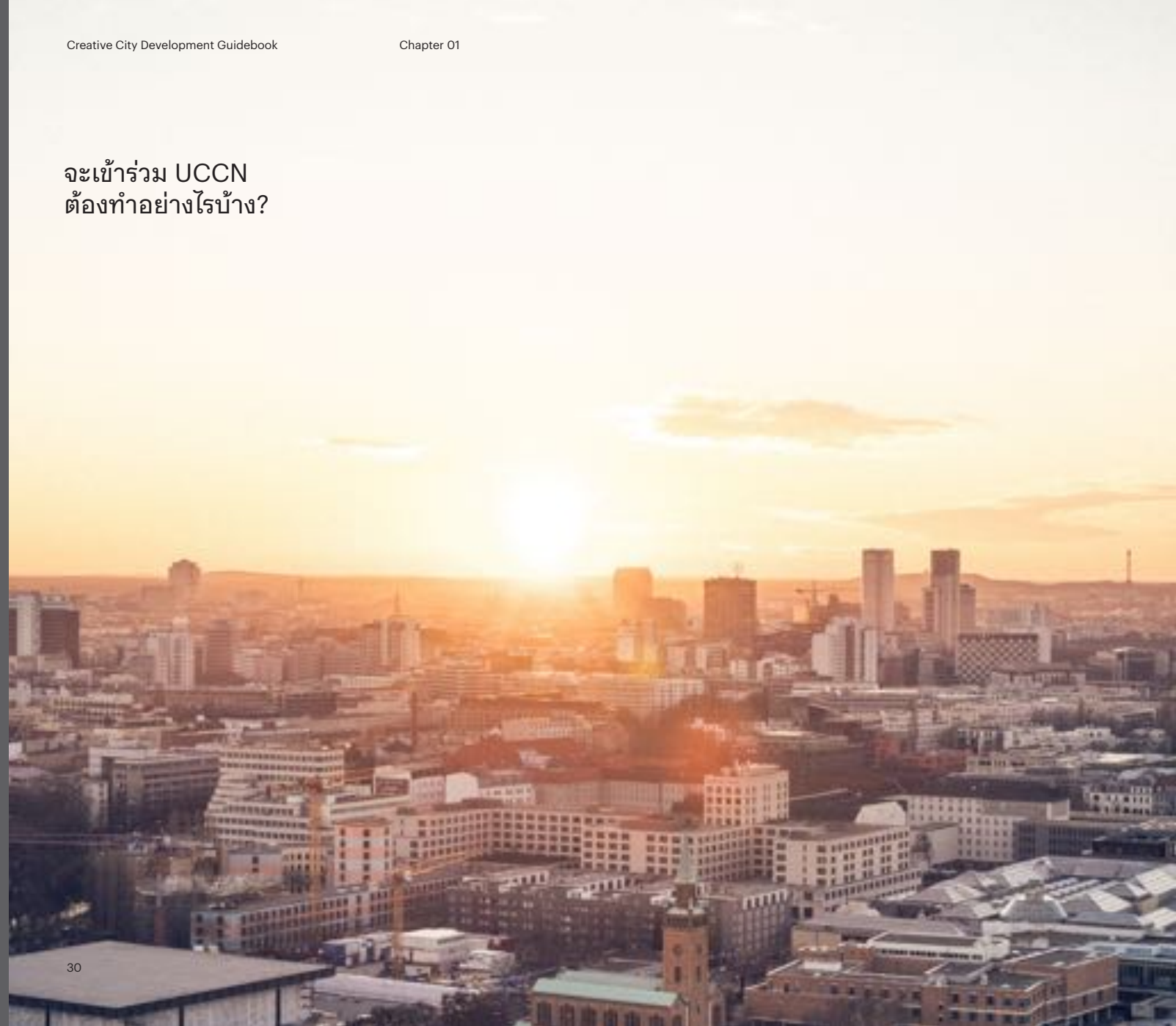
สิงคโปร์ City of Design

กำหนดนโยบายโดยนำเอาประเด็นด้านการออกแบบ เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบคมนาคม ระบบสาธารณสุข ระบบการศึกษา ตลอดจนสถาปัตยกรรมขับเคลื่อนเมืองออกแบบผ่านนโยบาย เช่น ยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้าน R&D การพัฒนาทักษะและบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรม การสนับสนุนนักออกแบบด้านพื้นที่การทำงาน ทุนการศึกษา สนับสนุนการสร้างเครือข่ายกับนานาชาติเพื่อพัฒนาการออกแบบของบุคลากรในประเทศ

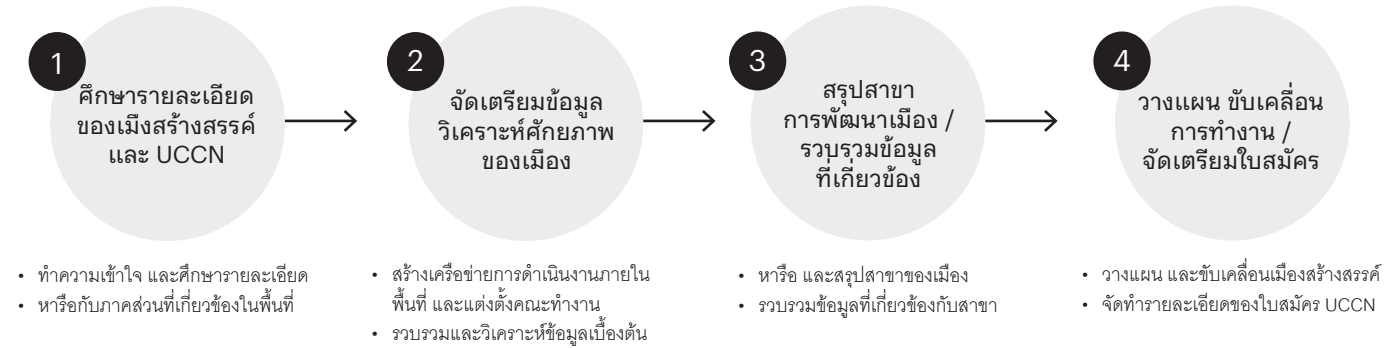


CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

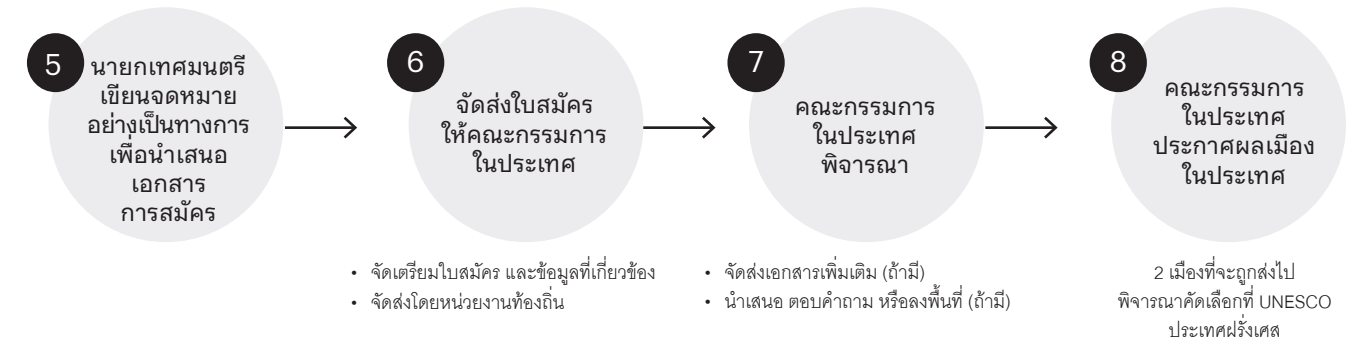
จะเข้าร่วม UCCN
ต้องทำอะไรบ้าง?



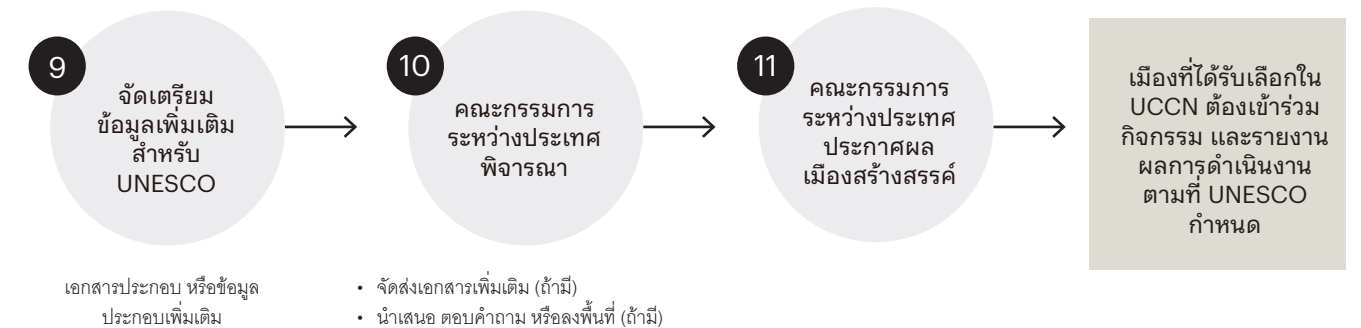
การเตรียมข้อมูลและจัดทำใบสมัครในพื้นที่เมือง



การพิจารณาของกรรมการในประเทศ (National Committee)



การพิจารณาของกรรมการระหว่างประเทศ (International Committee)



10

ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์ และ UCCN

1 การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ไม่ใช่เป็นเพียงการสร้างแบรนด์ หรือการจัดกิจกรรมเท่านั้น แต่คือการจัดองค์ประกอบของเมืองทั้งหมดที่สะท้อนอัตลักษณ์ของเมืองที่โดดเด่น และช่วยในการนำเอาอัตลักษณ์ของเมืองนั้นๆ มาต่อยอดและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับเมือง และผู้คนในเมืองต่อไป

2 การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์คือการพัฒนาในระยะยาว และมีความต่อเนื่อง ซึ่งไม่ใช่เป็นเพียงการพัฒนาอาคาร สิ่งปลูกสร้าง หรือสิ่งที่จับต้องได้ (Hardware) แต่จะต้องมีการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง ทั้งองค์ความรู้ การพัฒนาคน หรือแม้แต่องค์กรต่างๆ ที่ส่งเสริมให้ผู้คนทั้งเมืองตระหนัก และพร้อมร่วมกันขับเคลื่อนไปด้วยกัน

3 การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ต้องอาศัยความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ใช่หน้าที่ของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เพราะเมืองคือของทุกคน ดังนั้นทุกภาคส่วนจึงควรจะต้องร่วมมือกัน เสียสละในการทำงาน เพื่อให้การพัฒนาเมืองออกมาทิศทางเดียวกัน

4 ผู้คนในพื้นที่ (ทุกภาคส่วน) จะต้องเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อน เพราะจะเป็นผู้ที่บอกได้ว่าอยากเห็นเมืองที่อาศัยอยู่ควรจะต้องมีหน้าตาแบบใด มากกว่าที่จะรอให้หน่วยงานจากภายนอกเข้ามาบอกว่าต้องทำอะไร หรือมีโครงการมาขับเคลื่อนเป็นครั้งๆ ไป

5 การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ไม่จำเป็นต้องทำทุกอย่างใหม่หมด เพราะมันคือการพัฒนาเมืองที่ทุกหน่วยงานทำกันอยู่แล้ว (งานเดิม) เพียงแต่จะต้องมีการจัดระเบียบ และร้อยเรียงประเด็นในการขับเคลื่อนให้สอดคล้องตามแนวทางที่กำหนดเท่านั้น

6 การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ไม่จำเป็นต้องเข้าร่วมเครือข่าย UCCN เสมอไป เพราะการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในแต่ละเมืองมีบริบท ความพร้อม หรือมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ในขณะที่ UCCN เองจะมีกรอบการพัฒนาที่ UNESCO เองก็ให้ความสำคัญ ดังนั้นแต่ละเมืองจึงควรที่จะประเมินศักยภาพ และพัฒนาตามความพร้อม หรือบริบทของเมืองไป ไม่จำเป็นต้องเอากรอบประเด็นของ UCCN เข้ามาเป็นเป้าหมายในการพัฒนาเพียงอย่างเดียว (แต่สามารถเอากรอบของ UCCN มาช่วยในการวางแผนและขับเคลื่อนได้)

7 UCCN ไม่ใช่เครื่องมือการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างเดียวของ UNESCO แต่ยังมีอีกหลายส่วน เช่น มรดกโลก Geo Park เมืองแห่งการเรียนรู้ และอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งหากมีการพิจารณาบริบทของพื้นที่แล้ว มองว่าการพัฒนาเมืองอาจไม่เหมาะกับ UCCN แต่ยังต้องการได้รับการรับรองจาก UNESCO ก็อาจมีการศึกษาและขอรับการรับรองผ่านเครื่องมืออื่นๆ ได้เช่นกัน

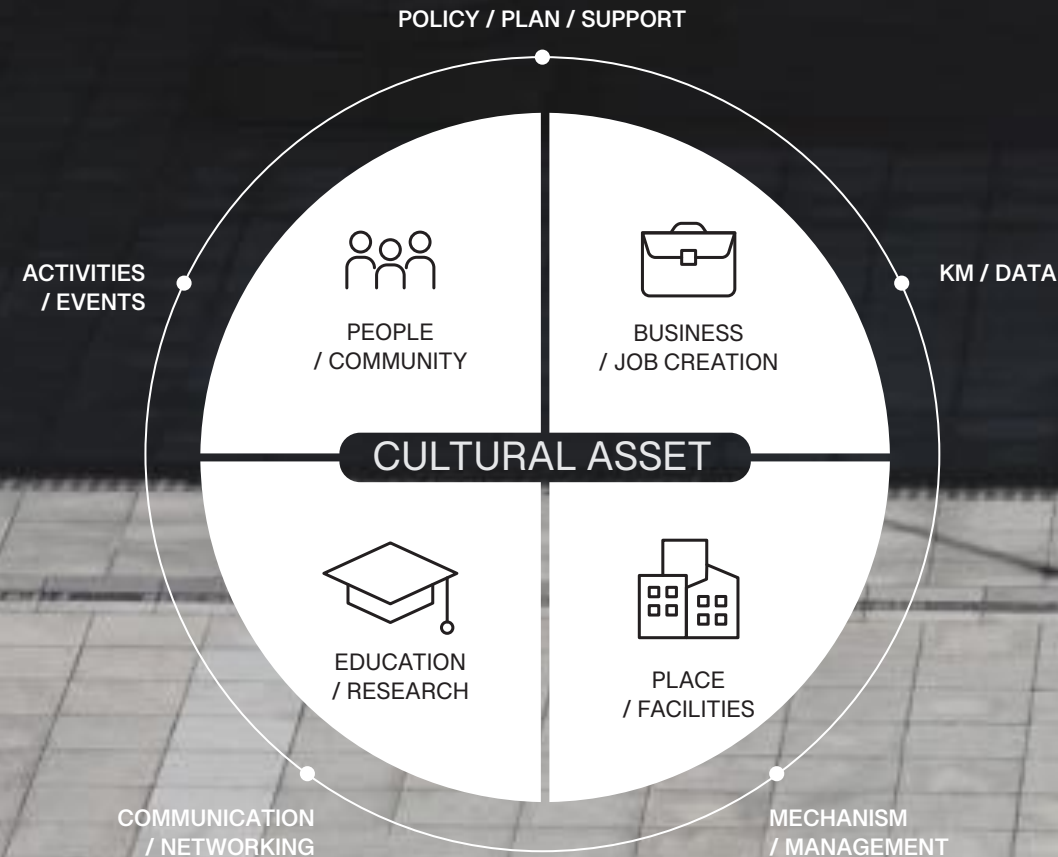
8 UCCN คือการเข้าร่วมเครือข่ายของเมืองสร้างสรรค์ในระดับโลก โดยการเข้าร่วมเครือข่ายนี้ ไม่ได้มีการจัดลำดับว่าเมืองไหนดีที่สุด หรือไม่จำเป็นต้องมีพร้อมทุกอย่าง แต่ UCCN คือการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายของเมืองสร้างสรรค์ที่จะร่วมกันพัฒนาและขับเคลื่อนไปด้วยกัน เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

9 UCCN ไม่ใช่การแข่งขันเพื่อชิงเงินรางวัล ผู้ที่ได้รับการเข้าร่วมเครือข่าย UCCN จะไม่ได้รับเงินรางวัล หรือไม่ได้รับการรับรองว่าจะได้รับงบประมาณแผ่นดินเพิ่มขึ้นแต่อย่างใด แต่จะได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในเมืองที่ขับเคลื่อนในสาขาสร้างสรรค์ด้านนี้ และมีโอกาสในการทำกิจกรรม หรือมีส่วนร่วมกับเครือข่ายต่างๆ

10 ผู้ที่ได้เข้าร่วมเครือข่าย UCCN แล้ว ถือว่างานเพิ่งเริ่มต้นเท่านั้น เมืองที่เข้าร่วมจะถือว่าต้องมีพันธสัญญา ในการทำงานอย่างต่อเนื่อง อาทิ การเข้าร่วมกิจกรรม และพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับมีการรายงานผลการดำเนินงาน หรือการจัดทำข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเรียนรู้ร่วมกันกับเครือข่าย

CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

กรอบแนวคิดสำคัญของคู่มือ



CULTURAL ASSET

องค์ประกอบ COMPONENTS

เป็นสิ่งที่สะท้อนศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ออกมาในมิติต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเข้มแข็งของสาขาสร้างสรรค์ของพื้นที่

ทุนทางวัฒนธรรม (ของเมือง)

ทุนคือจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ต้องการนำมาต่อยอด นำเสนอผ่านรูปแบบหรือมิติต่างๆ ที่นอกจากทำให้ผู้คนทั่วไปรับรู้ถึงเมืองแล้ว ยังช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของเมืองอีกด้วย



คนและชุมชน
People / Community

ความเข้าใจ การตระหนักรู้ และความร่วมมือของคนในชุมชน ตลอดจนกลุ่มบุคลากรสร้างสรรค์ในการนำวัฒนธรรมของพื้นที่มาขับเคลื่อนสู่สาขาของเมืองสร้างสรรค์นั้นๆ



ธุรกิจและงานในพื้นที่
Local Business / Job

ความเชื่อมโยงหรือความสอดคล้องของวัฒนธรรมท้องถิ่น สาขาเมืองสร้างสรรค์ และประเภทกิจการ ธุรกิจ หรือแม้แต่แรงงานในพื้นที่ ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของสาขา



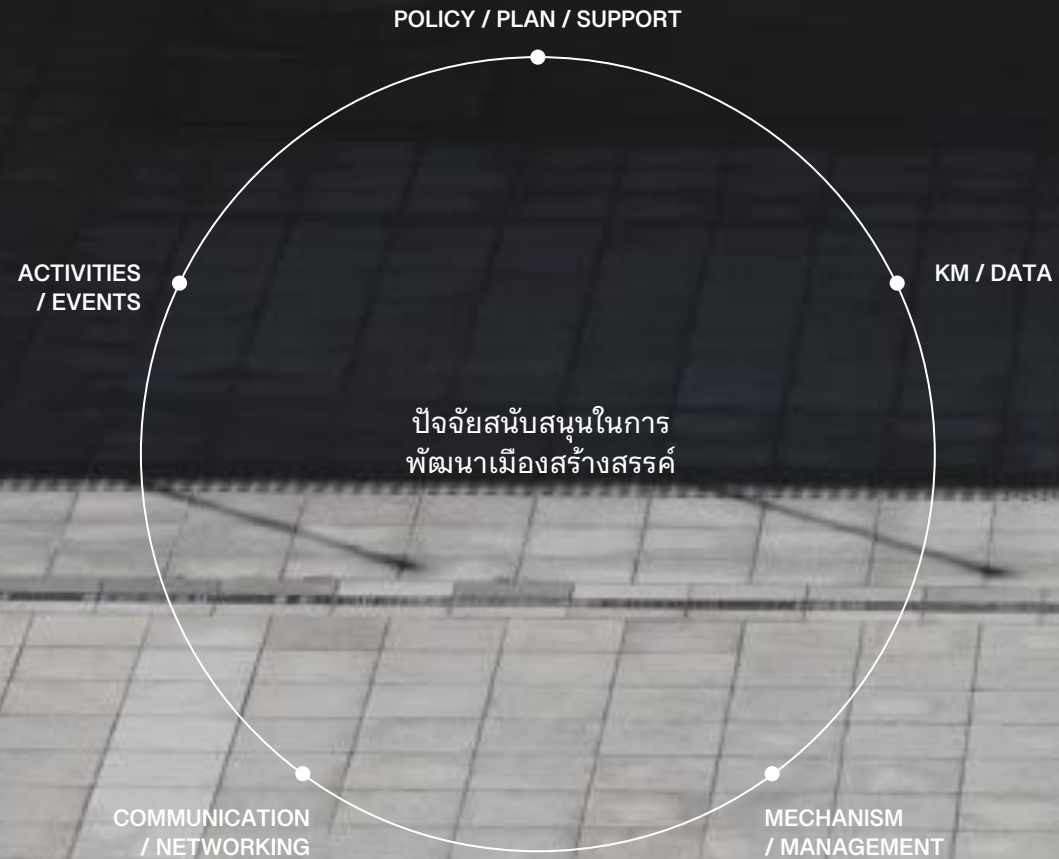
สถานที่และ
สิ่งอำนวยความสะดวก
Place / Facilities

สถานที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนประเด็นสาขาของเมืองหรือไม่



การศึกษาและงานวิจัย
Education / Research

การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับสาขาที่นำเสนอในพื้นที่ หรือการวิจัยเชิงลึกในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมหรือสาขาที่เสนอ เพื่อนำไปต่อยอดในมิติต่างๆ



ENABLERS

ปัจจัยสนับสนุน (Enablers)

เป็นส่วนที่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันขับเคลื่อนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับทุนทางวัฒนธรรมของเมือง

นโยบาย แผนงาน และการสนับสนุน
Policy / Plan / Support

ความชัดเจนของนโยบาย การวางแผนที่เหมาะสม และครอบคลุมประเด็นต่างๆ รวมถึงการสนับสนุนของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ที่จะช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนที่เป็นรูปธรรมได้

องค์ความรู้และข้อมูล
KM / Data

องค์ความรู้ การจัดการองค์ความรู้ และข้อมูล (ครอบคลุมตั้งแต่การจัดเก็บ การจัดการ และการถ่ายทอด) ที่เกี่ยวข้องกับสาขาหรือประเด็นของพื้นที่ ซึ่งจะช่วยให้สามารถนำมาต่อยอด กำหนดทิศทาง และการติดตามผล

กลไกและการจัดการ
Mechanism / Management

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โครงสร้างการทำงานในพื้นที่ (ทางการ/ไม่เป็นทางการ) พร้อมบทบาทหน้าที่ที่จะขับเคลื่อน รวมไปถึงกลไกความร่วมมือที่มาจากภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่

การสื่อสารและการสร้างเครือข่าย
Communication / Networking

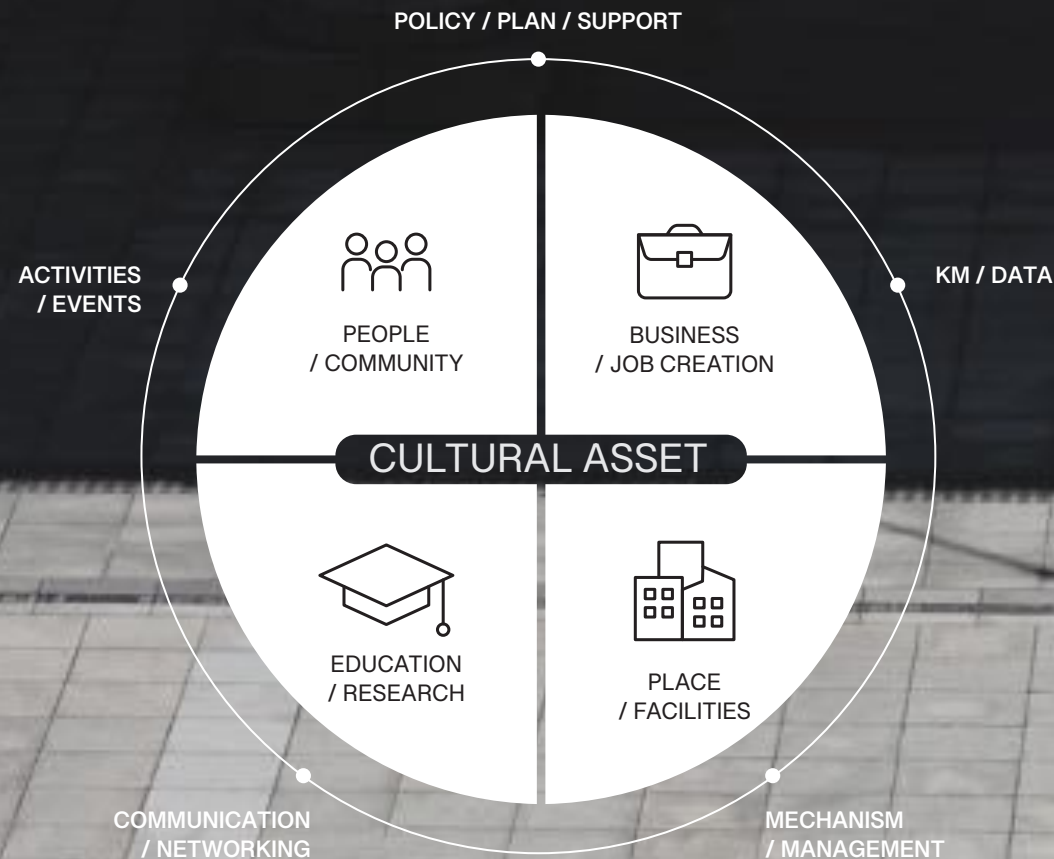
การกำหนดทิศทาง การสื่อสาร ประเด็น เรื่องราว และข้อมูลที่ต้องไปยังกลุ่มเป้าหมายของภาคส่วนต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ และการสร้างความร่วมมือด้านต่างๆ

กิจกรรม
Activities / Events

การวางแผน และพัฒนากิจกรรมประเภทต่างๆ ในพื้นที่ที่จะช่วยสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนในรูปแบบต่างๆ

CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.11 - P.20	P.11 - P.20	P.11 - P.20	P.11 - P.20

CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.21 - P.40	P.21 - P.40	P.21 - P.40	P.21 - P.40



