

**คู่มือแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถ  
เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกร่วมกับ  
หน่วยงานภาคีขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์**



เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย (TCCN)





## TCCN 2022

เป็นกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจ  
ต่อแนวคิดและแนวทางการขับเคลื่อนเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย  
(Thailand Creative Cities Network : TCCN)

จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 30 มิถุนายน – 1 กรกฎาคม 2565  
ณ ห้องประชุม B1-01 KTC POP ชั้น B1 อาคาร UBC 2



เนื้อหาในเล่มนี้ เป็นการถอดบทเรียนจากงาน TCCN 2022  
และสรุปข้อเสนอแนะจากการจัดประชุมกลุ่มย่อยรายเมืองครั้งที่ 2

นำไปสู่บทสรุปเชิงนโยบาย  
เพื่อใช้เป็นแนวทางพัฒนาขีดความสามารถ  
และร่วมสร้างเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย  
ในระยะต่อไป

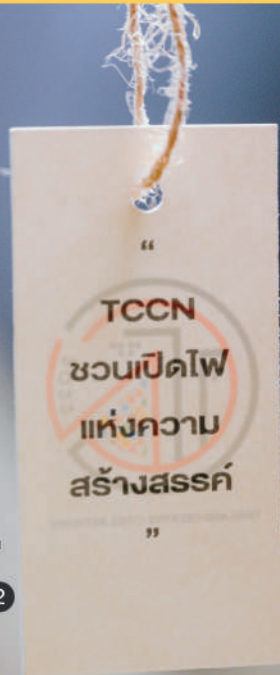
จัดทำโดย

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)



## สารบัญ

- 3 | สารจาก อพท.
- 4 | สารจาก ยูเนสโก
- 6 | กรอบแนวคิด
- 10 | เปิดพื้นที่สร้างสรรค์
- 14 | รวบรวมมหัศจรรย์แห่งคนสร้างสรรค์
- 20 | ร่วมสร้างเทศกาลและกิจกรรม
- 24 | นำทางอนาคตด้วยเรื่องเล่าเมืองเรา
- 32 | ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแผนปฏิบัติการ TCCN
- 48 | ทบทวนความรู้ ก่อนกำหนดนโยบาย ทอดรหัสเมืองสร้างสรรค์



2



### สารจาก อพท. (Welcome Note)

อพท. รู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้รับความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน การจัดงาน **TCCN 2022** ในวันนี้เกิดขึ้นภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และองค์ความรู้ต่างๆ ในแบบ บ้านพี่เมืองน้อง รุ่นพี่รุ่นน้อง พี่สอนน้อง เพื่อนสอนเพื่อน **TCCN 2022** จึงเปิดพื้นที่ ภายใต้แนวคิดการเรียนรู้แบบ **PEER TO PEER** เพราะเราเชื่อว่าการแบ่งปันที่เกิดจากประสบการณ์ตรงระหว่างเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทยด้วยกัน จะสร้างการรับรู้และความเข้าใจในการเตรียมเมืองและประโยชน์ที่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ควรได้รับ รวมถึงนำไปสื่อสารต่อได้ ในทุกระดับ ทั้งเมืองที่ได้รับการประกาศให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกแล้วหรือเมืองที่กำลังจะเสนอชื่อในปีต่อ ๆ ไปก็ตาม

อพท. ในฐานะหน่วยงานต้นน้ำที่ใช้การท่องเที่ยวมาพัฒนาพื้นที่ในเชิงบูรณาการเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน มีหลักการทำงานใกล้เคียงและตอบโจทย์แนวคิดของการเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก จึงขอสนับสนุนและขอเป็นอีกหนึ่งภาคีที่ร่วมดำเนินการขับเคลื่อนเมืองในประเทศไทยไปสู่การเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ในโอกาสนี้ขอเปิดพื้นที่สร้างสรรค์ประจำปี และต้อนรับทุกท่านเข้าสู่งาน **TCCN 2022** ณ โอกาสนี้

นาวาอากาศเอก อธิคุณ คงมี

ผู้อำนวยการ

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน  
30 มิถุนายน 2565

3

## สารจาก UNESCO (Congratulatory Note)

วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน เพราะมีส่วนช่วยในการสร้างความหลากหลายของเศรษฐกิจและสร้างงาน ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงสร้างทางสังคมของเมือง และความหลากหลายทางวัฒนธรรม การส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมและการสร้างพื้นที่สาธารณะขั้นใหม่ในเมือง ทำให้กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์มากมาย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการพัฒนาศักยภาพของวัฒนธรรม ปัจจุบัน มากกว่าครึ่งหนึ่งของประชากรโลกอาศัยอยู่ในเขตเมือง กิจกรรมทางเศรษฐกิจถึงสามในสี่ กระจุกตัวอยู่ที่นี้ รวมถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็มีส่วนแบ่งจำนวนมาก เมืองที่จับคู่เส้นการเติบโตนวัตกรรม และการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ต้องเผชิญกับความท้าทายมากมาย กลยุทธ์การพัฒนาเมืองต้องได้รับการประเมินและออกแบบใหม่เป็นระยะ โดยคำนึงถึงประเด็นร่วมสมัย ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ประชากร หรือสังคม

UNESCO มุ่งมั่นสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนและสร้างโอกาสในการแบ่งปัน เพื่อร่วมกันหาทางออกกับความท้าทายต่าง ๆ UNESCO ขอแสดงความยินดีกับประเทศไทย และทุกเมือง สำหรับความมุ่งมั่นและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมือง

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทยในฐานะแพลตฟอร์มแบ่งปันความรู้ สำหรับทุกเมืองในประเทศไทย จะเป็นเครือข่าย ในการแลกเปลี่ยนแนวทางการปฏิบัติที่ดีที่สุด โดยมุ่งเป้าไปที่การเร่งให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และบูรณาการวัฒนธรรมและค่านิยม ก่อตั้งเข้ากับแผนพัฒนาที่ยั่งยืนของเมือง กิจกรรมทางวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นหนึ่งในแรงผลักดันหลักในการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

**TCCN** ริเริ่มโดย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ร่วมกับภาครัฐ เอกชน และประชาชนในเมืองสร้างสรรค์ของไทยนั้นนับว่า **UCCN** และ **TCCN** มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน

เครือข่าย **UNESCO Creative Cities Network** มีเป้าหมายเพื่อ :

- เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ ระหว่างเมืองต่าง ๆ ท้ายอมรับว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาที่ยั่งยืน
- กระตุ้นและส่งเสริมความคิดริเริ่มที่นำโดยเมืองสมาชิก เพื่อทำให้ความคิดสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการเป็นหุ้นส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐและเอกชนและภาคประชาสังคม
- เสริมสร้าง การผลิต การกระจาย และการเผยแพร่กิจกรรมทางวัฒนธรรม สินค้าและบริการ
- พัฒนาศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และขยายโอกาสสำหรับผู้สร้างและผู้เชี่ยวชาญในภาควัฒนธรรม
- ปรับปรุงการเข้าถึงและการมีส่วนร่วม ในวัฒนธรรมที่มีในชีวิตประจำวัน ตลอดจนความสูงจากสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มเปราะบาง
- บูรณาการวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เข้ากับกลยุทธ์และแผนการพัฒนาท้องถิ่นอย่างเต็มที่

**ขอให้ทุกท่านประสบความสำเร็จ...**

Dr. Duong Bich Hanh

ผู้เชี่ยวชาญด้านโครงการและหัวหน้าหน่วยวัฒนธรรม UNESCO สำนักงานกรุงเทพฯ  
องค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ  
(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO)  
30 มิถุนายน 2565

## กรอบแนวคิด

การเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศและระหว่างเมืองต่าง ๆ ที่ตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ และนำมาเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาที่ยั่งยืน การพัฒนาขีดความสามารถให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ จึงต้องมีแนวทางในการกระตุ้นและส่งเสริมความคิดริเริ่มใหม่ ๆ ร่วมกันสร้างนวัตกรรม โดยแต่ละเมืองสามารถดำเนินการ โดยมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาเมืองที่พร้อมต่ออนาคตที่ยั่งยืน ซึ่งกรอบแนวคิดที่ถอดบทเรียนได้จากการนำเสนอ ไร่ร่วมกันของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ประเทศไทย (TCCN) ประกอบด้วยกลไกสำคัญในการสร้างเมืองร่วมกันใน 4 ด้าน ดังนี้



1

เปิดพื้นที่สร้างสรรค์  
Redesign Public Space/  
Regenerative Cityscape/  
Place-making

