



พฉ มุมมอง

คู่มือแนวทางการพัฒนาและสร้างสรรค์เขตพื้นที่
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารอย่างยั่งยืน
กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

HANDBOOK FOR THE DEVELOPMENT OF REGIONS OF GASTRONOMY
WITH LOCAL GOVERNMENT

โดย

ผศ. ดร.จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และ คณะนักวิจัย
บริษัท เพอร์เฟคชั่นส์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

คณะผู้วิจัย

ผศ.ดร. จุฑามาศ วิชาลสิงห์
บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

ดร. เชิดชาย จันรัตน์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ดร. นนทวรรณ ส่งเสริม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ดร. แก้วตา ม่วงเกษม
มหาวิทยาลัยมหิดล

ผศ.ดร. พรรณี พิมาพันธุ์ศรี
มหาวิทยาลัยบูรพา

สุทธิมา เสืองาม
บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

การออกแบบอีบุ๊คฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง
“แนวทางการพัฒนาและสร้างสรรค์เขตพื้นที่
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารอย่างยั่งยืนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
The Development and Creativity of Regions of Gastronomy with
Local Government”

ซึ่งได้รับการสนับสนุนโครงการวิจัยจาก
หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.)
สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)
ประจำปีงบประมาณ 2565



คำนำ

แนวคิดการพัฒนาเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร เป็นการคิดแบบองค์รวม โดยมีการเชื่อมโยงทรัพยากรที่มีอย่างหลากหลายในท้องถิ่น ที่สามารถสืบค้นนำมาร้อยเรียงสร้างสรรค์ให้เป็นที่รับรู้ในความโดดเด่นและทำได้อย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การพัฒนาในแบบร่วมคิด ร่วมกำหนดเป้าหมายจะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทั้งในเชิงนโยบายที่มุ่งสู่การสร้างควมหลากหลายทางชีวภาพ (Bio-diversity) และในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ทำความเข้าใจกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circularity and Creativity) ที่มุ่งสู่การสร้างคุณค่าสูง (High value) การพัฒนาที่มีทิศทางในแบบความสัมพันธ์เชิงระบบนี้ (systemic) จะทำให้เกิดการเชื่อมโยงภาคอุตสาหกรรมและทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น ที่ไม่คิดแยกแบบภาคส่วน แต่จะคิดนำองค์ประกอบที่เป็นชิ้น ๆ มาร้อยเชื่อม จนสามารถเห็นเป็นการพัฒนาเขตพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โครงการวิจัยนี้ ริเริ่มตามแนวคิดแบบองค์รวมนี้ โดยการนำวัฒนธรรมอาหารมาเป็้องค์ประกอบหลักในการร้อยเรียงของพื้นที่

คู่มือนี้ใช้เป็นแนวทางให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่ต้องการนำวัฒนธรรมอาหารมาพัฒนาเป็นความโดดเด่นและนำมาเป็นเครื่องมือที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาพื้นที่ในด้านต่าง ๆ ตามแผนที่มีของเมือง ขั้นตอนการดำเนินงานในคู่มือนี้จะช่วยให้ อปท. นำไปสื่อสารกับหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการเข้าไปทำงานร่วมกับ อปท. จะได้เห็นภาพขั้นตอน บทบาทหน้าที่ของ อปท. และนำไปใช้ปรับทัศนะ และ ออกแบบขั้นตอนการดำเนินงานที่สามารถสร้างความร่วมมือกับ อปท. ได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผศ.ดร.จุฑามาศ วิชาลสิงห์
ผู้อำนวยการโครงการวิจัย

สารบัญ

CHAPTER 1

แนวทางการขับเคลื่อนโครงการร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4

CHAPTER 2

KITCHEN LAB & FOOD FILM FESTIVAL

27

CHAPTER 3

ข้อค้นพบ & ข้อเสนอแนะ

46



แนวทางการขับเคลื่อนโครงการ
ร่วมกับ
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

คุณก็เป็นอีกหนึ่งคนใช่หรือไม่ ที่เคยตั้งคำถามกับตัวเองว่า การขับเคลื่อนโครงการต่าง ๆ ในประเทศไทย เป็นหน้าที่ของใครกัน

อบต. เกศบาล อบจ. จังหวัด



ทั้งนี้ แต่ละส่วนงานมีบทบาทหน้าที่ที่ต่างกัน แต่สามารถขับเคลื่อนความร่วมมือไปด้วยกันได้ ขึ้นอยู่กับว่าเราจะหาวิธีเชื่อมต่อ เชื่อมโยง เสียบบล็อก กับองค์กรเหล่านั้นอย่างไร คู่มือเล่มนี้ นำเสนอแนวทางในการทำงานร่วมกัน เพื่อสร้างสรรค์ประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับท้องถิ่น ชวนคุณมา **พลิกมุมมอง** จากเดิมที่ว่า “**จับก็แค่ฟันเฟืองตัวเล็ก ๆ**” กลายเป็น “**จับคือคนขับเคลื่อนโครงการชุมชน**” โดยตั้งโจทย์ที่การพัฒนาเขตพื้นที่การ **ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร**

อ่านจบแล้วคุณอาจจะได้แรงบันดาลใจไปทำโครงการดี ๆ ต่อไป เพียงแค่ตั้งใจจริง ก็สามารถสร้างประโยชน์หลายสถานให้กับชุมชน ละแวกบ้าน ภูมิภาคต่าง ๆ ได้เช่นกัน

ทำไมต้องเป็น

“เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร”

เพราะอาหารอยู่ใกล้ตัวเรา เราต้องกินทุกวัน อาหารสร้างความสัมพันธ์ สร้างความเชื่อมโยง สร้างความเปลี่ยนแปลง ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ในแต่ละเมือง มีพื้นที่เพาะปลูก และผลิตภัณฑ์วัตถุดิบประกอบอาหาร พื้นที่ปรุงอาหาร เสิร์ฟอาหาร แหล่งเรียนรู้เรื่องภูมิปัญญาอาหาร ร้านขายของฝากจากอาหาร ร้านอาหาร ตลาดสด ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นจุดกำเนิดพลังงานหล่อเลี้ยงชีวิต อารมณ์ และสังคม ในมิติต่าง ๆ

คำถามต่อมาก็คือ **ทำอย่างไรให้พื้นที่เหล่านี้ เสริมศักยภาพซึ่งกันและกันดึงสายพานเศรษฐกิจ** ที่เชื่อมโยงกันอย่างมีโครงสร้างเชิงระบบรองรับ

อาหาร จึงเป็นแกนกลางเชื่อมโยงทุกท้องถิ่นในประเทศไทยถึงกันได้ จนทำให้บ้านเราเป็นจุดหมายที่มั่งคั่งไปด้วยวัฒนธรรมการกินที่หลากหลาย เพียงแต่เราต้องทำความเข้าใจเสียใหม่ว่า **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร** ไม่ใช่ทัวร์เชิภูชิม ลิ้มลองของอร่อยในแต่ละท้องถิ่น นั่นเป็นเพียงแคใบเบิกทาง แต่ถ้าเราสามารถยกระดับอาหาร ให้เป็นฟันเฟืองหลักในการสร้างเขตพื้นที่พิเศษที่ตอบโจทย์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร หากทำเช่นนั้นได้ เราช่วยสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับชุมชน นำไปสู่ความมั่งคั่ง อย่างยั่งยืน ในแบบของเราเอง

และความสามารถในการทำงานร่วมกันกับ**องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**นี้แหละ จะเป็นตัว Crack the Code หรือถอดสลักกุญแจของการทำงานแบบบูรณาการที่เกือบจะปิดตาย ให้เปิดออกมาได้ จากในอดีตที่เราเคยทำงานแบบแยกส่วน ทำโครงการเสร็จแล้วก็จบไป เปลี่ยนเป็นการทำงานที่สามารถ**เชื่อมโยง** **ต่อยอด** และ **ตอบโจทย์** แผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้

เริ่มต้นอย่างไร

10 คำถามที่ต้องทำความเข้าใจก่อนเริ่มทำงานร่วมกับพื้นที่

- 1) หน่วยงานส่วนภูมิภาคกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างกันอย่างไร
- 2) อบจ. มีบทบาทอะไร
- 3) เทศบาลกับอบต. แบ่งพื้นที่กันอย่างไร
- 4) ควรนำแนวคิดโครงการที่จะดำเนินงาน ไปหาหรือหน่วยงานใดก่อน
- 5) ทำงานในพื้นที่ โดยไม่ต้องมีความสัมพันธ์กับ อบท. เลยได้หรือไม่
- 6) อบท. มีการบูรณาการแผนกันอย่างไร ทำความรู้จัก one plan
- 7) บทบาทหน้าที่ตามกฎหมาย ที่ควรรู้
- 8) การทำงานอย่างมีส่วนร่วมให้ได้ประสิทธิผล (ทำให้ ทำด้วย ทำพร้อมกัน)
- 9) อบท. มีผู้เชี่ยวชาญเพียงพอในพื้นที่หรือไม่
- 10) การส่งมอบงานโครงการริเริ่มต่าง ๆ ให้อบท. สานต่อ ระยะยาว

ทำความเข้าใจกับ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3 ประเภท

หลายหน่วยงานที่ทำงานในพื้นที่จำเป็นต้องเห็นภาพโครงสร้างการทำงานระหว่าง การบริหาร ส่วนภูมิภาคที่กำกับดูแลตามอำนาจหน้าที่ของผู้ว่าราชการจังหวัด และ ความสัมพันธ์ ของหน่วยงานเหล่านี้กับการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่จังหวัด (ไม่รวม เมืองพัทยาซึ่งเป็นองค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษในจังหวัดชลบุรี) ประกอบด้วย องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น 3 ประเภท คือ

1) องค์กรบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)

2) **เทศบาล** ซึ่งมีการจัดแบ่งชั้นของเทศบาลตามจำนวนประชากรและรายได้ออกเป็น เทศบาลนคร เทศบาลเมือง และเทศบาลตำบล

3) องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.)

การจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดของไทย (ยกเว้นกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ) มีลักษณะองค์กรปกครองท้องถิ่นแบบ 2 ชั้น (Two-Tier System) คือท้องถิ่นชั้นบน (Upper Tier) ได้แก่องค์กรบริหารส่วนจังหวัด และท้องถิ่น ชั้นล่าง (Lower Tier) คือ เมืองพัทยา (ในจังหวัดชลบุรี) เทศบาล และองค์กรบริหารส่วนตำบล

จากโครงสร้างนี้ พบว่า **องค์กรบริหารส่วนจังหวัด**เป็นหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีพื้นที่ทับซ้อนกับพื้นที่ของ**จังหวัด**ที่เป็นราชการส่วนภูมิภาค แต่องค์กรบริหารส่วนจังหวัด และจังหวัดต่างทำหน้าที่หน่วยงานทางปกครองที่อยู่ตรงกลาง (Intermediary unit) เพื่อบริหารจัดการหรือเชื่อมโยงประสานงานระหว่างราชการส่วนกลางกับหน่วยงานทาง ปกครองท้องถิ่นชั้นล่าง

เนื่องจาก**องค์กรปกครองท้องถิ่นชั้นล่าง** แม้จะเป็นหน่วยงานปกครองท้องถิ่น
ขั้นพื้นฐาน (Basic Unit) ที่มีความใกล้ชิดกับชุมชนและทรัพยากรท้องถิ่นมากที่สุด แต่มักจะเป็น
หน่วยงานที่มีขนาดเล็ก ทั้งในแง่พื้นที่ ประชากรและกำลังคน ทำให้ไม่สามารถจัดการบริการ
สาธารณะบางประเภทที่มีขนาดใหญ่หรือการบริการสาธารณะที่ตอบสนองความต้องการร่วมกัน
ของท้องถิ่นชั้นล่างหลายองค์กรให้เกิดความคุ้มค่าหรือมีประสิทธิภาพสูงสุดได้

นอกจากนี้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นชั้นล่างอาจมีลักษณะการกระจายตัวทางพื้นที่เป็นพื้นที่
เมืองหรือพื้นที่ชนบท ที่สร้างความแตกต่างในด้านศักยภาพการบริหารจัดการและทรัพยากร
ในการบริหารจัดการไม่ว่าจะเป็นทุนหรือบุคลากร

จึงมีความจำเป็นที่ “หน่วยงานทางปกครอง”
ซึ่งอยู่ตรงกลางนี้เข้าไปช่วยจัดการภารกิจที่
“หน่วยงานปกครองท้องถิ่นชั้นล่าง” ขนาดเล็ก
ไม่อาจจัดการด้วยตนเองได้



กรอบแนวคิดเครื่องมือการพัฒนา

เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร



เมื่อพิจารณาบทบาทตามอำนาจและหน้าที่ตามกฎหมายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่แล้ว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจและหน้าที่ที่จะนำมาประยุกต์ใช้จัดการบริหารมิใช่เฉพาะแต่อำนาจและหน้าที่ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่ยังเป็น **อำนาจและหน้าที่ที่อยู่ในกรอบกำหนดทางกฎหมาย** **ที่ให้อำนาจและหน้าที่ไว้** อำนาจและหน้าที่ลักษณะอื่นได้ ตามแต่ลักษณะขนาดและปัจจัยประกอบตามพื้นที่

แต่อย่างไรก็ตามองค์การบริหารส่วนจังหวัดยังคงเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเชิงพื้นที่แบบองค์รวม

โดยประสานงานและจัดแบ่งหน้าที่ในการต่อยอดอัตลักษณ์และศักยภาพของพื้นที่ โดยกรอบแนวคิดตัวแปรต่าง ๆ นี้จะนำไปศึกษาวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาได้ต่อไป

ตัวแปรกลไกในการจัดการเขตพื้นที่ ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

คือ การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นและการแบ่งงานตามการปกครองท้องถิ่น
ของประเทศไทยที่เป็นการปกครองแบบ **สองชั้น**
(ยกเว้นเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นการปกครองท้องถิ่นแบบชั้นเดียว)

กล่าวคือ

ชั้นบนมีองค์การบริหารส่วนจังหวัด
ที่เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่
มีพื้นที่ทับซ้อนบนพื้นที่ของ**องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น**ขนาดเล็ก
ซึ่งก็คือ เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล และเมืองพัทยา

เมื่อมีพื้นที่ทับซ้อนกันจึงต้อง**แบ่งหน้าที่และอำนาจ**
ระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยกันเอง

ดังที่ปรากฏตามกฎหมายว่าด้วยอำนาจและหน้าที่
ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละประเภท คือ
พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540

พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496

พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2542

พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496

พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528

ขอบเขตการกำหนดพื้นที่การจัดการเขตพื้นที่

ต้องมีเป้าหมายชัดเจน ว่าทำอะไร เพื่ออะไร

เป้าหมายซึ่งพื้นที่เลือกกำหนดได้เองโดยมีแนวทางให้เลือกนั้น จะนำมาออกแบบเป็นกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่พื้นที่ควรนำมาใช้เป็นกลไกในการพัฒนาเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร โดยสามารถเลือกใช้งบจ่ายหรือองค์ประกอบเหล่านี้ได้อย่างสร้างสรรค์ตามศักยภาพของพื้นที่นั้น ๆ โดยนำตัวแปรที่ได้จากการศึกษา มาใช้ประเมินกรณีศึกษา 1) ดำเนินการโดยการสำรวจพื้นที่ ประกอบด้วย 2) การศึกษาแผนการพัฒนาพื้นที่ที่ได้กำหนดไว้ 3) การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและร่วมกันประเมินกิจกรรมสร้างสรรค์ตามตัวแปรทั้ง 24 ข้อ เพื่อให้เห็นแนวทางในการสร้างสรรค์กิจกรรมที่ควรเติมเต็มและใช้เป็นแนวทางระดมความคิดเห็น หากจุดเด่นที่แตกต่างของพื้นที่ร่วมกันได้ต่อไป โดยได้ผลการประเมินตามองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาสร้างสรรค์เป็นเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารทั้ง 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การจัดการด้านการเกษตร (Farming system)
2. การเล่าเรื่องราวและการสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรม (Story and Heritage)
3. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity and Future of Food)
4. ธุรกิจและนวัตกรรม (Strat-up, SMEs)
5. แนวทางการจัดการอาหารยั่งยืน (Sustainable Food)

ศึกษา สํารวจ แผนพัฒนาเมืองอย่างรอบคอบ ว่าอยู่ในกรอบใด

- ✓ มีแผนทิศทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการนำทรัพยากรมาร้อยเรียงเป็นจุดเด่นด้านวัฒนธรรมอาหารโดยตรง
- ✓ ไม่ได้มีแผนทิศทางการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการนำทรัพยากรมาร้อยเรียงเป็นจุดเด่นด้านวัฒนธรรมอาหาร

เมื่อประเมินในเบื้องต้นแล้ว จากนั้นนำมาวิเคราะห์ สํารวจพื้นที่ ตามแนวคิด 11 บริบทแวดล้อม เพื่อนำมากำหนดเป็นเป้าหมายในการพัฒนาตามบริบทของพื้นที่ โดยตั้งคำถามว่า พื้นที่นั้น ๆ สามารถนำทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหาร มาช่วยในการสร้างการเปลี่ยนแปลง และนำมาพัฒนาชุมชน พัฒนาเมือง ได้อย่างไรบ้าง

11 บริบทแวดล้อม ที่กล่าวไปในเบื้องต้น ประกอบด้วย

1. การผลิตอาหารให้แก่โลก

คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2593 โลกจะมีประชากรมากกว่า 9 พันล้านคน การผลิตอาหารให้เพียงพอเป็นเรื่องที่ท้าทายอย่างมาก การสร้าง “เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร” จึงมีเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน และกระตุ้นการระดมความคิด ในประเด็นของการผลิตอาหารให้เพียงพอ ปลอดภัยต่อความต้องการของทุกคน

2. ความยั่งยืน

ระบบอาหารยั่งยืนในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับโลกเป็นสิ่งที่สำคัญต่ออนาคต “เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร” มีเป้าหมายในการกระตุ้นให้เกิดการอภิปรายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดการอาหาร และการปรับปรุงเพื่อสนับสนุนการพัฒนากระบวนการผลิตและการบริโภคอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

3. การศึกษา

ภายใต้นโยบายการร่วมสร้าง “เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร” ผู้ที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้เกิดการหารือเพื่อบรรจุเรื่องราวของอาหารและศาสตร์แห่งการปรุงเข้าไปในหลักสูตรการศึกษา บนพื้นฐานความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษา ภาครัฐ และภาคเอกชน

4. นวัตกรรม

ความรู้ของท้องถิ่นเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญยิ่งสำหรับการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงการสร้างสรรค์สินค้าและประสบการณ์ใหม่ด้านอาหาร ทั้งนี้ การสร้างสรรค์ และการอนุรักษ์ จำเป็นต้องดำเนินการควบคู่กันไป การเปิดโอกาสให้คนต่างรุ่นมาร่วมแลกเปลี่ยน ร่วมสร้างสรรค์ เป็นแนวทางที่จำเป็นอย่างยิ่ง

5. โลกาภิวัตน์

National Geographic พยากรณ์ว่าเราจะสูญเสียความหลากหลายของพันธุ์พืชและสัตว์ถึงร้อยละ 50 ภายในช่วงปลายศตวรรษนี้ ส่งผลให้ประเพณีที่เกี่ยวข้องสูญหายไปพร้อม ๆ กัน จึงจำเป็นที่เราต้องให้ความสำคัญกับพืช ผัก อาหารที่มีตามท้องถิ่น ซึ่งทำให้เกิดประโยชน์ทางระบบนิเวศ สนับสนุนให้ผู้ผลิตมีโอกาสขยายตลาดที่ตอบโจทย์ความหลากหลาย

6. วาระด้านดิจิทัล

วาระด้านดิจิทัล สนับสนุนให้ประชากรและธุรกิจท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีมากที่สุด ทั้งนี้เศรษฐกิจยุคดิจิทัลเติบโตเร็วกว่าภาคส่วนอื่น ๆ แต่ก้ต้องการวิธีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในภาคอาหาร นอกเหนือไปจากการส่งเสริมการขาย เราสามารถใช้เทคโนโลยีสร้างความตระหนักรู้ถึงที่มาของอาหาร เป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์อาหารผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์

7. การเชื่อมโยงเมืองและชนบท

ในปี 2020 โลกมีประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองถึง 3.4 พันล้านคน และมีแนวโน้มของ “การเกิดสังคมเมือง” (Urbanization) ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง

ของประชากรจากชนบทสู่เมืองเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรต่าง ๆ เช่น อาหาร น้ำ พลังงานเชื้อเพลิง เป็นต้น (โดยเฉพาะน้ำ มีการประเมินไว้ว่าจะมีความต้องการน้ำทั่วโลกเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 55 ในปี 2050)

8. การแข่งขันระดับโลก

อาหารท้องถิ่นเป็นหนึ่งในจุดแข็งซึ่งพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลกนำมาใช้แสดงตัวตนในระดับโลก (ทั้งในด้านสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว) “เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร” ควรร่วมมือกันในการตลาดและการจัดงานแสดงสินค้าด้านอาหารและการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมศักยภาพและเปิดตลาดให้ผู้ผลิตได้มีโอกาสเข้าถึงการแข่งขันได้อย่างเป็นธรรม