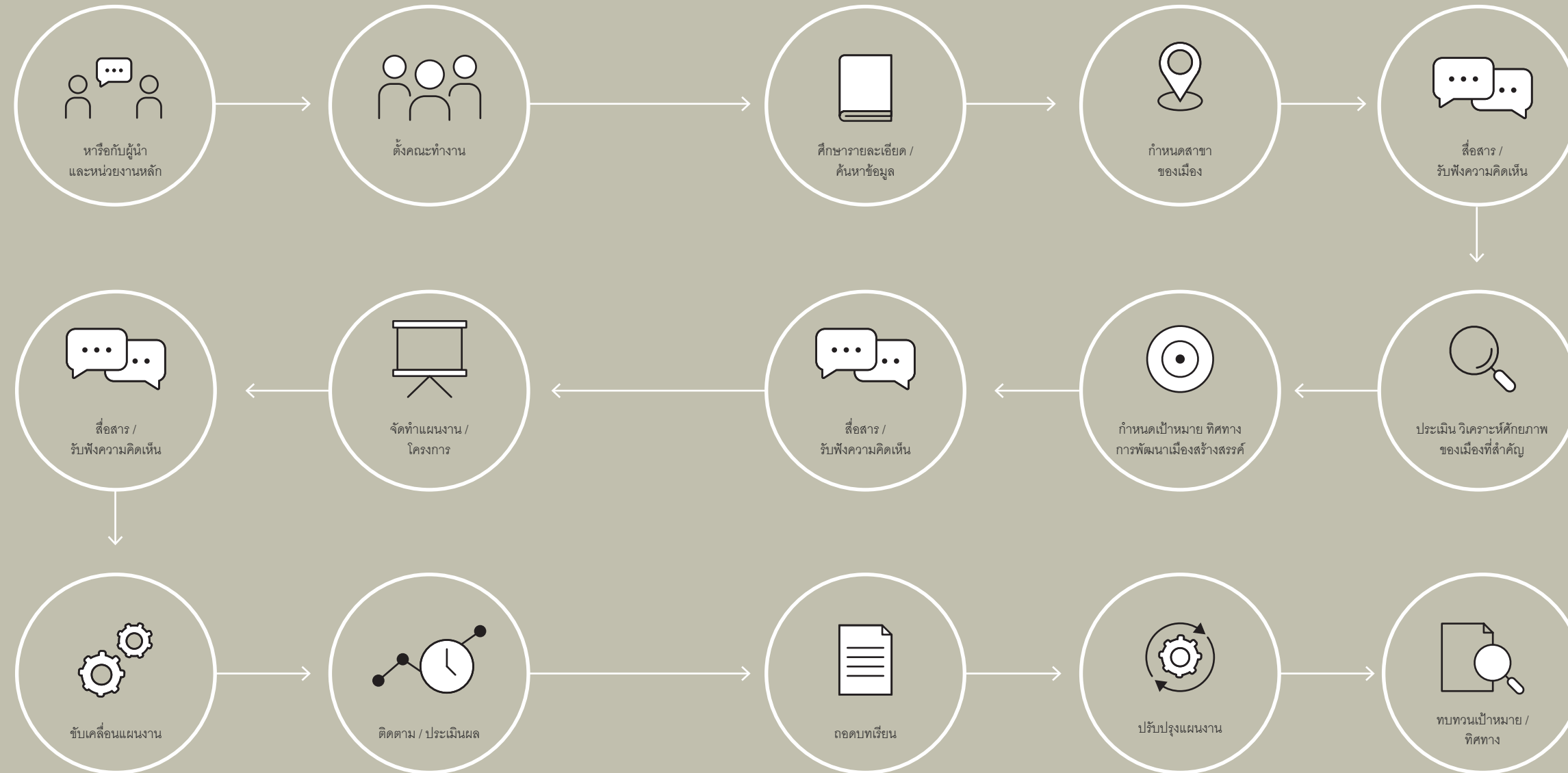
การลำดับความสำคัญในการขับเคลื่อนปัจจัยสนับสนุน ในแต่ละช่วงเวลาของการพัฒนา เนื่องจากแต่ละช่วงของการพัฒนามีเป้าหมายที่ต่างกัน

ปัจจัยสนับสนุน	การเตรียมการ (Pre)	การพัฒนา (During)	การติดตาม (Post)
นโยบาย แผนงาน และการสนับสนุน (Policy / Plan / Support)	<ul style="list-style-type: none"> การค้นหาและวิเคราะห์ประเด็น (ทุนทางวัฒนธรรม) ที่จะนำมาขับเคลื่อน 	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์สถานการณ์ องค์ประกอบสำคัญ เพื่อมาวางแผนการทำงาน กำหนดหน้าที่ ขับเคลื่อนงานตามแผน / ประเมินสถานการณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> ประเมินผลการทำงานที่ผ่านมา วิเคราะห์ผลผลิต ผลลัพธ์ที่ได้รับ ปรับปรุงแผนงานในอนาคต
องค์ความรู้และข้อมูล (KM / Data)	<ul style="list-style-type: none"> การค้นหา และตกลงว่ามีองค์ความรู้เรื่องใดที่สามารถนำมาขยายผล การจัดเก็บข้อมูลสำคัญจะช่วยให้เห็นสถานะได้เป็นอย่างดี 	<ul style="list-style-type: none"> นำความรู้และข้อมูลมาต่อยอดหรือเผยแพร่ พัฒนาแนวทางการจัดเก็บข้อมูลที่ขาด 	<ul style="list-style-type: none"> นำความรู้และข้อมูลมาต่อยอดหรือเผยแพร่ พัฒนาแนวทางการจัดเก็บข้อมูลที่ขาด
กลไกและการจัดการ (Mechanism / Management)	<p>ในช่วงแรก</p> <ul style="list-style-type: none"> จะต้องมีการวางบทบาทให้ชัดเจนว่ามีใคร และทำอะไรบ้าง เพื่อให้การขับเคลื่อนไปอย่างเป็นรูปธรรม 	<p>ติดตามการทำงานของกลไกที่กำหนดมา</p>	<p>ประเมินผลการทำงาน และปรับปรุง</p>
การสื่อสารและการสร้างเครือข่าย (Communication / Networking)	<p>การสื่อสารในช่วงแรก</p> <ul style="list-style-type: none"> จะเป็นการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจให้เห็นถึงประโยชน์ และสิ่งที่จะดำเนินการในอนาคต 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาเนื้อหา ประเด็นให้ชัดเจน เร่งสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง สร้างเครือข่าย 	<ul style="list-style-type: none"> นำเสนอผลการดำเนินงาน ประโยชน์ที่เกิดขึ้น และแนวทางการพัฒนาในอนาคต สร้างเครือข่าย
กิจกรรม (Activities / Events)	<ul style="list-style-type: none"> เก็บข้อมูลถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่มีในปัจจุบัน วางแผนกิจกรรมที่ต้องมีในอนาคต 	<p>ดำเนินกิจกรรม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>ดำเนินกิจกรรม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง</p>

น้ำหนักของเนื้อหาที่ควรให้ความสำคัญ: ■ น้อย ■ ปานกลาง ■ มาก

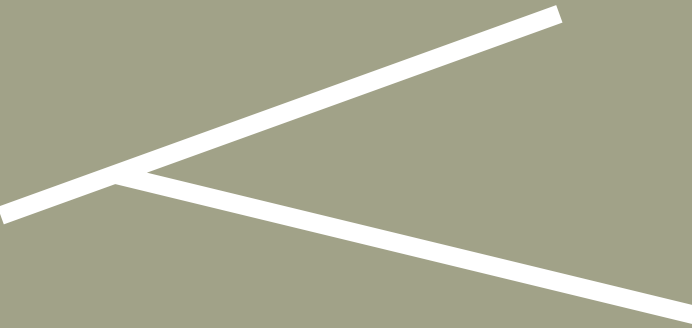
CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.11 - P.20	P.11 - P.20	P.11 - P.20	P.11 - P.20
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.21 - P.40	P.21 - P.40	P.21 - P.40	P.21 - P.40

กรอบขั้นตอน ในการพัฒนาแผนงาน และขับเคลื่อน เมืองสร้างสรรค์



CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

คำถามข้อที่ 2



เมืองของเรามีอะไรที่โดดเด่น?
 เราจะนำเสนอประเด็นอะไร
 เป็นสาขาของเมืองสร้างสรรค์?

CHAPTER 02

- ทำความเข้าใจความหมายทุนทางวัฒนธรรมของเมือง
- ขั้นตอนการประเมิน ตลอดจนการวิเคราะห์นัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ในด้านต่างๆ ของเมือง
- ประเด็นที่ควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกและวิเคราะห์ประเด็น



CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

ทุนทางวัฒนธรรม
ของเมืองคืออะไร?

CULTURAL HERITAGE



ทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ คือสิ่งที่สะท้อนความเป็นตัวตน หรือเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่จับต้องได้ เช่น อาคาร สิ่งของ อาหาร หรือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความเชื่อ เรื่องราว หรือวัฒนธรรม สิ่งสืบทอด ที่ผู้คนในพื้นที่นี้ (ไม่จำเป็นต้องทั้งหมด) มีการยึดเป็นจุดร่วมของชุมชน หรืออาจมีการใช้ ประเด็นเหล่านี้ในการดำรงชีวิต ประกอบอาชีพต่างๆ

ทุนทางวัฒนธรรมนี้ อาจเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษมีการสืบทอดกันมาอย่างช้านาน (Cultural Heritage) หรืออาจเป็นสิ่งที่ผู้คนในยุคปัจจุบันมีการร่วมกันคิดค้น และพัฒนาขึ้นมาในสมัยปัจจุบันก็ได้ (Living Culture) แต่การที่จะเรียกว่าทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ได้นั้น ผู้คนในพื้นที่ (โดยรวม) จะต้องสามารถเชื่อมโยงกับสิ่งที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้นๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งในเรื่องของการใช้ชีวิต หรือการทำมาหากิน เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ทุนทางวัฒนธรรมที่มีการสืบทอดกันมานั้น ไม่จำเป็นจะต้องเป็นสิ่งที่คงความดั้งเดิม ดังเช่นในอดีตเสมอไป รูปแบบของทุนทางวัฒนธรรมควรจะเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามยุคสมัย และปรับให้เข้ากับวิถีชีวิตในปัจจุบัน แต่ยังคงสามารถสะท้อนแก่น หลักคิด ที่มา หรือแม้แต่วัตถุประสงค์ (Essence) ของการพัฒนาหรือคิดค้นทุนทางวัฒนธรรมเหล่านั้นของคนรุ่นก่อนมาได้อย่างชัดเจน

LIVING CULTURE

“**ทุนวัฒนธรรม** เป็นทุนทางภูมิปัญญาที่เป็นความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจนที่เป็นผลของการใช้สติปัญญา เรียนรู้และปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมที่มีการพัฒนาสืบสานกันมายาวนาน”

เอกวิทย์ ณ ถลาง (2544)

“**ชุมชน** คือกลุ่มบุคคลหลายๆ กลุ่มมารวมกันอยู่ในอาณาเขตและภายใต้กฎหมายหรือข้อบังคับเดียวกัน มีการพบปะสังสรรค์กัน มีความสนใจร่วมกัน มีผลประโยชน์คล้ายๆ กัน ชุมชนจึงประกอบด้วยคน ความสนใจร่วมกัน อาณาบริเวณ การปฏิบัติต่อกันและความสัมพันธ์ของสมาชิก”

จิรพรรณ กาญจนจิตรา (2530)

“In every community that manages to sustain or revive itself over time, there are cultural factors that contribute to the vitality and robustness of the people living there. These factors are shared and creative, which is to say they are cultural and they are assets that make life valuable, that make life worth living. These cultural assets can be material, immaterial, emotional, or even spiritual.”

Ross Gibson, Sydney College of the Arts (2009)

CHAPTER 3	CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.56 - P.65	P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 4	CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.66 - P.77	P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

ตัวอย่าง ทุนทางวัฒนธรรม ของเมืองสร้างสรรค์

ในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์โดยทั่วไป ประเด็นที่จะถูกนำมาเป็นประเด็นขับเคลื่อนของเมืองสร้างสรรค์นั้น ไม่จำเป็นจะต้องอยู่ในกรอบทั้ง 7 สาขา ตามที่ยูเนสโกกำหนดขึ้นมาเท่านั้น หรือไม่จำเป็นต้องมีเพียง 1 สาขาเสมอไป ตราบใดที่เมืองสามารถนำเสนอและขับเคลื่อนได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม

แต่เมืองที่ต้องการเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ยังคงจำเป็นต้องอยู่ภายใต้กรอบของ 7 สาขา ที่ยูเนสโกกำหนดขึ้นมาอยู่

7 CREATIVE FIELDS เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ขององค์การยูเนสโก



วรรณคดี
Literature



การออกแบบ
Design



ภาพยนตร์
Film



ดนตรี
Music



หัตถกรรมพื้นบ้าน
Craft and Folk Arts



มีเดีย อาร์ต
Media Arts



อาหาร
Gastronomy



CHAPTER

3

P.56
-
P.65

4

P.66
-
P.77

CHAPTER

5

P.78
-
P.87

6

P.88
-
P.129

CHAPTER

7

P.130
-
P.147

8

P.148
-
P.163

CHAPTER

9

P.164
-
P.173

10

P.174
-
P.189



แนวทางการค้นหา และคัดเลือก

ในกรณีที่มีหลายประเด็นให้พิจารณา อาจมีการใช้หลักเกณฑ์บางประเภทมากำหนด และช่วยในการคัดเลือกประเด็นที่โดดเด่นที่สุดได้

รากเหง้าทางวัฒนธรรม

- มีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่มาอย่างยาวนาน
- มีหลักฐาน/สถานที่/สิ่งของที่สะท้อนเรื่องราวทางวัฒนธรรมนั้นในพื้นที่
- ปัจจุบันยังคงมีการดำเนินกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับประเด็นทางวัฒนธรรมนั้นอยู่

ศักยภาพในการต่อยอด

- คนในพื้นที่และนอกพื้นที่ มีการรับรู้ถึงประเด็นทางวัฒนธรรมนี้อย่างแพร่หลาย
- ในพื้นที่มีแรงงาน/ผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางวัฒนธรรมนี้อยู่
- ประเด็นทางวัฒนธรรมนี้ สามารถนำไปเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตปัจจุบันได้

สูง



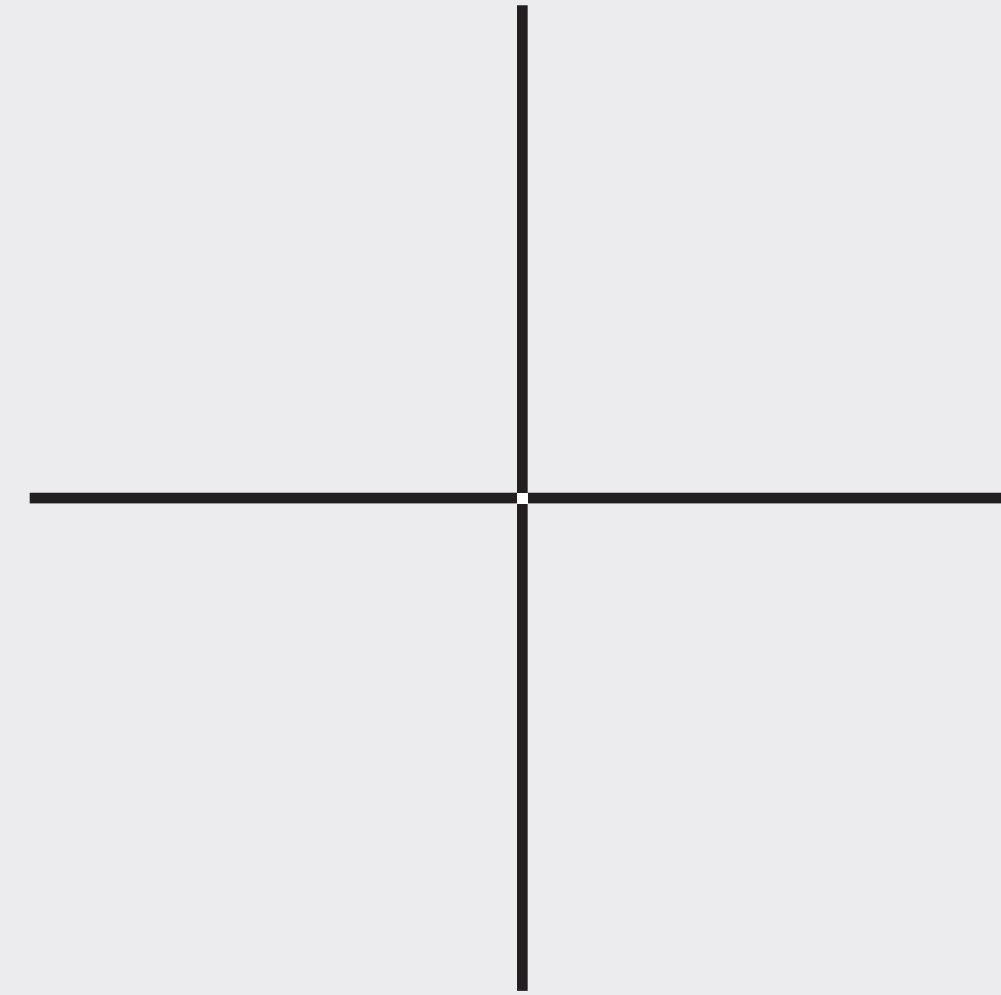
ประเพณีทางวัฒนธรรม



รากเหง้าแห่งการ



ต่ำ



สูง ←

← ศักยภาพในการต่อยอด

→ → ต่ำ

CHAPTER 3

P.56
-
P.65

4

P.66
-
P.77

CHAPTER 5

P.78
-
P.87

6

P.88
-
P.129

CHAPTER 7

P.130
-
P.147

8

P.148
-
P.163

CHAPTER 9

P.164
-
P.173

10

P.174
-
P.189



เครื่องมือและประเด็นประกอบการพิจารณา (1 น้อย < 5 มาก)

รากเหง้าทางวัฒนธรรม

1. มีเรื่องราว/ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่มาอย่างยาวนาน

1 2 3 4 5

- ผู้คนในเมืองต่างรับรู้เรื่องราวนี้อย่างทั่วถึงกัน
- สามารถค้นหาเรื่องราวหรือรากเหง้าในพื้นที่ได้

2. หลักฐาน/สถานที่/สิ่งของ ที่สะท้อนเรื่องราวทางวัฒนธรรมนั้นในพื้นที่

1 2 3 4 5

- เมื่อกล่าวถึงเรื่องราวนี้ ผู้คนจะสามารถหยิบยกตัวอย่างหลักฐาน สถานที่ หรือสิ่งของที่เชื่อมโยงได้
- ผู้คนในเมืองต่างรับรู้เรื่องราวนี้อย่างทั่วถึงกัน

3. ปัจจุบันยังคงมีการดำเนินกิจกรรม ที่เชื่อมโยงกับประเด็นทางวัฒนธรรมนั้นอยู่

1 2 3 4 5

- ผู้คนในพื้นที่สามารถนึกถึงกิจกรรมที่มี ที่สามารถเชื่อมโยงกับประเด็นนั้นได้อยู่
- หน่วยงานต่างๆ มีแผนงานที่เกี่ยวข้องอยู่

ศักยภาพในการต่อยอด

1. คนในพื้นที่และนอกพื้นที่ มีการรับรู้ถึงประเด็นทางวัฒนธรรมนี้ อย่างแพร่หลาย

1 2 3 4 5

- เมื่อผู้คนนึกถึงเรื่องราวนี้ ผู้คนมักจะรู้ว่าหมายถึงเมืองนี้
- เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ จะสามารถนำเสนอความโดดเด่นหรืออัตลักษณ์เฉพาะที่เกี่ยวข้องได้

2. ในพื้นที่ มีแรงงาน/ผู้ประกอบการอาชีพ/ผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางวัฒนธรรมนี้

1 2 3 4 5

- มีแรงงานหรือผู้ประกอบการอาชีพที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อย่างแพร่หลาย
- มีกิจการหรือธุรกิจสมัยใหม่ ที่เชื่อมโยงกับสาขามาอยู่ในพื้นที่

3. ประเด็นทางวัฒนธรรมนี้ สามารถนำไปเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตปัจจุบันได้

1 2 3 4 5

- สามารถเห็นการนำประเด็นเหล่านี้มาเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนในเมือง
- มีความพยายามในการนำประเด็นเหล่านี้ มาพัฒนา ปรับปรุงให้ร่วมสมัยมากขึ้น



ประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ ในการประเมินและคัดเลือกสาขา

1. ให้ความสำคัญกับรากเหง้าทางวัฒนธรรม และโอกาสในการต่อยอด ควบคู่กันไป (เรื่องราวหรือสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต อาจไม่ได้สะท้อนบริบทของการใช้ชีวิตของผู้คนในเมืองปัจจุบัน/สาขาที่เลือกก็ควรจะต้องสามารถเชื่อมโยงการใช้ชีวิตของคนในเมืองได้ด้วย)
2. สาขาที่เลือก ควรเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในพื้นที่อยู่แล้ว ไม่ใช่สิ่งที่ต้องสร้างขึ้นใหม่ (ต้องสามารถแสดงถึงสิ่งที่เชื่อมโยงกับสาขานั้นๆ ในพื้นที่ต่างๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นผู้เชี่ยวชาญ สถานที่ สิ่งของ แหล่งผลิต เป็นต้น)
3. สาขาของเมือง อาจไม่ได้มีเพียงสาขาเดียว หรือมีการเลือกสาขาที่ดีที่สุด แต่ควรเป็นสาขาที่ผู้คนในเมืองโดยส่วนรวมให้การยอมรับ และพร้อมที่จะร่วมกันขับเคลื่อน ในขณะที่สามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาในสาขาอื่นๆ ได้ด้วย
4. การคัดเลือกสาขา ควรจะต้องอาศัยการหารือ และพูดคุยกับภาคส่วนต่างๆ ให้ครบถ้วน ไม่ควรเกิดขึ้นจากคณะกรรมการหรือคณะทำงานกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น
5. ในการหารือ ควรมีการนำข้อมูล หรือหลักฐานเชิงประจักษ์มาสนับสนุน เพื่อให้เกิดความชัดเจนมากที่สุด (คนนอกพื้นที่อาจไม่รับทราบ หรือเข้าใจบริบทของเมืองได้เท่ากับคนในพื้นที่)
6. การวิเคราะห์และคัดเลือกต้องพึงระวังถึงภาพลวงของศักยภาพที่อาจเกิดขึ้น กล่าวคือ คนในพื้นที่อาจมองว่าหลายเรื่องในเมืองมีศักยภาพทั้งสิ้น แต่ในสายตาคนนอก หรือหากมีการเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่น สิ่งเหล่านั้นอาจไม่ใช่ศักยภาพที่แท้จริงก็เป็นได้
7. เมื่อเลือกสาขาได้แล้ว ควรจะต้องมีการหารือถึงนิยาม หรือขอบเขตให้ชัดเจนระดับหนึ่ง เพื่อที่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะเห็นภาพเดียวกัน (หากระบุชัด หรือละเอียดเกินไป อาจกลายเป็นการตีกรอบ และตายตัวเกินไป)

ตัวอย่าง:

สาขาดนตรี: อาจตีความได้ตั้งแต่ ศิลปิน ทำนองเพลง หรือการทำเครื่องดนตรี

สาขาวรรณกรรม: อาจตีความได้ตั้งแต่ ผลงานวรรณกรรม ผู้ผลิต หรือสถานที่ที่เป็นแรงบันดาลใจของวรรณกรรม

อย่างไรก็ดี การตีความ หรือนิยามของสาขา ไม่จำเป็นต้องเลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออาจเลือกทุกประเด็นก็ได้ เพียงแต่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเมืองนั้นๆ ควรจะต้องเห็นภาพเดียวกัน

ขั้นตอนการค้นหา วิเคราะห์ และคัดเลือกประเด็นที่จะขับเคลื่อน



1. การประชุมชี้แจงสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์ ทิศทางการขับเคลื่อนสู่เมืองสร้างสรรค์ วัตถุประสงค์ เป้าหมายในการขับเคลื่อน

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง

- ผู้เข้าร่วมควรเป็นผู้แทนจากภาคส่วนต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่ทั้งหมด
- การนำเสนอควรจะต้องเน้นให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ขั้นตอนสำคัญ และสิ่งที่ต้องการให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือ หรือให้ความช่วยเหลือที่ชัดเจน
- ควรให้ความสำคัญกับการถามตอบ และรับฟังความคิดเห็นด้วย



2. อธิบายกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ และค้นหาประเด็นที่จะขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์อย่างละเอียด พร้อมแจกแบบฟอร์มการให้คะแนน (หรือ Link)

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง

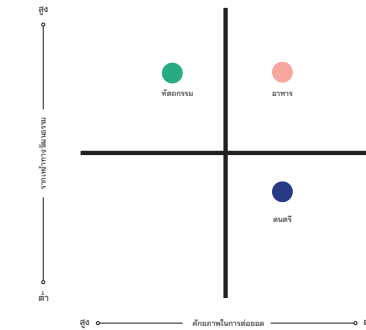
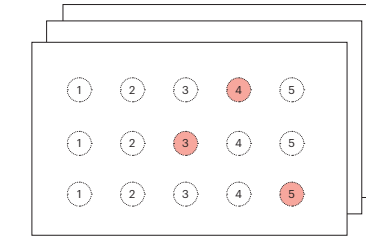
- ผู้เข้าร่วมควรเป็นผู้แทนจากภาคส่วนต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่ทั้งหมด
- การนำเสนอควรจะต้องเน้นให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ขั้นตอนสำคัญ และสิ่งที่ต้องการให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือ หรือให้ความช่วยเหลือที่ชัดเจน
- ควรให้ความสำคัญกับการถามตอบ และรับฟังความคิดเห็นด้วย



3. รวบรวมผลการจัดเก็บข้อมูลทั้งหมด เพื่อนำมาประมวล

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง

- นอกเหนือจากการให้คะแนนแล้ว อาจมีการสุ่มสัมภาษณ์ หรือเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพกับผู้ตอบเพิ่มเติม ถึงเหตุผลหรือรายละเอียดเพิ่มเติมในการให้คะแนน เพื่อให้เป็นข้อมูลประกอบ
- นำผลคะแนนทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ย เพื่อกรอกลงในตารางการคัดเลือก
- ประเด็นที่ได้รับการให้คะแนนในส่วนของรากเหง้าทางวัฒนธรรมที่สูง และศักยภาพในการต่อยอดที่สูง (กรอบสีแดง) จะเป็นประเด็นแนะนำในการขับเคลื่อน
- ไม่ได้หมายความว่าประเด็นที่ไม่ได้ตกในกรอบสีแดงนั้น จะถูกละเลยออกไปเลย แต่หมายถึงอาจนำประเด็นที่อยู่ในกรอบสีแดงเป็นตัวนำ และเอาประเด็นอื่นๆ มาเสริม หรือเชื่อมโยงต่อไป
- หลังจากที่มีการประมวลผลแล้ว ควรต้องมีการประชุมเพื่อนำเสนอผลการประเมิน เพื่อให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้รับรู้พื้นที่ที่จะขับเคลื่อนในประเด็นใดเป็นประเด็นหลัก ทำการรับฟังความคิดเห็นของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และหาหรือในรายละเอียดเพิ่มเติม (เพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมมากที่สุด)
- ในการประชุมควรจะต้องมีการลงรายละเอียดของประเด็นที่จะขับเคลื่อนเพิ่มเติม โดยเฉพาะในส่วนของนิยาม ขอบเขต ประเด็นสำคัญ รวมไปถึงข้อมูล หรือการเตรียมการต่างๆ ที่ต้องวางแผน
- หลังจากที่สามารถเลือกประเด็นในการขับเคลื่อนได้แล้ว อาจมีการกำหนดผู้รับผิดชอบและคณะทำงาน ที่จะมาเก็บข้อมูลเชิงลึกเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนงานต่อไป



- นิยาม
- ขอบเขต
- ประเด็นสำคัญ
- ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

สรุปประเด็นทุนทางวัฒนธรรมของเมือง

ทุนทางวัฒนธรรม/สาขาที่เมืองจะขับเคลื่อน: ...

ภาพประกอบ

สรุปเรื่องราวของทุน
ทางวัฒนธรรม/สาขา

หลักฐานเชิงประจักษ์
ที่สามารถเห็นได้ในปัจจุบัน

ความโดดเด่น
(ที่เป็นอัตลักษณ์เทียบกับพื้นที่อื่น):

การดำเนินงาน
ในการสืบทอดและรักษาในปัจจุบัน

แหล่งอ้างอิงสำคัญในปัจจุบัน

การดำเนินงานในการต่อยอด
ในปัจจุบัน

- 1.
- 2.
- 3.

- 1.
- 2.
- 3.

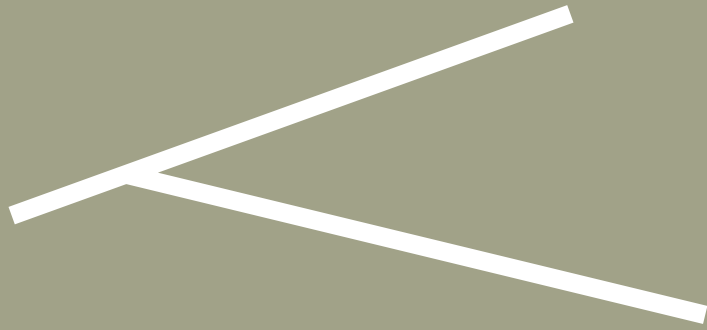
- 1.
- 2.
- 3.

- 1.
- 2.
- 3.

- 1.
- 2.
- 3.

คำถามข้อที่ 3

Scan QR Code



คนในพื้นที่รับรู้หรือเข้าใจ เมืองสร้างสรรค์แล้วหรือไม่?