2

รวบรวมมหัศจรรย์แห่งคนสร้างสรรค์  
Creative Hubs for Creative People

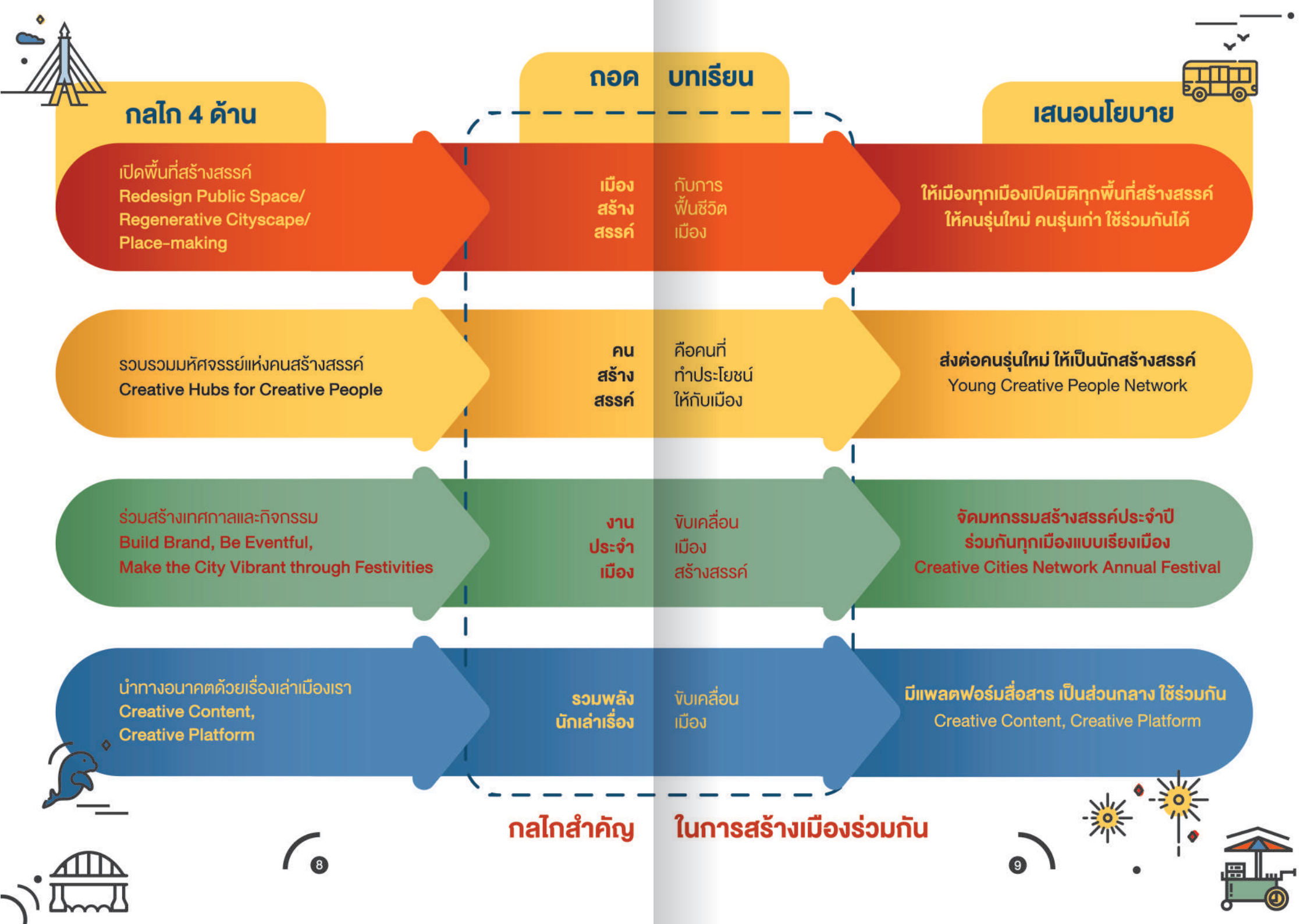
3

ร่วมสร้างเทศกาลและกิจกรรม  
Build Brand, Be Eventful,  
Make the City Vibrant through Festivities

4

นำทางอนาคตด้วยเรื่องเล่าเมืองเรา  
Creative Content,  
Creative Platform

7



# 1 เปิดพื้นที่ สร้างสรรค์

Redesign Public Space/  
Regenerative Cityscape/  
Place-making

การศึกษา สำรวจ พื้นที่ในเมืองทำความเข้าใจโครงสร้าง  
การทำงานและความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน โดยเฉพาะการทำงาน  
และหน้าที่ ความรับผิดชอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่  
และหน่วยงานภาครัฐในระดับภูมิภาค และระดับที่เชื่อมต่อกับนโยบาย  
ของประเทศ การเปิดพื้นที่สร้างสรรค์ในเมืองที่เปิดโอกาสให้  
คนสร้างสรรค์มาร่วมคิด ร่วมสร้างนวัตกรรม และขับเคลื่อนแนวคิดใหม่ ๆ  
การออกแบบพื้นที่สาธารณะที่มีในเมืองให้เป็นพื้นที่ที่สร้างประโยชน์  
และเปิดโอกาสให้คนสร้างสรรค์ได้มาเรียนรู้แลกเปลี่ยน คิดค้นนวัตกรรม  
ซึ่งจะเป็นแกนสำคัญเชิงนโยบายที่เมืองสร้างสรรค์ทุกเมืองควรมี พื้นที่  
เหล่านี้มักอยู่ให้ความดูแลขององค์กรของรัฐ หรือ ในหลายกรณีเป็น  
พื้นที่ในลานวัด ใต้ถุนบ้าน ที่สามารถนำมาออกแบบให้เป็นพื้นที่  
สร้างสรรค์ของเมืองได้ทั้งสิ้น

ลองออกเดินสำรวจรอบเมืองแล้วสร้าง แผนที่ พื้นที่สร้างสรรค์  
ของเมืองกัน และร่วมกันออกแบบตามแนวคิด “ความเป็นเมืองเรา  
มีรากวัฒนธรรมอยู่ที่ใด” แล้วหากคนสร้างสรรค์ มาร่วมออกแบบ  
พื้นที่นี้ร่วมกัน



สรุปปาฐกถาพิเศษ

# “เมืองสร้างสรรค์กับการฟื้นฟูชีวิตเมือง”

รศ.ดร.พนิต ภูจันดา

หัวหน้าภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นายกสมาคมนักผังเมืองไทย



หลักคิด หลักท่า City Lab :  
ห้องทดลอง เมืองทดลอง

เมืองสร้างสรรค์ นอกจากจะตอบโจทย์เรื่องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในเมืองแล้ว ยังมีหน้าที่สำคัญอีกอย่าง คือ การฟื้นฟูชีวิตเมือง รศ.ดร.พนิต ภูจันดา ได้ฉายภาพกรณีศึกษาของเมืองใหญ่อย่างนิวยอร์ก พร้อมทั้งยกตัวอย่างการทำ CITY LAB หรือ “ห้องทดลองเมืองทดลอง” ก่อนลงมือปฏิบัติการพลิกเมืองอย่างเป็นรูปธรรม

เมืองประกอบด้วยอาคารบ้านเรือนที่หลายแห่งอยู่ยาวนานกว่าชั่วอายุคน เมื่อคนรุ่นเก่าผ่านไปคนรุ่นใหม่เข้ามาแทนที่ แต่สิ่งก่อสร้างที่ขาดการบูรณะกำลังทำให้หลายย่านในเมืองใหญ่กลายเป็นแหล่งเสื่อมโทรม ที่พิกคนจร ที่ช่องสุ่มอาชญากร นักค้ายาเสพติด ฯลฯ การรื้อไล่พื้นที่อาจจะนำมาซึ่งการกระทบกระทั่ง แต่การใช้ “ความคิดสร้างสรรค์” เข้ามาจัดการแก้ไขปัญหาก็กลับพลิกฟื้นเมืองเสื่อมโทรมให้กลายเป็นเมืองน่าอยู่ได้อย่างสร้างสรรค์ อย่างเช่น เมืองอัลบานี (Albany) เมืองหลวงของรัฐนิวยอร์ก ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เข้ามาส่งเสริมและฟื้นฟูเมือง สามารถพลิกเมืองที่หมดอนาคตให้กลายเป็นเมืองที่มีโอกาสทางเศรษฐกิจ ศิลวัฒนธรรม ฯลฯ

หัวใจสำคัญของการพลิกฟื้นเมือง คือ การเปิดพื้นที่สร้างสรรค์ โดยเปลี่ยนพื้นที่สาธารณะ อย่างเช่น พื้นที่ว่างใต้ทางด่วนให้ใช้งานในรูปแบบใหม่ ด้วยการจัดสีตีเส้น เปลี่ยนสวนสาธารณะให้เป็นพื้นที่จัดแสดงผลงานศิลปะ ลานร่อนเล่นเต็นท์ ที่นั่งอ่านหนังสือ ที่พักผ่อนหย่อนใจของครอบครัว เปลี่ยนลานจอดรถในสถานที่ราชการให้กลายเป็นลานกีฬาหลังเลิกงาน เป็นต้น

ทุกพื้นที่ว่างสร้างสรรค์ได้หมด ก่อนอื่นต้องออกแบบแนวคิด ไม่มียึดติดรูปแบบ ตลาดไม่จำเป็นต้องขายของอย่างเดียว ลานจอดรถในสถานที่ราชการหลังเลิกงานทำอะไรได้อีก ฯลฯ ลองดูตัวอย่างเหล่านี้