9. สุขภาพ

“เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร” เน้นคุณค่าของการทำการเกษตรแบบธรรมชาติ ร่วมมือกับผู้ผลิตในท้องถิ่นเพื่อนำระบบการผลิตที่มีคุณภาพและชนบทประเพณีเกี่ยวกับอาหารออกสู่สายตาผู้คน เชิดชูภูมิปัญญาการทำให้อาหารเป็นยา เพื่อป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บต่าง ๆ ด้วยการดูแลสุขภาพ ผ่านความรู้เรื่องอาหารการกินให้มากขึ้น

10. ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและอาหาร

“เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร” ชูความแตกต่างที่โดดเด่น และนำเสนอความหลากหลายของอาหาร เพื่อเสริมสร้างให้คนท้องถิ่นเกิดความภูมิใจและเคารพต่อความหลากหลายของพันธุ์พืช และทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น

11. การสนับสนุน SMEs

“เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร” ควรแนะนำแผนงาน สนับสนุนกลไก รวมถึงข้อเสนอต่าง ๆ ในด้านวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และด้านการท่องเที่ยว ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ทำงานเพื่อส่งเสริม “เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร” ให้โดดเด่นต่อไป

และนี่คือ 11 บริบทแวดล้อมที่นำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย กรอบยุทธศาสตร์ และกำหนดตัวชี้วัด โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างแพลตฟอร์มเรียนรู้ แลกเปลี่ยนภายใต้แนวคิด “เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร”

4 ห่วงโซ่ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร

1. **Farming Systems and Organic Ingredients** การเดินทางเริ่มต้นขึ้นจากแหล่งกำเนิดอาหาร แปลงผัก สวนผลไม้ บ้านไร่ หรือท้องนา ในแนวทางเกษตรปลอดภัย ส่งผลดีต่อทั้งผู้ปลูกและผู้กิน สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของอาหารต่อสุขภาพและการกินดีมีสุข
2. **Story of Food** เรื่องราวเบื้องหลังที่ทำให้คุณค่าของอาหารแต่ละจานโดดเด่นและเป็นที่จดจำ อาหารหนึ่งจาน รวบรวมเรื่องราวมรดกภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมการกิน วิธีการนำเสนออาหาร ล้วนแต่เป็นการสร้างความดีมีดีให้กับเราได้ลิ้มรสอาหาร อาหารจึงเป็นมากกว่าอาหารเสมอ
3. **Creative Industries and Creative Culture** อุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นทุน มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องกับอาหารได้ทั้งสิ้น เพราะการนำเสนออาหารเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ธรรมเนียม และทิศทางของอาหารตามยุคสมัย นับตั้งแต่ภาชนะใส่อาหาร ไปจนถึงนวัตกรรมด้านอาหาร รางวัลด้านอาหาร หรือเทศกาลภาพยนตร์อาหาร ดนตรี การแสดง วรรณกรรม ที่ล้วนสามารถทำให้อรรถรสของอาหารเป็นได้มากกว่า อิ่มท้อง แต่สร้างสรรค์ให้อิ่มสมอง อิ่มตา อิ่มใจ
4. **Sustainable Tourism** ผลักดันการพัฒนาอย่างยั่งยืนบนฐานของการท่องเที่ยวอนุรักษ์ ส่งเสริมเรื่องราวท้องถิ่น ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อสร้างโอกาสให้เกิดความคงอยู่ของความหลากหลายชีวภาพ การจัดการเศษอาหารเหลือทิ้ง คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การปกป้องมรดกทางอาหารของท้องถิ่น ให้อาหารเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ เปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งและยั่งยืนแก่ผู้มาเยือน

การจัดการทรัพยากรตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารที่มีครบทั้ง 4 เสาหลักข้างต้น จะช่วยให้เห็นการแบ่งงาน (Division of work) ที่จะต้องจัดการให้ครอบคลุมขึ้น

หากดำเนินตามวิธีนี้ ภาคส่วนที่ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนและเขตพื้นที่ที่จะมีส่วนทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจโดยรวมสมบูรณ์มากขึ้น ทั้งยังขยายโอกาสในการพัฒนา ในกรณีนี้ ผลิตภัณฑ์หลักของเขตพื้นที่ คือ **ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าเสนอผ่านจานอาหาร** หรือ **กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยรวม** ซึ่งเป็นผลมาจากผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นของเขตพื้นที่นั้น การให้บริการด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ การให้บริการด้านผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว ทั้งนี้ องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของวิธีการนี้ คือ

**การรวมภาคส่วนต่าง ๆ ของการพัฒนาเขตพื้นที่เข้าด้วยกัน
สร้างความร่วมมือและการพัฒนาด้านอื่น ๆ ในเขตพื้นที่ให้สอดคล้องกัน
และมีการประสานงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างหน่วยงานภาครัฐ
และภาคเอกชน**

แนวคิดเขตพื้นที่ จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่เสริมแนวคิดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความเฉพาะทาง นำองค์รวมทั้งหมดที่ทำงานร่วมกันจากหลายภาคส่วนในแต่ละเขตพื้นที่ ที่สามารถดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่ครอบคลุมทั้งระบบนี้ได้ โดยพบว่าแต่ละพื้นที่อาจมีจุดเด่นไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับสภาพความเป็นเมือง (Urban) หรือความเป็นชนบท (Rural) และสามารถเน้นการพัฒนาที่เป็นการสร้างสรรค์อย่างหรูหรา (Fancy) หรือ เน้นที่ความธรรมดา (Basic) ซึ่งได้อธิบายเพิ่มเติมดังแผนภาพในหน้าต่อไป



แผนภาพ แสดงแนวทางพัฒนางานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร

จากกรอบปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมา สามารถรวบรวมองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ในห่วงโซ่นี้ สรุปได้เป็น 5 ปัจจัยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ (Strategic Focus) โดยในแต่ละปัจจัยนี้สามารถแตกรายการแนวทางการสร้างสรรค์โครงการเพื่อขับเคลื่อนปัจจัยทางยุทธศาสตร์ทั้งห่วงโซ่ได้รวม 24 แนวทาง ดังสรุปในตารางต่อไปนี้

<p>แนวทางการสร้างสรรค์โครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การพัฒนาเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร</p>
องค์ประกอบ (Attributes)
1. การจัดการด้านการเกษตร (Farming system)
1. ส่งเสริมการทำฟาร์มออร์แกนิก (Promoting organic farming)
2. การจัดให้มีตลาดของเกษตรกร (Availability of farmer market)
3. การเข้าถึงและหาได้ของผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก (Access to organic produces)
4. การสร้างความตระหนักถึงสุขภาพและการทานอาหารปลอดภัยมีประโยชน์ (Raising awareness of health issues and promote healthy eating)
2. การเล่าเรื่องราวและการสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรม (Story and Heritage)
1. การถ่ายทอดเรื่องราวท้องถิ่นผ่านความโดดเด่นของอาหารและวัฒนธรรม (Communicate local stories through cultural and food uniqueness)
2. การให้ความสำคัญต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาหาร (Highlighting diversity of distinctive food cultures)
3. การสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการกินและการปรุงอาหารแบบดั้งเดิม (Raising awareness about traditional ways of cooking and eating)
4. การเชื่อมต่อสิ่งแวดล้อมในเมืองและชนบทผ่านอาหาร (Re-connect rural and urban environments through food)
3. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity and Future of Food)
1. การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอศิลปะกับอาหาร (Supporting creativity in the art of food)
2. จัดแสดงงานและมีแพลตฟอร์มในการนำเสนออนาคตของอาหาร (Food events and platforms to express future of food)
3. ส่งเสริมอาหารสมัยใหม่และนวัตกรรม (Promoting modern food and innovation)

แนวทางการสร้างสรรค์โครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การพัฒนาเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร
องค์ประกอบ (Attributes)
4. รางวัลสำหรับจุดหมายปลายทางโดดเด่นด้านอาหาร (Food spot and destination awards)
5. สร้างสรรค์เทศกาลวัฒนธรรมอาหาร (Food Event & Festival)
6. เทศกาลภาพยนตร์อาหาร (Food Film Festival)
4. ธุรกิจและนวัตกรรม (Strat-up, SMEs)
1. ส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Supporting Small and Medium Enterprises (SMEs) for food tourism related businesses)
2. ธุรกิจใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับอาหารและท่องเที่ยว (New initiatives or start-ups related to food tourism)
3. ส่งเสริมสินค้า ของฝาก ของที่ระลึก ในกลุ่มอาหาร (Promoting local food gift)
4. ส่งเสริมอาหารคุณภาพสูงระดับบน (Promoting fine dining)
5. ส่งเสริมอาหารริมทาง (Promoting Street Food)
6. พัฒนาเชฟรุ่นใหม่ (Empower young artisan chefs)
5. แนวทางการจัดการอาหารยั่งยืน (Sustainable Food)
1. แนวปฏิบัติการจัดการอาหารยั่งยืน (Sustainable food tourism guidelines)
2. ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น (Promoting the use of locally sourced ingredients)
3. การจัดการของเสีย ของเหลือจากอาหาร (Manage food waste)
4. การใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Advancing digital technologies used in promoting food tourism)

ตารางแสดงรายการงานการพัฒนาเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร

แนวทางการพัฒนาสร้างสรรค์ เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร



กำหนดเป้าหมาย
เฉพาะของพื้นที่
(ไม่ต้องทำทุกเรื่อง)



สำรวจพื้นที่ ย้อนดูตน รวบรวม
ความรู้ราย
5 ปีวิจัยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์



ตรวจสอบบริบทแวดล้อม

ตรวจสอบบริบทแวดล้อม
11 บริบทแวดล้อมของ
อนาคตระบบอาหารและการ
ขับเคลื่อนความยั่งยืน
(เพิ่มศักยภาพบุคลากร)



กำหนดเป้าหมาย

ทำความเข้าใจระบบวัฒนธรรม
อาหารและทรัพยากรที่มีตาม
ห่วงโซ่ 4 เสา
(เพิ่มศักยภาพบุคลากร)

เข้าใจห่วงโซ่ 4 เสา

สำรวจพื้นที่



ก้าวที่ละเรื่อง
ปราดเปรื่องที่ละจุด
จัด Theme ความโดดเด่น
(วิธีเดียว สรุปภาพลักษณ์)

ความโดดเด่น จุดขาย

24 แนวทางสร้างธุรกิจกรม
(สร้างสรรค์ให้แตกต่างอย่างมีที่มา)

แบ่งงานกันทำ ไม่ซ้ำซ้อน
เชื่อมโยงสู่เป้าหมายเดียวกัน

(คนในบอกกล่าวคนนอก ชี้อัตวิสัยทางว่าพื้นที่ต้องการไปทางไหน)

กลไกในการจัดการระดับท้องถิ่น ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