CHAPTER 03

- แนวคิดสำคัญของการสื่อสาร
- กรอบแนวคิด และเครื่องมือช่วยในการ กำหนดประเด็นการสื่อสาร
- ประเด็นที่ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสาร



CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

แนวคิดการสร้างการรับรู้/การสื่อสาร

**แนวคิด**
Concept**เนื้อหา**
Content**บริบท**
Context**ช่องทาง**
Channel

ทำให้ผู้คนในพื้นที่รับรู้ว่ามีเมืองสร้างสรรค์คืออะไร และการที่เมืองจะพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ จะเกิดอะไรขึ้นบ้าง

เมืองสร้างสรรค์

- เมืองสร้างสรรค์คืออะไร?
- เมืองสร้างสรรค์ที่เน้นเรื่อง ... จะเป็นอย่างไร?
- ประโยชน์ที่จะได้รับคืออะไร?
- เมืองจะเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง?

- กลุ่มเป้าหมาย/พื้นที่เป้าหมาย
- สภาพแวดล้อม/กลุ่มอาชีพ
- ปัญหาในพื้นที่
- เมืองสร้างสรรค์สาขานี้ จะช่วยแก้ปัญหาหรือยกระดับคุณภาพชีวิตในพื้นที่ได้อย่างไร
- มีอะไรในพื้นที่ที่สะท้อนความเป็นเมืองสร้างสรรค์ สาขา... ได้บ้าง
- ผู้คนในพื้นที่จะมีส่วนร่วมได้อย่างไร?

- สื่อในการสื่อสาร
- Offline
 - ประชุม/สัมมนา
 - แผ่นพับ
- Online
 - FB
 - Clip
 - Etc.



ประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการสื่อสาร

1. เริ่มที่กลุ่มเป้าหมายเป็นลำดับแรก จากนั้นจึงมาพิจารณาถึงวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร ก่อนที่จะมาพิจารณาถึงรูปแบบและวิธีการในการสื่อสาร
2. นอกจากในส่วนของเนื้อหาแล้ว ต้องให้ความสำคัญกับถ้อยคำที่ใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วย ศัพท์วิชาการอาจไม่เหมาะกับการสื่อสารกับบางกลุ่ม ในขณะเดียวกัน ควรจะต้อเน้นย้ำถึงสิ่งที่จะให้แต่ละกลุ่มทำต่อด้วย (Call for Action)
3. ต้องให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มจะได้รับ เช่น ชาวบ้านในพื้นที่จะได้รับประโยชน์อย่างไรบ้างจากการเป็นเมืองสร้างสรรค์
 - การสื่อสารกับคนในพื้นที่/ชุมชน/ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงการวางแผนการเตรียมตัว/ปรับตัว สำหรับการเป็นเมืองสร้างสรรค์ ประโยชน์ที่จะได้รับ และกิจกรรมที่ต้องได้รับความร่วมมือจากคนในพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนการเป็นเมืองสร้างสรรค์
 - การสื่อสารกับหน่วยงานราชการ/ท้องถิ่น นอกจากประโยชน์ที่จะได้รับแล้ว ควรให้ความสำคัญกับการกำหนดผู้ดำเนินกิจกรรมหลักในการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบของการดำเนินงาน และความร่วมมือจากภาครัฐในการขับเคลื่อน
4. คณะทำงานหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องไม่เพียงแต่สื่อสารทางเดียว แต่ควรเปิดโอกาสในการรับฟังคนในพื้นที่ด้วย
5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องทำการสื่อสารไปยังภาคส่วนต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษากระแสในการขับเคลื่อนให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมใหม่ๆ ความคืบหน้าในการดำเนินงาน รวมไปถึงผลการดำเนินงาน

ประเด็นที่ควรมีการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

ส่วนราชการในพื้นที่

- เป็นวาระขับเคลื่อน (Key Agenda) ในการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัด
- ไม่ใช่งานของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งโดยเฉพาะ ทุกหน่วยงานต้องเข้ามามีส่วนร่วม
- ไม่ใช่เรื่องใหม่ หรืองานใหม่ แต่คืองานเดิมที่แต่ละหน่วยงานดำเนินการอยู่แล้ว แต่ต้องมีการจัดระเบียบและวางกรอบการทำงานให้เชื่อมโยงกัน

กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสาขาเป้าหมายโดยตรง

- สาขาที่เลือก จะเป็นตัวเปิดที่สำคัญ ต้องมีการนำเสนอให้เห็นถึงศักยภาพของสาขาและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องทั้งหมด
- ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับห่วงโซ่มูลค่าที่เกี่ยวข้องได้ประโยชน์
- เป็นโอกาสในการยกระดับศักยภาพของงานที่ทำอยู่ให้สูงขึ้นและกว้างขึ้น

ประชาชนในพื้นที่

- ดึงอัตลักษณ์หรือศักยภาพของจังหวัดที่มีอยู่เดิมมาต่อยอด
- ทำให้คนรู้จักเมืองมากยิ่งขึ้น กระตุ้นการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่

กลุ่มที่อาจเกี่ยวข้องกับสาขาเป้าหมายทางอ้อม

- สาขาของเมือง เป็นเพียงประเด็นเปิดในการขับเคลื่อนเท่านั้น การพัฒนาเมืองสามารถเอาสาขาหรือประเด็นอื่นๆ มาเชื่อมโยงและร่วมขับเคลื่อนด้วยกันทั้งหมดได้
- เมืองสร้างสรรค์ไม่จำเป็นต้องมีเพียงหนึ่งสาขาเท่านั้น สาขาอื่นๆ ก็สามารถพัฒนาและขับเคลื่อนตามรูปแบบที่ผ่านมาได้เลย

การสร้างการรับรู้/การสื่อสาร

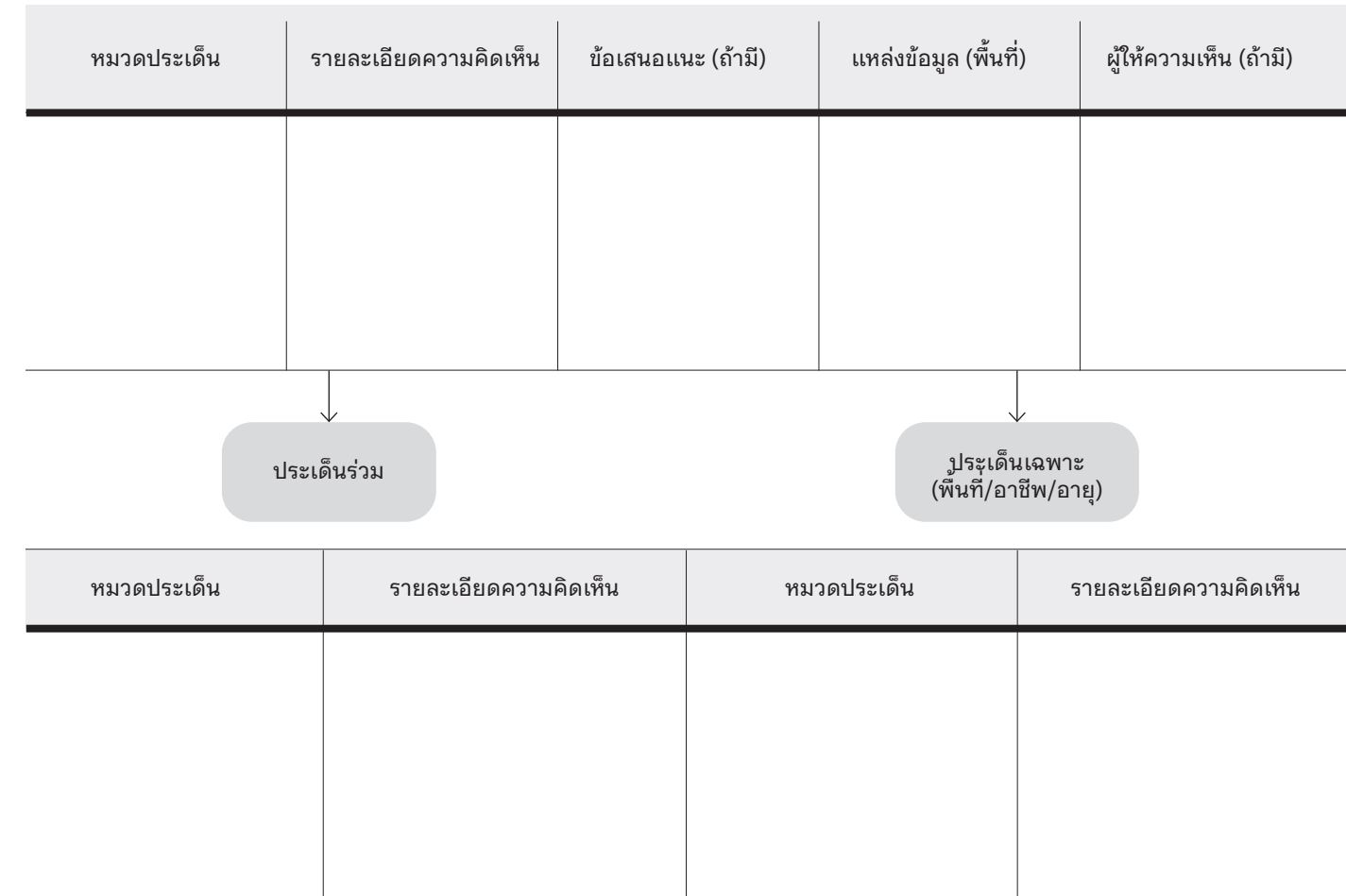
การกำหนดแนวคิด ประเด็น และรูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

Scan
QR Code



กลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสาร	วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร	ผลที่คาดหวังจากการสื่อสาร/ การวัดผล	
ประเด็นหลักที่ต้องการสื่อสาร (ต้องการสื่อเรื่องอะไร?)	เนื้อหาในการสื่อสาร (ต้องการให้ผู้รับสารรับรู้อะไร?)	รูปแบบ/ช่องทาง	ความถี่/เวลา (เริ่ม-เสร็จสิ้น)

การกำหนดแนวคิด ประเด็น และรูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น



ตัวอย่างของการสื่อสาร

Sukhothai City of Crafts and Folk Art

อพท. 4 จัดงาน Sukhothai Model : For Creative City ณ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักถึงบทบาทของ อพท. ให้แก่บุคคลภายในจังหวัดสุโขทัยหน่วยงานภาครัฐผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปในเมืองสุโขทัย ในการเป็นศูนย์กลางประสาน สนับสนุน และผลักดันแนวทางพัฒนาเมืองให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกได้อย่างครบวงจร

ภายในงานจัดให้มีนิทรรศการ Sukhothai Life's Crafts นำเสนอข้อมูลความเป็นมาของสุโขทัยเมืองสร้างสรรค์ และให้ความรู้เกี่ยวกับการเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ มีตลาด Crafts and Folk Arts และมีกิจกรรมเสวนาแลกเปลี่ยนระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้แทนผู้ประกอบการและประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย



นอกจากนี้ จังหวัดสุโขทัยได้มีการจัดทำสื่อโซเชียลมีเดียอีกหนึ่งช่องทาง เพื่อสื่อสารกับบุคคลภายในและภายนอกจังหวัด เพื่อสร้างการรับรู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของจังหวัดสุโขทัย



Phuket City of Gastronomy

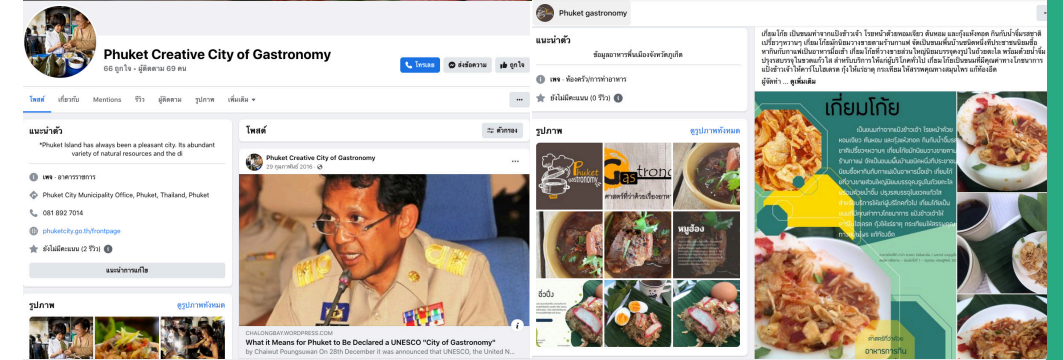
ตัวอย่างการสื่อสารในภาพรวมของจังหวัดภูเก็ต มีทั้งการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายคนในจังหวัดและนอกพื้นที่ ถึงอัตลักษณ์เมืองสร้างสรรค์ ทั้งก่อนและหลังได้รับคัดเลือก แบ่งออกเป็นการสื่อสารหลายช่องทาง อาทิ

Facebook Phuket Creative City Gastronomy

มีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ภายในจังหวัด เผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต โดยเน้นไปที่อาหารพื้นเมือง

Phuket Gastronomy

ให้ข้อมูลอาหารท้องถิ่น โดยเฉพาะเมนูดั้งเดิมของจังหวัดภูเก็ต ข้อมูลวัตถุดิบและวิธีการทำอาหาร



VDO Youtube

ร่วมมือกับ Influencer ในจังหวัด เผยแพร่ความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์เมืองอาหารภูเก็ต เพื่อขยายความรู้ต่อคนในและนอกจังหวัด



VDO Youtube



CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

ตัวอย่างของการสื่อสาร

KOBE City of Design

กรณีต่างประเทศ โทเกียว เน้นการสื่อสารกับคนในพื้นที่ถึงความ เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ ผ่านการจัดกิจกรรมที่กระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในเมือง และในสถานที่รอบเมืองที่อยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คน รวมถึงการใช้สื่อออนไลน์ขยายความรู้ของประชาชนทั่วไปนอกจังหวัดด้านอัตลักษณ์สร้างสรรค์

การสื่อสารกับคนในพื้นที่

จัดกิจกรรมสื่อสารอัตลักษณ์เมืองออกแบบผ่านการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในเมือง เช่น จัดการประกวดรางวัล Good Design สำหรับงานออกแบบโดดเด่น และจัดกิจกรรมทัวร์เมืองชม Illustration บุคคลสำคัญของโทเกียว โดยนักออกแบบ เป็นต้น

สื่อสารอัตลักษณ์เมืองออกแบบผ่านกิจกรรมในชีวิตประจำวันของคนเมือง เช่น การจัดพื้นที่ตลาดซื้อขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กิจกรรมพัฒนาทักษะสำหรับเด็กและส่งเสริมอาชีพ



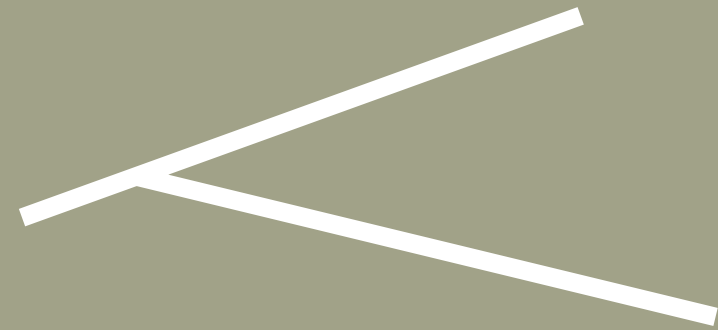
การสื่อสารกับคนในและสาธารณชน

Website Kobe City of Design รวบรวมกิจกรรมและช่องทางเชื่อมโยงไปสู่หน่วยงานทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับ Creative City ภายในเว็บไซต์อธิบายนิยามอัตลักษณ์และประเด็นด้านการออกแบบที่โทเกียวมุ่งเน้นขับเคลื่อน รวมถึงโครงการที่เกี่ยวข้อง

<https://design.city.kobe.lg.jp/project/>



คำถามข้อที่ 4



ใครต้องมาร่วมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์
และมาเข้าร่วมได้อย่างไรบ้าง?

CHAPTER 04

- บทบาทของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
- แนวคิดการตั้งคณะกรรมการและคณะทำงาน



CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

บทบาทที่สำคัญของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์



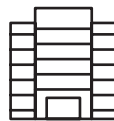
ส่วนราชการระดับจังหวัด

- การบูรณาการและกำหนดทิศทางในภาพรวมในระดับจังหวัด
- วิเคราะห์และขับเคลื่อนโครงการในระดับจังหวัด



สถาบันการศึกษา/วิจัย

- ศึกษาวิจัยข้อมูลงานวิชาการที่จะมาช่วยสนับสนุนการขับเคลื่อนของแต่ละสาขา
- สนับสนุนการค้นหาจัดเก็บรวบรวมข้อมูล
- นำเสนอแนวทางการใช้ประโยชน์ของข้อมูล และงานวิชาการที่มี
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้อง



ส่วนราชการจากส่วนกลาง

- ให้การสนับสนุนการขับเคลื่อนและพัฒนา
- ให้คำปรึกษา ช่วยเหลือสนับสนุนเครื่องมือการพัฒนาที่เกี่ยวข้อง



เอกชน

- สนับสนุนการดำเนินการของโครงการหรือกิจกรรม
- ผลักดันโครงการ กิจกรรมที่สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของจังหวัด



ส่วนราชการระดับท้องถิ่น

- กำหนดทิศทางการพัฒนาในระดับท้องถิ่น
- ขับเคลื่อนโครงการในระดับท้องถิ่น
- ประสานงาน และขับเคลื่อนโครงการในระดับท้องถิ่น



ประชาสังคม

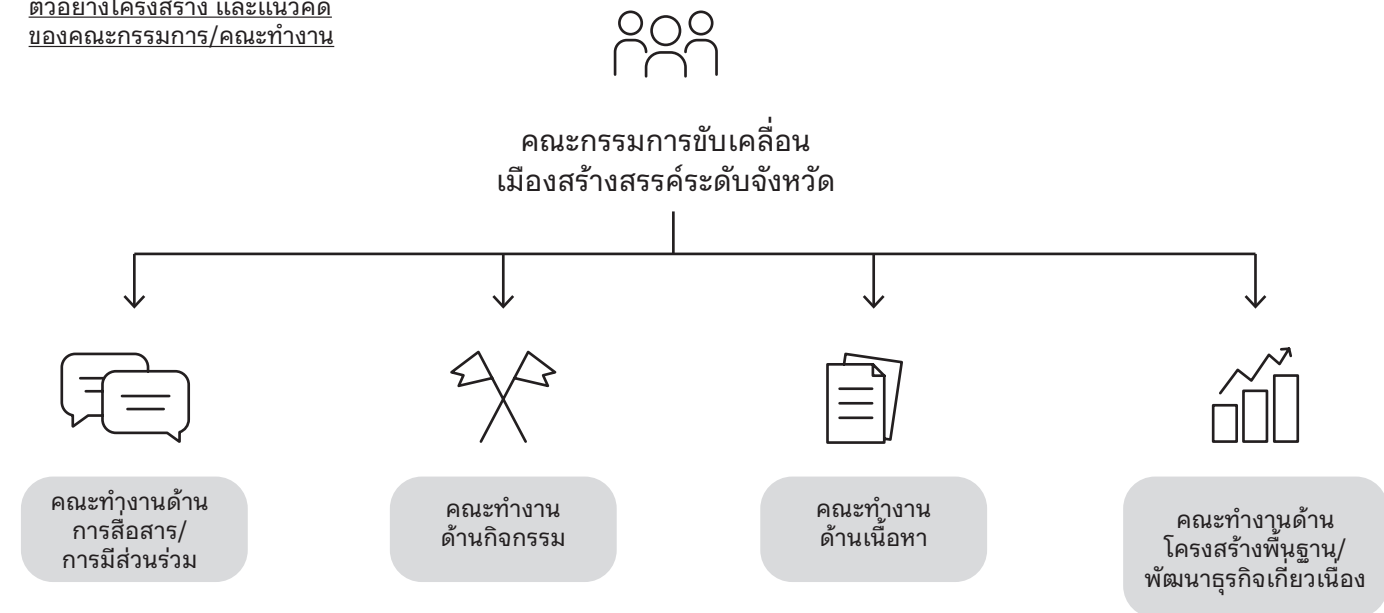
- ร่วมให้ความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการพัฒนา
- สนับสนุนการทำงานในด้านต่างๆ

คณะกรรมการและคณะทำงาน

การกำหนดคณะทำงานที่เหมาะสมและชัดเจน จะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรู้ว่าจะต้องทำอะไร และช่วยให้ผู้บริหารติดตามการทำงานได้อย่างเหมาะสม

- องค์ประกอบของคณะกรรมการ ควรจะมีทั้งผู้ว่าราชการจังหวัด และรองผู้ว่าราชการจังหวัดที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงาน
- องค์ประกอบของคณะกรรมการ/คณะทำงาน ควรจะต้องมีส่วนผสมของหน่วยงานรัฐ เอกชน ภาคประชาสังคม ภาคการศึกษา และผู้แทนอาชีพที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์นั้นๆ ด้วย
- จำนวนคณะทำงานของแต่ละคณะ ไม่จำเป็นต้องมีจำนวนเยอะ แต่ต้องเป็นผู้ที่รับผิดชอบงานในด้านนั้นโดยตรง
- เลขาฯ ของคณะทำงาน ควรเป็นเจ้าภาพหลักที่รับผิดชอบในเรื่องนั้น

ตัวอย่างโครงสร้าง และแนวคิดของคณะกรรมการ/คณะทำงาน



รายละเอียดของคณะกรรมการ / คณะทำงาน

คณะกรรมการ / คณะทำงาน ด้าน...

ชื่อ-สกุล / สังกัด

ตำแหน่ง

ประธาน
 คณะทำงาน
 คณะทำงาน
 คณะทำงาน
 คณะทำงาน / เลขานุการ

คณะกรรมการ / คณะทำงาน ด้าน...

ชื่อ-สกุล / สังกัด

ตำแหน่ง

ประธาน
 คณะทำงาน
 คณะทำงาน
 คณะทำงาน
 คณะทำงาน / เลขานุการ

บทบาท ภารกิจ

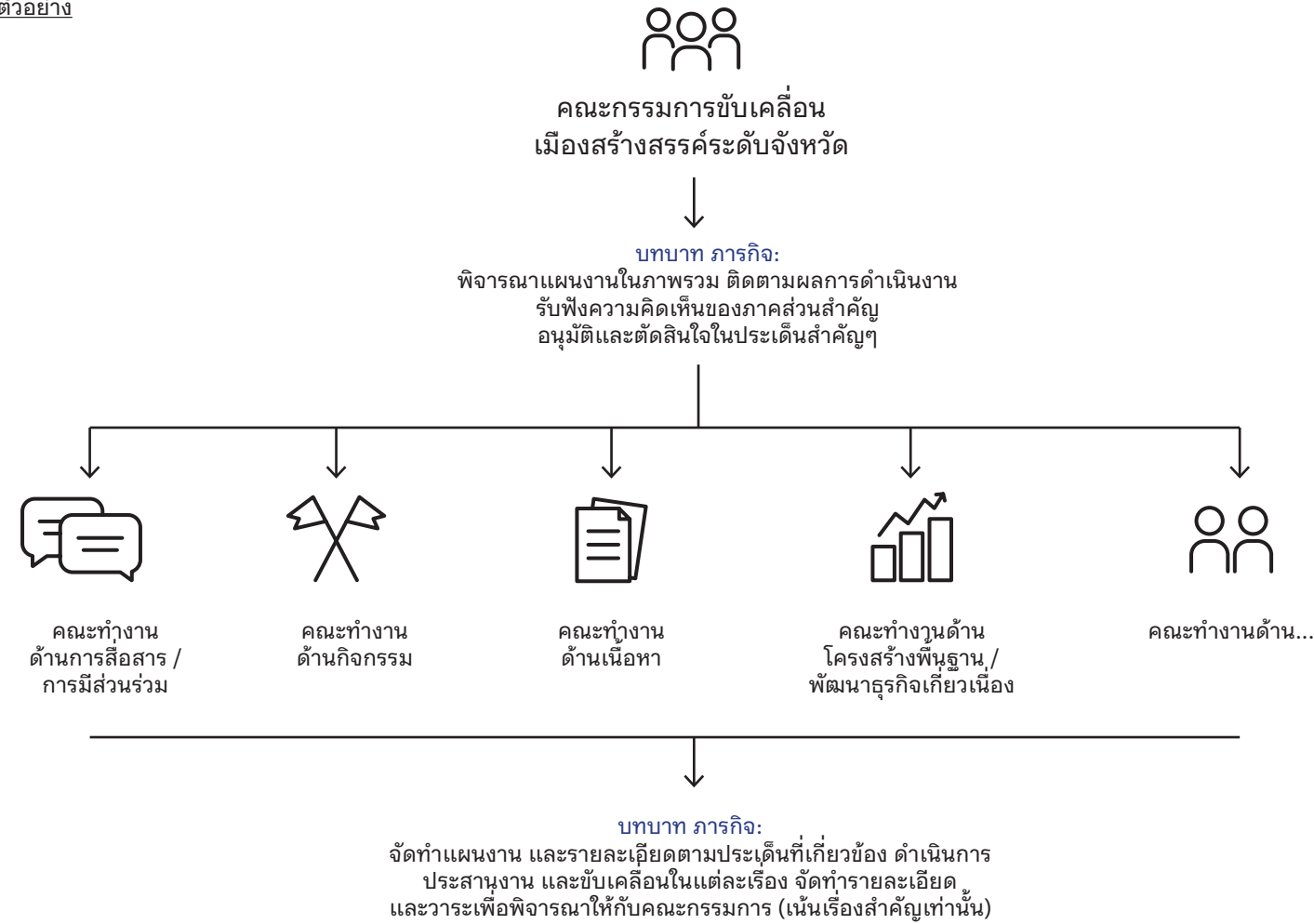
ผลผลิตสำคัญ

บทบาท ภารกิจ

ผลผลิตสำคัญ

ความเชื่อมโยงของคณะกรรมการ / คณะทำงาน

ตัวอย่าง



CHAPTER 5	CHAPTER 7	CHAPTER 9
P.78 - P.87	P.130 - P.147	P.164 - P.173
CHAPTER 6	CHAPTER 8	CHAPTER 10
P.88 - P.129	P.148 - P.163	P.174 - P.189

ตัวอย่างเครือข่ายผู้มีส่วนขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่

ภูเก็ต Phuket

สมาคมเพอรานากัน

สมาคมเพอรานากันเป็นการรวมกลุ่มกันของภาคเอกชน โดยมีนายแพทย์โกศล แดงอุทัย เป็นประธานสมาคม ทำหน้าที่ขับเคลื่อนการเป็นเมืองสร้างสรรค์ในจังหวัดภูเก็ต ทั้งการเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นด้านอาหาร และประเพณีดั้งเดิมของชาวภูเก็ต เช่น พิธีวิวาห์บะนำ

เทศบาลนครภูเก็ต

เทศบาลนครภูเก็ต เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนและส่งเสริมการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์จังหวัดภูเก็ต มีการจัดกิจกรรมและถนนคนเดินเพื่อโปรโมตการเป็นเมืองสร้างสรรค์ และสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่น



สุโขทัย Sukhothai

บริษัท สุโขทัยพัฒนาเมือง จำกัด

เกิดจากการรวมตัวของนักธุรกิจในพื้นที่ มีความเห็นร่วมกันว่าจังหวัดสุโขทัยมีศักยภาพมาก โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีมรดกโลกซึ่งเป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก จึงต้องการพัฒนาเมืองสุโขทัยให้เป็นเมืองที่มีความสวยงามปลอดภัย สะอาด สภาพแวดล้อมน่าอยู่น่าเที่ยว เป็นที่ประทับใจสำหรับผู้มาเยือน

วิทยาลัยนาฏศิลป์สุโขทัย

วิทยาลัยนาฏศิลป์สุโขทัย เป็นสถาบันหลักที่ส่งเสริมการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ในจังหวัดสุโขทัย มีการจัดทำคลิปเผยแพร่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ผ่านทำร่าท้องถิ่นของชาวสุโขทัย ผ่านช่องทาง Youtube รวมถึงจัดทำหนังสือรวบรวมประวัติทำร่าของสุโขทัย เผยแพร่เป็น E-Book

อพท. 4

อพท. 4 เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ โดยการลงพื้นที่ สร้างการรับรู้ให้กับผู้ประกอบการชุมชน จังหวัดสุโขทัย เพื่อช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดให้ตอบโจทย์การเป็นเมืองสร้างสรรค์



เพชรบุรี Phetchaburi

หอการค้า

หอการค้าจังหวัดเพชรบุรี เป็นองค์กรรวมกลุ่มภาคเอกชน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจการค้า การท่องเที่ยว และการดำเนินกิจกรรมของภาคธุรกิจในพื้นที่ โดยในบริบทของจังหวัดเพชรบุรี หอการค้าเข้ามามีบทบาทสำคัญในการริเริ่มและขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ช่วยพัฒนาธุรกิจอาหารและการท่องเที่ยวในจังหวัด รวมถึงมีตัวแทนเข้าร่วมประชุมเครือข่าย TCCN หลังได้รับคัดเลือก

ตัวอย่างกิจกรรมที่จัดโดยหอการค้าเพชรบุรี ได้แก่

1. กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬา บริเวณชายหาด
2. ประชุมเครือข่าย TCCN
3. งาน Amazing Thai Taste ส่งเสริมธุรกิจด้านอาหารและการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ



1



2



3

เชียงใหม่ Chiang Rai

กลุ่ม Chiangrai Crafts

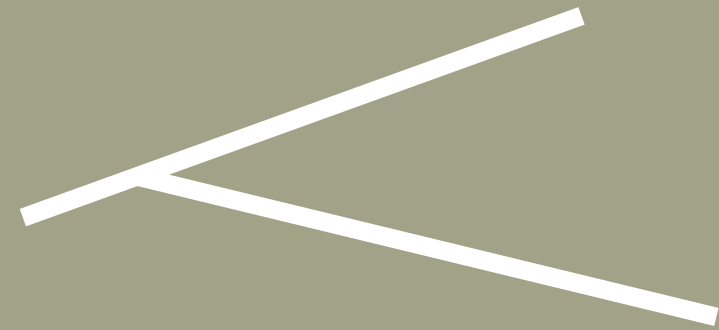
กลุ่ม Chiangrai Crafts เกิดจากการรวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการของนักออกแบบในจังหวัด โดยผู้สนใจสามารถเข้าร่วม เน้นจัดกิจกรรม Theme Market โดยใช้ตลาดเป็นตัวกลางในการสื่อสาร และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมทุกกลุ่ม ทุกวัย จัดกิจกรรมสนับสนุนให้ชุมชนเรียนรู้ริเริ่มการออกแบบเพื่อแก้ปัญหาและดำเนินการขายด้วยตนเอง เน้นสร้างความรับรู้ต่อสินค้าของชาวบ้าน และทำให้ชุมชนรับรู้ว่าจะงานออกแบบมีพื้นที่ให้แสดงออกเพื่อที่จะยกระดับงานออกแบบจากการเป็นงานรองให้มีความสำคัญมากขึ้น โดยมีการหมุนเวียนพื้นที่ Theme ในการจัดงาน



Chiangrai
Crafts
Market

Chiangrai Crafts Market
Arts & crafts shop

คำถามข้อที่ 5



ที่ผ่านมา เราทำอะไรกันมาแล้วบ้าง?
 เรารู้อะไรเกี่ยวกับเมือง สู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์บ้าง?