- เพิ่มพื้นที่ปะทะสังสรรค์ของคนในเมือง : ยกตัวอย่างย่านสีลม บริเวณทางเท้าคนเดินที่ไม่ค่อยมีคนใช้ ได้ทดลองจัดสีตีเส้น ทำตารางหมากรุกยกยักตั้งเปียโนบรรเลงเพลงตอนเย็น เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ ได้ออกมาปะทะสังสรรค์กันอย่างสนุก
- พลิกเมืองโรยรากลับมาฟื้นคืน : สระบุรีเดิมทีเป็นเมืองศึกคัก เป็นจุดพักระหว่างทางของยวดยานขนส่ง แต่ปัจจุบันเมื่อทางคิ รถใหญ่ไม่ต้องจอดพักระหว่างทาง ทำให้ตลาดร้าง โรงแรมปิดตัว จึงทดลองปรับปรุงตลาดและสถานที่ใกล้เคียงให้เป็นพื้นที่พบปะสังสรรค์ หลังตลาดควาย ใช้งานได้ตลอดทั้งวัน สร้างความสุขให้คนในพื้นที่และละแวกใกล้เคียง
- ยุติปัญหาระหว่างกลุ่มผู้ใช้งาน : เด็กนักเรียนโรงเรียนวัด ตะบองไปโดนหลังคาโบสถ์แตก สร้างปัญหาให้กับพระสงฆ์ ยุติได้ด้วยการจัดสีตีเส้นให้เห็นชัด ๆ ว่าเด็กเล่นบอลได้ตรงไหน เว้นระยะห่างจากกุฏิพระ อารามสงฆ์ ทำไร ปัญหาก็จบ

เมื่อเข้าใจหลักการแล้วให้ทดลองทำในพื้นที่ขนาดเล็ก ๆ ก่อน เพื่อหาบทสรุปจากพฤติกรรมผู้ใช้งานจริง ก่อนลงมือทำงานเต็มพื้นที่ ควรถือโอกาสนี้สร้างกิจกรรมให้คนในเมืองมีส่วนร่วมด้วย ช่วยกันทำคนละไม้ คนละมือ เป็นการสมัคสมานสามัคคี บนความคิดสร้างสรรค์ เมืองไหน ๆ ก็ทำได้ทั้งนั้น หากเข้าใจเอกลักษณ์ของเมือง





# 2 รวบรวม มหัศจรรย์แห่ง คนสร้างสรรค์

## Creative Hubs for Creative People

กลุ่มคนและเครือข่ายต่าง ๆ คือ องค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ในการร่วมสร้างเมืองสร้างสรรค์ (Co-Creation) การส่งเสริมเชิงนโยบายที่จะเปิดพื้นที่สร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงผู้ใช้คือ กลุ่มคนสร้างสรรค์เป็นสำคัญ การสำรวจเสาะหาพื้นที่ในเมือง จึงเป็นเพียงส่วนประกอบเริ่มต้นที่จะดำเนินการอะไรไม่ได้เลยจนกว่าการนำพื้นที่เหล่านั้นมาออกแบบเปิดใช้โดยกลุ่มเครือข่ายสร้างสรรค์ ดังนั้น การก่อตัวของเครือข่ายในสายต่าง ๆ ที่มีในเมืองจึงสำคัญ เพราะ “เมือง = คน” ไม่มีคนสร้างสรรค์ ก็ไม่มีเมืองสร้างสรรค์ ก็ไม่เกิดเมืองสร้างสรรค์ เมืองไม่ใช่แค่ประกอบด้วยสิ่งปลูกสร้าง แต่ต้องสามารถเชื่อมกับการใช้เมือง

รวบรวมความมหัศจรรย์ของงานสร้างสรรค์ที่สรรสร้างโดยคนสร้างสรรค์ เมืองมีคนรุ่นเก่า คนรุ่นใหม่ ที่ต้องมาร่วมพล เพื่อสร้างเมืองให้น่าอยู่สำหรับคนรุ่นต่อไป ให้นึกถึงสภากาแฟ หัวใจสำคัญของช่วงสภากาแฟ คือ คนเราไม่ได้ต้องการความสุขเพียงอย่างเดียว แต่ต้องการสร้างความสำเร็จ นั่นคือการสร้าง Impact หรือ การสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคมให้เกิดขึ้นได้ ศิลปิน จึงเกิดขึ้นในทุก ๆ เมือง

“ถ้าคุณไม่ร่วมกันสร้าง ก็ไม่อาจจะเกิดเมืองสร้างสรรค์ได้”



## คนสร้างสรรค์ คือ คนที่ดำประโยชน์ให้กับเมือง

ร่วมถอดรหัสความคิด คนจับเคสเมืองสร้างสรรค์ในช่วงสภากาแฟ

### กนกพรรณ ปรานวีระไพบูลย์ ผู้แทนชมรมภูเก็ตอาหารสร้างสรรค์ เทศบาลนครภูเก็ต

“ปัญหาของเมืองเก่าภูเก็ตก็เหมือนกับเมืองเก่าทุกเมือง คือ คนรุ่นใหม่ทิ้งบ้าน ไม่ได้รับมรดกที่ส่งต่อจากคนรุ่นพ่อแม่ เมื่อภูเก็ตได้รับการประกาศให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ด้านวิทยาการอาหาร ในปี พ.ศ. 2558 ลูกหลานคนภูเก็ตก็กลับมาช่วยกันคิด ช่วยกันพัฒนาพลิกฟื้นโซนเมืองเก่า โดยนำแก่นของวัฒนธรรมซึ่งมีรากมีคุณค่า หรือ อัตลักษณ์ที่เรามี + ความคิดสร้างสรรค์ ก็ทำให้เกิดสิ่งใหม่ ที่ยืดโยงให้คนรุ่นเก่า และ คนรุ่นใหม่ อยู่ร่วมกันได้”

เมืองเก่าภูเก็ต จึงเป็นตัวอย่างกรณีศึกษา เรื่องการส่งต่อสินทรัพย์ของเมืองจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ จนได้รับการยกย่องจาก CNN ให้เป็น 1 ใน 13 เมืองเก่าที่สวยงามที่สุดในเอเชียอีกด้วย

“ภูเก็ต นำรากของเมืองเก่า มาบวกความคิดสร้างสรรค์ ผสานคนต่างเจนเนอเรชัน ให้อยู่ร่วมกันได้”

### ศิริพจน์ กลับพันธ์ ประธานกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (YEC) จังหวัดตรัง

“เมืองสร้างสรรค์ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อคนในเมืองนั้น ๆ เห็นความสำคัญ อย่างเช่นเมืองตรัง เมื่อก่อนนี้คนในเมืองเชื่อว่าเขาเปลี่ยนอะไรไม่ได้ เพราะติดระบบ ระเบียบ ผู้ปกครอง เลยไม่ได้ทำอะไรเพื่อเมืองตรัง เมื่อมีกลุ่ม YEC (Young Entrepreneur Chamber of Commerce) เข้ามาพยายามทำเรื่องสร้างสรรค์ให้กับทุกเมือง ตอนนีที่ตรังเองก็เริ่มมีโอกาสต่าง ๆ เข้ามาบ้างแล้ว

“เมืองสร้างสรรค์  
ต้องเป็นเมืองแห่งโอกาส  
สำหรับทุกคน”



### ดร.กรกต อารมย์ดี ศิลปิน และผู้ก่อตั้งแบรนด์ KORAKOT จังหวัดเพชรบุรี

“ที่เพชรบุรีมีคนสร้างสรรค์หลายแขนง แต่การที่เราเสนอชื่อเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร เพราะส่วนรวมได้ประโยชน์ ความคิดสร้างสรรค์ของเพชรบุรีเกิดขึ้นบนพื้นที่ว่าง พอดินดี น้ำดี อากาศดี เกิดการเกษตร เราจึงมีวัตถุดิบประกอบอาหารเป็นที่มาของเมืองสามรส ที่มีทั้งเกลือ น้ำตาล มะนาว เรามีภูมิปัญญาด้านการแปรรูปอาหารทะเล อาหารพื้นราบ อาหารเนินเขา สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบของการสร้างเมือง เมื่อแม่ครัวได้ปัจจัยก็ไปทำบุญที่วัด จึงเห็นความสำคัญของช่างที่ต้องทำนุบำรุงศาสนสถาน การได้เป็น Creative City of Gastronomy ยิ่งผลักดันการเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมเก่า-ใหม่ ซึ่งเราเชื่อมโยงตั้งแต่สตรีทฟู้ดไปถึงอาหารชาววัง มีตั้งแต่ถ้วยเตี้ย ข้าวต้ม ข้าวแช่ ขนมจีนทอดมัน

แกงหัวตาล ข้าวแกงเมืองเพชร ขนมตาล ขนมหม้อแกง ฯลฯ ของอร่อยแต่ต้องฝีมือคนเก่าแก่แต่ดั้งเดิม ประเด็นก็คือ จะทำให้เด็กรุ่นใหม่เชื่อมโยงกับรุ่นปู่ย่าตายายได้อย่างไร จึงต้องมีกิจกรรมให้เด็ก ๆ ได้สำแดงตัวตนของเขาออกมาในมิติต่าง ๆ ทั้งเรื่องการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม ศิลปะการแสดง ทั้งละครใน การเชิดหนังใหญ่ นอกจากนี้ยังมีการออกแบบด้านอื่น ๆ เช่น แฟชั่น อาหาร เครื่องแต่งกาย เริงศิลป์ วรรณกรรม ซึ่งอาหารอยู่ได้ทุกหมวด ยูเนสโกถามว่าเราจะอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารของเราได้อย่างไร ก็ตอบไปว่า คุณไปดูเถอะ เรามีงานศพ งานแต่งงาน งานบวช ฮีเวนต์ในชีวิตประจำวัน นั่นแหละ คือ พื้นที่อนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารของเมืองเพชรบุรี”

“เมืองสร้างสรรค์  
ต้องมีพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่  
ได้สำแดง”