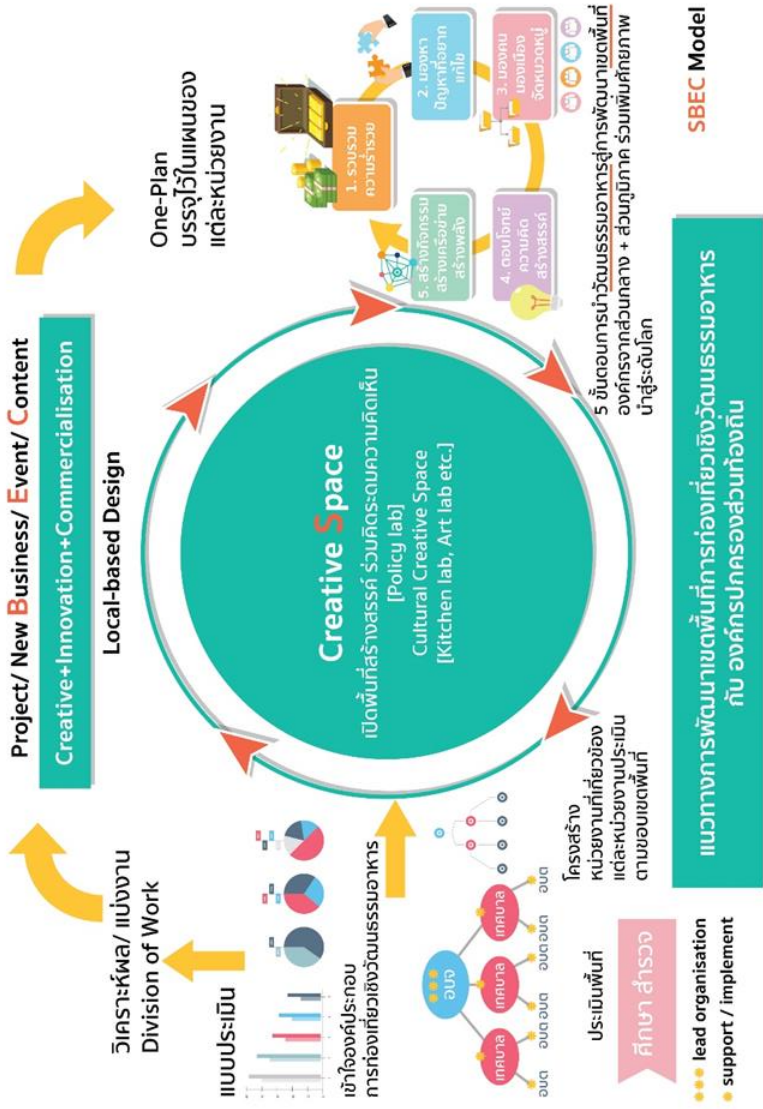
กลไกหลักเริ่มที่
การประสานทำงานร่วมกันในพื้นที่
โดยไม่ลืมที่จะให้แกนหลัก คือ
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและส่วนภูมิภาค
เป็นฝ่ายผลักดัน หนุนเสริม
ร่วมพัฒนาขีดความสามารถ
ทั้งในเชิงนโยบายและการนำพาสู่การปฏิบัติงาน
ร่วมมือขับเคลื่อนให้ได้ผลสัมฤทธิ์
การริเริ่มแนวทางกลไกทั้งระบบ
ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์มีอย่างต่อเนื่อง
และสามารถนำไปสู่การสร้างสรรคได้เอง
ของกลุ่มเครือข่ายที่ก่อตัวขึ้นในเมือง



กลไกการทำงานร่วมกันโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

แนวทางที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง
สามารถนำไปสู่การสร้างสรรค์ได้เองของกลุ่มเครือข่ายที่ก่อตัวขึ้นในเมือง
ทำให้การทำงานไม่เป็นแบบโครงการทำครั้งเดียวจบ โครงการแล้วเสร็จ
ซึ่งต้องอาศัย**กลไกที่ีการบริหาร 4 องค์ประกอบ** ได้แก่

- การเปิดพื้นที่สร้างสรรค์ ในพื้นที่องค์กรปกครองท้องถิ่นส่วนล่างให้มากขึ้น (Creative Space)
- การส่งเสริมกระตุ้นการริเริ่มกิจกรรมทางวัฒนธรรม งานอีเวนต์ และ ธุรกิจ ใหม่ ๆ (Creative Business/Activities)
- การส่งเสริมการจัดมหกรรมงานทางวัฒนธรรม เช่น งานอีเวนต์ต่าง ๆ (Creative Event)
- การส่งเสริมการสื่อสาร โดยการนำขององค์กรปกครองส่วนจังหวัดที่รวบรวม กิจกรรมทั้งหมดที่มีในแต่ละเทศบาลและอบต. (Creative Content to Connect the dots)



แนวทางการพัฒนาเขตพื้นที่การท่องเกี่ยว เชิงวัฒนธรรมอาหาร กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

จากแผนภาพแสดงการจัดการในเขตพื้นที่ (SBEC Model) ได้สรุปกระบวนการสร้างสรรค์
เขตพื้นที่การท่องเกี่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร โดยเริ่มจากการศึกษา สํารวจ
ท่าความเข้าใจพื้นที่ สืบค้นทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นมาสร้างสรรค์โครงการฯ
โดยใช้กรอบของ 11 บริษัทแวดล้อม 4 เสาหลักของการท่องเกี่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร
5 ปัจจัยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 24 แนวทางสร้างสรรค์
มาเป็นองค์ประกอบการออกแบบโครงการและแผนการดำเนินงาน

จากนั้น จึงพิจารณาถึงบทบาทการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามลำดับ
นับตั้งแต่ อบต. เทศบาล อบจ. และจังหวัด ซึ่งมีความใกล้ชิดกับแหล่งข้อมูล
สามารถเชื่อมโยงไปสู่ผู้นำท้องถิ่นที่มีศักยภาพ ตลอดจน
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่จะร่วมกันสร้างระบบอาหารยั่งยืนได้

ส่วนที่สำคัญที่สุดในกระบวนการนี้ คือ **การเปิดพื้นที่** ให้ผู้ที่มีส่วนได้เสีย
มีโอกาสมาร่วมระดมสมอง พัฒนาต่อยอดความคิด

เมื่อผู้ดำเนินโครงการ ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาโครงการแล้ว
ก็สามารถนำมาบรรจุไว้แผน เพื่อขับเคลื่อนโครงการให้เป็นไปตามกรอบที่ตั้งไว้

ในบทต่อไป จะกล่าวถึงกรณีศึกษาในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี และเมืองพัทยา
ในขอบเขตของการดำเนินโครงการ การมีส่วนร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
และภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง



KITCHEN LAB
&
FOOD FILM SOCIETY

จากทฤษฎี สู่การลงมือภาคปฏิบัติ

วัตถุประสงค์ของการทำงานวิจัยครั้งนี้ เพื่อค้นหากระบวนการในการทำงานร่วมกันของ **องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น** และขั้นตอนการเชื่อมโยง การแบ่งงาน กับการทำงานระดับภูมิภาค (Process) การสร้างการมีส่วนร่วมที่จะทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าจากหลากหลายมิติของเขตพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร โดยนำกรณีศึกษาจากการทำงานใน 2 พื้นที่ ที่มีรูปแบบที่ต่างกัน คือ **จังหวัดเพชรบุรี** ซึ่งมีจำนวนองค์กรที่อยู่ภายใต้โครงสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นครบถ้วน ทุกขนาดและแสดงให้เห็นโครงสร้างการปกครองระดับท้องถิ่นในแบบปกติที่พบในจังหวัดต่าง ๆ ในขณะที่ **เมืองพัทยา** มีพื้นที่ขนาดเล็ก ครอบคลุมตัวเมือง และ พื้นที่ 4 ตำบลเท่านั้น

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำลักษณะการปกครองส่วนท้องถิ่น ทรัพยากรที่มีในพื้นที่ รวมทั้งทิศทางในการพัฒนาพื้นที่และภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวมาเป็นตัวแปรในการพิจารณา เพื่อให้เห็นแนวทางและกลไกในการจัดการระดับท้องถิ่นสู่การเป็น **เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร** สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในรูปแบบโครงสร้างการปกครอง และทรัพยากรที่หลากหลาย โดยกิจกรรมที่นำไปศึกษากับเมืองเพชรบุรี คือ KITCHEN LAB ส่วนกิจกรรมที่นำไปร่วมสร้างสรรค์กับเมืองพัทยา คือ FOOD FILM SOCIETY

จากการทำงานในสองพื้นที่นี้ นำไปสู่สมมติฐานที่ว่า อาหารสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองได้จริง ภายใต้กรอบการทำงานที่มีเป้าหมาย ร่วมคิดร่วมทำไปพร้อมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

แหล่งอาหารจังหวัดเพชรบุรี



จังหวัดเพชรบุรี

จากการทบทวนแผนของจังหวัดพบว่า เพชรบุรียังคงมีพื้นที่ทางการเกษตรครอบคลุมทุกอำเภอ และมีการผลิตวัตถุดิบต้นทางอยู่อย่างมากมาย ซึ่งนับว่าเป็นทรัพยากรสำคัญในการเริ่มสร้างสรรค การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารได้ครบทั้งห่วงโซ่ ประกอบกับความร่วมแรงร่วมใจ ของคนในจังหวัด ภายใต้การนำของผู้ว่าราชการจังหวัด มีส่วนผลักดันให้จังหวัดเพชรบุรี ได้รับการประกาศให้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO ด้านวิทยาการอาหาร ในปี พ.ศ.2564 ซึ่งนับว่าเป็นหนึ่งรูปแบบในการพัฒนาเขตพื้นที่เฉพาะทาง ที่มีข้อได้เปรียบ ทั้งองค์สภาพ ในการกำหนดทิศทางการบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดเขตพื้นที่การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งเพชรบุรีให้คำนิยามเมืองว่า “เมืองสามรส” ซึ่งมาจากวัตถุดิบท้องถิ่น ที่มีทั้งรสเค็มจากเกลือสมุทร รสเปรี้ยวจากมะนาวเมืองเพชร ซึ่งได้แก่พันธุ์มะนาวแป้น พันธุ์มะนาวหนึ่ง พันธุ์มะนาวไซ้ และรสหวานจากตาลโตน ซึ่งเป็นต้นเหตุที่ทำให้ขนมหวาน เมืองเพชรสร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับจังหวัดเพชรบุรีอย่างยาวนาน