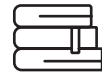
CHAPTER 05

- สํารวจข้อมูล เนื้อหางานวิจัย และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสาขาเมืองสร้างสรรค์
- จัดทำแผนผังของข้อมูลทั้งหมด เพื่อนำมาต่อยอด
- วิเคราะห์ช่องว่าง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาในอนาคต



การจัดเก็บข้อมูล

ประเด็นของข้อมูลที่จะต้องมีพิจารณาในการจัดเก็บ



องค์ความรู้ / ข้อมูล / กิจกรรม

- เรื่องราวทางประวัติศาสตร์
- ผู้เชี่ยวชาญในสาขา / ประชาชนชาวบ้าน
- กิจกรรม เทศกาล ที่สามารถเชื่อมโยงกับสาขาของเมืองสร้างสรรค์



บุคลากร / แรงงาน / ธุรกิจ

- แรงงาน / บุคลากร / ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ในสาขาที่เกี่ยวข้อง
- ความเชี่ยวชาญแต่ละประเภท
- หมู่บ้าน ประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสาขานี้ทั้งหมด (ห่วงโซ่มูลค่า)
- ธุรกิจในพื้นที่



โครงสร้างพื้นฐาน / สิ่งอำนวยความสะดวก / เครือข่าย

- พื้นที่ สถานที่ ที่เอื้อต่อการดำเนินกิจกรรมของสาขาของเมืองสร้างสรรค์
- หน่วยงาน องค์กร หรือบุคคล ที่สามารถเข้ามา ร่วมเป็นเครือข่ายในการพัฒนา



การศึกษา / งานวิจัย

- สถานศึกษา / สถาบันวิจัย / แหล่งเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์
- หลักสูตร / วิชา ที่เกี่ยวข้องกับสาขาของเมืองสร้างสรรค์
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์



กิจกรรม

- กิจกรรม เทศกาล ที่สามารถเชื่อมโยงกับสาขาของเมืองสร้างสรรค์

การจัดเก็บข้อมูล

ข้อมูลหรือองค์ความรู้ที่เหมาะสม จะมีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อน ดังนั้นจึงควรจะต้องรู้ว่าข้อมูลอะไรอยู่บ้างในปัจจุบัน ข้อมูลสำคัญอะไรที่ยังไม่มีและต้องมีการจัดเก็บในอนาคต

ข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบัน

รายการข้อมูล (หน่วย)	แหล่ง / หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	รูปแบบของข้อมูลที่จัดเก็บ	ความถี่ในการจัดเก็บข้อมูล	การปรับปรุงข้อมูลล่าสุด

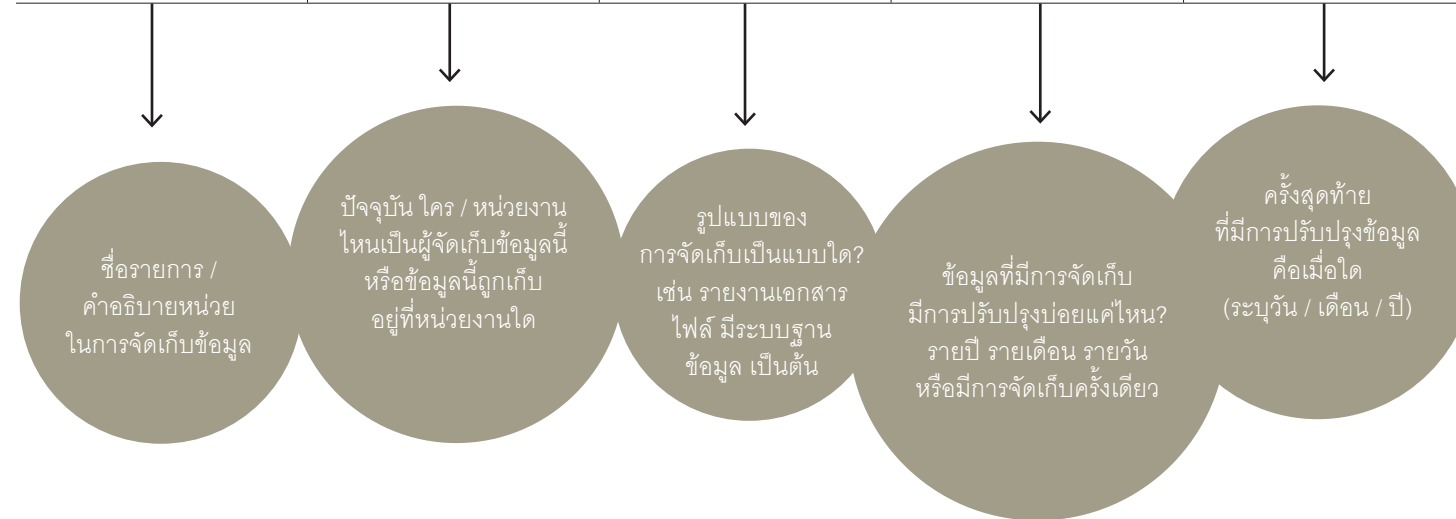
ข้อมูลที่จะมีการจัดเก็บเพิ่มเติมในอนาคต

รายการข้อมูล (หน่วย)	แหล่ง / หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	รูปแบบของข้อมูลที่จัดเก็บ	ความถี่ในการจัดเก็บข้อมูล	การปรับปรุงข้อมูลล่าสุด

ตัวอย่างการสรุปผลการจัดเก็บข้อมูล

ตัวอย่างของรายการข้อมูลในสาขาดนตรี

รายการข้อมูล (หน่วย)	แหล่ง / หน่วยงานเจ้าของข้อมูล	รูปแบบของข้อมูลที่จัดเก็บ	ความถี่ในการจัดเก็บข้อมูล	การปรับปรุงข้อมูลล่าสุด
สถาบันโรงเรียนสอนทักษะทางด้านดนตรีในพื้นที่แยกตามประเภทเครื่องดนตรี (จำนวนแห่ง)	สำนักงานสถิติจังหวัด	ไฟล์ Excel	จัดเก็บครั้งเดียว	ปี 2562
ศิลปินที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ (จำนวนและรายการที่อยู่)	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด	รายงานรูปเล่ม	จัดเก็บครั้งเดียว	มิถุนายน 2563



การพัฒนางานวิจัย

ข้อมูลหรือองค์ความรู้ที่เหมาะสม จะมีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อน ดังนั้นจึงควรจะต้องรู้ว่าข้อมูลอะไรอยู่บ้างในปัจจุบัน และข้อมูลสำคัญอะไรที่ยังไม่มี และต้องมีการจัดเก็บในอนาคต

งานวิจัยที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ชื่องานวิจัย	แหล่ง / หน่วยงานเจ้าของผลงาน	รูปแบบของผลงานที่จัดเก็บ	ประเภทของงานวิจัย			แนวทางการใช้ประโยชน์
			แนวคิด	กรณีศึกษา	อื่นๆ	

งานวิจัยที่ควรจะต้องมีการพัฒนาในอนาคต

ชื่องานวิจัย	แหล่ง / หน่วยงานเจ้าของผลงาน	รูปแบบของผลงานที่จัดเก็บ	ประเภทของงานวิจัย			แนวทางการใช้ประโยชน์
			แนวคิด	กรณีศึกษา	อื่นๆ	

การเตรียมการของกิจกรรม

ค้นหาว่าในปัจจุบันมีกิจกรรมอะไรอยู่บ้าง
และจะต้องมีการพัฒนากิจกรรมอะไรเพิ่มเติมในอนาคตอีกบ้าง

กิจกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน

สร้างการรับรู้	
ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:	ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:
นำเสนอผลิตภัณฑ์ / บริการในพื้นที่	
ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:	ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:
การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ / การพัฒนาศักยภาพ	
ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:	ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:

การเตรียมการของกิจกรรม

ค้นหาว่าในปัจจุบันมีกิจกรรมอะไรอยู่บ้าง
และจะต้องมีการพัฒนากิจกรรมอะไรเพิ่มเติมในอนาคตอีกบ้าง

กิจกรรมที่เตรียมการพัฒนาในอนาคต

สร้างการรับรู้	
ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:	ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:
นำเสนอผลิตภัณฑ์ / บริการในพื้นที่	
ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:	ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:
การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ / การพัฒนาศักยภาพ	
ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:	ชื่อกิจกรรม: กลุ่มเป้าหมาย: รายละเอียดเบื้องต้น: ระยะเวลา:

การเตรียมการของกิจกรรม

นำรายละเอียดของกิจกรรมทั้งหมด มาวางในกรอบของปฏิทิน จะช่วยให้เห็นถึงภาพรวมของการจัดงานที่ลดความซ้ำซ้อน และตอบสนองตามวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น

ปฏิทินกิจกรรม

01/JANUARY						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

02/FEBRUARY						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28					

03/MARCH						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

04/APRIL						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

05/MAY						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

06/JUNE						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

07/JULY						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

08/AUGUST						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

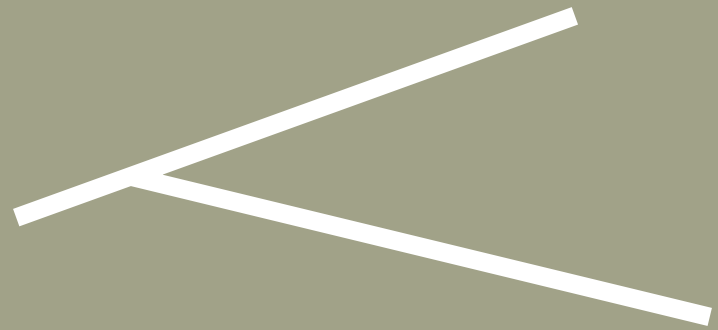
09/SEPTEMBER						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

10/OCTOBER						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

11/NOVEMBER						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

12/DECEMBER						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

คำถามข้อที่ 6

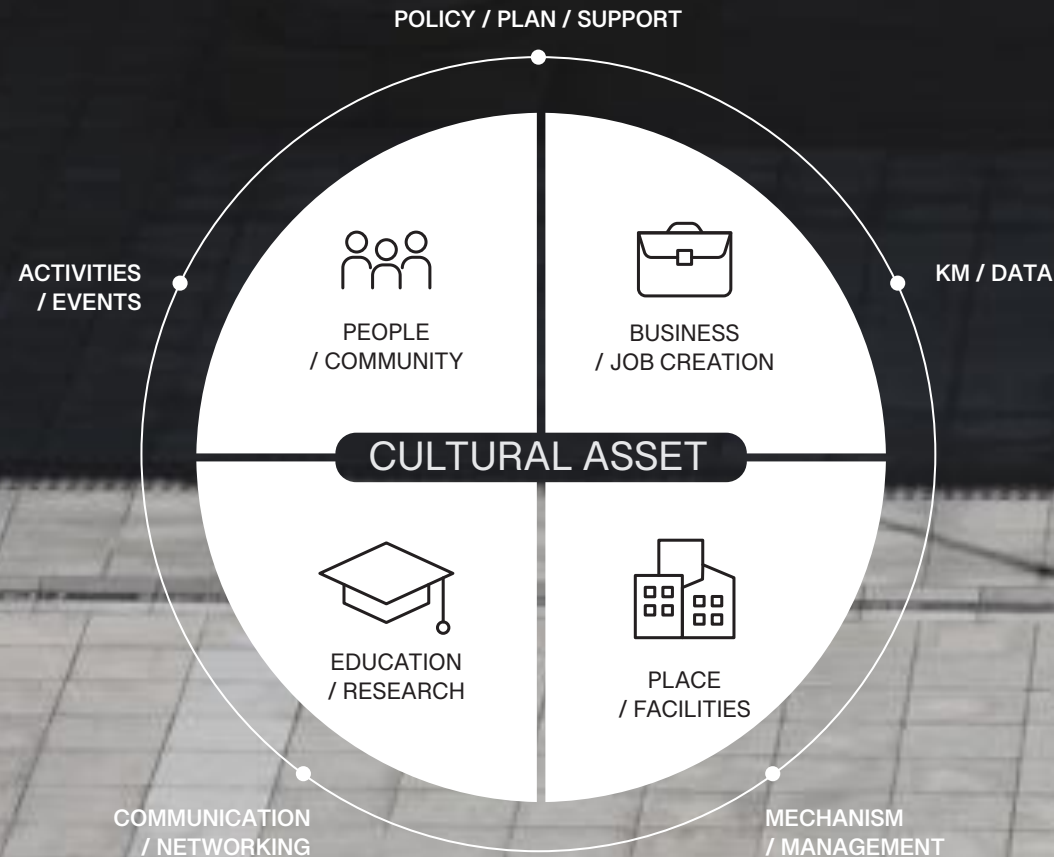


เมืองเรามีความพร้อมแค่ไหน?

CHAPTER 06

- ทำความเข้าใจกรอบแนวคิดและประเด็นสำคัญในการวิเคราะห์ศักยภาพของเมือง
- เครื่องมือการวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์
- ตัวอย่างการดำเนินงานของเมืองอื่นๆ ที่สะท้อนศักยภาพในมิติต่างๆ





การเตรียมการของกิจกรรม

องค์ประกอบ (Components) เป็นสิ่งที่สะท้อนศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ ออกมาในมิติต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเข้มแข็งของสาขาสร้างสรรค์ของพื้นที่

CULTURAL ASSET

ทุนทางวัฒนธรรม (ของเมือง)

ทุน (จุดเด่น / อัตลักษณ์) ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ต้องการจะนำมาต่อยอดนำเสนอผ่านรูปแบบ หรือมิติต่างๆ ที่นอกจากจะทำให้ผู้คนทั่วไปรับรู้ถึงเมืองแล้ว ยังจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของเมืองได้อีกด้วย



PEOPLE /
COMMUNITY
คนและชุมชน

ความเข้าใจ การตระหนักรู้ของคนในชุมชน ความร่วมมือของคนในชุมชนในการนำ วัฒนธรรมของพื้นที่มาขับเคลื่อนสู่สาขาของ เมืองสร้างสรรค์นั้นๆ ตลอดจนกลุ่มบุคลากร สร้างสรรค์ในสาขาที่เกี่ยวข้องในพื้นที่



LOCAL
BUSINESS / JOB
ธุรกิจและงานในพื้นที่

ความเชื่อมโยงหรือความสอดคล้องของ วัฒนธรรมท้องถิ่น สาขาเมืองสร้างสรรค์ และประเภทกิจการ ธุรกิจ หรือแม่แต่งานใน พื้นที่ ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพ ของสาขา



PLACE /
FACILITIES
สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Place / Facilities): สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ในพื้นที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนประเด็นสาขา ของเมืองหรือไม่



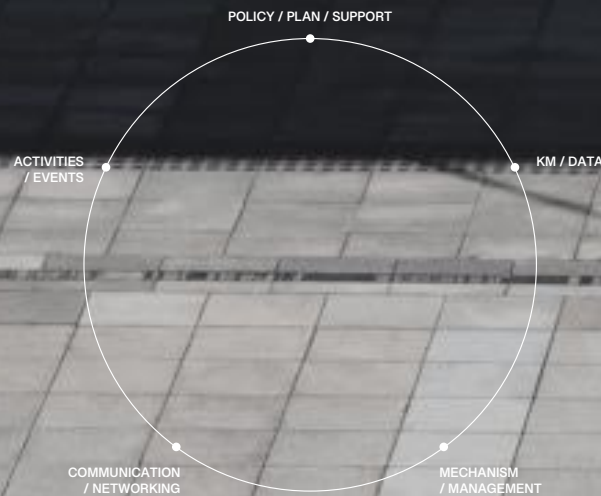
EDUCATION /
RESEARCH
การศึกษาและงานวิจัย

การศึกษาและงานวิจัย (Education/Research): การพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับสาขาที่นำเสนอ ในพื้นที่ หรือการวิจัยเชิงลึกในประเด็นที่ เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม หรือสาขา ที่เสนอ เพื่อนำไปต่อยอดในมิติต่างๆ

กรอบแนวคิดสำคัญในการวิเคราะห์ศักยภาพของเมือง

ปัจจัยสนับสนุน (Enablers) เป็นส่วนที่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันขับเคลื่อน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับทุนทางวัฒนธรรมของเมือง

ปัจจัยสนับสนุนในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์



1) นโยบาย แผนงาน และการสนับสนุน (Policy / Plan / Support): ความชัดเจนของนโยบาย การวางแผนที่เหมาะสม และครอบคลุมประเด็นต่างๆ รวมถึงการสนับสนุนของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ที่จะช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนที่เป็นรูปธรรมได้

2) องค์ความรู้และข้อมูล (KM / Data): องค์ความรู้ การจัดการองค์ความรู้ และข้อมูล (ครอบคลุมตั้งแต่การจับเก็บ การจัดการ และการถ่ายทอด) ที่เกี่ยวข้องกับสาขาหรือประเด็นของพื้นที่ ซึ่งจะช่วยให้สามารถนำมาต่อยอด กำหนดทิศทาง และการติดตามผล

3) กลไกและการจัดการ (Mechanism / Management): หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โครงสร้างการทำงานในพื้นที่ (ทางการ / ไม่เป็นทางการ) พร้อมบทบาทหน้าที่ที่จะขับเคลื่อน รวมไปถึงกลไกความร่วมมือที่มาจากภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่

4) การสื่อสารและการสร้างเครือข่าย (Communication / Networking): การกำหนดทิศทางการสื่อสาร ประเด็น เรื่องราว และข้อมูลที่ต้องไปยังกลุ่มเป้าหมายของภาคส่วนต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ และการสร้างความร่วมมือด้านต่างๆ

5) กิจกรรม (Activities / Events): การวางแผน และพัฒนากิจกรรมประเภทต่างๆ ในพื้นที่ที่จะช่วยสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนในรูปแบบต่างๆ

องค์ประกอบ / ปัจจัยสำคัญในการพัฒนา

ประเด็นสำคัญการประเมินศักยภาพขององค์ประกอบสำคัญ (Components) ที่สะท้อนสาขาเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่



คน / ชุมชน

- ในพื้นที่มีกลุ่มคนที่พร้อมจะขับเคลื่อน หรือพัฒนาในประเด็นสาขาสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง
- ผู้คนในพื้นที่มีความสามารถ หรือมีทักษะที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์
- มีชุมชน / หมู่บ้าน ที่มีกิจกรรมเชื่อมโยงกับสาขาสร้างสรรค์



การศึกษา / วิจัย

- มีสถาบันการศึกษา หรือสถาบันวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์
- มีหลักสูตร ผลงานทางวิชาการ หรือการคิดค้นพัฒนา ที่เชื่อมโยงกับสาขาสร้างสรรค์ในพื้นที่
- มีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอก (งานวิชาการ / การศึกษา) ที่นำมาขับเคลื่อนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง



อาชีพ / แรงงานสร้างสรรค์ / ธุรกิจในพื้นที่

- สาขาสร้างสรรค์ มีส่วนช่วยต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของพื้นที่
- ในพื้นที่มีธุรกิจที่สามารถเชื่อมโยงกับสาขาสร้างสรรค์
- ในพื้นที่มีผู้ประกอบการอาชีพ หรือมีแรงงานสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์



สถานที่ / สาธารณูปโภค

- มีสถานที่รองรับการรวมตัว หรือการทำกิจกรรมของกลุ่มอาชีพ หรือกลุ่มงานสาขาสร้างสรรค์
- มีพื้นที่สาธารณะสำหรับการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง
- มีโครงสร้างพื้นฐาน / ระบบสาธารณูปโภคที่เอื้อต่อการทำงาน อยู่อาศัย ของกลุ่มที่ทำงานในสาขาสร้างสรรค์

การประเมินศักยภาพขององค์ประกอบ ที่สะท้อนสาขาสร้างสรรค์ในพื้นที่ ผ่านมิติต่างๆ
(1 น้อย < 5 มาก)

คน / ชุมชน

1 2 3 4 5

ประเด็นสำคัญ:

1.
2.
3.

ความต้องการในอนาคต:

1.
2.
3.

อาชีพ / แรงงานสร้างสรรค์ / ธุรกิจในพื้นที่

1 2 3 4 5

ประเด็นสำคัญ:

1.
2.
3.

ความต้องการในอนาคต:

1.
2.
3.

การศึกษา / วิจัย

1 2 3 4 5

ประเด็นสำคัญ:

1.
2.
3.

ความต้องการในอนาคต:

1.
2.
3.

สถานที่ / สาธารณูปโภค

1 2 3 4 5

ประเด็นสำคัญ:

1.
2.
3.

ความต้องการในอนาคต:

1.
2.
3.

ตัวอย่างการพัฒนาในแต่ละด้าน

คน / ชุมชน



สุโขทัย: กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านทุ่งหลวง-บ้านทุ่งหลวง

หมู่บ้านหนึ่งในอำเภอคีรีมาศ เป็นหมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสุโขทัย เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวสุโขทัย มีการเปิดให้คนรุ่นใหม่ได้ลองปั้นและตกแต่งลวดลายเครื่องปั้นดินเผาเพื่อเป็นการอนุรักษ์การทำเครื่องปั้นดินเผาแบบโบราณ





ภูเก็ต

นายแพทย์โกศล แดงอุทัย และสมาคมเพื่อนบ้านกัน เป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ในเรื่องประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต ไม่เพียงเฉพาะแต่วัฒนธรรมด้านอาหาร แต่ทางสมาคมยังศึกษาวัฒนธรรมด้านอื่นๆ ของจังหวัดภูเก็ต เช่น การแต่งกาย สถาปัตยกรรม เป็นต้น



The Thai Peranakan Association

@Phuketbabawedding · ชุมชน



เพชรบุรี: ชุมชนผลิตตาลโตนด

สวนของลุงถนอม ภูเงิน อดีตกำนัน ต.ถ้ำรงค์ อ.บ้านลาด ใช้พื้นที่ 10 ไร่ปลูกต้นตาลตั้งแต่ปี 2534 เนื่องจากเล็งเห็นว่าอนาคตของต้นตาลและอาชีพทำน้ำตาลโตนดซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของเมืองเพชรบุรี อาจสูญหายโดยนอกจากเป็นที่ดินทำกินของครอบครัวซึ่งยึดอาชีพทำตาลโตนดและผลิตภัณฑ์อื่นซึ่งเป็นผลผลิตจากต้นตาล ที่นี้ยังเป็น “ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาตาลโตนด” ให้ข้อมูลตั้งแต่ความเป็นมา ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ การปลูก ดูแลรักษา การขึ้นตาล ไปจนถึงกระบวนการทำน้ำตาลโตนด





เชียงใหม่
หมู่บ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง

หมู่บ้านหัตถกรรมร่มบ่อสร้าง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนที่สืบสานและอนุรักษ์วัฒนธรรมของเชียงใหม่ มีการเปิดเป็นศูนย์เรียนรู้ให้กับคนภายนอกได้ศึกษา การทำร่มบ่อสร้าง เป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน



ชุมชนช่างแกะ
“แกะสลักไม้บ้านกิวแลน้อย”

หมู่บ้านกิวแลน้อยได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น มาเกือบหกทศวรรษ จากช่างฝีมือด้านการแกะสลักคือพ่อบุญมี ทำวปินตา ภูมิปัญญาการแกะสลักไม้ของหมู่บ้านกิวแลน้อยมีทั้งหมด 3 แขนงด้วยกัน เริ่มแรกนั้นคือการแกะสลักช่าง ต่อมาด้วยการแกะสลักภาพพุทธประวัติและวรรณคดีต่างๆ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญคือ วัดกิวแลน้อย





ICHEON Ceramic Art Village

หมู่บ้านศิลปะเซรามิกใน Saeum-dong และ Sindunmyeon ซึ่งเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมเซรามิกของเมืองอีช็อน รวมถึงช่างฝีมือเซรามิกได้ศึกษาวิธีการผลิตศิลปะจากยุคโครยอและพอร์ซเลนสีขาวจากยุคโชซุน ซึ่งไม่มีการผลิตมาตั้งแต่อดีต สิ่งนี้ช่วยให้เมืองอีช็อน เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมเซรามิกของเกาหลีใต้

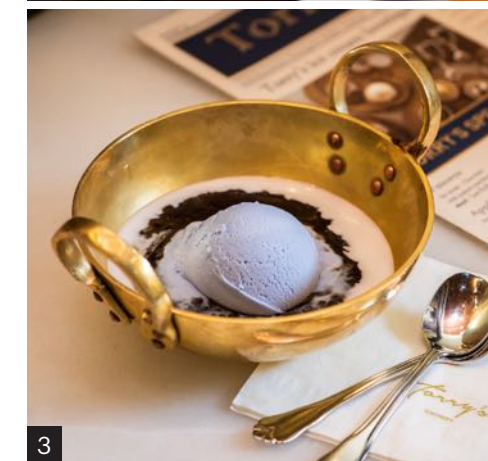
ตัวอย่างการพัฒนาในแต่ละด้าน อาชีพ / แรงงานสร้างสรรค์ / ธุรกิจในพื้นที่