**ศรินทร์ย เย็นปัญญา**  
นักออกแบบ Creative Director  
ผู้ก่อตั้ง 56" Studio  
กรุงเทพฯ หาดนคร

“ความสัมพันธ์ของผมกับกรุงเทพฯ เป็นแบบ Love-Hate Relationship เพราะอยู่กรุงเทพฯ จะไปไหนต้องใช้เวลา 2 ชั่วโมงล่วงหน้า แต่ถามว่าทำไมถึงรักกรุงเทพฯ เพราะการอยู่ในเมืองแบบนี้กระตุ้นให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการอยู่ในย่านเมืองเก่า อย่างย่านเจริญกรุง ตลาดน้อย ซึ่งสิ่งๆ ทำให้เกิดย่านสร้างสรรค์ได้ ไม่ใช่นโยบายมหภาค แต่เกิดจากสิ่งเล็ก ๆ ในปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คน การพูดคุยกับ

คุณลุงที่เงินกึ่งเดือนมาขายตอนเย็น ๆ หรือการคุยกับร้านขายรองเท้าส่งข้าง ๆ ออฟฟิศ ฯลฯ การสร้าง Community ถ้าจะให้ยั่งยืนต้องทำความรู้จักกับคนจริง ๆ แล้วทำอย่างเป็นธรรมชาติ ที่มาจากรู้จักความเข้ากันระหว่างคนเก่ากับคนใหม่ เราไม่สามารถบังคับได้ ต้องเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเอง แล้วต้องใช้เวลา ใช้เจตนาที่ดี สำหรับผม นิยามของคนสร้างสรรค์ ไม่ใช่คนที่ต้องทำสิ่งยิ่งใหญ่ หรือมีชื่อเสียงโด่งดัง แต่ต้องเป็นคนที่ทำประโยชน์ให้กับเมือง”

“คนสร้างสรรค์  
ต้องเป็นคนที่ทำ  
ประโยชน์ให้กับเมือง”

**อาสา ทงธรรมชาติ**  
ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาและฟื้นฟูเมือง  
สำนักการวางผังและพัฒนาเมือง  
กรุงเทพฯ หาดนคร

“คำว่า เมือง โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เราจะเห็นเป็นตึกแถว พอใช้ไปสักพัก เริ่มโทรมเศรษฐกิจซบเซา ค้าขายไม่ได้ทำไร ลูกค้าหาย ไม่มีทุนจะพัฒนา ตอนนั้นก็ม.นโยบายพัฒนา 50 ย่าน ให้เป็นย่านสร้างสรรค์ ซึ่งหลายโครงการไม่จ่าย บางโครงการใช้เวลา 5-6 ปี แต่การทำย่านสร้างสรรค์ คือการเพิ่มมูลค่า (Value Added) ทางด้านกายภาพ และสร้างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อฟื้นฟูย่านของเราให้มีชีวิตชีวา สิ่งๆ ที่เพิ่มเติมเข้ามาเป็นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือรายได้ที่เพิ่มขึ้นของคนในย่านนั้น ๆ ซึ่งถ้าใช้ชีวิตตามปกติไม่มีการปรับปรุงให้เกิดกิจกรรมก็จะ

ไม่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมา การปรับปรุงย่านสร้างสรรค์ ยังทำให้เรามีพื้นที่นำเสนอ F Soft Power ของประเทศไทย (Food-Film-Fashion-Fighting-Festival) ออกมาให้โดดเด่นทำให้เกิดมูลค่ามากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับประเทศของเรา”

“ย่านสร้างสรรค์  
ต้องส่งเสริมเศรษฐกิจ  
ของเมืองและเพิ่มมูลค่า  
ให้กับประเทศไทย”



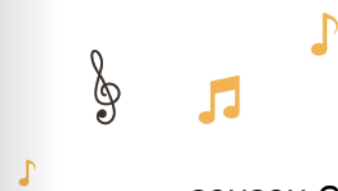
“คนสร้างสรรค์  
ไม่ใช่อะไรที่ต้องยิ่งใหญ่  
หรือมีชื่อเสียงโด่งดัง  
แต่ต้องเป็นคนที่ทำ  
ประโยชน์ให้กับเมือง”

- ศรินทร์ย เย็นปัญญา



# 3 ร่วมสร้าง เทศกาล และกิจกรรม

Build Brand,  
Be Eventful,  
Make the City  
Vibrant through  
Festivities



รวบรวม Creative Event ภายใต้ธีมต่าง ๆ ของเมือง เช่น ตัวอย่างงาน TCCN 2022 : Sound of The City เปิดพื้นที่สร้างสรรค์ให้นักดนตรีจากแต่ละภาคพร้อมเครื่องดนตรีท้องถิ่น บรรเลงร่วมกับวง The Photo Sticker Machine แล้วยังมีการแสดงเล่าเรื่องเครื่องฟ่าย เมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ทั้ง 5 เมือง ศิลปิน นักสร้างสรรค์ มีมากมายในเมือง นำผลที่ได้จากการสำรวจพื้นที่และสำรวจรวบรวมความมหัศจรรย์มาร่วมสร้างกิจกรรม เช่นเดียวกับการรวมพลนักดนตรีไม่ได้เล่นเครื่องดนตรีแบบเดียวกัน แต่ทำให้เกิดทำนองเดียวกันผ่านเครื่องดนตรีได้ นั่นคือเสน่ห์ที่ทำให้เกิดความผสมผสาน เป็นการสะท้อนวัฒนธรรม ผ่านการแสดงสร้างสรรค์ ผ่านศิลปิน

การออกแบบสร้างกิจกรรมที่สะท้อนความเป็นแบรนด์ของเมือง ยิ่งช่วยต่อยอดการรับรู้ผ่านการใช้พื้นที่สร้างสรรค์ แบบ Multi Function โดยให้คำนิยามเสมอว่า พื้นที่ทุกพื้นที่ที่สามารถเปลี่ยน ปรับ ให้เป็นพื้นที่เพื่อแสดงออกซึ่งความงดงามของเมืองได้เสมอหากเรามีคนสร้างสรรค์มาร่วมกันคิดและรังสรรค์ เช่น ห้องประชุมสัมมนาปรับให้เป็นตลาดโต้รุ่ง เป็นความธรรมดาที่น่ามหัศจรรย์ของผู้คนที่มาอยู่ร่วมกันแล้วสามารถสร้างบรรยากาศให้รู้สึกได้ว่า ที่แห่งนั้น คือ พื้นที่ที่เหมาะสมแก่การทำงานร่วมกันในบรรยากาศสร้างสรรค์





### งานประจำเมือง ขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ ได้อย่างไร?

#### กนกพรรณ ปรานวีระไพบุลย์ ผู้แทนชมรมภูเก็ตอาหารสร้างสรรค์ เทศบาลนครภูเก็ต

“ก่อนหน้านี้เมืองเก่าภูเก็ตชบเซามาก ปิดร้านกันตั้งแต่ห้าโมงเย็น ขณะที่นักท่องเที่ยวมาภูเก็ตเพื่อไปสัมผัส Sea Sand Sun จึงเกิดคำถามว่า ภูเก็ตเป็น World Destination แล้วคนท้องถิ่นได้ประโยชน์ตรงไหน พอเราได้อาหารเป็นของตัวเอง แล้วจึงใช้ความคิดสร้างสรรค์ นำการแก้ปัญหา ภายใต้ข้อจำกัด คือ ไม่มีปัจจัย ยังต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้มากขึ้น เมื่อเราได้รับการประกาศให้เป็น Creative City of Gastronomy การสื่อสารกับคนในท้องถิ่นก็ยิ่งสำคัญว่า ทำอย่างไรให้เขาเข้าใจว่า Creative City เป็นอย่างไร จึงหยิบแนวคิด F.A.T. (Food-Art-Town) มาบอกว่า “เราไม่ได้มีดีแค่อาหาร แต่จับความเชื่อมโยงจุดต่าง ๆ มาร้อยเรียงกัน เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ในอีเวนต์ต่าง ๆ ของเมืองภูเก็ต”

เริ่มต้นด้วย Street Art ที่ได้แรงบันดาลใจจากย่านสร้างสรรค์เจริญกรุง เป็นสื่อในการเล่าเรื่องด้วยภาพวาดอาหาร 12 ภาพ ที่คัดเลือกจาก 88 เมนู พร้อมกำหนดเส้นทางการเดินเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เช็คอิน อีกตัวอย่างของการนำความคิดสร้างสรรค์มาแก้ปัญหา ก็คือ ภูเก็ตมีกุ้งมังกร 7 สี (Phuket Lobster) เป็นของขึ้นชื่อ แล้วแพงมาก พอช่วง Low Season ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจะอย่างไร เราก็เอากุ้งมังกรมาจัดอีเวนต์ “สิงหา พาแม่กินกุ้งมังกร” กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยอยากมาเที่ยวภูเก็ต กินกุ้งมังกร นี่เป็นเพียงตัวอย่างบางส่วนของการทำงานอีเวนต์ ภูเก็ตเมืองสร้างสรรค์ เข้าไปติดตามได้ที่ [www.signatureofphuket.com](http://www.signatureofphuket.com)”

#### วรรณศรี ปัญญาประชุม ผู้อำนวยการสำนักการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่

“เชียงใหม่จัดงานเทศกาลประจำเมืองทุกปี อาทิ งานสงกรานต์ ที่เรียกว่า “ปีใหม่มือง” งานลอยกระทง ที่เรียกว่า “งานยี่เป็ง” ซึ่งมีการประดับประดาเมืองด้วยศิลปะหัตถกรรมที่สวยงามและมีความหมาย นอกจากนี้ยังมีการทำเวิร์กชอปเพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเมืองเชียงใหม่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสรับรู้ และเข้าใจไปด้วยกัน ดังนั้น การประกาศให้เชียงใหม่เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน ในปี พ.ศ. 2562