การทดลองกิจกรรมและสร้างแพลตฟอร์มเครือข่ายเพชรบุรี

จากข้อสรุปการประเมินศักยภาพและการกำหนดเป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมอาหาร โดยการนำทรัพยากรโดดเด่นทางการเกษตรมาเชื่อมโยงสู่การพัฒนาเป็น **เมืองหวานจับใจ** (Phetchaburi : Sweet Experience) และต่อยอดในการสร้างสรรค์อาหารได้ในมิติอื่น ๆ ในระยะยาว จึงริเริ่มการทำงานด้วยการสร้างเครือข่ายที่เรียกว่า **ชมรมห้องทดลอง เชฟส์เทเบิล เมืองพริบพรี (Phrippri Chef's table Laboratory Club)** ก่อตั้งขึ้นเป็นแพลตฟอร์มในการสร้างนวัตกรรมอาหารประจำเมือง โดยกำหนดภารกิจหลักร่วมกัน คือการส่งเสริมการนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาสร้างสรรค์อาหารและกิจกรรม เพื่อนำเสนอในพื้นที่ที่มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ทั้งสถานที่ที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้ว หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เปิดขึ้นใหม่ และมีเรื่องราวที่น่าสนใจ

การรวมตัวนักขับเคลื่อนกิจกรรมผ่านวัฒนธรรมอาหาร

อาหารที่มีการออกแบบ สร้างสรรค์ คัดเลือกวัตถุดิบ ผ่านกรรมวิธีการปรุงที่ครบองค์ประกอบ ทั้งศาสตร์และศิลป์นั้น มีพลังในการเล่าเรื่องเมืองอย่างไม่น่าเชื่อ แต่การเขียนบทให้อาหารขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร จะบรรลุผลสำเร็จไม่ได้ หากปราศจากความร่วมแรงร่วมใจจากหลายฝ่าย ที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบ ร้อยเรียง สร้างสรรค์ ไปจนถึง การประชาสัมพันธ์ สร้างการตระหนักรู้ ก่อให้เกิดแรงกระเพื่อม และดึงดูดให้มีผู้คนเข้าร่วมกิจกรรมขับเคลื่อนไปพร้อม ๆ กัน เพื่อไปสู่เป้าหมายที่ปลายทาง

ชมรมห้องทดลอง เชฟส์เทเบิล เมืองพริปปรี (Phrippri Chef's table Laboratory Club) เริ่มต้นขึ้นจากข้อสรุปโดยมีแผนการดำเนินงานระยะยาวและมีข้อตกลง (MOU) ในการประชุมหารือร่วมกับกลุ่มขับเคลื่อนหลัก โดย ผศ.ดร.เสนาะ กลิ่นงาม อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี และ ผศ. ณรงค์ โกรนตรี คณบดี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี หลังจากมีผู้ก่อตั้งที่จะสร้างการขยายเครือข่ายได้ต่อไป ได้กำหนดแนวทางร่วมหารือ นับจากวันที่ 18 พฤษภาคม 2022 มาอย่างต่อเนื่อง

เมื่อได้ข้อสรุปของกิจกรรมหลัก เป็นการนำเสนอนวัตกรรมวิทยาการอาหารในรูปแบบ Chef's Table ทำให้เกิดการรวมตัวของบุคลากรในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอาหาร นักออกแบบสร้างสรรค์อาหาร เชฟ ผู้ประกอบอาหาร ฟู้ดสไตล์สต์ ช่างภาพอาหาร นักโภชนาการ นักวิชาการอาหาร นักชิมอาหาร เกษตรกร ผู้ประกอบการแหล่งอาหาร ผู้ประกอบการของฝาก ของที่ระลึก แหล่งอาหารเกษตรปลอดภัย การรวมตัวเป็นเครือข่าย ยังเป็นจุดเริ่มต้นของการสืบค้นงานวิชาการที่เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น อาหารในตำนาน แหล่งความรู้ที่อ้างอิงได้ทั้งบุคคล วรรณกรรม เอกสารวิชาการ ฯลฯ ประกอบกับศาสตร์และศิลป์ในการออกแบบ ตกแต่งอาหาร ที่เปิดพื้นที่สร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่



แพลตฟอร์มนี้มีผู้ขับเคลื่อนหลัก ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้ง ริเริ่มในการประสาน ดำเนินงาน ประกอบด้วย **เชฟตุ** (ทศพร ลิมดำเนิน) ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารประจำโรงเรียนการอาหารนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี **อาจารย์ดริม** (อ.นราธร สัตย์ชื้อ) อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยี และศิลปะการประกอบอาหาร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี และ **คุณเอ** (ชาญณรงค์ บำราพรักษ์) ครีเอทีฟ ไดเรคเตอร์ ชาร์ล สไตล์ บางกอก-เพชรบุรี และที่ปรึกษาสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งร่วมกันนำเสนอความโดดเด่น ความคิดสร้างสรรค์ด้วยการออกแบบเมนู ตลอดจนเทคนิคกระบวนการจัดการเพื่อชูวัตถุดิบหลัก ถ่ายทอดหลักการจัดองค์ประกอบและนำเสนอผ่านศิลปะการจัดจานอาหาร บูรณาการเข้ากับ ศิลปะการบริหารจัดการ การออกแบบบรรยากาศ การเล่าเรื่อง การนำเสนอวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ มรดกแห่งภูมิปัญญา เพื่อต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยว การตลาด และการประกอบ ธุรกิจที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปสู่เกษตรกร ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ ชุมชน จังหวัด ประเทศ และตลาดสากลต่อไป



KITCHEN LAB : Creative Space for Creative Conversation

ถ้าปราศจาก “คนสร้างสรรค์” ก็ไม่มี “พื้นที่สร้างสรรค์” เพราะคนสร้างสรรค์ สามารถเนรมิตพื้นที่ว่างเปล่า หรือพื้นที่ที่เคยใช้งานภายใต้ข้อจำกัด ให้กลายเป็นพื้นที่สร้างสรรค์ ซึ่งใช้ประโยชน์ได้ในหลายมิติ

กิจกรรมที่ทดลองร่วมกัน คือ **การเปิดพื้นที่สร้างสรรค์ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานจากส่วนภูมิภาค** นำโดย รักษาการ ผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี นายอำเภอบ้านแหลม จ.เพชรบุรี โดยได้เลือก**ยู้งเกลือบ้านร่องใหญ่** ในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลบางแก้ว อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี นำโดยนายกอบต. บางแก้ว อ.บ้านแหลม และ ผู้ใหญ่บ้าน บ้านร่องใหญ่ ต.บางแก้ว อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี ประสานและขับเคลื่อนกิจกรรมโดย **ชมรมห้องทดลอง เซฟส์เทเบิล เมืองพริบพรี** โดยมีทีมคณะนักวิจัยร่วมจัดกิจกรรม ระดมความคิดเห็น ออกแบบสร้างสรรค์ ตามแนวคิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์**เมืองแห่งความหวานจับใจ** ที่สามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดเมืองสามรส (เค็ม เปรี้ยว หวาน) จากพื้นที่ต้นทางอาหารคือ การทำนาเกลือที่นับว่าเป็นทรัพยากรโดดเด่นของพื้นที่นำมาออกแบบพื้นที่สร้างสรรค์ให้เกิดแรงบันดาลใจ สร้างการเรียนรู้เรื่องเกลือและที่มาของวัตถุดิบต่าง ๆ ประสานส่งต่อแนวคิดให้กับทีมเซฟ และทีมออกแบบสถานที่ของชมรม

ในการจัดประสบการณ์ร่วมกับ อบต. ให้เกิดขึ้นในยู้งเกลือซึ่งผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้ดูแล การประสานหน่วยงานและกลุ่มคนหลากหลายนี้ นับเป็นตัวอย่างการเปิดพื้นที่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้อย่างดี โดยสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ เปลี่ยนยู้งเกลือ ให้กลายเป็น KITCHEN LAB รองรับกิจกรรม POP UP Chef’s table บทสนทนาเกี่ยวกับเมืองพริบพรี ค่อย ๆ ถ่ายทอดออกมาผ่านอาหารแต่ละจาน



จากการร่วมจัดกิจกรรมทดลองครั้งนี้ทำให้เห็นว่า การสร้างสรรค์อาหารโดยชมรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เป็นแนวทางหนึ่งที่จะเปิดโอกาสให้เชฟรุ่นใหม่ได้มีโอกาสรวมตัวกันเป็นเครือข่ายในการรังสรรค์อาหารท้องถิ่น การได้ทำซ้ำบ่อย ๆ จะทำให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับของดี ของเด่น ในท้องถิ่นมากขึ้น เช่น การแลกเปลี่ยนเรื่องเกลือพบว่า คนท้องถิ่นอาจมองข้ามเรื่องราวที่ใกล้ตัวทำให้เกิดประเด็นเรียนรู้ที่ตั้งคำถามระหว่างการสนทนา คือ เกลือบ้านแหลมและวิธีการผลิตต่างจากเกลือสมุทรสงครามหรือไม่ แม้เมืองทั้งสองจะอยู่ติดกันเพราะเหตุใดจึงแตกต่างกัน เป็นต้น

**“การเปิดพื้นที่เพื่อให้เกิดการตั้งคำถามเหล่านี้
นับเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการสร้างสรรค์นวัตกรรม
ได้อย่างกว้างขวางต่อไป”**

การดำเนินงานนับจากการวางแผน ออกแบบแนวคิด การคัดเลือกพื้นที่ การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยแกนนำหลักในพื้นที่ ที่มีเป้าหมายการทำงานร่วมกันระยะยาว และตระหนักตรงกันว่า การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งไม่ได้เป็นเพียงเพื่อการจัดงานอีเวนต์ แต่เป็นการสร้างฐานของเครือข่ายร่วมกันเรียนรู้เรื่องราววัฒนธรรมอาหาร

โดยในระยะแรกมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มหน่วยงานในพื้นที่ ทั้งภาครัฐ และ ภาคเอกชน โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่จะมีส่วนในการสื่อสารประชาสัมพันธ์แนวคิดของเครือข่ายให้เป็นที่รับรู้ได้ต่อไป

การดำเนินงานภายใต้ชมรมนี้ จะมีการขยายผลไปสู่กลุ่มเป้าหมายเพื่อการท่องเที่ยวโดยกำหนดเป้าหมายให้ POP UP Chef's table เป็นสื่อกลางในการสร้างนวัตกรรมอาหารท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าอาหาร และที่สำคัญเป็นการเปิดพื้นที่สร้างศักยภาพให้กับคนรุ่นใหม่ ทำงานร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ ผู้ประกอบการ ที่ร่วมกันชูความโดดเด่นของภาคเกษตรกรรม ซึ่งได้มีการวางแผนระยะต่อไป โดยใช้พื้นที่และแนวคิดอาหารเป็นสื่อกลางในการรวมพลทั้งคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว นี้เป็นตัวอย่างของการใช้ Creative Space มาเป็นพื้นที่สร้างบรรยากาศแปลกใหม่ น่าสนใจ โดยให้อาหารเป็นตัวเชื่อมความเข้าใจ และขับเคลื่อนไปสู่ **เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร** ในระยะต่อไป