1. ร้านอาหารพื้นเมืองภูเก็ต
ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในตัวเมืองภูเก็ต ให้ความสำคัญกับการโปรโมตเมนูอาหารท้องถิ่นที่มีเฉพาะแค่ที่ภูเก็ต

2. ศูนย์อาหารพื้นเมืองภูเก็ต ปิ่นเต๋
ศูนย์อาหารที่รวบรวมอาหารท้องถิ่น / พื้นเมืองของชาวภูเก็ต เป็นหนึ่งในวิธีการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของชาวภูเก็ต

3. ร้านไอศกรีม TORRY
แสดงความเป็นเมืองสร้างสรรค์ผ่านการทำรสชาติไอศกรีมจากเมนูของหวานดั้งเดิมของภูเก็ต เช่น ไอศกรีมขนมอาโป่ง ไอศกรีมบีโกหมอย





4. บ้านทองสมสมัย ทองสุโขทัย
การทำเครื่องทองที่เน้นลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองสุโขทัย

5. ศูนย์ผ้าไทย

“ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทย”

ร้านขายผ้าทอที่เปิดเป็นศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาผ้าไทย เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทอผ้าด้วยตนเอง เป็นการสืบสานประเพณีและวัฒนธรรมของชาวสุโขทัย รวมถึงเป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับเด็กรุ่นใหม่

6. สาร พิพิธภัณฑ์ผ้าทองคำ

เน้นการสืบสานวัฒนธรรมผ้าทอดั้งเดิมของชาวสุโขทัย ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ผ้าทอ ผ่านการจัดแสดงให้ความรู้ที่พิพิธภัณฑ์ เปิดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เข้ามาเรียนรู้ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอดั้งเดิมของสุโขทัย



7. เชียงใหม่: บ้านศิลาดล จังหวัดเชียงใหม่
สืบสานวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม เครื่องปั้นดินเผาเคลือบศิลาดล (เซลาดอน) งานทำมือ สานต่อภูมิปัญญาไทย เน้นเขียนลวดลายสีสัน ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมไทย



ตัวอย่างการพัฒนาในแต่ละด้าน การศึกษา / วิจัย



สุโขทัย: วิทยาลัยนาฏศิลป์สุโขทัย
ให้ความสำคัญกับการศึกษารากเหง้าและประเพณีการรำ
ดั้งเดิมของสุโขทัย มีการจัดทำหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับ
การรำดั้งเดิมของชาวสุโขทัย รวมถึงมีการนำเสนอศิลปะ
และวัฒนธรรมที่สื่อถึงการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้าน
หัตถกรรมของสุโขทัย ผ่านการรำพื้นบ้าน และเผยแพร่
ในช่อง YouTube ซึ่งเป็นหนึ่งในตัววัดผลสัมฤทธิ์ทาง
การศึกษา

การแสดงผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา ในรายวิชา
นาฏศิลป์ศึกษา ของนักเรียนปริญญาตรีปีที่ 2 ภายได้
ชื่องาน “แสง ศาสตร์ ศิลป์ ถิ่นสุโข”



VDO Youtube



โรงเรียนการอาหารนานาชาติ เพชรบุรี
มุ่งพัฒนาบัณฑิตให้ครอบคลุมทุกศาสตร์ เพื่อก้าวสู่การ
เป็นผู้นำทางด้านอาหาร มีการจัดทำหลักสูตร การเรียน
การสอนที่เกี่ยวข้องกับอาหารทุกด้าน

Diamond of The Salt Festival 2022
คณาจารย์และนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีและศิลปะ
การประกอบอาหาร เข้าร่วมสร้างสรรค์เมนูของหวานที่มี
เกล็ดเป็นส่วนประกอบ “Salt’s Table Experience”
กิจกรรม Gastronomy Menu Dinning การระดมชีพ
จากทั่วสารทิศทั้งเพชรบุรีและทั่วประเทศมาเสิร์ฟอาหาร
งานเด็ดที่เป็นเมนูอาหาร Gastronomy เมืองเพชร





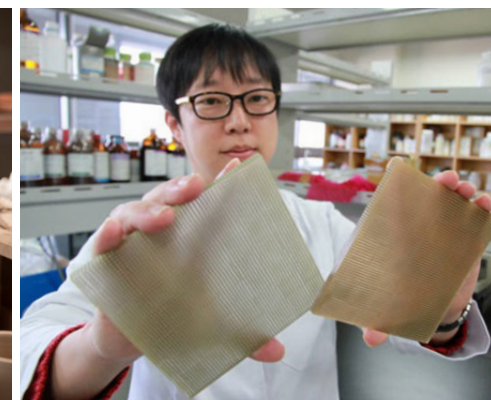
นครปฐม: วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหิดล
เป็นสถาบันที่เน้นการเรียนการสอนด้านดนตรีโดยหลักสูตรการเรียนการสอนมีตั้งแต่นักดนตรีระดับสมัครเล่นระดับเยาวชน ชั้นมัธยมไปจนถึงนักดนตรีระดับมืออาชีพ มีโครงสร้างพื้นฐานและเครื่องมือด้านดนตรีรองรับการเรียนดนตรีไทยและสากล รวมถึงสิ่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดเวที การใช้เทคโนโลยีในการแสดงดนตรี เป็นต้น



Icheon: Korea Ceramic Art High School
โรงเรียนมัธยมศิลปะเซรามิกของเกาหลี ก่อตั้งขึ้นในปี 2545 ในเมืองอิช็อน ซึ่งเป็นเมืองสร้างสรรค์สาขา ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นโรงเรียนมัธยมศึกษา แห่งแรกของเกาหลีที่เชี่ยวชาญด้านการศึกษาเซรามิก ภายใต้อำนวยการศึกษาเพื่อพัฒนาผู้เชี่ยวชาญด้านงาน หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาที่เปิดโลกอนาคตด้วยความฝัน ความท้าทาย และการอยู่ร่วมกัน เป็นโรงเรียนแห่งอนาคต ของการศึกษาเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาที่ประสบความสำเร็จ ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาแบบดั้งเดิม และแนะนำ ทิศทางของเครื่องปั้นดินเผาสมัยใหม่

Korea Institute of Ceramic Engineering and Technology (KICET)

องค์กรเกาหลีแห่งวิศวกรรมและเทคโนโลยีเซรามิก เป็นสถาบันวิจัยระดับมืออาชีพ ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริม กลุ่มเซรามิกท้องถิ่นของเมืองอิช็อน โดยมุ่งเน้นการพัฒนา เทคโนโลยีเซรามิกแบบดั้งเดิม มีการทดลองและวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาและต่อยอดเซรามิกรูปแบบใหม่ๆ



ตัวอย่างการพัฒนาในแต่ละด้าน สาธารณูปโภค



กิจกรรม Phuket Gastronomy ที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ได้มาจำหน่ายภายในงาน



หอนาฬิกาที่เมืองเก่าภูเก็ต เป็นสถานที่จัดกิจกรรมเผยแพร่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ ด้านอาหารของภูเก็ต เช่น นิทรรศการอาหารท้องถิ่น



การจัดกิจกรรม Phuket Festival Food เพื่อนำเสนอวัฒนธรรมด้านอาหารของชาวภูเก็ต โปรโมต การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของภูเก็ต



ถนนคนเดิน “ตลาดใหญ่” ที่รวบรวมอาหารท้องถิ่นของชาวภูเก็ต โดยจะมีทุกอาทิตย์ ที่เมืองเก่า



เชียงใหม่: สล่าช่างแต้ม “เอนศิลปะใจยอง” เอนศิลปะใจยอง เป็นศูนย์เรียนรู้ศิลปะล้านนา ผ่านวิถีชีวิต ศิลปิน ดนตรีล้านนา งานศิลปะและเทคนิควิธีการ ปลายคำล้านนา





Korea Ceramic Foundation

มูลนิธิเซรามิกเกาหลีที่ตั้งอยู่ ณ สวนซอลดง ซึ่งเป็นศูนย์เซรามิกโลกของเมืองอึช็อน มีศูนย์แสดงนิทรรศการขนาดใหญ่ 4 แห่ง

สวนเซรามิกกอนเจ็ยมอยู่ในกวางจู จังหวัดคยองกีโด ซึ่งเป็นที่ตั้งของเตาเผาหลวงที่ผลิตเครื่องลายครามสีขาวสำหรับราชวงศ์ในสมัยราชวงศ์โชซอน ภายในอุทยานมีโบราณสถานสามริตั้งแต่ยุคหินเก่า ซึ่งบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และประเพณี มีการจัดแสดงนิทรรศการถาวรเกี่ยวกับเซรามิกตั้งแต่สมัยโบราณ



Gonjiam Ceramic Park,
a ceramic theme park of nature and tradition



องค์ประกอบ / ปัจจัยสำคัญในการพัฒนา

ประเด็นสำคัญการประเมินศักยภาพ
ปัจจัยสนับสนุน (Enablers) ที่สะท้อนสาขาเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่



นโยบาย / แผนงาน / การสนับสนุน

- การกำหนดวิสัยทัศน์ทิศทางหรือเป้าหมายของเมืองที่ชัดเจน
- การวางแผน โครงการ หรือกิจกรรมในการขับเคลื่อนนโยบาย หรือมาตรการสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง



การสื่อสาร / เครือข่าย

- ความชัดเจนของประเด็น เนื้อหาที่จะนำเสนอ
- กลุ่มเป้าหมาย รูปแบบ และแผนงานการสื่อสาร
- เครือข่ายปัจจุบัน และแนวทางการเชื่อมโยงเครือข่ายในอนาคต (ภายในและภายนอกพื้นที่)



ข้อมูล / องค์ความรู้

- ความครบถ้วนของข้อมูล องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง
- แนวทางการจัดเก็บ และการใช้ประโยชน์



กิจกรรม

- กิจกรรมที่มีในปัจจุบัน (ประเภท / รูปแบบ / ความถี่)
- แผนงานการจัดกิจกรรมในอนาคต และหน่วยงานขับเคลื่อน



กลไกการทำงาน / การจัดการ

- ความชัดเจนของโครงสร้างการทำงาน / ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อน
- บทบาทความรับผิดชอบ การแบ่งงาน และการติดตาม

องค์ประกอบ / ปัจจัยสำคัญในการพัฒนา

การประเมินศักยภาพขององค์ประกอบสำคัญ (Components) ที่สะท้อนสาขาเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ (1 น้อย < 5 มาก)

นโยบาย / แผนงาน / การสนับสนุน

- 1 2 3 4 5

ประเด็นสำคัญ:

1.
2.
3.

ความต้องการในอนาคต:

1.
2.
3.

ข้อมูล / องค์ความรู้

- 1 2 3 4 5

ประเด็นสำคัญ:

1.
2.
3.

ความต้องการในอนาคต:

1.
2.
3.

กลไกการทำงาน / การจัดการ

- 1 2 3 4 5

ประเด็นสำคัญ:

1.
2.
3.

ความต้องการในอนาคต:

1.
2.
3.

การสื่อสาร / เครือข่าย

- 1 2 3 4 5

ประเด็นสำคัญ:

1.
2.
3.

ความต้องการในอนาคต:

1.
2.
3.

กิจกรรม

- 1 2 3 4 5

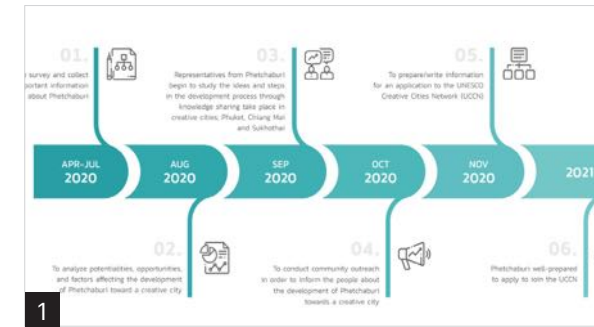
ประเด็นสำคัญ:

1.
2.
3.

ความต้องการในอนาคต:

1.
2.
3.

ตัวอย่างการพัฒนาในแต่ละด้าน นโยบาย / แผนงาน / การสนับสนุน



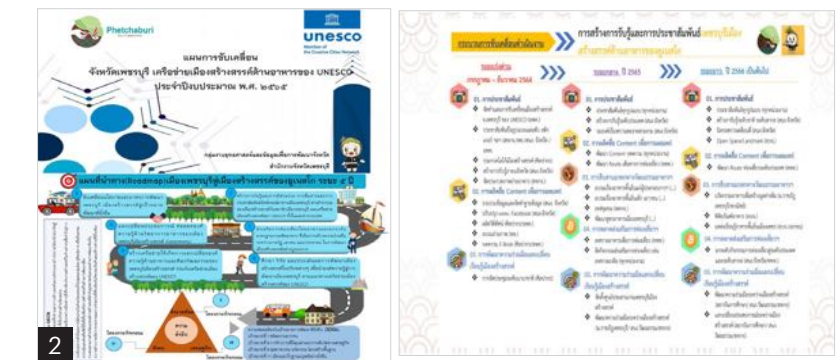
1. แผนกระบวนการระหว่างกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ UCCN เพชรบุรี <https://www.phetchaburicreativecity.com/th/>

เพชรบุรี

มีการกำหนด Roadmap สำหรับการขับเคลื่อนและสมัครเป็นสมาชิก UCCN โดยพิจารณาความสอดคล้อง การขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์กับแผนระดับประเทศ และแผนระดับจังหวัด กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ และวิเคราะห์ SWOT ของเพชรบุรีในการเป็นสมาชิก UCCN

มีการวางแผนการขับเคลื่อนเมืองหลังได้รับคัดเลือกเป็นเมืองสร้างสรรค์ โดยมีการจัดทำแผนงาน รวบรวมโครงการที่เกี่ยวข้องและระบุหน่วยงานหลักที่จะดำเนินโครงการ

No.	Activity	July	August	September	October	Agent
Awareness Building and Public Relations						
Online media production						
1.17	Develop and improve facebook page/เว็บไซต์ภาษาไทยและอังกฤษ/Phetchaburi creative city to be a bilingual to support the review from UNESCO. Presenting activities to drive Phetchaburi, being UCCN of Gastronomy to increase the number of followers. Presenting activities and attractions people to travel in Phetchaburi when the situation returns to normal	✓	✓	✓	✓	
1.18	Coordinating with academics and writers bloggers, influencers to produce articles, writings, and stories about the values and identity of Phetchaburi. Being a UNESCO Creative City of Gastronomy of Phetchaburi as well as other Content for use in communication through various media developed and for the general publishing	✓	✓	✓	✓	
1.19	Collaborate with photographers to produce photos as a gallery both new productions and old stock that are available to use.	✓	✓	✓	✓	
1.20	Video production with content about Phetchaburi, a creative city of Gastronomy and the other story of Phetchaburi to be Content for publishing on the website, Facebook page, Youtube Channel, LED screen and other online media.	✓	✓	✓	✓	
Organizing events to celebrate when Phetchaburi is a UNESCO Creative City						
1.21	Phetchaburi Creative City of Gastronomy (Press Release) press conference while waiting and when the results are announced				✓	Nov-2021
1.21	Preparing for the Grand Opening Phetchaburi Creative City of Gastronomy				✓	Nov-Dec 2021
1.22	Grand opening Cultural Road (Walking Street)				✓	
1.23	Other celebration events in the city					



Roadmap การขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์เพชรบุรี ก่อน-หลังได้รับคัดเลือกและโครงการภายใต้ Roadmap

แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวมีการเผยแพร่ เพื่อให้สาธารณชนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงชาวเมืองเพชรบุรีเข้าถึง และรับรู้แนวทางการดำเนินงานในภาพรวมเพื่อการขับเคลื่อนที่สอดคล้องกัน

(ร่าง) แผนยุทธศาสตร์เพชรบุรีเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโก Phetchaburi The UNESCO Creative City of Gastronomy

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด (KPIs)	กลยุทธ์	กิจกรรม	ผู้เกี่ยวข้อง
ยุทธศาสตร์ที่ 1	การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของ ยูเนสโก					
ยุทธศาสตร์ที่ 2	การอนุรักษ์สืบสานมรดกทางวัฒนธรรมด้านอาหารและด้านอื่นๆ ผ่านสถาบันการศึกษาที่เน้นระบบและการศึกษานอกระบบ การศึกษานานาชาติหรือ กลุ่ม/สมาคม/ชมรมและร้านอาหารอื่นๆ					
ยุทธศาสตร์ที่ 3	การพัฒนาคุณภาพการผลิต อาหารให้มีความรู้และเป็นที่นิยมทั้งของผู้นิยมในประเทศและต่างประเทศ					
ยุทธศาสตร์ที่ 4	การสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์เพชรบุรีเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโก เพื่อให้เกิดสิ่งในการขับเคลื่อนจากภาคส่วน					

ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารเพชรบุรี

Strategic Objective	Strategic Initiative	Activity	Indicator	Target	Responsible Party
1. Develop a sustainable economic growth through creative tourism and gastronomy	1.1. Promote Phetchaburi as a UNESCO Creative City of Gastronomy	1.1.1. Organize gastronomy festival	Number of visitors	100,000	1.1.1.1.1
		1.1.2. Promote Phetchaburi as a gastronomy destination	Number of tourists	100,000	1.1.1.1.2
		1.1.3. Promote Phetchaburi as a gastronomy destination	Number of tourists	100,000	1.1.1.1.3
2. Preserve and promote the intangible cultural heritage of food and other aspects through education	2.1. Promote food and gastronomy education	2.1.1. Organize food and gastronomy education	Number of students	100,000	2.1.1.1
		2.1.2. Organize food and gastronomy education	Number of students	100,000	2.1.1.2
		2.1.3. Organize food and gastronomy education	Number of students	100,000	2.1.1.3
3. Develop food quality and safety standards	3.1. Promote food quality and safety standards	3.1.1. Organize food quality and safety standards	Number of standards	100,000	3.1.1.1
		3.1.2. Organize food quality and safety standards	Number of standards	100,000	3.1.1.2
		3.1.3. Organize food quality and safety standards	Number of standards	100,000	3.1.1.3
4. Promote Phetchaburi as a UNESCO Creative City of Gastronomy	4.1. Promote Phetchaburi as a UNESCO Creative City of Gastronomy	4.1.1. Organize Phetchaburi as a UNESCO Creative City of Gastronomy	Number of tourists	100,000	4.1.1.1
		4.1.2. Organize Phetchaburi as a UNESCO Creative City of Gastronomy	Number of tourists	100,000	4.1.1.2
		4.1.3. Organize Phetchaburi as a UNESCO Creative City of Gastronomy	Number of tourists	100,000	4.1.1.3

รายละเอียดโครงการภายใต้ Roadmap 2564-2565



เที่ยวเมืองเก่าเล่าเรื่อง

2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 1. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สิงคโปร์
กำหนดแผนพัฒนาให้การออกแบบผนวกรวมอยู่ในกิจกรรมทั้งของเอกชนและภาครัฐผ่านการผลักดัน 5 ยุทธศาสตร์หลักสู่ Design 2025 Masterplan (แผนการสร้างความมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านการออกแบบและนวัตกรรม) ภายใต้ยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ประกอบไปด้วยแผนงานและนโยบายย่อยต่างๆ อาทิ

นโยบาย

TOWARDS DESIGN 2025
OUR MAJOR INITIATIVES IMPLEMENTED AT THE LOCAL LEVEL

Consisting of five strategic thrusts, the masterplan guides our major initiatives to help Singapore develop an innovation-driven economy and become a livable city by design.

- 1. INNOVATION DRIVEN ECONOMY
- 2. SUSTAINABLE LIVING
- 3. INCLUSIVE SOCIETY
- 4. SMART CITY
- 5. RESILIENT SOCIETY

ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนสิงคโปร์เมืองออกแบบและนวัตกรรม



Design 2025 Masterplan

แผนการและการสนับสนุน

Improving Design Procurement

Enhancing the Council's procurement process to help the industry grow. In 2018, the Council issued guidelines for the procurement of design services to reduce costs and risk. This initiative aims to improve the tender process for design services, bring a more efficient evaluation of the design support for proposals, and provide the compensation for the time and effort of shortlisted bidders.



แผน Design Industry Manpower Plan ส่งเสริมทักษะการออกแบบให้บุคลากรในประเทศ เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมในอนาคต โดยจัดโครงการส่งเสริมทักษะหลายรูปแบบ ตั้งแต่การศึกษาในระบบโรงเรียน การฝึกทักษะก่อนเข้าตลาดแรงงาน และทักษะนักรออกแบบมืออาชีพ



พัฒนากระบวนการจัดซื้อจัดจ้างผลิตภัณฑ์ / บริการออกแบบโดยภาครัฐ เพื่อส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมออกแบบและการเชื่อมโยงงานออกแบบสู่โครงการภาครัฐ

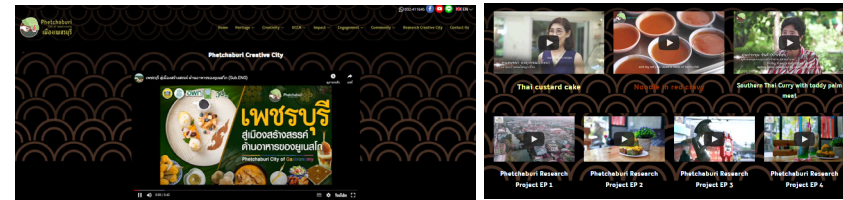
SG-D GET READY

แผนส่งเสริมการรับรู้ผลิตภัณฑ์เมืองออกแบบสิงคโปร์ต่อโลก เช่น การบูรณาการการสื่อสาร: Design Singapore Council ร่วมกับสื่อและหน่วยงานด้านความสร้างสรรค์ จัดโครงการ Design 101 Media Bootcamp พัฒนาแนวทางการนำเสนออัตลักษณ์ด้านการออกแบบ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา และแนวทางที่จะสื่อถึงความโดดเด่นของสิงคโปร์

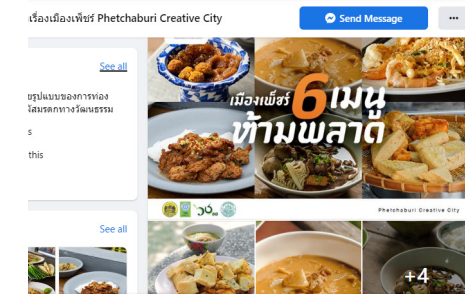
ตัวอย่างการพัฒนาในแต่ละด้าน **การสื่อสาร / เครือข่าย**

เพชรบุรี

มีการสื่อสารถึงอัตลักษณ์เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารทั้งก่อนและหลังได้รับคัดเลือกผ่านสื่อ การสร้างสัญลักษณ์และการมีส่วนร่วมของประชาชน รวมถึงขยายเครือข่ายที่เกี่ยวข้องด้านอาหาร



สื่อสารอัตลักษณ์เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารต่อทั้งคนในและนอกจังหวัด ผ่านวิดีโอ ประชาสัมพันธ์และร่วมมือกับ Influencer เชิญชวนประชาชนให้มีส่วนร่วมกับการส่งเสริมการสมัครเมืองสร้างสรรค์ เช่น Social Media Hashtag



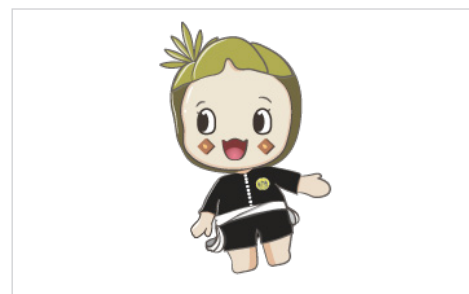
Facebook Page ให้ข้อมูลเมนูท้องถิ่นและร้านอาหารในจังหวัด จัดทำโดยความร่วมมือของกลุ่มจังหวัด มหาวิทยาลัยศิลปากร และ วช.



จังหวัดชูอัตลักษณ์เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ผ่านการโปรโมต เช่น ป้ายร้าน Q Restaurant ที่ได้มาตรฐาน เพื่อประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวและคนในจังหวัด



กิจกรรมเสวนาร่วมกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารภายในประเทศ เช่น นักวิจัยพัฒนาสูตรอาหาร เมนูท้องถิ่น



Mascot น่องโดนดอ เพชรบุรีเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ที่คัดเลือกจากการประกวดของประชาชน

การสร้างเครือข่ายร่วมงาน (Collaboration) ระหว่างเมืองสร้างสรรค์สุโขทัย-เชียงใหม่



ทั้งนี้ตั้งแต่สุโขทัยได้รับคัดเลือกในปี 2562 เชียงใหม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในงาน ประเพณีเผาเทียนเล่นไฟ ลอยกระทงสุโขทัย ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเช่นกัน โดยเชียงใหม่เข้าร่วมงานเสวนาเมืองสร้างสรรค์ของสุโขทัยและร่วมจัดแสดงผลงานและสินค้าตามธีมทอเส้น



สุโขทัยและเชียงใหม่จัดทำ MOU เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านร่วมกัน สุโขทัยจัดโครงการเพิ่มมูลค่าสินค้าหัตถอุตสาหกรรมด้วยนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Innovation) สู่อสากล โดยจัดทำ MOU ร่วมกับจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนการขับเคลื่อนหัตถกรรมและการร่วมจัดแสดง จำหน่ายสินค้าระหว่างเมือง

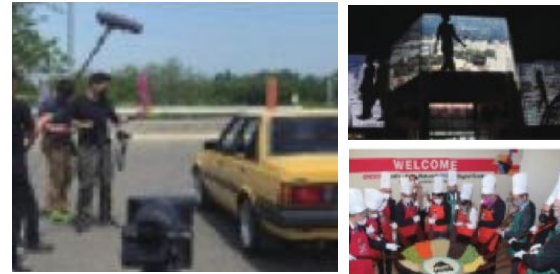
ที่มา: รายงานผลการนำเสนอเชียงใหม่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรม และศิลปพื้นบ้านขององค์การยูเนสโก (ในประเทศไทย) และ <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG220210184608854>



จากแผนปีงบประมาณ 2563 เชียงใหม่ได้จัดให้มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกับจังหวัดสุโขทัย เพื่อสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์สาขาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน และส่งเสริมงานหัตถกรรมภายในจังหวัด

แดกู

สร้างเครือข่ายโดยไม่จำกัดเพียงการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การเสวนาเท่านั้น แต่ส่งเสริมการผลิตผลงานร่วมกันระหว่างแดกูกับเมืองสร้างสรรค์อื่นๆ อาทิ



สร้างเครือข่ายและกิจกรรมแลกเปลี่ยนระหว่างเมืองภายในประเทศ เช่น

- ปูซาน (สมาชิก UCCN สาขาภาพยนตร์) โดยใช้การผลิตดนตรีในแดกูร่วมกับภาพยนตร์ที่ถ่ายในปูซาน ฉายเป็นส่วนหนึ่งในงาน Busan Intercity Film Festival ครั้งที่ 4
- กวังจู (สมาชิก UCCN สาขามีเดียอาร์ต) ร่วมจัดแสดงงานระหว่างเมืองโดยใช้ดนตรีจากแดกูและงานมีเดียอาร์ตจากกวังจู
- จอนจู (สมาชิก UCCN สาขาอาหาร) นักดนตรีจากแดกูร่วมแสดงดนตรีเปิดงานบิบบิมบับระดับนานาชาติ ณ จอนจู

ที่มา: Daegu UNESCO Creative City of Music Membership monitoring report 2017-2021 <http://ebook.daegu.go.kr/Viewer/ZMMTSDTSXVS9>

แดกู

มีการสื่อสารอัตลักษณ์เมืองดนตรีและการเชื่อมโยงดนตรีกับผู้คนทั้งในและนอกเมือง ผ่านกิจกรรม เช่น