#### มนทิณี ยงวิกุล ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

“ถ้าเราลองเอาความคิดสร้างสรรค์ไปจับเรื่องของการพัฒนาเชิงพื้นที่ แล้วชวนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ธุรกิจสร้างสรรค์เข้ามา มันจะก่อให้เกิดผลอะไรได้บ้าง ในการขับเคลื่อนเมือง นั่นคือโจทย์ของ Bangkok Design Week ซึ่งไม่ได้เป็นแค่อีเวนต์ แต่เป็นแพลตฟอร์มที่ทำให้เกิดระบบนิเวศสนับสนุนให้นักสร้างสรรค์ และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มาแสดงผลงาน มีการสร้างเครือข่าย สร้างโอกาสทางธุรกิจ สร้างรายได้ และที่สำคัญก็คือมีการพัฒนาย่านต่าง ๆ ในพื้นที่เป้าหมาย พอได้โจทย์ของแต่ละปีแล้วก็นำไปเลือกพื้นที่จัดงาน

#### มิ่งขวัญ บุญโคทัย ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี

“จังหวัดเพชรบุรีถือเป็นเมืองน้องใหม่ ที่ได้รับการประกาศให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ด้านวิทยาการอาหาร เพราะมีความหลากหลายของต้นทุนทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และภูมิปัญญาอาหารในด้านต่าง ๆ สิ่งนี้เกิดขึ้นได้จากวิสัยทัศน์ของผู้นำ ซึ่งเราเตรียมการกันถึง 2 ปี และได้กำหนดกิจกรรมไว้ในแผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน

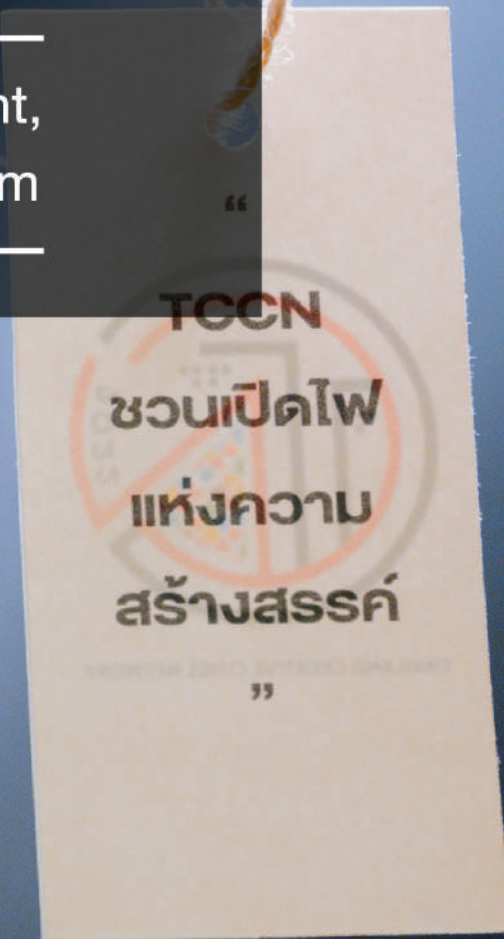
ยังทำให้เชียงใหม่สังเกตเห็นความสำคัญในการเผยแพร่ยกระดับหัตถกรรมพื้นบ้านโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเสริมเข้าไป โดยเน้นความร่วมมือร่วมใจของทุกภาคส่วน ทั้ง อบจ.เชียงใหม่ สถาบันการศึกษา ผู้ประกอบการร้านค้า และโรงแรม ทั้งนี้มีการเขียนไว้ใน TOR ว่าการจัดงานอีเวนต์ทุกครั้งไม่ว่าจะเล็ก หรือใหญ่ ต้องเล่าเรื่องของเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เราพยายามเอาเนื้อเรื่องที่เราไม่ไปร้อยเรียงไว้ในการจัดงาน แล้วดีไซน์รูปแบบออกมาให้เหมาะสมและสร้างสรรค์ที่สุด”

มีย่านเจริญกรุงซึ่งเป็นที่ตั้งของ CEA และย่านอื่น ๆ ที่มีศักยภาพ ได้แก่ สามย่าน อาร์ยี่ ประดิพัทธ์ ทองหล่อ ปีที่ผ่านมามีย่านพระนคร เพิ่มขึ้นมาด้วย ในด้าน Impact ที่เกิดขึ้น เราวัดจากงานที่จัดว่าเกิดผลกระทบด้านใดบ้าง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ มูลค่าสื่อ ผู้เข้าชมงาน และที่สำคัญที่สุดคือ Impact ที่มีต่อธุรกิจสร้างสรรค์ + อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ + พื้นที่สร้างสรรค์ นี่คือการดำเนินงานของ Bangkok Design Week ในฐานะเครื่องมือสะท้อนศักยภาพของกรุงเทพฯ ที่ทำให้เราได้รับการประกาศให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ด้านการออกแบบของยูเนสโก”

เมืองให้สอดแทรกเรื่องอาหารในทุกมิติ อย่างปลายปีนี้จะมีการจัดงานใหญ่ “Cha-am Food Festival” ครั้งที่ 2 และจัดงานวิ่งมาราธอน เราก็นำเรื่องอาหารสอดแทรกเข้าไปใน Sport Tourism ในรูปแบบเส้นทางอาหาร เส้นทางท่องเที่ยว เป็นการเปิดเวทีให้ Soft Power อย่างอาหารได้ทำหน้าที่สร้าง “การเป็นดี อยู่ดี” ให้กับคนในเมืองเพชรบุรี ในฐานะที่เป็นเมืองสร้างสรรค์”

# 4 นำทางอนาคต ด้วยเรื่องเล่า เมืองเรา

Creative Content,  
Creative Platform



การรวบรวมของดี ของเด่น และการเปิดพื้นที่สร้างสรรค์จะก่อให้เกิดกิจกรรม นวัตกรรม สร้างสรรค์ใหม่ ๆ มากมาย การนำเสนอ และสร้างการรับรู้มาจากการที่คนสร้างสรรค์ในเมืองผนึกกำลังร่วมกัน ในการสื่อสารเรื่องราวดี ๆ นโยบายการสร้างเครือข่าย จะนำพาไปสู่ การสนับสนุนให้เกิดแพลตฟอร์ม สำหรับการเล่าเรื่องที่เกิดขึ้น

การนำเสนอเรื่องราว จำเป็นต้องมีกลุ่มผู้สื่อสารประจำเมืองที่ เข้าใจหลักการการสื่อสารการตลาด การร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ วิธีการนำเสนอและการใช้สื่อที่มีอยู่อย่างหลากหลาย นับเป็นอีกหนึ่ง แนวทางที่ควรต้องส่งเสริมเชิงนโยบายให้ชัดเจนต่อไป



## รวมพลังนักเล่าเรื่องขับเคลื่อนเมือง



- สมาคมเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารแห่งประเทศไทย
- BLACK JOURNEY
- เดอะ มนต์รักแม่กลอง
- THE CLOUD
- KTC WORLD

## “Gastronomy Tourism ไม่ใช่ Food Tour”

กฤษฎากร สุนกุล  
เครือข่ายวัฒนธรรมอาหาร

“ในปี พ.ศ. 2564 สมาคมเครือข่ายวัฒนธรรมอาหาร ได้ทำงานวิจัย “เรื่องเล่าผ่านอาหาร” ที่มองเห็นความล่มสลายของระบบอาหารที่กำลังเกิดขึ้น จากการที่เราไม่เคยตั้งคำถามว่า อาหารที่เรากินเข้าไปนั้นมาจากไหน ใครเป็นผู้ผลิต อาหารปลอดภัยหรือไม่ อาหารทำหน้าที่ส่งต่อภูมิปัญญา วัฒนธรรมของเรา จากต้นน้ำถึงปลายน้ำได้อย่างไร เพราะอาหารพูดเองไม่ได้ เราจึงค้นหาจุด สันถกโมติแห่งอาหาร (Gastro-diplomacy) มาช่วยพูดเรื่องราวเหล่านี้ ซึ่งได้เซฟ 7 คน มาเล่า เรื่องอาหาร 7 พื้นที่ ในมิติต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 7 ธีม ขับเคลื่อนเรื่องวัฒนธรรมอาหาร และการเล่า เรื่องเมืองผ่านอาหาร ซึ่งสมาคมฯ กำลังรวบรวมเครือข่ายผู้ปลูก ผู้ผลิต ผู้สร้างสรรค์ ศิลปิน ที่อยู่ในเส้นทางวัฒนธรรมอาหาร จากต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ มาช่วยกันสร้างระบบอาหารที่ยั่งยืน ผ่านการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจเรื่อง Food Literacy ให้กับผู้บริโภค เราเชื่อว่าเรื่องเล่าของ อาหารจะพาเราไปถึงต้นทางอาหาร สร้างสมดุลแห่งการดำรงอยู่อย่างเกื้อกูล ถ้าคนในเมืองร่วมกัน ถอดรหัสการเล่าเรื่องเมืองผ่านอาหาร เราจะพบแนวทางการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ ด้วยชุมชนพลัง อันไม่มีที่สิ้นสุด และสามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่ม เพราะเราต้องกินทุกวัน สุดท้ายนี้อยากจะเป็นที่ยอมรับ มนุษย์อยู่ไม่ได้ถ้าเราไม่ได้กินให้ดี Gastronomy Tourism ไม่ใช่ Food Tour อย่างที่หลาย ๆ คนเข้าใจ”