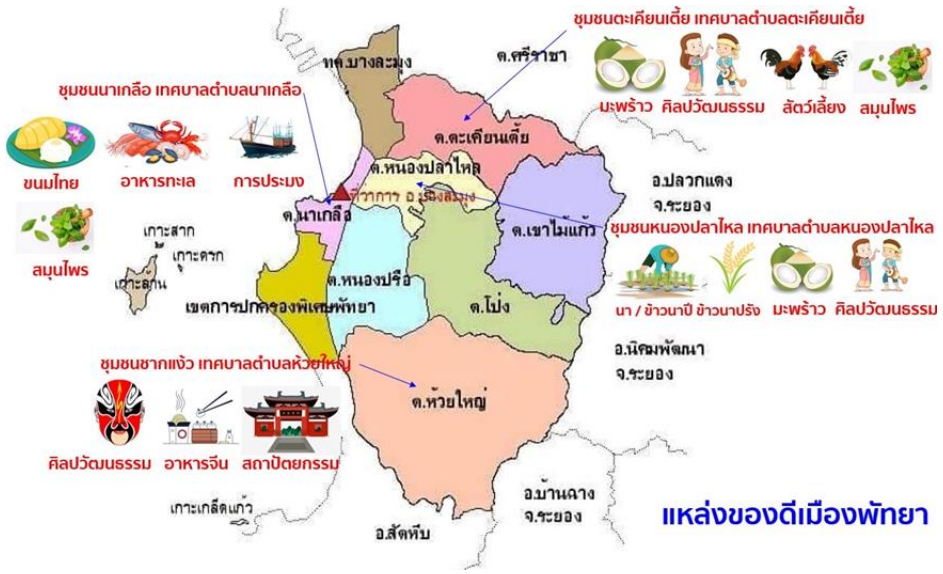
เมืองพัทยา

เมืองพัทยา เป็นสังคมเมืองที่พื้นที่ส่วนใหญ่ใช้เพื่อการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหลัก ในบริบทของความเป็นเมืองและชนบทที่จำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อการเข้าถึงต้นน้ำของการผลิตอาหารที่จะพัฒนาสู่การเป็นเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ในรูปแบบของการเป็นศูนย์กลางในการนำเสนอเรื่องราววัฒนธรรมอาหารในรูปแบบต่าง ๆ

คำถามที่ท้าทายก็คือ พัทยาคือเป็นเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารได้หรือไม่?

จากการศึกษาแผนของเมืองพัทยา ยังไม่พบแนวทางการพัฒนาความโดดเด่นของพื้นที่ในลักษณะเขตพื้นที่เฉพาะทาง เช่น พื้นที่วัฒนธรรมอาหาร แต่การพัฒนาพื้นที่ร่วมกับหน่วยงานเคยมีการกำหนดแผนเฉพาะเรื่องที่จะทำให้เมืองพัทยาคือเป็นที่รู้จัก และในขณะนี้กำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนาสู่การเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์

รูปแบบการทำงานร่วมกันในพื้นที่ มีการทำงานร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ติดกัน เพราะมีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปที่ชุมชนต่าง ๆ เนื่องจากพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยและมีชื่อเสียงระดับโลก มีพื้นที่ที่มีศักยภาพการลงทุนสูง เป็นเมืองที่มีกิจกรรม เทศกาล ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่หลากหลาย โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ เมืองพัทยามีการวางพื้นฐานด้านการศึกษา ด้านระบบการสาธารณสุขมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากการสร้างแบรนด์ให้จดจำ ในด้านที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและบันเทิงแล้ว ยังพยายามส่งเสริมการเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้เป็นจุดหมายปลายทางเพื่อครอบครัว เช่น การมีสวนสนุก การพัฒนาเทศกาลดนตรี โดยการทำงานส่วนใหญ่มาจากการริเริ่มของเมืองพัทยาและทำงานร่วมกับภาคเอกชน การกำหนดเขตพื้นที่เฉพาะด้านที่โดดเด่น จึงเป็นแนวทางที่สามารถดำเนินการได้อย่างคล่องตัวโดยเมืองพัทยา ประสานงาน สร้างเครือข่ายกับชุมชนใกล้เคียงที่มีศักยภาพในด้านอาหารได้ต่อไป





ปรับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้วยภาพยนตร์และอาหาร

เมืองพัทยากำหนดแนวทางการพัฒนาความโดดเด่นของพื้นที่ที่เจาะจงเฉพาะทางด้านวัฒนธรรมอาหาร แต่หน่วยงานต่าง ๆ มีความพยายามร่วมกันที่จะทำให้เมืองพัทยาเป็นที่รู้จักในภาพลักษณ์ใหม่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและความบันเทิง เสริมด้วยกิจกรรมสำหรับทุกเพศ ทุกวัย เช่น มีสวนสนุกขนาดใหญ่ มีการพัฒนาเทศกาลดนตรีอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการปรับภาพลักษณ์จากมุมด้านลบสู่การเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อครอบครัว โดยเฉพาะด้านกีฬาและนันทนาการ โดยในขณะนี้กำลังอยู่ในระหว่างการขับเคลื่อนเตรียมความพร้อมสู่การเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ของยูเนสโก ด้านภาพยนตร์ที่กำหนดเป้าหมายในการเข้าร่วมในอีก 5 ปีต่อจากนี้ คือในปี พ.ศ. 2570

ทางเลือกในการพัฒนาเมือง ในกรณีนี้สามารถเชื่อมโยงได้ 2 มิติ โดยนำแผนการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ด้านภาพยนตร์ มาเชื่อมโยงกับอาหารยั่งยืนที่นับว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของทุกพื้นที่ เป็นการขยายการรับรู้ของผู้คนไปสู่ภูมิปัญญาอาหารจากทรัพยากรที่มีในพื้นที่ใกล้เคียง รวมถึงการประมงที่โดดเด่น แต่ไม่ได้รับการกล่าวถึงเท่าที่ควร

จากการระดมความคิดเห็นร่วมกันกับเมืองพัทยาพบว่า มีการวางยุทธศาสตร์ให้เรื่องนี้เป็นหน้าที่ของสำนักการศึกษา โดยมีเป้าหมายให้ “เยาวชนเมืองพัทยา” ช่วยกันเล่าเรื่องเมืองพัทยาออกไปสู่สื่อต่าง ๆ ในรูปแบบภาพยนตร์ ทั้งนี้ การเล่าเรื่องเมืองผ่านอาหาร เป็นการวางรากฐานระยะยาวผ่านคนรุ่นใหม่ จึงเห็นควรให้มีการพัฒนาการเล่าเรื่องหรือการสร้าง Content เหล่านี้ผ่านหลักสูตรการศึกษาที่พัฒนาให้กับโรงเรียนต่าง ๆ ทั้ง 11 โรงเรียน สถานศึกษาที่อยู่ในกำกับดูแลของเมืองพัทยา อำเภอบางละมุง เข้าร่วมเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายนี้ร่วมกัน

โรงเรียนกลุ่มเป้าหมายที่มาร่วมในกระบวนการสร้างหลักสูตรภาพยนตร์ ประกอบด้วย

1. โรงเรียนเมืองพัทยา 1
2. โรงเรียนเมืองพัทยา 2 (เจริญราษฎร์อุทิศ)
3. โรงเรียนเมืองพัทยา 3 (วัดสว่างฟ้าพัฒนาราม)
4. โรงเรียนเมืองพัทยา 4 (วัดหนองใหญ่)
5. โรงเรียนเมืองพัทยา 5 (บ้านเนินพัทยาทะเนื่อ)
6. โรงเรียนเมืองพัทยา 6 (วัดธรรมสามัคคี)
7. โรงเรียนเมืองพัทยา 7 (บ้านหนองพังแค)
8. โรงเรียนเมืองพัทยา 8 (พัทธยานุกูล)
9. โรงเรียนเมืองพัทยา 9 (วัดโพธิ์สัมพันธ์)
10. โรงเรียนเมืองพัทยา 10 (บ้านเกาะล้าน)
11. โรงเรียนเมืองพัทยา 11 (มัธยมสาธิตพัทยา)

การร่วมคิด ร่วมออกแบบแนวทางการจัดการเครือข่ายด้านการศึกษา นำโดย นายกเมืองพัทยารองนายกเมืองพัทยา และคณะทำงานจากหน่วยงานศึกษานิเทศก์



PATTAYA Film Society : FOOD FILM FESTIVAL

การออกแบบกิจกรรมเริ่มที่การเปิดพื้นที่สร้างสรรค์ร่วมกันระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่ ตัวแทนนักเรียนและครูที่ร่วมกันออกแบบแผนงานและการกำหนดแนวทางในการสร้างแพลตฟอร์มการดำเนินกิจกรรมนำโดย ศึกษานิเทศก์เมืองพัทยา โดยมีคณะนักวิจัยร่วมดำเนินกิจกรรมเปิดพื้นที่ ระหว่างวันที่ 7-8 ธันวาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นระยะวางแนวทางการสร้างเครือข่ายเพื่อดำเนินงานสานต่อในพื้นที่ให้ได้อย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายตลอดปีพ.ศ. 2566 คือการวางแนวทางพัฒนาหลักสูตรภาพยนตร์และนำไปใช้ในการขับเคลื่อนชุมชน และชมรมภาพยนตร์ ในแต่ละโรงเรียน เพื่อให้การศึกษาเป็นแกนหลักในการเพิ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรและคลังความรู้เรื่องอาหารยั่งยืนของพื้นที่เมืองพัทยา โดยจะให้แต่ละชุมชนได้ร่วมกันจัดออกแบบนำเสนอผลงานเป็นงานอีเวนต์ประจำปีภายใต้แนวคิด Pattaya Food Film Festival & Symposium 2023

ผลลัพธ์ที่ได้จากการจัดกระบวนการสัมมนาเชิงปฏิบัติการกับกลุ่มเป้าหมาย

แผนงานที่ได้นี้ได้รับการบรรจุไว้ในแผนงานประจำปีงบประมาณ 2566-2567 ของเมืองพัทยา เพื่อให้การก่อตั้งแพลตฟอร์มนี้มีการสนับสนุนการทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยได้ร่วมกำหนดแผนปฏิบัติการดังภาพประกอบที่แสดงถึงกิจกรรม โดยมีผลงานจากการสร้างสรรค์ของครูและนักเรียน ที่สามารถนำไปขยายผลต่อได้ ดังต่อไปนี้