- Daegu Contemporary Music Festival เทศกาลแสดงดนตรีร่วมกันระหว่าง 6 มหาวิทยาลัยเครือข่ายภายในเมืองแดกู รวมถึงการแสดงของศิลปินมืออาชีพทั้งในและต่างประเทศ ภายในงานมีกิจกรรมสัมมนา เวิร์กช็อปให้ผู้ที่สนใจเข้าร่วม
- ร่วมกับศิลปินและค่ายเพลง การจัดคอนเสิร์ตและกิจกรรมดนตรีในเมืองอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เช่น คอนเสิร์ตสำหรับคนแต่ละช่วงวัย กิจกรรมสอนดนตรี
- สื่อสารและรักษาอัตลักษณ์เมืองดนตรีผ่านการจัดคอนเสิร์ตออนไลน์ในช่วงโควิด-19 ทาง Podcast และช่องทางอื่นๆ

ตัวอย่างการพัฒนาในแต่ละด้าน กิจกรรม

ภูเก็ต

มีเทศกาลอาหารประจำปีที่จัดขึ้นโดยหลายภาคส่วน ทั้งเอกชนในพื้นที่ ธุรกิจห้างสรรพสินค้า โรงแรมขนาดใหญ่ และหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ตลอดปีมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารดึงดูดนักท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศ รวมถึงผู้คนในจังหวัดให้มาเข้าร่วม และสะท้อนอัตลักษณ์ของเมืองอาหาร

ตัวอย่างกิจกรรมเทศกาลอาหารภายในจังหวัด



เทศกาลอาหาร หรอย รีม เล



Phuket Food Festival



งานเทศกาลกินหอย ดูนก ตกหมึก



Phuket Tasty Festival ร่วมมือกับองค์กรส่วนกลาง



เทศกาลถือศีล กินผัก ภูเก็ต

ตัวอย่างกิจกรรมเทศกาลอาหารระดับนานาชาติ

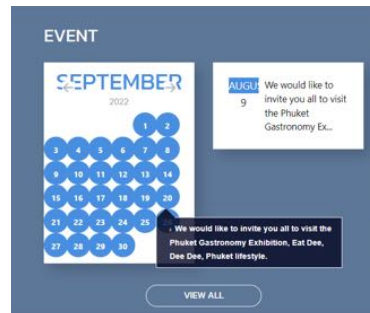


ตัวอย่างเทศกาลอาหารนานาชาติที่จัดโดยภาคธุรกิจขนาดใหญ่

ภูเก็ต

มีความพยายามรวบรวมกิจกรรมเพื่อจัดทำปฏิทินประจำปี ระบุช่วงเทศกาล งานจัดแสดงที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และนอกจากกิจกรรมเทศกาลอาหาร ภูเก็ตมีกิจกรรมพัฒนาทักษะและส่งเสริมกิจการร้านอาหารภายในจังหวัดเช่นกัน

ปฏิทินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทศกาล นิตรรศการหรืองานจัดแสดงด้านอาหารของภูเก็ต



รวบรวมไว้ในเว็บไซต์
<https://phuketgastronomy.com>

กิจกรรมส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการด้านอาหาร



กิจกรรมเวิร์กช็อปพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านสร้างสรรค์อาหาร พัฒนาอาหารให้ถูกสุขลักษณะ การสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น

สุโขทัย

มีการจัดเทศกาลและกิจกรรมสำหรับคนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวจากนอกพื้นที่โดยภายในงานมีการแสดงด้านวัฒนธรรม และกิจกรรมเวิร์กช็อป ชื้อขายสินค้างานหัตถกรรมท้องถิ่น เทศกาลภายในสุโขทัย เช่น กิจกรรมเผาเทียนเล่นไฟ เป็นงานระดับนานาชาติ ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมประเพณีในเมืองประวัติศาสตร์



Sukhothai Craft and Folk Arts

กิจกรรมประจำปีที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และการรับรู้ต่อการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น ภายในงานมีกิจกรรมเวิร์กช็อป กิจกรรมงานช่าง การแสดง ร้านอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อให้สมาชิกครอบครัวและคนทุกกลุ่มสามารถเลือกเข้าร่วมได้ตามความสนใจ



กิจกรรมเผาเทียนเล่นไฟ (งานลอยกระทง) สุโขทัย

ผนวกกิจกรรมและร้านค้างานคราฟต์ เป็นส่วนหนึ่งของงาน โดยจัดเป็นเวลาประมาณ 1 สัปดาห์

โกเบ

จัดกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนเมืองด้านการออกแบบทั้งในเชิงวัตถุและเชิงสังคม เพื่อร่วมกันพัฒนาและแก้ไขปัญหาของเมือง ให้ความสำคัญกับกิจกรรมพัฒนาทักษะเยาวชนในด้านการออกแบบ ตัวอย่างกิจกรรม ได้แก่

กิจกรรมจัดแสดงผลงานออกแบบ



เทศกาล Kobe Biennale จัดแสดงผลงานออกแบบปริมาตรมหาเรือโกเบ

กิจกรรมพัฒนาทักษะนักออกแบบโดยเฉพาะเยาวชน

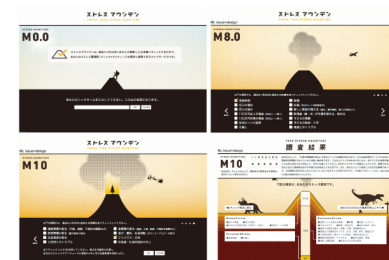


The Kobe Fashion Contest สำหรับเยาวชนนักออกแบบ

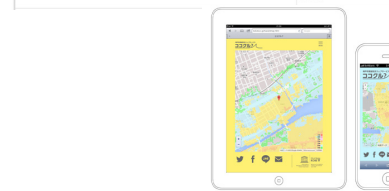


กิจกรรมส่งเสริมทักษะการออกแบบสำหรับเด็ก เช่น CHIBIKOBE และ Kids SOZO Project

กิจกรรมระดมความคิด ออกแบบวิธีแก้ไขปัญหาสังคม



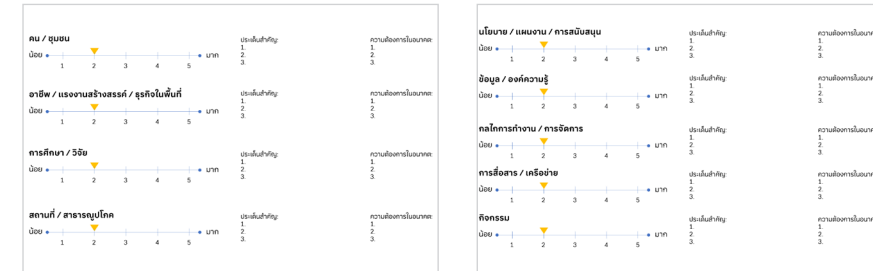
神戸市でまよ悩んだが少しでも進むようなこのサービスが少しでも進みますよ。



Issue + Design กิจกรรมระดมความคิดในการออกแบบเพื่อแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวันของชาวเมือง เช่น ระบบเตือนภัยพิบัติ การบรรเทาความเครียดและโรคซึมเศร้า

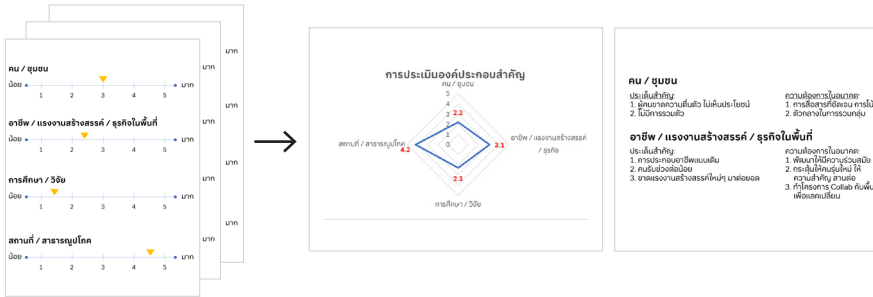
ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ศักยภาพ

1. การประชุมชี้แจงแนวทางการวิเคราะห์กับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง



- วัตถุประสงค์
- เครื่องมือ
- แนวทางการวิเคราะห์
- รายละเอียดที่ต้องการ
- การดำเนินงานขั้นตอน

2. รวบรวมข้อมูล และสรุปผล



ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง

- คณะทำงานควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้ที่จะมาช่วยในการวิเคราะห์ศักยภาพเหล่านี้ขึ้นมา โดยอาจไม่จำเป็นต้องเน้นที่จำนวนของผู้ที่จะมาร่วมวิเคราะห์เยอะ แต่ควรจะเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ตรงกับสาขา หรือประเด็นเหล่านั้น
- คณะทำงานต้องอธิบายวัตถุประสงค์ รายละเอียดของเครื่องมือ แนวทางการทำงานต่างๆ อย่างละเอียด ซึ่งอาจรวมถึงการยกตัวอย่างประเด็นเบื้องต้นด้วย
- จัดทำแบบฟอร์ม หรือช่องทางในการกรอกข้อมูลทั้งหมด
- ระบุกรอบระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลที่ชัดเจน
- ควรกำหนดให้มีผู้ประสานงาน ในการติดตามและตอบคำถาม

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง

- นำผลคะแนนทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ย และประเมินศักยภาพ
- นอกจากตัวคะแนน ต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการต่อยอดต่อไป
- หลังจากที่มีการประมวลผลแล้ว ควรต้องมีการประชุมเพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์ศักยภาพ และรับฟังความคิดเห็นของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง






องค์ประกอบ / ปัจจัยสำคัญในการพัฒนา

แผนที่และองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ จะช่วยให้เห็นภาพใหญ่ของสถานะของเมืองในปัจจุบันได้ชัดเจนขึ้น และยังสามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนาในอนาคตได้อีกด้วย

Scan QR Code



แผนที่ของเมือง

-  ระบบขนส่งสาธารณะ
-  สถานที่ทางประวัติศาสตร์ / แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสาขา
-  ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสาขาในพื้นที่
-  แหล่งเรียนรู้ / สถาบันการศึกษา / สถาบันวิจัย / แหล่งพัฒนาทักษะของสาขาที่เกี่ยวข้อง
-  พื้นที่สาธารณะ / พื้นที่กิจกรรม

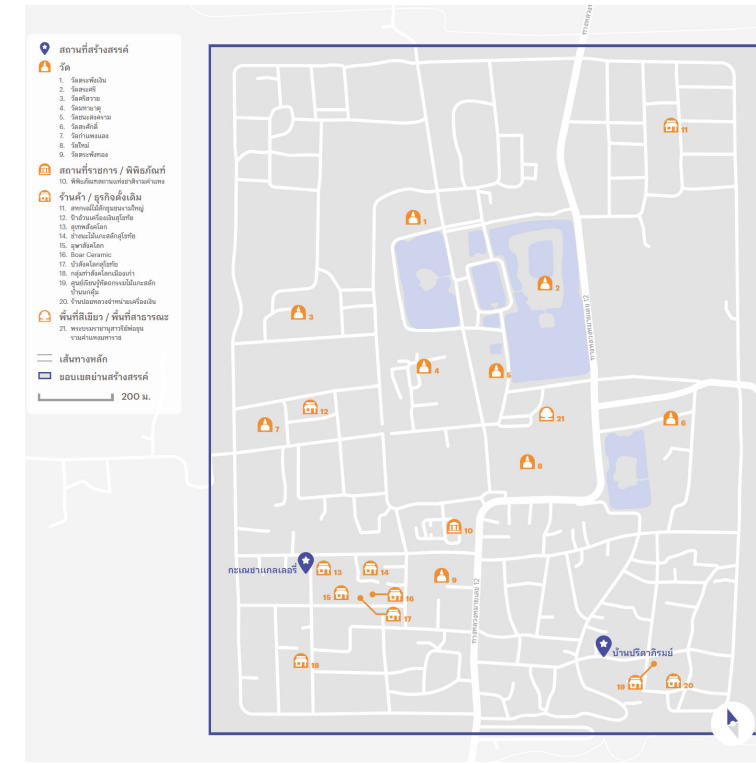
ตัวอย่างการจัดทำแผนที่ของเมือง

จังหวัดเชียงราย



ที่มา: บทสรุปย่านต้นแบบ จากโครงการเครือข่ายย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ระยะที่ 1) CEA

จังหวัดสุโขทัย



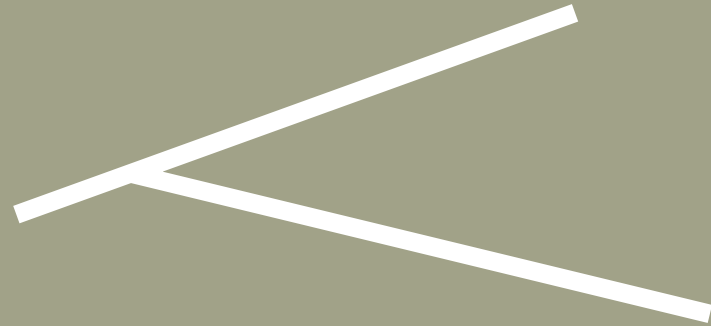


ข้อสังเกตและประเด็นสำคัญ ต่อการวิเคราะห์ศักยภาพ องค์ประกอบการพัฒนา

1. เป้าหมายหลักของการวิเคราะห์ศักยภาพนี้ ไม่ใช่การวิเคราะห์เพื่อให้ผลออกมามีคะแนนมาก หรือดี ในแต่ละด้าน แต่ต้องเป็นการวิเคราะห์เพื่อประเมินสถานภาพปัจจุบัน และสะท้อนความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อที่จะหาช่องว่างในการพัฒนาในอนาคตต่อไป
2. เพื่อช่วยให้การวิเคราะห์สามารถสะท้อนสภาพความเป็นจริงมากที่สุด โดยอาจต้องมีผู้ที่มีส่วนร่วมวิเคราะห์จากหลายภาคส่วน หรืออาจมีทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่
3. การวิเคราะห์ศักยภาพนี้ จะต้องอาศัยกระบวนการในการหาหรือพูดคุย ได้แย่ง และหาข้อสรุปร่วมกัน ดังนั้นผู้ที่ทำการวิเคราะห์จึงควรจะต้องมีการจัดเตรียมข้อมูลสนับสนุนในแต่ละประเด็นด้วย
4. ประเด็นสำคัญและความต้องการในอนาคต ควรจะเป็นการรวบรวมมาจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละด้าน เพื่อสามารถสะท้อนสภาพปัญหา ประเด็นสำคัญ และความต้องการของผู้คนในเมืองได้อย่างแท้จริง



คำถามข้อที่ 7



เป้าหมายของการเป็น
เมืองสร้างสรรค์คืออะไร?
เมืองในอนาคตของเราจะเป็นอย่างไร?

CHAPTER 07

Scan
QR Code



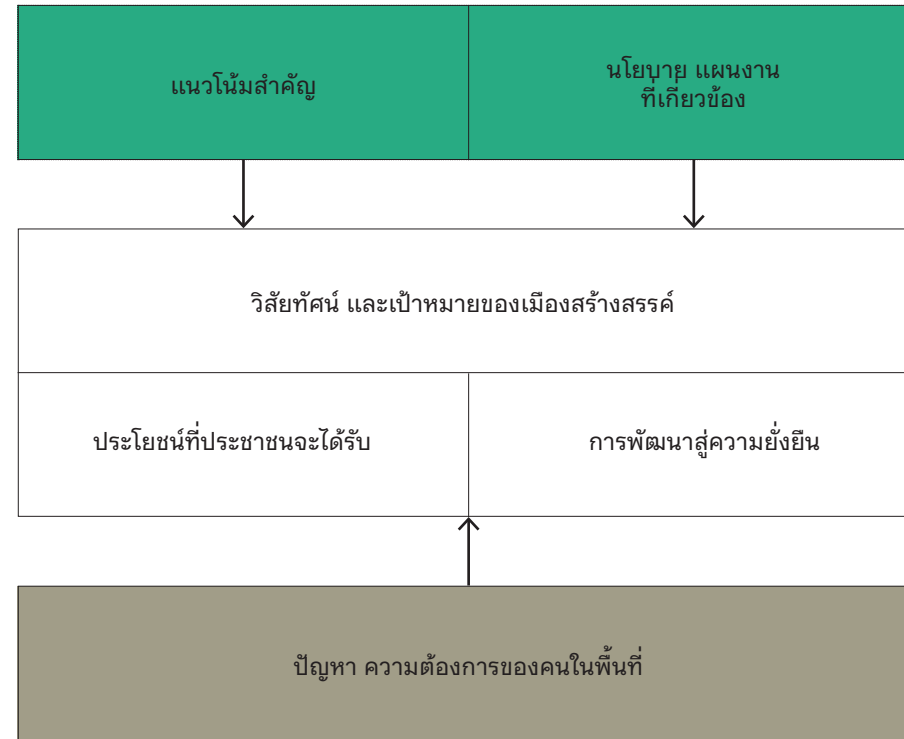
- ทำความเข้าใจประเด็น และบริบทสำคัญของเมือง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาในอนาคต
- เครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์ประเด็น บริบทสำคัญ ที่จะช่วยกำหนดเป้าหมายของเมือง โดยมุ่งเน้นความยั่งยืน
- การพัฒนา Creative City Canvas ที่เป็นการสรุปภาพรวมของเป้าหมายการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ทั้งหมด



กรอบแนวคิดสำคัญ ในการกำหนดวิสัยทัศน์ ของเมืองสร้างสรรค์

วิสัยทัศน์ หรือทิศทางของเมืองสร้างสรรค์ ควรจะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอก (แนวโน้ม นโยบาย / แผนงานที่เกี่ยวข้อง) และยังสามารถตอบสนองต่อปัญหา และความต้องการของคนในพื้นที่ (ปัจจัยภายใน) ได้โดยทิศทางของเมืองจะต้องนำเสนอประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ และแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนมาซึ่งพื้นที่ได้

ปัจจัยภายนอก



ปัจจัยภายใน

การวิเคราะห์แนวโน้มสำคัญ

การวิเคราะห์แนวโน้มสำคัญจะช่วยให้ตระหนักถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และช่วยให้มีกรอบในการวิเคราะห์ถึงโอกาส หรืออุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการวางแผนงานในอนาคต

Scan
QR Code

แนวโน้ม / ประเด็นสำคัญ	นัย / ผลกระทบต่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
แนวโน้ม / ประเด็นสำคัญ	+ ผลกระทบเชิงบวก
	- ผลกระทบเชิงลบ
แนวโน้ม / ประเด็นสำคัญ	
แนวโน้ม / ประเด็นสำคัญ	

ตัวอย่างการพัฒนาในแต่ละด้าน: นโยบาย / แผนงาน / การสนับสนุน

ตัวอย่างแนวโน้มเหล่านี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น อาจมีแนวโน้มอื่นๆ เพิ่มเติมอีกได้ ทว่าควรจะต้องมีการวิเคราะห์ที่นัยสำคัญ ต่อแนวโน้มเหล่านี้เพิ่มเติม ถึงสิ่งที่เมืองจะต้องมีการเตรียมการรองรับ โดยเฉพาะในบริบทของเมืองสร้างสรรค์ในแต่ละสาขา



สังคมสูงอายุ

- ผู้สูงอายุในเมืองมากขึ้น ทำให้คนหนุ่มสาว ต้องมีความรับผิดชอบในการดูแลคนสูงอายุมากขึ้น
- เมืองจะต้องให้ความสำคัญกับบริการด้านการดูแลคนสูงอายุ
- คนสูงอายุมากขึ้น มักจะมาพร้อมกับค่าใช้จ่ายในการดูแลที่เพิ่มขึ้น



การขยายตัวของเมือง

- การพัฒนาจะถูกกระจายไปยังหัวเมืองในภูมิภาคต่างๆ มากขึ้น ทำให้โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกสมัยใหม่ จะกระจายไปยังเมืองต่างๆ มากขึ้น
- ผู้คนจะเริ่มกลับไปใช้ชีวิตทำธุรกิจที่บ้านเกิดมากขึ้น



การพัฒนาเทคโนโลยี

- เทคโนโลยีใหม่ๆ จะเกิดขึ้นจำนวนมาก และจะเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตของผู้คนมากยิ่งขึ้น
- เมืองและผู้คนในเมืองจะต้องมีการวางระบบโครงสร้างพื้นฐาน รวมไปถึงการพัฒนาศักยภาพรองรับเทคโนโลยีเหล่านี้



การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของคนในเมืองอย่างมาก โดยเฉพาะปริมาณการใช้น้ำ
- ภัยพิบัติจะมีความรุนแรง และคาดการณ์ได้ยากขึ้น



ให้ความสำคัญการเป็นอยู่ที่ดี

- ผู้คนจะให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพชีวิตมากยิ่งขึ้น เน้นการดูแลสุขภาพและการป้องกันการเจ็บป่วย
- จะเริ่มมุ่งเน้นไปที่การทำงานอย่างสมดุลกับการใช้ชีวิต (Work-Life Balance) เพื่อการเป็นอยู่ที่ดี ทั้งร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ



เติบโตอย่างยั่งยืน

- ผู้คนมีการตื่นตัวในปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเร่งพัฒนา และเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบที่ตามมา
- แนวโน้มความยั่งยืนที่เป็นการสร้างการเติบโต โดยให้ความสำคัญทั้งสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจไปพร้อมๆ กัน จึงมีความสำคัญ

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของแผนงานที่เกี่ยวข้อง

ความเชื่อมโยงของแผนงานต่างๆ จะสะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องของการทำงานของภาคส่วน และเป็นโอกาส (หรืออุปสรรค) ในการเชื่อมโยงการทำงานของส่วนงานที่เกี่ยวข้องในการมาขับเคลื่อนร่วมกัน

Scan QR Code



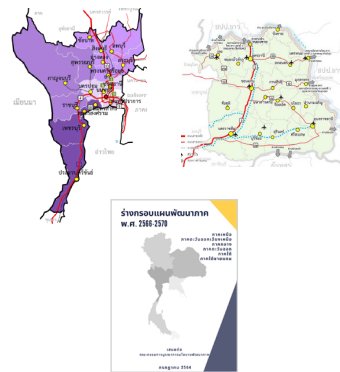
นโยบาย	นัย / ผลกระทบต่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
นโยบายประเทศ	+ ผลกระทบเชิงบวก
	- ผลกระทบเชิงลบ
แผนแม่บท	
แผนเชิงพื้นที่ (แผนภาค / แผนกลุ่มจังหวัด / แผนจังหวัด)	

ตัวอย่างการพัฒนาในแต่ละด้าน นโยบาย / แผนงาน / การสนับสนุน

ปัจจุบันมีนโยบายและแผนงานจำนวนมาก แต่ไม่ใช่ทุกนโยบายหรือแผนงานที่จะเกี่ยวข้องกับเมืองทั้งหมด ดังนั้นแต่ละเมืองต้องทำการศึกษาถึงรายละเอียดของแผนงาน หรือโครงการที่อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ พร้อมกับนำมาวิเคราะห์ถึงโอกาส หรืออุปสรรคต่อการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่ต่อไป



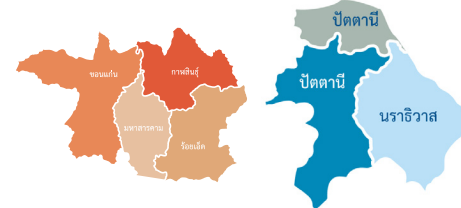
วาระขับเคลื่อนโครงการขนาดใหญ่ของประเทศ



แผนพัฒนาภาค



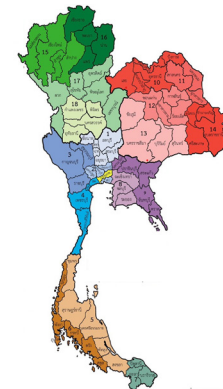
ยุทธศาสตร์ แผนปฏิบัติการของกระทรวง และหน่วยงานต่างๆ



แผนพัฒนาภูมิภาคจังหวัด



แผนงานและโครงการสำคัญของหน่วยงาน



แผนพัฒนาจังหวัด

ตัวอย่างการวิเคราะห์นโยบายสำคัญจากนโยบายและแผนงาน

จะต้องสังเคราะห์ประเด็นที่เชื่อมโยงกับการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ และวิเคราะห์ถึงโอกาส / อุปสรรค ตลอดจนสิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อรองรับ โดยอาจมีความร่วมมือกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ได้



หน่วยงานสนับสนุนในพื้นที่
- ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด
- สำนักงาน ททท. ในแต่ละภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

กลยุทธ์ที่ 1.3: ส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน

- แนวทางที่ 1.3.1 ยกกระตือรือร้นการสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณค่าและมีคุณค่าสูงตามเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพและผลักดันเอกลักษณ์ไทย
- แนวทางที่ 1.3.2 สนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้นอย่างยั่งยืน ด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว

นัยต่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์

- โอกาส: นำสาขาของเมืองสร้างสรรค์ มาเป็นอัตลักษณ์ในการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่
- โอกาส: พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว ที่สะท้อนสาขาของเมืองสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่ เช่น การทำอาหาร การหัตถ์งานหัตถกรรม การฝึกเล่นดนตรี
- โอกาส: พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงกับสาขาของเมืองสร้างสรรค์ เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตามประวัติศาสตร์ของอาหาร เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยศิลปินของท้องถิ่น หรือเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ผ่านการออกแบบของอาคารในแต่ละพื้นที่
- ให้ความสำคัญกับโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ และขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์บริบท สภาพปัญหา ความต้องการของเมือง

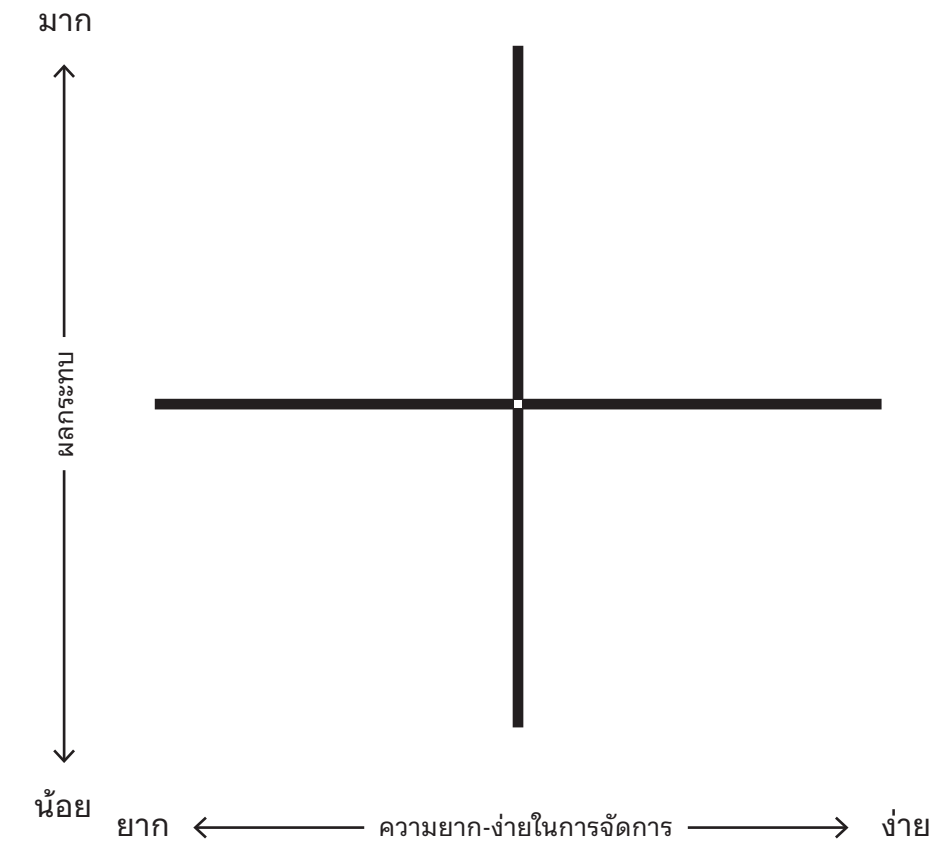
สิ่งสำคัญของการพัฒนาเชิงพื้นที่ คือการให้ความสำคัญกับสภาพปัญหา และความต้องการของคนในเมือง ซึ่งการพัฒนาเมืองในรูปแบบใดก็ตาม ควรจะต้องสามารถช่วยแก้ปัญหา หรือตอบสนองต่อความต้องการของคนในทางใดทางหนึ่งได้

Scan
QR Code



ปัญหา	ความต้องการ

ในกรณีที่มีประเด็นปัญหา หรือความต้องการจำนวนมาก อาจมีการลำดับความสำคัญที่ต้องการจัดการออกมา โดยใช้กรอบความยาก-ง่าย ในการดำเนินงาน ควบคู่กับผลกระทบที่จะเกิดขึ้น



ความยาก-ง่ายในการดำเนินการ
ประเด็นที่ต้องการจัดการนั้น ใช้ทรัพยากรในการจัดการ หรือใช้เวลาในการจัดการมาน้อยเพียงใด มีประเด็นปัญหา อุปสรรคภายนอกที่ต้องพิจารณาหรือไม่?