#อาหารพาไปไหนจะ



Thailand  
**GASTRONOMY**  
Network

#StorytellingThroughFood  
#GastroDiplomacy  
#ThailandGastronomyNetwork

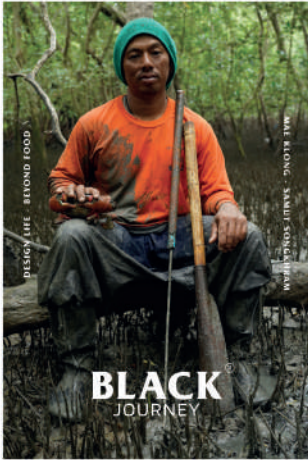
# "ถ้าคนไม่รู้ สักวันมันจะหายไป"



ภาณุภน บุลสุวรรณ

Blackitch Artisan Kitchen และ Black Journey

"Black Journey เล่าเรื่องราวชาติของความเป็นไทย ซึ่งมี 9 สส คือ แป้งข้าว หวาน เค็ม เผ็ดร้อน ขม ฝาด มัน หอมเย็น เมาเบื่อ ทั้ง 9 สสรวมกันเป็นรสกลมกล่อม ซึ่งสะท้อนความอุดมสมบูรณ์ของประเทศไทย เราเล่าเรื่องราวชาติอาหารผ่าน 5 แกนหลัก B=Balance / L=Life / A=Art / C=Creative / K=Knowledge



BALANCE  
LIFE  
ART  
CREATIVE  
KNOWLEDGE

เพื่อที่จะบอกว่า เมื่อเรามีรส เราจะมีชาติ ถ้าเราเริ่มตามหารสชาติ เราจะเริ่มรู้จักธรรมชาติ เพราะสิ่งสำคัญคือเรื่องของวัตถุดิบ เมื่อไรก็ตาม ที่เรารู้จักมันน้อยลง มันมันน้อยลง มันจะเริ่มหายไป ระบบนิเวศจะเปลี่ยน จากที่เราที่เติบโตจากเมืองกสิกรรม แปรรูปไปเป็นเมืองอุตสาหกรรม แล้วจะเปลี่ยนกลับมาเป็นกสิกรรมจะไม่มีใครไม่เลือกทางนั้นเลยเพราะคนไม่รู้จักกสิกรรมเหล่านั้นก็จะกลายเป็นกสิกรรมอุตสาหกรรมทันที แล้วเราจะเหลืออะไรให้กิน นอกจากของในกระป๋อง อาหารในซอง ของกินที่ตันทางมาจากไหนก็ไม่รู้ เราจึงไม่ได้ตามหาวัตถุดิบ แต่เราตามหารสชาติของท้องถิ่นต่าง ๆ เพราะเราเชื่อว่าแต่ละที่ มีเอกลักษณ์ มีอัตลักษณ์ มีราก มีแก่นของวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีพฤติกรรมธรรม มีการผสมผสานของความหลากหลาย คนต่างรุ่นแต่ละคนเติบโตมาไม่เหมือนกัน เราจะ Blend อย่างไรให้สมดุลกับชีวิต แล้วยังมีศิลปะ มีความคิดสร้างสรรค์ สุดท้ายยังได้เรื่องขององค์ความรู้ต่าง ๆ ด้วย และนี่คือหัวใจของ Black Journey"

"เดอะมนต์รักแม่กลองทำหน้าที่เป็นคนตรงกลาง เชื่อมสังคมให้รับรู้ เมืองทุกเมืองก็ควรจะมีคนทำหน้าที่แบบนั้น"

ภัทรพร อภิชาติ  
เดอะมนต์รักแม่กลอง

"ในขณะที่สื่อหลักนำเสนอเรื่องราวของเมืองท่องเที่ยวกระแสหลัก แต่คนในท้องถิ่นยังไม่รู้จักแม้กระทั่งเรื่องราวของเมืองตัวเอง โดยเฉพาะเมืองเล็กๆ อย่างสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นแหล่งผลิตอาหารที่มีความอุดมสมบูรณ์ ในขณะเดียวกันก็มีความอ่อนไหวมาก ๆ เสี่ยงต่อการสูญสลายอาหารระบบนิเวศถูกทำลาย เดอะมนต์รักแม่กลอง ก็อยากทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องเมืองของเรา ผ่านสินค้าที่ผลิตได้ในชุมชน ไม่ว่าจะป็นน้ำปลา เกลือ น้ำตาลมะพร้าว น้ำส้มสายชู น้ำยาล้างจาน ฯลฯ ซึ่งสินค้าเหล่านี้มีส่วนในการรักษาระบบนิเวศ



สังเกตว่าราคาสินค้าของเราจะเน้นความเรียบง่าย พุดเยอะ เพราะเราอยากให้ผู้บริโภคที่รู้ว่าสินค้าของเราจากไหน ใครเป็นคนทำ ใช้ตัวอย่างไร สำคัญอย่างไรกับระบบนิเวศ ยกตัวอย่างน้ำปลาผู้ใหญ่แดง เกิดขึ้นเพราะความพยายามของผู้ใหญ่แดงที่ออกไปปักปันแนวไม้ไผ่ชะลอคลื่นเพื่อช่วยเหลือลูกบ้านที่โดนคลื่นซัดบ้าน แล้วการปลูกป่าชายเลนไม่เพียงแต่แก้ปัญหาลูกบ้านแต่ยังทำให้ทรัพยากรชายฝั่งกลับคืนมา อย่างปลาออกเรื่ก็หายไปก็กลับคืนมา ผู้ใหญ่แดงเลยเอาปลาที่จับได้ในหมู่บ้านลงทำน้ำปลาลมิกแบบเดียวกับที่แม่เคยทำให้กินตอนเด็ก ๆ และนี่คือน้ำปลาที่เล่าเรื่องการต่อสู้ของคนเล็ก ๆ ที่พลิกฟื้นทรัพยากรธรรมชาติ ทุกคนช่วยกันได้ถ้ามีคนต้นทางกำลังทำเรื่องนี้อยู่ เดอะมนต์รักแม่กลองทำหน้าที่เป็นคนตรงกลาง เชื่อมสังคมให้รับรู้ เมืองทุกเมืองก็ควรจะมีคนทำหน้าที่แบบนั้น"



# “เล่าเรื่องเมืองไทยมุมมองใหม่ ให้คนได้รักประเทศไทยมากขึ้น”

## ทรงกลด บางยี่ขัน

บรรณาธิการบริหาร The Cloud

“The Cloud เป็นสื่อที่ไม่จำกัดรูปแบบ สิ่งหนึ่งที่เดอะคลาวด์พยายามทำคือการเล่าเรื่องเมืองไทย ให้คนไทยรู้จัก ด้วยเหตุผลหลัก ๆ คือ คนไทยรักประเทศไทยน้อยลง ทุกวันนี้เราเสพสื่อที่มีเรื่องราวต่างประเทศค่อนข้างเยอะ เรารู้จักญี่ปุ่นดีมาก รู้จักเกาหลีดีมาก พอเรารู้จักเขาดี เราก็รักความเป็นเขา รักวัฒนธรรมของเขา แต่พอเป็นประเทศไทย ไปเห็นลายผ้าแปลก ๆ ที่ต่างจังหวัด เอ๊ะ มันช่างไม่เท่าเอาเสียเลย ซึ่งก็ไม่ได้ผิดอะไร



สังเกตว่าเวลาให้เด็กไทยนึกถึงความเป็นไทย ก็จะมีนึกถึงजू กาแล ต้มยำกุ้ง มวยไทย นวดไทย มินมีอะไรอีกหรือไม่ นึกไม่ออก เดอะคลาวด์เลยอยากจะทำเรื่องความเป็นไทยด้วยท่าทีที่หลากหลาย และเน้นความคิดสร้างสรรค์ ที่น่าจะสร้างแรงบันดาลใจให้พวกเขาได้ เดอะคลาวด์สนใจเล่าเรื่องเมืองเพราะเราทำแล้วก็ได้รับรู้เรื่องราวใหม่ ๆ ที่ทำให้แต่ละจังหวัดภูมิใจไปด้วยหลักการของเราคือ เข้าใจเมืองให้ได้ คิดสรรหาเมืองมีอะไรที่ควรนำมาเล่าต่อ ในมุมมองที่คนนอกมองเข้าไป และคนในมองออกมา นำเสนอโดยบอกเล่าให้ง่ายที่สุด ให้คนตามรอยได้ เราก็จะตอบโจทย์ผู้อ่านได้ว่า “ต้องรู้ไปทำไม” ที่ผ่านมากทุกเมืองก็เล่าเรื่องตัวเองอยู่แล้ว เพียงแต่นำเสนอเรื่องราวในกระแส เช่น กินที่ไหนอร่อย ไหว้พระที่ไหนดี อยากชวนให้เมืองลองมาตั้งคำถามมุมมองใหม่ ๆ กันดู เราก็จะมีเรื่องเล่าที่แตกต่างไปจากเดิม”