อบรมพื้นฐานภาพยนตร์
และแนวทางสาขาอาชีพ



ร่วมกันจัดตั้งแพลตฟอร์ม
แบ่งกลุ่ม ออกแบบ Logo



คิดแนวทางสร้าง Food Film
นำความรู้ที่ได้เรียนมาใช้จริง



ผลที่ได้จากการเปิดพื้นที่สร้างสรรค์

ชุมนุมจำนวน 6 ชุมนุม ที่จะทำหน้าที่ขับเคลื่อนการทำงานการออกแบบหลักสูตรและการนำไปใช้เพื่อให้ได้ผลงาน Food Film Festival โดยมีนักเรียนและครู ทำงานร่วมกับ อปท. เมืองพัทยา พร้อมทั้งคิดแนวทางนำเสนอ**เนื้อหาในการส่งเสริมอาหารยั่งยืน** ผ่านการสื่อสารด้วยกระบวนการเรียนรู้การผลิตภาพยนตร์ นำของดี ของเด่นของเมืองพัทยา และชุมชนใกล้เคียงมาเชื่อมโยงร้อยเรียงเป็น**ภาพยนตร์สั้น จำนวน 6 Theme** ที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดด้วยการเล่าเรื่องเมืองผ่านอาหารได้ ดังต่อไปนี้

1. **อาหารสร้างมิตรภาพ** ชื่อเรื่อง “หากได้ กลับมาอีกครั้ง” นำเสนอเรื่องราวความรักระหว่างชาวต่างชาติกับคนท้องถิ่นที่เกิดขึ้นในการทดลองอาหารถิ่นยอดนิยม
2. **อาหารปลอดภัย** ชื่อเรื่อง “แพกุ้งเป็นเหตุสังเกตได้ Shrimp รัก” นำเสนอเรื่องราวอาหารปลอดภัยและการคัดสรรวัตถุดิบที่เป็นประโยชน์จากชุมชน
3. **อาหารสร้างความสุข** ชื่อเรื่อง “ซิกกะบับ...บับว่ารัก” นำเสนอเรื่องราวของวัยรุ่นนุ่นรักกับ Street food ที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองพัทยา
4. **ความเท่าเทียมของคนที่หลากหลายในเมืองพัทยา** ชื่อเรื่อง “หาบรัก” นำเสนอเรื่องราวของอาชีพหาบเร่และชีวิตในตลาดของเมืองพัทยา
5. **ความรักและความบากบั่นของคนพัทยา** ชื่อเรื่อง “ลูนรักนายหอย” นำเสนอเรื่องราวของการเลี้ยงหอยนางรมและวิถีชีวิตชาวประมงที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา
6. **ความอบอุ่นของครอบครัว** ชื่อเรื่อง “ปู่จ๋า” นำเสนอการคิดค้นสูตรอาหารจากแม่ที่ต้องสู้ชีวิตเพื่อเลี้ยงดูครอบครัว

ชุมนุม "จอนงงฟิล์ม" นำเสนอเรื่อง "หากได้กลับมาอีกครั้ง"



ชุมนุม "มายเด็ยริ" นำเสนอเรื่อง "แพ้กุงเป็นเหตุสังเตได้ Shrimp รัก"



ชุมนุม "กูโพริเลฟฟิล์ม" นำเสนอเรื่อง "ซึกกะบับ...บับว่ารัก"



ชุมนุม "Yim Production" นำเสนอเรื่อง "ทาบรัก"



ชุมนุม "Seven Three Project Film" นำเสนอเรื่อง "ลึนรักนายหอย"



ชุมนุม "The One House Film" นำเสนอเรื่อง "ปู้จ๋า"





ข้อค้นพบ
&
ข้อเสนอแนะ

แม้ประเทศไทยจะมีนโยบายในการพัฒนาเขตพื้นที่ หลากหลายรูปแบบ แต่แนวทางการพัฒนาเขตพื้นที่ที่เน้นการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาพัฒนาตามบริบทและแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยมีวัฒนธรรมอาหารเป็นศูนย์กลางในการออกแบบนโยบายยังไม่มีอย่างชัดเจน

ผู้ที่สำคัญที่สุดในกระบวนการเหล่านี้ คือ ผู้สร้างสรรค์ ขับเคลื่อน และดำเนินโครงการ ที่จะต้องมองเห็นภาพความเป็นไปได้ของโครงการไปจนตลอดรอดฝั่ง จึงจะสามารถจัดทำโครงการที่มีความต่อเนื่อง ไม่ทำแล้วจบไปในครั้งเดียว

จากกรณีศึกษาใน 2 พื้นที่ จะเห็นได้ว่า **ชมรมห้องทดลอง เชฟส์เทเบิล เมือง WRUWRI** จังหวัดเพชรบุรี มีความมุ่งมั่นในการจัดกิจกรรม “Chef’s Table” โดยหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมจากหลายภาคส่วน ซึ่งชื่นชอบประสบการณ์การรับประทานอาหารแบบ Chef’s Table ที่สร้างความรู้สึกละเอียดใหม่ได้ทุกครั้ง อีกทั้งยังนิยมรูปแบบการดำเนินกิจกรรมของชมรมนี้จึงติดตามอย่างเหนียวแน่น ได้ทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียง สร้างแรงกระเพื่อม ก่อให้เกิดกลุ่มเป้าหมายใหม่ ที่สนใจทดลองประสบการณ์จากการรับประทานอาหารในบรรยากาศแปลกใหม่ และเมนูใหม่ที่เชฟของชมรมสร้างสรรค์ขึ้นมา ซึ่งเปิดโอกาสให้นักศึกษาวิชาการอาหารได้มีพื้นที่ฝึกฝน พัฒนาทักษะที่เรียนรู้จากหลักสูตรในห้องเรียน นำมาใช้ในการทำงานจริง สร้างโอกาสในการเป็นเชฟมืออาชีพต่อไป

คำว่า **KITCHEN LAB** ในที่นี้ จึงแพลตฟอร์มที่อยู่ได้ทั้งในโลก Online และ On Ground การรวมตัวจัดอีเวนต์ในแต่ละคราว สามารถเปิดประเด็นในการสื่อสาร ที่ต่อยอดจากอาหาร วัตถุดิบในท้องถิ่น ไปสู่การออกแบบของฝาก ของที่ระลึกจากอาหาร ไปจนถึงการรวมตัวสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อขับเคลื่อนเมือง ตรงตามโจทย์ของการสร้างสรรค์ **เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร** ที่สามารถเสริมกิจกรรม Farm Visit เข้าไปในอีเวนต์ทุกครั้ง

เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความตระหนัก และมีส่วนร่วมในการรักษา ความหลากหลายของวัตถุดิบในท้องถิ่น ส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้ รู้สึกภาคภูมิใจ รักอาชีพ รักบ้านเกิด ตลอดจนสามารถส่งต่อเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารในท้องถิ่นไปสู่รุ่นต่อไป

จะเห็นได้ว่าภายใต้กระบวนการเหล่านี้ มีเนื้อหาที่ต้องลงรายละเอียด ซึ่งต้องทำร่วมกับบุคลากร ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้เกิดโครงการที่ยั่งยืน

ส่วนกรณีศึกษาของ**เมืองพัทยา** เกิดจากความตั้งใจของนายกเมืองพัทยาและคณะผู้ทำงาน ที่เห็นเป้าหมายเดียวกัน มีการมอบหน้าที่ให้กับส่วนงานการศึกษา โดยมีศึกษานิเทศก์ เป็นผู้รับผิดชอบและติดตามผลการดำเนินงานอย่างมีเป้าหมาย ด้วยความร่วมมือจากกลุ่มนักวิจัย จากบริษัท เพอร์เฟคติกส์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป ที่มองเห็นเป้าหมายในการยกระดับเมืองพัทยาให้เป็น เครื่องหมายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกด้านภาพยนตร์ จึงเกิดการออกแบบกระบวนการสร้างสรรค์ หลักสูตร “ภาพยนตร์” ที่มีจุดมุ่งหมายให้เยาวชนระดับนักเรียน นักศึกษา มีส่วนลุกขึ้นมาสืบค้น ของดี ของเด่น ในบ้านและขยายกรอบการรับรู้ไปสู่การตั้งถามคำถามที่น่าสนใจ เช่น “พัทยาทำเกษตรด้วยหรือ” “พัทยามีนาข้าวอยู่ตรงไหน” ฯลฯ

เมื่อปักหมุดหมายในการเป็นเครื่องหมายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกด้านภาพยนตร์ไว้ในปี พ.ศ. 2570 การจัดงาน **PATTAYA Food Film Festival** จึงเป็นปลายทางที่พลิกมุมมอง เมืองจาก “พัทยา สีสันชายหาด และแสงสยามค่าคืน” ไปสู่เมืองที่มั่งคั่ง อุดมสมบูรณ์ มีเสน่ห์ไปด้วยเส้นทางการท่องเที่ยว ทั้งอาหารทะเลสด ๆ จากนาเกลือ มะพร้าว จากตะเคียนเตี้ย นาข้าว จากหนองปลาไหล ฯลฯ พื้นที่การเกษตรและการประมงเหล่านี้ คือจุดหล่อเลี้ยงชีวิต ต้นทางวัฒนธรรมการกิน อันเป็นทรัพยากรที่ส่งเสริมการพัฒนาเมืองพัทยาได้เป็นอย่างดี ด้วยความตั้งใจของแผนงานสร้างหลักสูตรการเรียนรู้เรื่องภาพยนตร์ ที่มีเป้าหมายในการขยายผลอย่างต่อเนื่อง จะนำไปสู่การสร้าง**เขตพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร** ได้ในแบบพลิกมุมมอง

เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร

กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจหมุนเวียน

อ่านถึงหน้านี้ หลายคนกำลังตั้งคำถามว่า เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารส่งผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเศรษฐกิจหมุนเวียนได้อย่างไร

ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นการออกแบบเพื่อการปรับตัวระยะยาว โดยจะอนุรักษ์และเพิ่มการใช้ประโยชน์ต้นทุนทางธรรมชาติ ด้วยการควบคุมทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด และใช้ทรัพยากรหมุนเวียนให้มีความสมดุลมากยิ่งขึ้น ผ่านการนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือแลกเปลี่ยนกันซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม อีกทั้งยังทำให้เกิดโอกาสใหม่ๆ ทางด้านธุรกิจและเศรษฐศาสตร์

การนำแนวคิดหลักทั้ง 3 เรื่องมาตอบโจทย์ซึ่งกันและกันอย่างมีกลยุทธ์ ถือเป็นภารกิจสำคัญของ **สมาคมเครือข่ายวัฒนธรรมอาหาร : Thailand Gastronomy Network (TGN.)** ที่มองเห็นความเชื่อมโยง และหาแนวทางผลักดันให้เกิดองค์ความรู้ ที่สามารถนำไปสู่การขยายผลเชิงพาณิชย์ในการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีจุดขายและยกระดับธุรกิจนวัตกรรมด้านวัฒนธรรมอาหาร ที่นำไปสู่การสื่อสารเขตพื้นที่เชิงสร้างสรรค์ของไทยในหมวดหมู่ต่าง ๆ ได้ในเวทีโลก