ผลกระทบ
เมื่อดำเนินการในประเด็นนี้แล้ว จะสามารถเห็นผลที่เป็น ประจักษ์ได้อย่างชัดเจนหรือไม่ ส่งผลกระทบต่อจำนวนคน หรือระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ในพื้นที่มากเพียงใด



กรอบหลักเกณฑ์ในการช่วยพิจารณาประเด็นปัญหาและความต้องการที่จะให้ความสำคัญ

(1 น้อย < 5 มาก)

ความยาก-ง่ายในการดำเนินงาน

1. ใช้ทรัพยากร (เงิน-คน-เครื่องมือ) ในการจัดการมาก-น้อยเพียงใด?

1 2 3 4 5

2. ใช้เวลาในการจัดการมาก-น้อยเพียงใด?

1 2 3 4 5

3. มีปัจจัยภายนอกอื่นๆ (กฎหมาย / ขอบเขตพื้นที่ / ขออนุญาต) ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานมาก-น้อยเพียงใด

1 2 3 4 5

ผลกระทบ

1. เมื่อดำเนินการแล้ว ประชาชนที่ได้รับประโยชน์มีมาก-น้อยเพียงใด?

1 2 3 4 5

2. เมื่อดำเนินการแล้ว จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม หรือสิ่งแวดล้อม มาก-น้อยเพียงใด?

1 2 3 4 5

3. เมื่อดำเนินการแล้ว จะสามารถเห็นผลเป็นที่ประจักษ์ได้มาก-น้อยเพียงใด?

1 2 3 4 5

ประเด็นที่คิดว่าทุนทางวัฒนธรรม หรือการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์จะสามารถมาแก้ปัญหาเหล่านี้ได้

จากประเด็นข้างต้นทั้งหมด ควรจะต้องมีการนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อนำเสนอคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมและการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ที่จะไปตอบสนองต่อปัญหาหรือความต้องการของผู้คนในเมือง รวมถึงหิบบฉวยโอกาสต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้

นัยสำคัญจากนโยบาย และแนวโน้มสำคัญ	ปัญหา / ความต้องการในพื้นที่
การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ในสาขา ... จะมีส่วนช่วยในการพัฒนาตามประเด็นข้างต้นอย่างไรได้บ้าง	

วิสัยทัศน์ / ภาพอนาคตของเมืองสร้างสรรค์

การนำเสนอภาพอนาคตของเมืองสร้างสรรค์ที่อยากให้เป็น รวมถึงประโยชน์ด้านความยั่งยืนที่ประชาชนจะได้รับ (และการสร้างความยั่งยืน) จะช่วยให้สามารถกำหนดสิ่งที่ต้องดำเนินการต่อไปได้อย่างเหมาะสม

วิสัยทัศน์ของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ในสาขา ...	
ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ	วิสัยทัศน์และประโยชน์ข้างต้น จะช่วยตอบสนองต่อ SDGs อย่างไรได้บ้าง
เศรษฐกิจ :	SDG :
สังคม :	
สิ่งแวดล้อม :	



เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



ข้อสังเกตและประเด็นสำคัญ ต่อการเชื่อมโยงกับ SDGs

1. การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ควรให้ความสำคัญกับประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืน แต่จะต้องอยู่บนบริบท และบนทรัพยากรของเมืองนั้นๆ เป็นหลัก (โดยอาศัยปัญหาและความต้องการของพื้นที่เป็นตัวตั้ง)
2. การตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถตอบสนองได้มากกว่า 1 เรื่อง แต่ไม่จำเป็นต้องตอบสนองทุกเรื่อง
3. ในการพัฒนาโครงการหรือกิจกรรม ควรคำนึงว่าจะออกแบบกิจกรรมให้สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อไหน และได้อย่างไร (ควรคำนึงเรื่อง SDGs ตั้งแต่เริ่มออกแบบโครงการ) ไม่ใช่การคำนึงว่าโครงการหรือกิจกรรมที่พัฒนามาแล้วตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อไหนได้บ้าง?

เป้าหมาย

จากวิสัยทัศน์ และการวิเคราะห์องค์ประกอบ / ปัจจัยข้างต้น จะต้องมีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาออกมาให้ชัดเจน เป็นรายประเด็น เพื่อนำมาพัฒนาเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่เชื่อมโยงกันต่อไป

เป้าหมายที่คาดหวัง

- 1.
- 2.
- 3.

ตัวชี้วัด	เป้าหมายรวม (5 ปี)	เป้าหมายต่อปี				
		2566	2567	2568	2569	2570

Creative City Canvas

สรุปรายละเอียดภาพรวมของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์

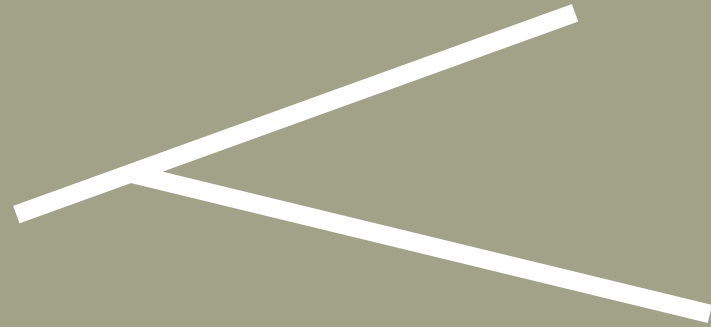
เมืองสร้างสรรค์ สาขา...			
ภาพอนาคตของเมืองสร้างสรรค์:			
ศักยภาพของเมืองในอนาคต (ภาพอนาคตของเมืองที่สะท้อนผ่านองค์ประกอบสำคัญ):			
ผู้คน / ชุมชน:	ธุรกิจ / อาชีพ:	การศึกษา / วิจัย:	สาธารณูปโภค:
ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ (สิ่งที่จะทำให้องค์ประกอบข้างต้นเกิดขึ้นได้):			
ข้อมูล / องค์ความรู้:	กิจกรรม:	การสื่อสาร / เครือข่าย:	
นโยบาย / การสนับสนุน:		การจัดการ	

ข้อสังเกตและประเด็นสำคัญ ต่อการพัฒนา Creative City Canvas

1. Creative City Canvas เปรียบเสมือนภาพสรุปที่เป็น การเล่าเรื่องของเมืองสร้างสรรค์นั้นๆ จะขับเคลื่อน สาขาอะไร และในอนาคตภาพของเมืองที่เกิดขึ้น ในภาพรวมจะเป็นอย่างไร (วิสัยทัศน์) รวมไปถึง จะสามารถเห็นการพัฒนาในมิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์นี้ในเรื่องใดได้บ้าง
2. ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อน เมือง สามารถใช้ภาพนี้ในการนำเสนอให้เห็นถึง เป้าหมายและแนวทางการขับเคลื่อนต่างๆ ได้
3. เนื่องจากวัตถุประสงค์ Creative City Canvas นี้คือ การสรุปภาพอนาคตของเมืองสร้างสรรค์ ดังนั้น ในการระบุข้อมูลในส่วนนี้ จึงควรเป็นข้อมูลสำคัญ สั้นๆ ที่ฉายภาพอนาคตของเมืองในภาพรวมและ องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก โดยอาจมี รายละเอียดหรือข้อมูลสนับสนุนอื่นๆ มาเสริม ในส่วนอื่นๆ



คำถามข้อที่ 8



เราต้องทำอะไรกันบ้าง?

CHAPTER 08

Scan QR Code

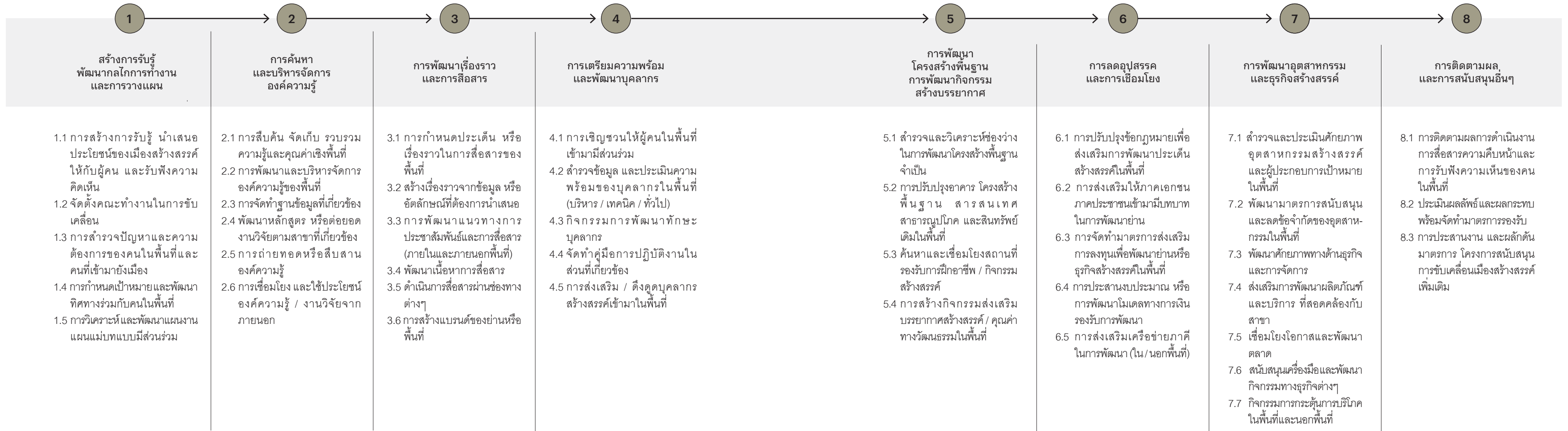


- จากวิสัยทัศน์ และเป้าหมายข้างต้น จึงต้องมีกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบผ่านความร่วมมือของทุกภาคส่วน
- เครื่องมือในการพัฒนาโครงการ มาตรการต่างๆ ที่ตอบสนองต่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ และช่วยในการลำดับความสำคัญ



Action Plan

กรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่าการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ จะช่วยให้มีกรอบในการพัฒนาแผนงานได้ชัดเจนขึ้น



Action Plan

จากกรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่าการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ ควรจะต้องมีการแบ่งบทบาทหรือโครงการในการขับเคลื่อนตลอดห่วงโซ่มูลค่าขึ้นมา เพื่อเห็นถึงการบูรณาการของแผนงานต่างๆ



	1	2	3	4	5	6	7	8
ส่วนราชการในจังหวัด								
ส่วนราชการส่วนกลาง								
ท้องถิ่น								
สถาบันการศึกษา								
เอกชน / ประชาสังคม								

สรุปรายละเอียดของโครงการ / มาตรการ / กิจกรรม ให้ชัดเจน เพื่อให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจถึงรูปแบบ และแนวทางการขับเคลื่อนที่เป็นรูปธรรม

ประเด็นการพัฒนา	ชื่อโครงการ / มาตรการ / กิจกรรม	แนวคิดโครงการ / มาตรการ	ปีที่ดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ

ในกรณีที่ต้องมีการของบประมาณ ส่วนงานที่เกี่ยวข้องอาจมีการจัดเตรียมแบบฟอร์มสรุปโครงการขึ้นมา เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแบบคำขอของงบประมาณต่อไป รวมถึงใช้เพื่อติดตามการดำเนินงานของโครงการ

ชื่อโครงการ	
วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย	
พื้นที่เป้าหมาย	
กิจกรรมหลัก	
หน่วยงานดำเนินการ	
งบประมาณ	
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	
ความเชื่อมโยงต่อ SDGs	

นำโครงการทั้งหมดมาจัดลำดับการขับเคลื่อนตามช่วงเวลาในการดำเนินงาน เพื่อให้เห็นแผนงานในการทำงานตลอดช่วงระยะเวลา

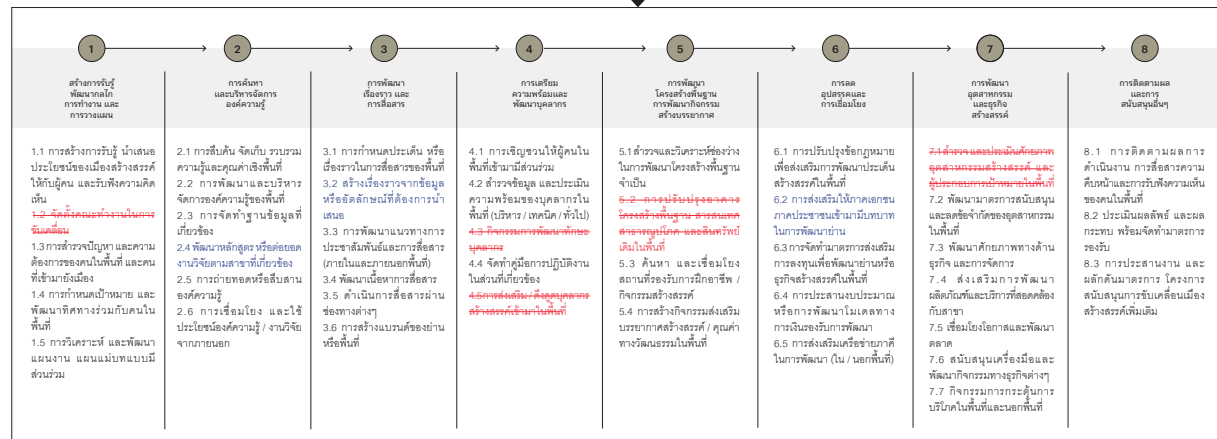
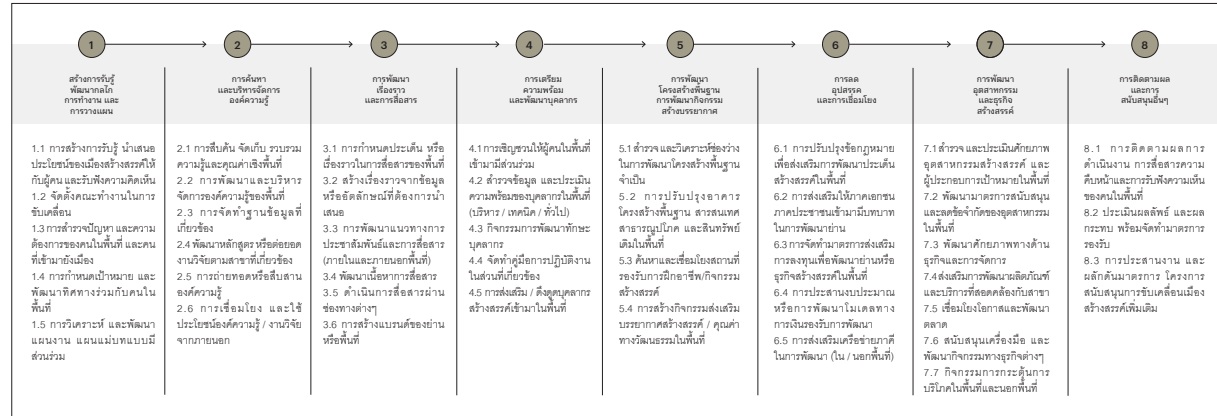
โครงการ / กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ปีเพื่อดำเนินโครงการ					หมายเหตุ
		2566	2567	2568	2569	2570	

ตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์ และพัฒนาโครงการจากห่วงโซ่มูลค่า

1. คณะทำงานนำกรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่าการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ มาทบทวน และปรับปรุงให้สอดคล้องกับบริบทของเมือง

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง

- กรอบแนวคิดห่วงโซ่มูลค่าการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์นี้เป็นเพียงกรอบแนวคิดตั้งต้นเท่านั้น คณะทำงานควรหารือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการทบทวน และปรับปรุงห่วงโซ่มูลค่านี้ (เพิ่ม / ลด / ปรับ) ที่สอดคล้องกับบริบทของเมือง
- ควรมีการใช้คำในแต่ละประเด็นให้ชัดเจน เพื่อให้เห็นงานที่ทำ และลดการตีความ



2. คณะทำงานรวบรวมโครงการ / กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในพื้นที่มา พร้อมกับวิเคราะห์ความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่มูลค่า

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง

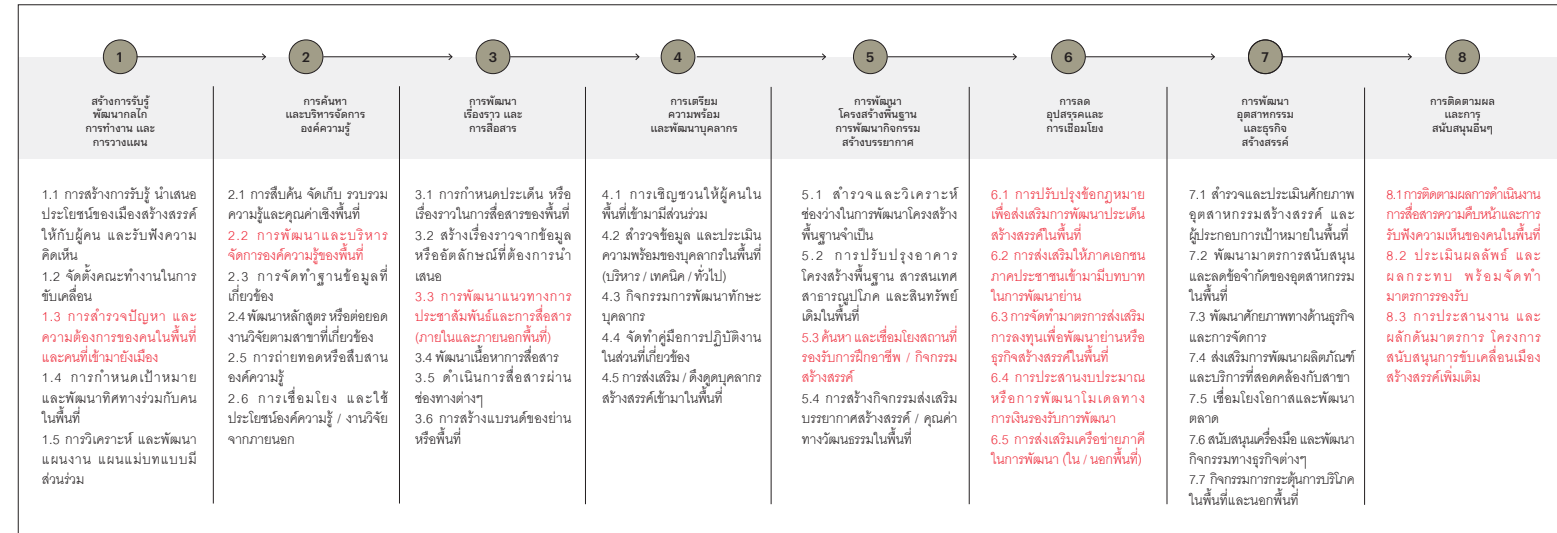
- คณะทำงานควรจะต้องมีรายละเอียดโครงการ โดยเฉพาะในส่วนของกิจกรรมและผลผลิต เพื่อให้สามารถวิเคราะห์โครงการได้อย่างเหมาะสม (บางครั้งชื่อโครงการ อาจไม่สะท้อนกับกิจกรรมที่ดำเนินการ)
- คณะทำงานควรจะต้องกำหนดระยะเวลาของโครงการที่ชัดเจน เช่น อาจเป็นโครงการเฉพาะปีปัจจุบัน หรือย้อนหลังจากปัจจุบัน ไม่เกิน 1 ปี เป็นต้น

	1	2	3	4	5	6	7	8
	สร้างการรับรู้ พัฒนากลไกการทำงาน และการวางแผน	การค้นหา และบริหารจัดการองค์ความรู้	การพัฒนา เรื่องราว และการสื่อสาร	การเตรียมความพร้อม และพัฒนาบุคลากร	การพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาโครงการสร้างบรรยากาศ	การลดอุปสรรค และการเชื่อมโยง	การพัฒนา อุตสาหกรรม และ ธุรกิจสร้างสรรค์	การติดตามผล และการสนับสนุนอื่นๆ
ส่วนราชการ ในจังหวัด	โครงการ...	โครงการ...			โครงการ... โครงการ...			
ส่วนราชการ ส่วนกลาง		โครงการ... โครงการ...		โครงการ...	โครงการ... โครงการ...		โครงการ... โครงการ...	
ท้องถิ่น			โครงการ...					
สถาบันการศึกษา				โครงการ... โครงการ... โครงการ...				
เอกชน/ ประชาสังคม			โครงการ...		โครงการ... โครงการ...		โครงการ... โครงการ...	

3. ศึกษารายละเอียดของโครงการที่ได้รับรวบรวมมา และวิเคราะห์ความเชื่อมโยงกับประเด็นสำคัญในแต่ละห่วงโซ่มูลค่า

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง

- 1 โครงการอาจสามารถมีความเชื่อมโยงได้มากกว่า 1 ประเด็นสำคัญ และอาจมีความเชื่อมโยงได้มากกว่า 1 ข้อต่อของห่วงโซ่มูลค่าด้วย



ตัวหนังสือสีแดง = ช่องว่าง

4. จากประเด็นช่องว่างข้างต้น คณะทำงาน (และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง) ควรจะต้องมาหารือกัน เพื่อพัฒนาโครงการ หรือกิจกรรมที่จะช่วยปิดช่องว่างดังกล่าวลง

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง

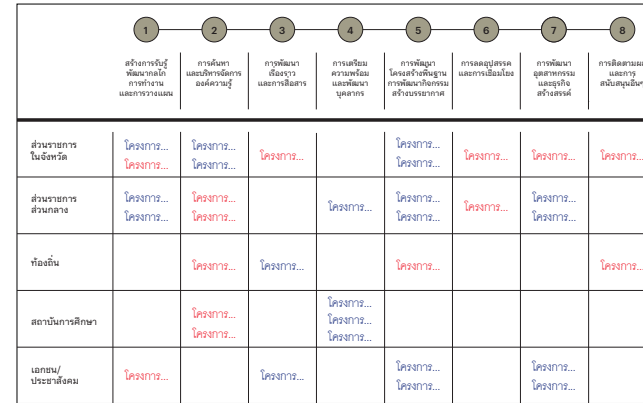
- ในการปิดช่องว่าง คณะทำงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจมีการพัฒนาออกมาในรูปแบบของมาตรการ (ไม่ใช่ขงประมาณ) หรือโครงการ / กิจกรรม (ซึ่งขงประมาณ) ก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทและความเหมาะสม
- คณะทำงานควรจะต้องสื่อสารเป้าหมายในภาพใหญ่ก่อน จากนั้นจึงหารือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อหาหรือแนวทางการพัฒนาโครงการร่วมกัน เพื่อให้วัตถุประสงค์ แนวคิดของโครงการในการขับเคลื่อนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และป้องกันความซ้ำซ้อนที่อาจเกิดขึ้น
- การพัฒนาโครงการที่เป็นประเด็นร่วมของหลายฝ่ายในพื้นที่ อาจทำให้ตัวเนื้องานไม่สอดคล้องกับการกิจ หรือมีความทับซ้อนอยู่บ้าง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจึงควรหารือร่วมกัน

ประเด็นการพัฒนา	ชื่อโครงการ / มาตรการ / กิจกรรม	แนวคิดโครงการ / มาตรการ	ปีที่ดำเนินการ	ผู้รับผิดชอบ
1.3 การสำรวจปัญหาและความต้องการของคนในพื้นที่ และคนที่เข้ามาในเมือง				
2.2 การพัฒนาและบริหารจัดการองค์ความรู้ของพื้นที่				
3.3 การพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสาร				
3.4 พัฒนาเนื้อหาการสื่อสาร				

ชื่อโครงการ	
วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ และค่าเป้าหมาย	
พื้นที่เป้าหมาย	
กิจกรรมหลัก	
หน่วยงานดำเนินการ	
งบประมาณ	
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	
ความเชื่อมโยงต่อ SDGs	

ในกรณีที่มีการพัฒนาโครงการ ควรจะต้องมีการจัดทำแบบสรุปแนวคิดของโครงการ (Concept) ขึ้นมา ตามแบบฟอร์มนี้ เพื่อใช้ในการหารือ และตรวจสอบว่าโครงการดังกล่าวสอดคล้องกับทิศทางในภาพรวมหรือไม่

5. สรุปโครงการที่จะมีการพัฒนาขึ้นมาเพิ่มเติมของหน่วยงานต่างๆ ตามกรอบห่วงโซ่มูลค่า เพื่อให้เห็นภาพรวมการพัฒนา



ตัวหนังสือสีน้ำเงิน =
มาตรการ / โครงการ / กิจกรรมที่จะพัฒนาเพิ่มเติม

6. จากโครงการข้างต้น คณะทำงานอาจมีการกำหนดโครงการเชิงยุทธศาสตร์และจัดลำดับความสำคัญเพื่อใช้ในการติดตามผลในแต่ละปี

โครงการ / กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ปีงบประมาณ					หมายเหตุ
		2566	2567	2568	2569	2570	

ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง

- การขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์เป็นการทำงานระยะยาว แต่ควรจะต้องมีการกำหนดแนวทาง (Theme/ Issue) หรือเป้าหมายในแต่ละปี เพื่อจะใช้เป็นกรอบการขับเคลื่อนโครงการในแต่ละปีต่อไป
- โครงการยุทธศาสตร์ควรเป็นโครงการที่เมื่อดำเนินการแล้ว สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ในแต่ละปี และไม่ใช่โครงการที่ดำเนินตามงานประจำของหน่วยงาน

การตอบสนองต่อ SDGs

สรุปรายละเอียดของโครงการต่อการตอบสนองต่อ SDGs ในแต่ละข้ออย่างไรบ้าง

โครงการ / กิจกรรม	ประเด็นที่ตอบสนองต่อ SDGs				
	SDG 1	SDG 2	SDG 3	...	SDG 17

หลังจากที่มีการวางกรอบการขับเคลื่อนโครงการแล้ว อาจนำมาประมวลเป็นภาพของการขับเคลื่อนในแต่ละปี เพื่อใช้ในการสื่อสารและติดตามการดำเนินงานได้

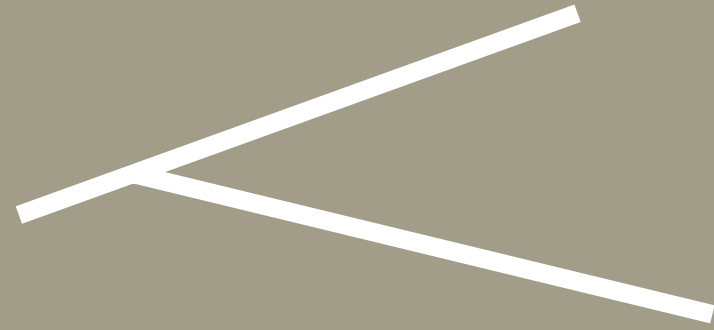
ประเด็น	แผนงาน					หมายเหตุ
	2566	2567	2568	2569	2570	
แนวทาง / ประเด็น การขับเคลื่อนที่สำคัญในแต่ละปี (Strategic Theme / Issue)						
โครงการสำคัญ (Flagship Projects)						
ผลที่คาดว่าจะได้ (Expected Outcomes)						



ข้อสังเกตและประเด็นสำคัญต่อการพัฒนา Action Plan

- จากการวิเคราะห์และพัฒนาแผนงาน โครงการในส่วนก่อนหน้า อาจทำให้เห็นได้ว่าจะมีโครงการ/กิจกรรมอยู่จำนวนมาก อย่างไรก็ตามในการขับเคลื่อนงานนั้น จะต้องมีการลำดับความสำคัญ (Prioritization) ซึ่งในส่วนของ Action Plan ที่มีการกำหนดเป็นรายปีนี้เอง ที่จะเข้ามาช่วยในการลำดับความสำคัญให้ชัดเจนขึ้น โดยการกำหนดแนวทางหรือประเด็นสำคัญ (Theme / Issue) ที่จะขับเคลื่อนในแต่ละปี และใช้แนวทางที่กำหนดในแต่ละปีเหล่านี้ มาเป็นตัวคุมในการลำดับความสำคัญของโครงการสำคัญ ซึ่งจะทำให้สามารถระบุผลลัพธ์ที่คาดหวังได้อย่างชัดเจนขึ้น
- แม้ว่าจะมีการกำหนดแนวทาง (Theme / Issue) ในการขับเคลื่อนในแต่ละปี มาเป็นกรอบใหญ่ แต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่สามารถขับเคลื่อนโครงการที่อยู่นอกเหนือจากแนวทางเหล่านี้ แต่เมืองอาจให้น้ำหนัก (งบประมาณ หรือทรัพยากร) กับโครงการที่สะท้อนตามแนวทางในปีนั้นๆ มากกว่าโครงการอื่นๆ ตัวอย่าง: เมืองอาจมีการกำหนดว่าแนวทางในปีนี้ จะเป็นเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ดังนั้นอาจมีโครงการเชิงยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวกับการปรับปรุงภูมิทัศน์หรือปรับปรุงอาคารหรือสถานที่ มากกว่าโครงการที่เป็นเรื่องของการจัดทำสื่อเพื่อการสื่อสาร เป็นต้น
- โครงการสำคัญที่สะท้อนตามแนวทาง หรือประเด็นการขับเคลื่อนของเมืองนั้น อาจไม่จำเป็นต้องมีจำนวนโครงการมาก แต่ต้องสามารถเชื่อมโยง และมีผลที่คาดหวัง ที่สอดคล้องตามแนวทาง หรือประเด็นการขับเคลื่อนที่เหมาะสมได้

คำถามข้อที่ 9



ที่ผ่านมา
เราทำถึงไหนกันแล้วบ้าง?