# “แพลตฟอร์มช่วยเล่าเรื่องเมือง ที่เข้าถึงกลุ่มผู้ถือบัตร KTC”

## เจนจิต ลัดพลี

Vice President / Travel and Leisure Marketing

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หรือ เคทีซี

“KTC เป็นบัตรเครดิตซึ่งจะว่าไปแล้วก็คือสินค้า Commodity ที่สามารถทดแทนกันได้ แต่สิ่งที่เราทำมากกว่าบัตรเครดิตทั่วไป ก็คือการสร้างแพลตฟอร์มที่กระตุ้นเศรษฐกิจ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเดือดร้อนอย่างแสนสาหัส เราจึงใช้ช่องทางของ KTC เปิดโครงการ “เที่ยวอยู่ได้” ซึ่งเป็นการหยิบยื่นอาวุธของ KTC ที่มีอยู่แล้ว ทั้งในแง่สื่อประชาสัมพันธ์ รายการส่งเสริมการขาย ทางเลือกการชำระเงิน และกิจกรรมต่าง ๆ เชิญชวนผู้ประกอบการให้มาใช้บริการแพลตฟอร์มของ KTC เพื่อเข้าถึงฐานสมาชิกของ KTC โดยไม่มีค่าใช้จ่าย



หลังจากโครงการ “เที่ยวอยู่ได้” ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี เราจึงสร้าง Microsite ชื่อ “หาเรื่องเที่ยว” ขึ้นมาอีกหนึ่งช่องทาง ซึ่งมีกลุ่มรถเช่า แหล่งท่องเที่ยวประมาณ 200 แห่ง แต่ที่ยังขาด Content ที่มีความน่าสนใจ จึงอยากเชิญชวนเมืองสร้างสรรค์ทั้งหลาย ให้ใช้ช่องทางของเราประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ให้ KTC จับคู่ Content ที่มีเสน่ห์ของแต่ละเมือง ผ่านแพลตฟอร์มของเราถึงผู้ถือบัตร คาดว่าจะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยตอบโจทย์การเล่าเรื่องเมืองได้อย่างยั่งยืน”

# ข้อเสนอแนะ เชิงนโยบายและ แผนปฏิบัติการ TCCN

The Next Move TCCN

จากการระดมความคิดเห็นในงาน TCCN 2022 และการประชุมภาคีเครือข่ายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการร่วมมือขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2565 ได้สรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 5 แนวทางหลัก ดังนี้

## 1) THAILAND CREATIVE CITIES NETWORK (TCCN) CREATIVE MANAGEMENT

เสนอให้มีการจัดตั้งคณะทำงาน ร่วมกันทำแผนปฏิบัติการเมืองสร้างสรรค์ และจัดตั้ง **Secretariat Team** ประสานงานตรงกับ UNESCO และเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในภาคพื้นเอเชีย

## 2) CREATIVE SPACE

ด้านพื้นที่สร้างสรรค์

สนับสนุนให้เปิดพื้นที่สร้างสรรค์ในทุกเมือง ให้คนทุกรุ่นใช้ประโยชน์ได้ร่วมกัน

## 3) CREATIVE PEOPLE

ด้านคนสร้างสรรค์

สนับสนุนให้จัดทำแผนขับเคลื่อน Young Creative People Network

## 4) CREATIVE EVENT

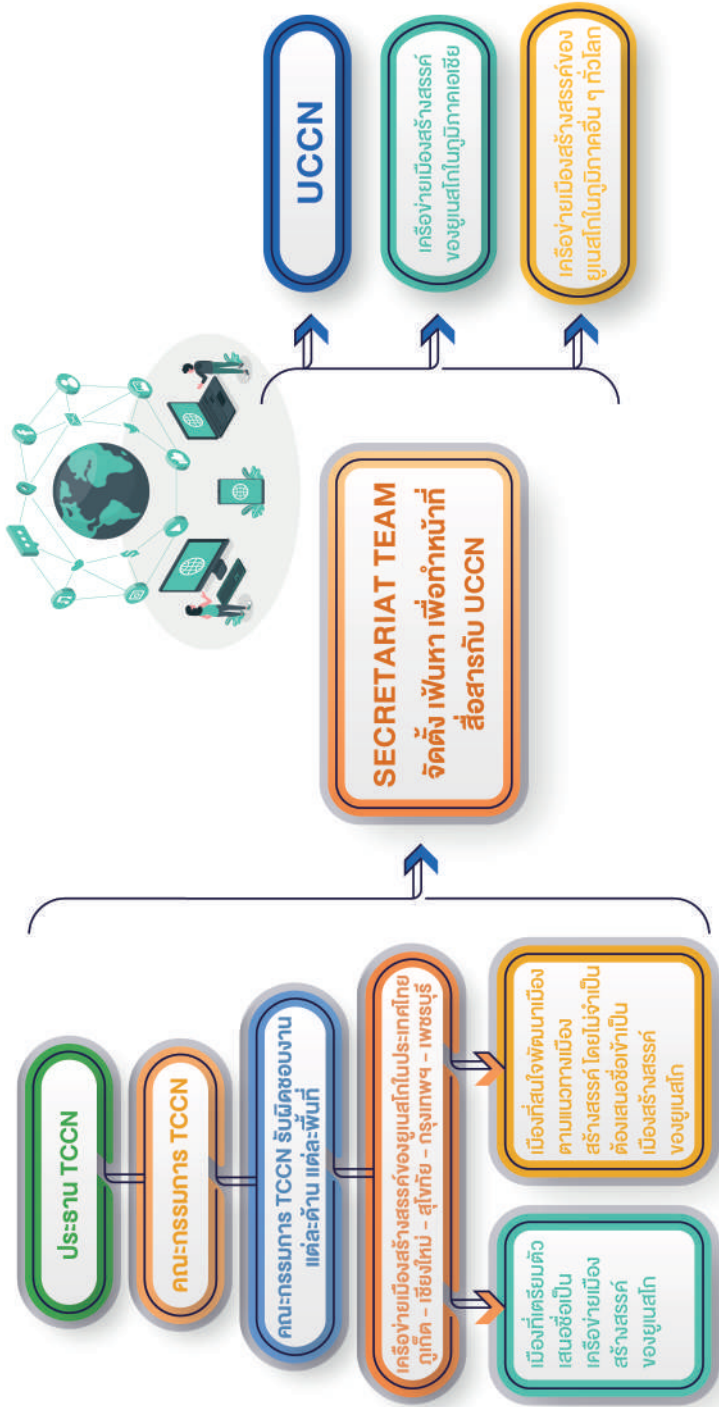
ด้านกิจกรรมและเทศกาลสร้างสรรค์

สนับสนุนให้มีการจัดมหกรรมสร้างสรรค์ประจำปี ในรูปแบบ Creative Cities Annual Festival

## 5) CREATIVE CONTENT

ด้านการเล่าเรื่องเมืองสร้างสรรค์

สนับสนุนให้มีแพลตฟอร์มกลาง เป็นศูนย์รวมเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร เมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย



Thailand Creative Cities Network (TCCN)  
Creative Management

## 1) THAILAND CREATIVE CITIES NETWORK (TCCN) CREATIVE MANAGEMENT

- 1) เสนอให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการ และคณะทำงาน **TCCN** เพื่อให้แต่ละเมืองสามารถขับเคลื่อนภารกิจด้านต่างๆ ตามเป้าหมายรวม และเป้าหมายกิจกรรมระดับพื้นที่ตามแนวทางที่กำหนด
- 2) สนับสนุนให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการเมืองสร้างสรรค์ที่รองรับทั้งแผนกิจกรรมและแผนงบประมาณ
- 3) ควรจัดตั้งหน่วยงานกลางเป็นผู้ประสานให้เกิดการประชุมขับเคลื่อนแผนการดำเนินงานและกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในระหว่างเมืองสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง
- 4) ควรกำหนดเกณฑ์ในการสมัคร / เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ประเทศไทย โดยเปิดโอกาสให้เมืองที่มีสนใจนำแนวทางเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาเมือง โดยไม่จำเป็นต้องเสนอชื่อเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก เข้าร่วมได้
- 5) ควรมีการกำหนดรูปแบบแนวทางการเชื่อมโยงเมืองสร้างสรรค์ แบบ **Peer to Peer** หรือ “เพื่อนสอนเพื่อน” เพื่อให้เมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับการประกาศให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ได้เป็นพี่เลี้ยงให้เมืองสร้างสรรค์น้องใหม่ต่อไป โดยให้มีการจัดตั้งตัวแทนคณะทำงาน เป็นผู้ประสานงาน
- 6) เสนอให้มีการจัดตั้ง / แต่งตั้ง / ค้นหา **กองเลขาธิการ (Secretariat Team)** เพื่อทำงานกับเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทยโดยเฉพาะ ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลาง สื่อสารตรงต่อ **UCCN** และเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ทั่วโลก โดย **กองเลขาธิการ (Secretariat Team)** ต้องมีความสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษระดับ **ยอดเยี่ยม** และเข้าใจบริบทการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ในภาพรวม

# CREATIVE



# SPACE

## 2) CREATIVE SPACE

ด้านพื้นที่สร้างสรรค์

เสนอให้เมืองทุกเมือง พัฒนาพื้นที่สาธารณะที่มีอยู่  
ใช้งานได้จริง ตอบโจทย์กิจกรรมสร้างสรรค์

จัดให้มี Creative Zone ทุกเมือง  
โดยเน้นประโยชน์ใช้สอยแบบ Multi Function  
ปรับเปลี่ยนได้ตามวัตถุประสงค์ของงาน  
สามารถจัดงานเทศกาลประจำเมือง  
ปรับใช้เป็นลานแสดงศิลปะ  
หรือพื้นที่ปล่อยของให้คนรุ่นใหม่  
ได้สำแดงศักยภาพได้ด้วย