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว การดำเนินงานต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นผู้นำหลัก แต่สามารถเป็นผู้สนับสนุนหลัก ควรมีการเปิดพื้นที่สร้างสรรค์ให้ระดมความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมกิจกรรม ธุรกิจใหม่ ๆ ที่จะสามารถนำมาสื่อสารให้เป็นงานอีเวนต์ กิจกรรมทางวัฒนธรรมอาหารได้อย่างหลากหลาย ทั้งนี้ TGN. ได้ออกแบบหลักสูตรเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ ให้กับบุคลากรที่สนใจ เป็นผู้ขับเคลื่อนโครงการในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร ดังแนวทางต่อไปนี้

Gastronomy Academy (E-Learning and on-site Platform)

1. การเรียนรู้ผ่าน Online

- การออกแบบประสบการณ์วัฒนธรรมอาหารยั่งยืน (Sustainable Food Experience Design)
 - ระบบอาหารและการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Development and Food System)
 - คำต่าง ๆ ที่ควรรู้ (All about terminologies : Gastronomy, Food, Culinary)
 - ยกกระดับทรัพยากรสู่การริเริ่มอาหารยั่งยืน (Turning local assets into sustainable food initiatives)
 - เล่าเรื่องผ่านอาหาร (Storytelling through food)
 - การริเริ่มคาร์บอนเป็นกลาง (Carbon Neutrality Initiatives)
 - การลดการปล่อยคาร์บอนและการวัด Food Print and Decarbonisation
 - การจัดการอาหาร (Food Waste)

- การออกแบบประสบการณ์เยี่ยมชม Farming Experience and Farm Visit
 - การบริหารตลาด Farmers Market Start-Up and Management (The Greenery Market)
 - ก้าวสู่การเป็นเกษตรออร์แกนิก Transition to Organic Farming
 - การออกแบบการเยี่ยมชมและทำแบรนด์ Farm Visit Design and Branding
- การจัดการแบบท้องถิ่นเป็นศูนย์กลาง Community based Development (Home Cooked and Local Recipe)
 - การออกแบบจากรากเรา Community based design
 - การสร้างสรรค์กิจกรรม Creative activities
 - เจ้าบ้านที่ดี SuperHOST
 - การสร้างปฏิสัมพันธ์กับแขก Guest Engagement
- การออกแบบวัฒนธรรมอาหาร Food Culture Design (Boutique Hotel and Local Awake)
 - วัฒนธรรมอาหารเช้า Breakfast culture
 - บาร์ของหวาน Dessert bar
 - การออกแบบอาหาร Food stylist
 - การสื่อสารเรื่องราวที่พัก Communication : Transmedia in the premises
 - การออกแบบเสียงและแสง Music and lighting design
- ปรับโฉมของฝากและการตลาด Food Gift Makeover and Marketing
 - เศรษฐกิจของฝากและความทรงจำของเมืองเรา Gift Economy How to create “Memory of your city”

- การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง Gift packaging and shipping
- การตลาดอัจฉริยะ E-commerce
- นวัตกรรมอาหารสร้างสรรค์ Food Innovation and Creativity (Artisan Chefs)
 - ทูตสันถวไมตรีแห่งอาหาร Gastro-diplomacy
 - ภาพยนตร์และอาหาร Food Film
 - การถ่ายภาพอาหาร Food Photography
 - การออกแบบเรื่องราวและจานอาหาร Storytelling and Tasting menu
- Food Technology Trend
- การตลาด Marketing Campaign

2. การเรียนรู้ผ่าน on-site platform

- การเข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ On-site Sustainable Food Learning Journey and Workshop
- การร่วมเดินทางออกหาตัวอย่าง Visit best practices- gastronomy trail & journeys

เพื่อยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารให้สามารถตอบโจทย์เชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น TGN. จึงออกแบบสร้างสรรค์แคมเปญ Thailand Gastronomy Collection : Preferred Choices เป็นเครื่องมือผลักดันให้เกิดการเข้าถึงและเข้าใจห่วงโซ่วัฒนธรรมอาหารให้ถ่องแท้ ผ่านกระบวนการเรียนรู้ อบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ วัตถุประสงค์และมอบรางวัลให้กับผู้ประกอบการในสาขาต่าง ๆ ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้มีการพัฒนาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหาร โดยได้แบ่งหมวดหมู่ไว้ดังนี้



- Farm Visit : Taste of Origin
- Food Gift : Taste of Memory
- Boutique Hotel : Taste of Local Awake
- Home Cooked : Taste of Home Recipe
- Artisan Chef : Taste of Innovation

ติดตามรายละเอียดการเข้าร่วมโครงการได้ที่เพจ

<https://www.facebook.com/Thailandgastronomynetwork>

ระบบอาหาร เป็นกลไกสู่เป้าหมายการจัดการอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาพบว่า การขับเคลื่อนการพัฒนาและสร้างสรรค์เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารอย่างยั่งยืนควรมีกระบวนการ 4 ส่วนดังนี้

1. กระบวนการตกลงเป้าหมายและยุทธศาสตร์ร่วมในเรื่องการสร้างสรรค์เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารอย่างยั่งยืน
2. การทำแผนพัฒนาท้องถิ่นแต่ละองค์กรทั้งสองระดับ
3. ขั้นตอนลงมือปฏิบัติ
4. ติดตามตรวจสอบประเมินผลโครงการ



1

กระบวนการตกลงเป้าหมายและยุทธศาสตร์ร่วมในเรื่อง การสร้างสรรค์เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร อย่างยั่งยืน

กระบวนการตกลงเป้าหมายและยุทธศาสตร์ร่วมในเรื่อง
การสร้างสรรค์เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารอย่างยั่งยืน
ขององค์กรในจังหวัดทั้งส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น
โดยอาจต้องมีการทำความเข้าใจในเนื้อหาสาระ
ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารแก่องค์กรต่าง ๆ
ให้มีความเข้าใจร่วมกันว่าสามารถนำไปปรับเข้ากับ
บทบาทอำนาจหน้าที่ขององค์กรของตนอย่างไร
และจะนำไปบรรจุไว้เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งใน**แผนพัฒนาจังหวัด**
และ**แผนพัฒนาท้องถิ่น**ของทุกระดับ
โดยมี**วิสัยทัศน์ เป้าหมาย และแนวทาง**ทางกลยุทธ์
ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันต่อไป
อันเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้
ที่จะช่วยพัฒนาประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมอาหาร

2

การกำแผนพัฒนาท้องถิ่นแต่ละองค์กรทั้งสองระดับ

การทำแผนพัฒนาท้องถิ่นแต่ละองค์กรทั้งสองระดับ

ไม่ว่าจะเป็นแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล

ในเรื่องการสร้างสรรค์เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารอย่างยั่งยืน

ไปในทิศทางเดียวกัน แต่แบ่งบทบาทและหน้าที่งานกันทำ

โดยอาจต้องมีการลงลึกในรายละเอียดของลักษณะท้องถิ่นในด้านต่างๆ

เพื่อนำมาวิเคราะห์ สืบค้นศักยภาพ จุดดี จุดเด่น

ความสามารถในการแข่งขัน แล้วจึงร่วมทำข้อตกลงกำหนดบทบาท

กำหนดโครงการที่สำคัญก่อนหลัง

กำหนดแผนงานและงบประมาณสนับสนุน

บรรจุลงแผนพัฒนาของแต่ละส่วนให้สอดคล้องกันทั้งพื้นที่

3

ขั้นตอนลงมือปฏิบัติ

ในการดำเนินโครงการที่ผ่านการอนุมัติงบประมาณ

การตั้งเครือข่ายหรือแพลตฟอร์มต่างๆ

เพื่อใช้เป็นฐานองค์ความรู้และพื้นที่แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์



4

ติดตามตรวจสอบประเมินผล

มีการติดตามตรวจสอบประเมินผลของผลการทำงาน การประสานงาน ปรับปรุงแผนต่อยอดและพัฒนาเพิ่มพูน นำความรู้ที่ได้เป็นแม่แบบในการนำไปปฏิบัติในพื้นที่อื่น



บทสรุป

ผลงานวิจัยนี้ได้แนวทางที่ชัดเจน
เป็นไปตามแนวคิดที่จะสร้างการเชื่อมโยงทั้งระบบนิเวศอาหาร
ตามทื่องค์การพัฒนาคูตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO) แนะนำว่า

หากต้องการเพิ่มโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง

อุตสาหกรรมเกษตร

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ควรผลักดันให้เกิดความเป็นหุ้นส่วนและเครือข่ายเพื่อสร้าง

"กลุ่มความคิดสร้างสรรค์" ผ่านการเชื่อมโยงประสานกันระหว่าง
ภาคอุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

โดยต้องเปลี่ยนมุมมองจากการเป็น "ภาคส่วน" มาสู่ "เขตพื้นที่"
ซึ่งผู้มีส่วนร่วมในภาคส่วนนั้น ๆ จะเป็นฝ่ายประเมินค่าสินค้าในเขตพื้นที่ของตน

ในแนวทางที่ส่งเสริมกันและกัน ไม่ทับซ้อนกัน ไม่แข่งขันกัน

และเกิดการแบ่งงานกันทำที่หนุนเสริมซึ่งกันและกันได้

รัฐบาลท้องถิ่น โดยการนำขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง
เช่น องค์กรปกครองส่วนจังหวัด (อบจ) เทศบาล องค์กรปกครองส่วนตำบล (อบต)
ซึ่งล้วนมีความใกล้ชิดที่สุดกับชุมชนคนในท้องถิ่น

หน่วยงานเหล่านี้จำเป็นต้องมีความเข้มแข็ง
และต้องร่วมกันเป็นผู้นำในภารกิจที่หลากหลาย

ผู้นำท้องถิ่น จึงต้องมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนมูลค่าเพิ่ม
ตามทรัพยากรแหล่งทุนของเมืองนั้น ๆ
ด้วยการสร้างความเชื่อมโยงระหว่าง
พื้นที่ชนบทและเมืองในอาณาเขตของตน



หากโครงการที่คุณกำลังขับเคลื่อนสอดคล้องกับ
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ซึ่งกำหนดให้การพัฒนาภาคเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจให้เป็น 1 ใน 10
ยุทธศาสตร์หลักของแผนพัฒนา
อยู่ภายใต้พันธกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
จรรยาบรรณงาน เพื่อประสานความร่วมมือ
หาแนวร่วมในการขับเคลื่อนโครงการและขยายผล
หากโครงการมีความต่อเนื่อง
และสนับสนุนการสร้าง**เขตพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร**
ย่อมนำมาซึ่งประโยชน์ร่วมกัน อย่างยั่งยืน



ดาวน์โหลด E-book

พลิกมุมมอง

คู่มือแนวทางการพัฒนาและสร้างสรรค์เขตพื้นที่
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารอย่างยั่งยืน
กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
Handbook for the Development of Regions o
Gastronomy with Local Government

ได้ที่

SCAN ME



พลัง มุมมอง โดย