CHAPTER 09

- เครื่องมือในการวางแผนการติดตาม
- เครื่องมือในการติดตามผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา



แนวทางการติดตามข้อมูล / ขั้นตอน

แนวทางการติดตามผลตามกรอบเป้าหมายที่มีการกำหนดไว้
ผ่านกิจกรรม / โครงการสำคัญต่างๆ

เป้าหมาย	โครงการ / กิจกรรม	การติดตามผล				หมายเหตุ
		ข้อมูลที่ต้องติดตาม	แนวทาง การจัดเก็บ	ความถี่	ผู้รับผิดชอบ	

ผลการติดตาม Tracking / Monitoring Result และการประเมินผล

การระบุผลการติดตามจากการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา

เป้าหมาย ปี 2566 ที่กำหนดไว้	ผลการดำเนินงาน	ร้อยละความสำเร็จตามเป้าหมาย	หมายเหตุ

การเชื่อมโยงกับเครือข่ายในช่วงที่ผ่านมา

การวิเคราะห์ถึงโอกาสการเชื่อมโยงกับหน่วยงาน หรือเครือข่ายต่างๆ โดยจะต้องพิจารณาถึงประโยชน์ที่จะได้รับ และประโยชน์ที่สามารถให้ได้ (Give / Take)

หน่วยงาน	ผู้ประสาน / ผู้ที่ติดต่อด้วย	บทบาท / จุดเด่นของหน่วยงาน	ประโยชน์ที่จะได้รับ	ประโยชน์ที่สามารถให้ได้

การสรุปรายละเอียดของกิจกรรมที่ได้เข้าร่วมมา จะช่วยให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมและบทบาทในการเข้าร่วมกับเครือข่ายในช่วงที่ผ่านมา

ในประเทศ

ชื่อกิจกรรม	วัน เวลา สถานที่	สรุปรายละเอียดกิจกรรม	บทบาทที่เข้าร่วม	ผู้ที่เข้าร่วม

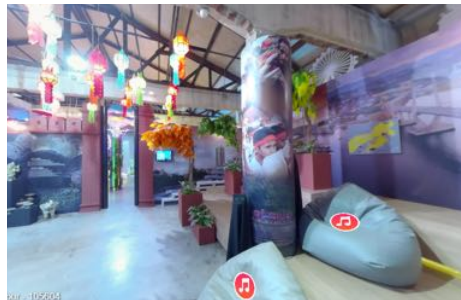
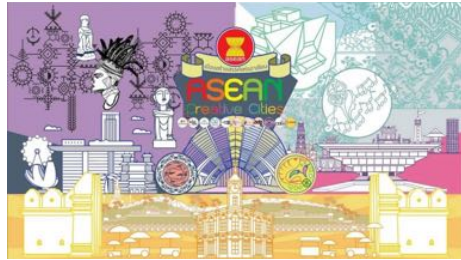
ระหว่างประเทศ

ชื่อกิจกรรม	วัน เวลา สถานที่	สรุปรายละเอียดกิจกรรม	บทบาทที่เข้าร่วม	ผู้ที่เข้าร่วม

ตัวอย่างการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายในรูปแบบต่างๆ

โดยในส่วนนี้จะเน้นถึงการสร้างเครือข่ายระดับระหว่างประเทศของเมืองสร้างสรรค์ จากตัวอย่างทั้งในไทยและต่างประเทศ อาทิ

กิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายจากส่วนกลาง



นิทรรศการเมืองสร้างสรรค์แห่งอาเซียน : ASEAN Creative Cities โดยศูนย์วัฒนธรรมอาเซียน กระทรวงวัฒนธรรม เนื่องในโอกาสวันอาเซียน ประจำปี 2564 และครบรอบ 6 ปีการก่อตั้งศูนย์ฯ

กิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายของจังหวัดภูเก็ต

ภูเก็ต จัดกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายต่างประเทศ เช่น

- Phuket Local Food Fest 2020 แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมอาหารจากเชฟ เมืองสมาชิกเมืองสร้างสรรค์โดยนำวัตถุดิบมาสร้างสรรค์เมนูใหม่
- เชฟภูเก็ตเข้าร่วมเทศกาล Shunde Food and Culture Festival 2019 ประเทศจีน
- ร่วมประชุมประเทศเครือข่าย Creative City of Gastronomy และเสนอตัวอย่างแนวทางการจัดการขยะอาหารเพื่อความยั่งยืน



Shunde Food and Culture Festival 2019



ประชุมเครือข่าย Creative City of Gastronomy



Phuket Local Food Fest 2020

กิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายของจังหวัดสุพรรณบุรี



คอนเสิร์ต ASEAN Youth Winds ความร่วมมือระหว่างวงดนตรีในประเทศอาเซียนกับจังหวัดสุพรรณบุรี (อยู่ระหว่างการสมัครสาขาดนตรี) เพื่อส่งเสริมทักษะด้านดนตรีของเยาวชนในจังหวัดร่วมกับต่างประเทศ

กิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายของจังหวัดเชียงใหม่

การประชุมเชิงปฏิบัติการ “สร้างสรรค์ปั้นเมืองเชียงใหม่” Chiang Mai Creative Ceramics, Sculpted City ร่วมกับเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ในหัวข้อ “เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิก” เพื่อพัฒนาศักยภาพงานหัตถกรรม



ตัวอย่างการสร้างเครือข่ายของเมืองสร้างสรรค์ในต่างประเทศ:

สิงคโปร์

มีทั้งการจัดกิจกรรมแสดงผลงานออกแบบที่ครอบคลุมงานจากต่างประเทศ และการร่วมออกแบบผลงานกับเมืองสร้างสรรค์อื่นๆ



เครือข่ายและความร่วมมือของสิงคโปร์



เข้าร่วมประชุมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และงานสัมมนาอื่นๆ รวมถึง ASEAN Creative City Network ณ จังหวัดเชียงใหม่



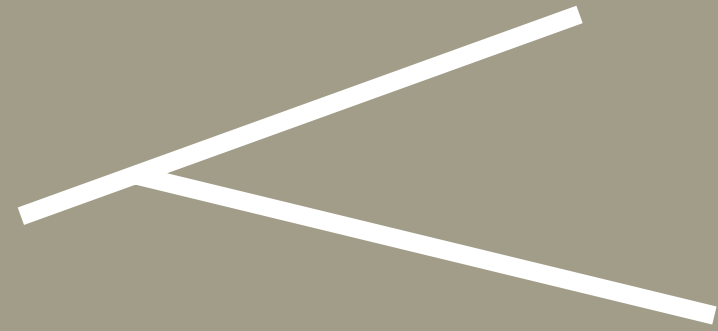
ส่งผลงานออกแบบจากสิงคโปร์เข้าร่วมงานจัดแสดงในต่างประเทศ เช่น DETROIT DESIGN 139 EXHIBITION, SEOUL DESIGN CLOUD 2018: HUMAN CITIES FORUM AND EXHIBITION, WORLD WIDE THINGS COLLECTION Design Month Graz

สิงคโปร์ร่วมมือกับเมืองเครือข่าย UCCN ของออสเตรเลีย ได้แก่ ซิดนีย์, เมลเบิร์น และแอดิเลด เพื่อสร้างสรรค์โครงการงานออกแบบที่มีแรงบันดาลใจจากดนตรี วรรณกรรม และภาพยนตร์

ร่วมออกแบบทางข้ามถนนในเมือง Puebla เม็กซิโกซิตี้ เพื่อส่งเสริมความปลอดภัย



คำถามข้อที่ 10



Scan QR Code



เราเรียนรู้จากการทำงานที่ผ่านมามีอะไรบ้าง?

CHAPTER 10

- เครื่องมือในการทบทวนปัญหาอุปสรรค และบทเรียนที่ผ่านมาเพื่อใช้ในการปรับปรุงการทำงานในอนาคต



ปัญหา / อุปสรรคที่เกิดขึ้น / บทเรียนที่ได้รับ

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา
เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแผนงานในอนาคต

ปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้น (ระบุโครงการ / กิจกรรม)	บทเรียนที่ได้รับ
แนวทางการดำเนินงานในอนาคต	





บทส่งท้าย

1. ความรู้ แนวคิด และเครื่องมือจากคู่มือนี้ อาจช่วยได้เพียงการช่วยให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่สามารถวิเคราะห์ และจัดทำแผนงานการขับเคลื่อนได้อย่างเป็นระบบ และสามารถนำมาหารือกันในเรื่องเดียวกันได้เท่านั้น ยังเหลืองานอีกหลายส่วนที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องนำไปขับเคลื่อนต่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม

2. เนื้อหา และรายละเอียดของคู่มือนี้ เกิดจากการค้นคว้า และการสัมภาษณ์ของผู้แทนของพื้นที่จำนวนหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นอาจไม่สามารถสะท้อนทุกประเด็น รายละเอียดที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ทั้งหมดได้ ผู้อ่านต้องนำไปพิจารณา และปรับปรุงให้เข้ากับบริบทของพื้นที่อีกครั้งหนึ่ง

3. การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เปรียบเสมือนการสร้างเมือง ดังนั้นจึงเป็นงานต่อเนื่องที่ไม่มีวันจบสิ้น ดังนั้น หลังจากที่มีการวิเคราะห์และจัดทำแผนงานไปแล้ว ในแต่ละปี ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องมีการนำข้อมูล และแผนงานทั้งหมดมาทบทวนกันใหม่ เพื่อประเมินผลการดำเนินงาน และปรับปรุงแผนงานกันอย่างต่อเนื่องต่อไป



แบบฟอร์ม (ย่อ)

สรุปประเด็นของทุนทางวัฒนธรรมของเมือง

ทุนทางวัฒนธรรม / สาขาที่เมืองจะขับเคลื่อน: ...

สรุปเรื่องราวของทุนทางวัฒนธรรม / สาขา	ความโดดเด่น (ที่เป็นอัตลักษณ์จากพื้นที่อื่น):
	<div data-bbox="2850 767 3606 869" data-label="Text"> <p>การดำเนินงานสำคัญที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมในช่วงที่ผ่านมา</p> </div>

การสื่อสาร / คณะทำงาน

สรุปแผนงานการสื่อสาร

กลุ่มเป้าหมาย
ประเด็นหลักที่ต้องการสื่อสาร (ต้องการสื่อเรื่องอะไร?)
เนื้อหาในการสื่อสาร (ต้องการให้ผู้รับสารรับรู้ว่าจะอะไร?)
รูปแบบ / ช่องทาง / ความถี่

สรุปรายชื่อคณะทำงานที่เกี่ยวข้อง

คณะทำงาน	
บทบาท / ภารกิจ	
คณะกรรมการ / คณะทำงานด้าน...	
ชื่อ-สกุล / สังกัด	ตำแหน่ง
	ประธาน
	คณะทำงาน
	คณะทำงาน
	คณะทำงาน
	คณะทำงาน / เลขานุการ

การจัดเก็บข้อมูล / การจัดกิจกรรม

สรุปข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบัน

รายการข้อมูล (หน่วย)	แหล่ง / หน่วยงาน เจ้าของข้อมูล	รูปแบบของข้อมูลที่จัดเก็บ	ความถี่ในการจัดเก็บข้อมูล	การปรับปรุงข้อมูลล่าสุด

สรุปกิจกรรมที่มีในปัจจุบัน

ชื่อกิจกรรม	ประเภทของกิจกรรม	กลุ่มเป้าหมาย	สรุปรายละเอียด	ระยะเวลา

วิสัยทัศน์ / ภาพอนาคตของเมืองสร้างสรรค์

ประเด็นสำคัญของเมือง	การตอบสนองด้วยเมืองสร้างสรรค์

เมืองสร้างสรรค์ สาขา ... ในอนาคตจะเป็นอย่างไร?	ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ

Creative City Canvas

สรุปรายละเอียดภาพรวมของการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์

เมืองสร้างสรรค์ สาขา...			
ภาพอนาคตของเมืองสร้างสรรค์:			
ศักยภาพของเมืองในอนาคต (ภาพอนาคตของเมืองที่สะท้อนผ่านองค์ประกอบสำคัญ):			
ผู้คน / ชุมชน:	ธุรกิจ / อาชีพ:	การศึกษา / วิจัย:	สาธารณูปโภค:
ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ (สิ่งที่จะทำให้องค์ประกอบข้างต้นเกิดขึ้นได้):			
ข้อมูล / องค์ความรู้:	กิจกรรม:	การสื่อสาร / เครือข่าย:	
นโยบาย / การสนับสนุน:		การจัดการ	

Action Plan

สรุปโครงการ / กิจกรรมสำคัญ

โครงการ / กิจกรรมสำคัญ	เป้าหมาย / ตัวชี้วัด	ผู้รับผิดชอบ	ปีเพื่อดำเนินโครงการ					หมายเหตุ
			2566	2567	2568	2569	2570	

ผลการติดตาม Tracking / Monitoring Result
และการประเมินผล

การระบุผลการติดตามจากการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา

เป้าหมาย ปี 2566 ที่กำหนดไว้	ผลการดำเนินงาน	ร้อยละความสำเร็จ ตามเป้าหมาย	หมายเหตุ

ปัญหา / อุปสรรคที่เกิดขึ้น / บทเรียนที่ได้รับ

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา
เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแผนงานในอนาคต

ปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้น (ระบุโครงการ / กิจกรรม)	บทเรียนที่ได้รับ	แนวทางการดำเนินงานในอนาคต



ภาคผนวก :

ความเชื่อมโยงของคู่มือต่อแบบฟอร์มใบสมัคร UCCN

แม้ว่าคู่มือฉบับนี้ไม่ได้จัดทำขึ้นมาสำหรับการกรอกแบบฟอร์มใบสมัคร UCCN โดยตรง แต่เมื่อผู้ปฏิบัติงานดำเนินการตามคู่มือไปแล้วสามารถนำเนื้อหาหลายส่วนนี้ไปเรียบเรียงเพื่อตอบตามแบบฟอร์มใบสมัคร UCCN ได้โดยได้มีการวิเคราะห์หัวข้อ และประเด็นของคู่มือที่มีความเชื่อมโยงกับคำถามในแบบฟอร์มใบสมัคร UCCN ดังนี้



ประเด็นแบบฟอร์มใบสมัคร UCCN Application Form	หัวข้อ / รายละเอียดตามคู่มือที่สามารถนำเนื้อหาบางส่วนไปตอบตามแบบฟอร์มได้
ข้อ 1-3 ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลผู้ติดต่อ	ข้อมูลพื้นฐานของเมือง คำถาม 4: ใครต้องมาร่วมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์บ้าง? มาร่วมยังใบบ้าง? - คณะทำงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
ข้อ 4 สาขาสร้างสรรค์ที่เลือก ข้อ 5 การนำเสนอข้อมูลทั่วไปของเมือง	คำถาม 2: เมืองของเรามีอะไรที่โดดเด่น? เราจะนำเสนอประเด็นอะไรเป็นเมืองสร้างสรรค์? - การเลือกสาขา / การสรุปประเด็นทุนทางวัฒนธรรมของเมือง
ข้อ 6 โอกาสในการพัฒนา ความท้าทายของเมือง และการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขับเคลื่อนการพัฒนา	คำถาม 7: เป้าหมายของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ของเราคืออะไร? เมืองในอนาคตของเราจะเป็นอย่างไร? - การวิเคราะห์แนวโน้ม นโยบายที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ปัญหา ความต้องการของพื้นที่ และประเด็นที่คิดว่าทุนทางวัฒนธรรม หรือการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์จะสามารถมาแก้ปัญหาเหล่านี้ได้ / Creative City Canvas
ข้อ 7 นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับสากล	คำถาม 7: เป้าหมายของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ของเราคืออะไร? เมืองในอนาคตของเราจะเป็นอย่างไร? - วิสัยทัศน์ เป้าหมาย และการตอบสนองต่อ SDGs
ข้อ 8 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการได้รับเลือกเป็นสมาชิกเครือข่าย	คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan คำถาม 9: ที่ผ่านมามา เราทำถึงไหนกันแล้วบ้าง? - การเชื่อมโยงกับเครือข่าย
ข้อ 9 ขั้นตอนการเตรียมการสำหรับสมัครเป็นสมาชิกเครือข่าย	คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan
ข้อ 10.1 บทบาทและรากฐานที่เกี่ยวข้องกับสาขาความสร้างสรรค์ ที่ปรากฏในประวัติศาสตร์ความเป็นมาของเมือง	คำถาม 2: เมืองของเรามีอะไรที่โดดเด่น? เราจะนำเสนอประเด็นอะไรเป็นเมืองสร้างสรรค์ - สรุปหลักฐานเชิงประจักษ์ ความโดดเด่น และการดำเนินงานในการสืบทอดและรักษาในปัจจุบัน คำถาม 5: ที่ผ่านมามาเราทำอะไรกันมาแล้วบ้าง? เราทำอะไรเกี่ยวกับเมือง สูการเป็นเมืองสร้างสรรค์บ้าง? - ข้อมูล งานวิจัย และกิจกรรมที่มีการดำเนินการ

ประเด็นแบบฟอร์มใบสมัคร UCCN Application Form	หัวข้อ / รายละเอียดตามคู่มือ ที่สามารถนำเนื้อหาบางส่วนไปตอบตามแบบฟอร์มได้
<p>ข้อ 10.2 ความสำคัญทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน และพลวัตทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในแง่ที่เกี่ยวข้องกับสาขาความสร้างสรรค์ โดยนำเสนอข้อมูล สถิติ ตัวบ่งชี้อื่นๆ ที่แสดงถึงการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน และหน่วยงาน ด้านวัฒนธรรม เป็นต้น</p>	<p>คำถาม 5: เราจะรู้อะไรเกี่ยวกับเมือง ผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์บ้าง? - ข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบัน</p>
<p>ข้อ 10.3 กลุ่มคนต่างๆ ที่มีส่วนร่วมหรือประกอบอาชีพเกี่ยวข้องกับสาขาความสร้างสรรค์</p>	<p>คำถาม 6: เมืองเรามีความพร้อมแค่ไหน? - การประเมินศักยภาพของเมือง</p>
<p>ข้อ 10.4 งานแสดงสินค้า งานประชุม งานสัมมนา หรือกิจกรรม ข้อ 10.5 งานเทศกาล งานประชุม หรืองานอีเวนต์ขนาดใหญ่ ข้อ 10.6 แนวทางการศึกษา หลักสูตร แผนการศึกษาที่ใช้ในการสนับสนุนวัฒนธรรมและความสร้างสรรค์ ข้อ 10.7 การศึกษาเรียนรู้ตลอดชีวิต การศึกษาในระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา แหล่งเรียนรู้ ข้อ 10.8 ศูนย์การวิจัย สถาบัน และโครงการที่มุ่งเน้นการวิจัย ข้อ 10.9 สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นที่ ศูนย์ในการสร้างสรรค์ การผลิต และการเผยแพร่กิจกรรม สินค้า และบริการ ข้อ 10.10 สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญและพื้นที่ทางวัฒนธรรม</p>	<p>คำถาม 5: ที่ผ่านมาเราทำอะไรกันมาแล้วบ้าง? เราจะรู้เกี่ยวกับเมือง ผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์บ้าง? - ข้อมูล งานวิจัย และกิจกรรมที่มีการดำเนินการ คำถาม 6: เมืองเรามีความพร้อมแค่ไหน? - การประเมินศักยภาพของเมือง / ปัจจัยสนับสนุนในการพัฒนา</p>
<p>ข้อ 10.11 นำเสนอแผนงานหรือโครงการที่ส่งเสริมการเข้าถึง การมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม</p>	<p>คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan</p>
<p>ข้อ 10.12 นำเสนอแผนงานหรือโครงการ ในสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก ที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ</p>	<p>คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan</p>

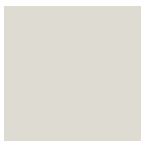
ประเด็นแบบฟอร์มใบสมัคร UCCN Application Form	หัวข้อ / รายละเอียดตามคู่มือ ที่สามารถนำเนื้อหาบางส่วนไปตอบตามแบบฟอร์มได้
<p>ข้อ 10.13 บทบาทและผลที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสาขาความสร้างสรรค์ ขององค์กรวิชาชีพหรือองค์กรของประชาชน</p>	<p>คำถาม 4: ใครต้องมาร่วมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์บ้าง? มาร่วมยังใงบ้าง? - คณะทำงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan</p>
<p>ข้อ 10.14 - 10.15 นโยบาย ข้อกำหนด มาตรการ หรือโครงการ ที่เกี่ยวข้องกับสาขาความสร้างสรรค์</p>	<p>คำถาม 6: เมืองเรามีความพร้อมแค่ไหน? - ปัจจัยสนับสนุนในการพัฒนา</p>
<p>ข้อ 10.16 โครงการที่เกิดจากความร่วมมือระดับนานาชาติ ข้อ 10.17 แผนงานหรือโครงการที่สนับสนุนและก่อให้เกิดการทำงานร่วมกันกับสาขาสร้างสรรค์อื่นๆ ข้อ 10.18 แผนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือในระดับนานาชาติ</p>	<p>คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan</p>
<p>ข้อ 10.19 สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสาธารณูปโภคที่จัดเตรียมไว้สำหรับกิจกรรมต่างๆ</p>	<p>คำถาม 6: เมืองเรามีความพร้อมแค่ไหน? - การประเมินศักยภาพของเมือง</p>
<p>ข้อ 10.20 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินการและค่าใช้จ่ายโดยรวมของเมืองในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา</p>	<p>คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan</p>
<p>ข้อ 11.11 แผนการดำเนินงานหรือโครงการ ที่จะจัดขึ้นเพื่อให้บริการลูกค้าประสงค์ของเครือข่ายในระดับเมือง ข้อ 11.12 แผนการดำเนินงานหรือโครงการ จำนวน 3 โครงการ ที่จะจัดขึ้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของเครือข่ายในระดับเครือข่ายนานาชาติ ข้อ 11.13 งบประมาณ</p>	<p>คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan / Creative City Canvas</p>
<p>ข้อ 11.13 โครงสร้างการทำงานและบริหารงาน</p>	<p>คำถาม 4: ใครต้องมาร่วมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์บ้าง? มาร่วมยังใงบ้าง? - คณะทำงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง</p>

ประเด็นแบบฟอร์มใบสมัคร UCCN Application Form	หัวข้อ / รายละเอียดตามคู่มือ ที่สามารถนำเนื้อหาบางส่วนไปตอบตามแบบฟอร์มได้
ข้อ 11.14 แผนการสื่อสารและสร้างการรับรู้ในระดับเมือง	คำถาม 3: ผู้คนในพื้นที่รับรู้ หรือมีความเข้าใจเรื่องเมืองสร้างสรรค์แล้วหรือไม่? - แผนการสื่อสาร
ข้อ 12 การส่งรายงานผลการดำเนินงานหลังจากได้รับคัดเลือก	คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan / Creative City Canvas คำถาม 9: ที่ผ่านมา เราทำถึงไหนกันแล้วบ้าง? - การติดตาม คำถาม 10: เราเรียนรู้จากการทำงานที่ผ่านมามาอย่างไรบ้าง? - ปัญหา อุปสรรค และบทเรียนที่ได้รับ
ข้อ 13 การเข้าร่วมการประชุมประจำปีของเครือข่าย	คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan / Creative City Canvas คำถาม 9: ที่ผ่านมา เราทำถึงไหนกันแล้วบ้าง? - การติดตาม
ข้อ 14 การให้ข้อมูลแก่คณะเลขานุการของเครือข่าย	คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan / Creative City Canvas คำถาม 9: ที่ผ่านมา เราทำถึงไหนกันแล้วบ้าง? - การติดตาม
ข้อ 15.1 นำเสนอภาพรวมเกี่ยวกับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมืองในสาขาสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง	คำถาม 2: เมืองของเราจะมีอะไรที่โดดเด่น? เราจะนำเสนอประเด็นอะไรเป็นเมืองสร้างสรรค์? - การเลือกสาขา / การสรุปประเด็นทุนทางวัฒนธรรมของเมือง
ข้อ 15.2 ความร่วมมือของเมืองเพื่อตอบใจวิทยุวัตถุประสงค์ของเครือข่ายตามแผนการดำเนินงานที่นำเสนอ	คำถาม 8: เราต้องทำอะไรกันบ้าง? - Action Plan / Creative City Canvas
ข้อ 15.3 เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสาขาสร้างสรรค์ที่เลือก ข้อ 15.4 การเป็นสมาชิกในเครือข่าย UNESCO's cities networks อื่นๆ	N/A

CONTRIBUTORS

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณหน่วยงาน และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนต่อการดำเนินงานวิจัย และการพัฒนาคู่มือการพัฒนาแผนงานเมืองสร้างสรรค์ในครั้งนี้

- เทศบาลนครภูเก็ต
- วิทยาลัยนาฏศิลป์สุโขทัย
- สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบุรี
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
- หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.)
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุโขทัย
- คุณเชิญพร กาญจนะสายะ
- ดร.เลิศจันทา สีเหลืองสวัสดิ์
- ดร.โกศล แดงอุทัย
- คุณกมลรัตน์ ชยามฤต
- คุณกัญชนก อินพรั่ง
- ดร.ณรงค์ ปานเจริญ
- คุณตติยาพร จารุมนรัตน์
- คุณธเนศ วรศรีธัญย์
- คุณปกรณ์ รุจิระวิไล
- ศ.ดร.ประถมัฐ โพธิยะราช
- ผศ.ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง
- ดร.พีรดล แก้วลาย
- รศ.ดร.ยงธนิศร์ พิมลเสถียร
- คุณวรรณศรี ปัญญาประชุม
- รศ.ดร.วรลักษณ์ บุนยสุรัตน์
- รศ.ดร.วิติยา ปิตตังนาโพธิ์
- คุณศักดิ์เกษม ตันตียวงค์
- คุณสุนทรี วิชิตนาถ
- ผศ.สุภาวดี โพธิยะราช
- ผศ.ดร.สุรพงษ์ เลิศลิทธิชัย
- คุณสุวรรณา พัฒนา
- คุณอภิสิทธิ์ ไส้คำตรูไกล
- ผู้แทนกลุ่มเครือข่าย Co-Create Chiang Rai



Scan QR Code

โครงการวิจัยศึกษาแนวทางการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
ด้านมรดกทางวัฒนธรรม