# CREATIVE



# PEOPLE

### 3) CREATIVE PEOPLE

ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพ  
**Young Creative People Network**

เมืองสร้างสรรค์  
ต้องขับเคลื่อนด้วยคนสร้างสรรค์รุ่นใหม่ ๆ  
ที่เข้าใจอัตลักษณ์ของเมือง  
พร้อมต่อยอดภูมิปัญญา  
และพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ด้วยความคิดสร้างสรรค์  
ที่ส่งเสริมเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
ใช้นวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์  
ปรับปรุงรูปแบบสินค้าชุมชน  
จัดอบรม ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับเยาวชนในเมือง  
 ฯลฯ

ในแต่ละเมืองสามารถสร้างยุวชนครีเอทีฟ/  
**(Young Creative People - Y.E.P.)**  
เพื่อความยั่งยืน



## 4) CREATIVE EVENT

เสนอให้จัดงานมหกรรมเมืองสร้างสรรค์ ประจำปี  
**Creative Annual Festival Network**

ร้อยเรียงของดี เมืองพี่เมืองน้อง  
ส่งต่อเทศกาลเมืองสร้างสรรค์  
เพื่อแสดงผลของเครือข่าย

ขึ้นเหนือ

เปิดริมน **Art & Craft** ที่สุโขทัย  
แล้วส่งต่อให้แพร่ น่าน ไปจบที่เชียงใหม่

ลงใต้

ภูเก็ตเปิดงาน **Creative Food Festival**  
ส่งต่อไปเมืองตรัง ไปจบที่ สงขลา

ภาคกลาง

กรุงเทพฯ ชวนเพชรบุรี

ทำริมน **Design x Food**

ออกแบบเป็น **Creative Food Design**  
จัดแสดงในงาน **Bangkok Design Week**  
ฯลฯ

เมืองสร้างสรรค์มี 7 ริมน

ในหนึ่งปี ไม่จำเป็นต้องจัดทุกริมน เน้นปีละริมน

ทำให้ยิ่งใหญ่เป็นมหกรรมประจำปี

เพื่อสร้างพลวัตในการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์

แบบ **Peer to Peer**

และเชิญชวนเพื่อนในภูมิภาคอาเซียนเข้าร่วมได้ด้วย



**Thailand Creative Cities Network - TCCN**

@thailandcreativecitiesnetwork2022 · Professional networking

Follow

Home Reviews Videos Photos More ▾

Like 🔍 ⋮

<https://www.facebook.com/thailandcreativecitiesnetwork2022>



## 5) CREATIVE CONTENT

**จัดทำคู่มือเมืองสร้างสรรค์ที่ใช้ประโยชน์ได้  
มีศูนย์กลางการเรียนรู้เมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย  
ทั้ง 7 ด้าน โดยนำเทคโนโลยีมาใช้ เช่น ระบบจักรวาลนฤมิต**

จัดทำเว็บไซต์ศูนย์กลางข่าวสาร  
ที่แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการขับเคลื่อน  
เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย  
มีกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ  
อพยพข้อมูลจากเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ทั่วโลก  
แจ้งนโยบายปฏิบัติของ UCCN ที่ทุกเมืองต้องรู้  
ฯลฯ

เว็บไซต์ จะสามารถตอบโจทย์การนำแนวคิดเมืองสร้างสรรค์  
ไปพัฒนาเมืองตลอดจนชี้แนะวิธีเตรียมตัวเสนอชื่อเมือง  
เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกต่อไป

ข้อมูลข่าวสาร และเนื้อหาต่าง ๆ ที่ประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์นี้  
ทุกเมืองจะจัดส่งมาให้คณะทำงานส่วนกลาง

## การนำไปใช้ในเชิงนโยบายระดับประเทศ



กลไกหลักเริ่มที่

### การประสานงานร่วมกันในพื้นที่

โดยไม่ลืมนักที่จะให้แกนหลัก คือ

### องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และ ส่วนภูมิภาค

เป็นฝ่ายผลักดัน หนุนเสริม

ร่วมพัฒนาขีดความสามารถ

ทั้งใน **เชิงนโยบาย** และการนำพาสู่ **การปฏิบัติ**

ร่วมมือขับเคลื่อนให้ได้ผลสัมฤทธิ์

การริเริ่มแนวทาง **กลไกทั้งระบบ**

ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์

โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และส่วนภูมิภาค

มีอย่างต่อเนื่องและสามารถนำไปสู่

### การสร้างสรรค์ด้วยตนเอง

ของกลุ่มเครือข่ายที่ก่อตัวขึ้นในเมือง

กลไก 4 ด้าน ประกอบด้วย



- 1 เปิดพื้นที่สร้างสรรค์
- 2 รวบรวมมหัศจรรย์แห่งคนสร้างสรรค์
- 3 ร่วมสร้างเทศกาลและกิจกรรม
- 4 นำทางอนาคตด้วยเรื่องเล่าเมืองเรา

จะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างต่อเนื่อง

และไม่เป็นการทำงานแบบโครงการ

ซึ่งมีขีดจำกัดคือ ทำจบโครงการแล้วเสร็จ

### แต่เป็นการดำเนินงานขับเคลื่อนในแบบการส่งเสริม

กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และแนวคิดใหม่ ๆ

ได้ตลอดเวลาจากหลากหลายภาคส่วน

จากหลากหลายเครือข่าย

ที่ก่อตัวขึ้นอย่างสร้างสรรค์ในเมือง

โดยเน้นไปที่ 4 องค์ประกอบสำคัญ



ซึ่งเราจะเห็นความเชื่อมโยงของ **กลไกทั้งระบบ**

จากแนวทางการพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก

ดังแผนภาพในหน้าต่อไป



Project / New Business / Event / Content

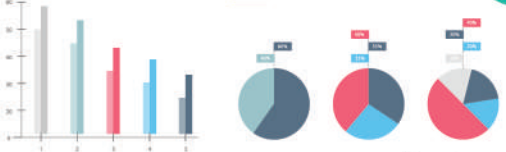
Creative + Innovation + Commercialisation

Local-based Design

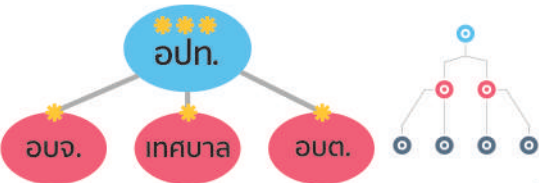


วิเคราะห์ผล/ แบ่งงาน  
Division of Work

แบบประเมิน



เข้าใจองค์ประกอบการพัฒนาพื้นที่  
เชิงวัฒนธรรม



ประเมินพื้นที่

ศึกษา สำรอง

\*\*\* lead organization  
\* support / implement

แนวทางการพัฒนาพื้นที่  
เมืองสร้างสรรค์ของ  
สู่การเป็น  
ยูเนสโก

One-Plan  
บรรจุไว้ในแผนของแต่ละหน่วยงาน



5 ขั้นตอนการนำทรัพยากรท้องถิ่นสู่การพัฒนาพื้นที่  
ที่องค์กรจากส่วนกลาง + ส่วนภูมิภาค  
ร่วมเพิ่มศักยภาพนำสู่ระดับโลก

ประยุกต์จากโครงการแนวทางการพัฒนาและ  
สร้างสรรค์เขตพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร  
อย่างยั่งยืนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ทุนวิจัยจาก  
หน่วยงานบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถ  
ในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) ประจำปี 2565  
โดย Perfect Link Consulting Group, 2022

# ทบทวนองค์ความรู้ ก่อนกำหนดนโยบาย ถอดรหัสเมืองสร้างสรรค์

จับมือไว้  
แล้วไปด้วยกัน

กระบวนการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์  
เป็นสิ่งที่ต้องทบทวน และทำซ้ำตลอดเวลา  
กล่าวได้ว่ามีจุดเริ่มต้น แต่ไม่มีจุดสิ้นสุด  
เพราะของเก่าผ่านไป ของใหม่ผ่านเข้ามา หมุนเวียนเป็นวงจร  
การส่งต่อภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น  
ต้องทำอย่างต่อเนื่อง  
เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการ  
เมืองใดที่พึงพอใจกับการหยุดนิ่ง  
เท่ากับสิ้นสุดสภาพการเป็นเมืองสร้างสรรค์ไปแล้ว

เมืองสร้างสรรค์ที่ก้าวไปทั่วโลก  
จึงต้องตอบโจทย์ให้ได้ว่า  
สิ่งใดควรพัฒนา ต่อยอด สร้างเสริม อย่างสร้างสรรค์

ในที่สุดท้าย จึงเป็นการทบทวนองค์ความรู้  
ถอดรหัสเมืองสร้างสรรค์ เพื่อนำไปกำหนดนโยบาย  
กระตุ้นให้แกนนำเมืองสร้างสรรค์  
หาแนวทางสร้างความเข้าใจร่วมกัน  
เพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ต่อไป



## การเริ่มต้น

Thailand Creative Cities Network

ชวนทำความเข้าใจ  
เรื่องเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์  
แลกเปลี่ยนเรียนรู้เชื่อมโยงกันและกัน  
สานต่อความฝันให้เป็นความจริง  
เข้าใจตัวตนในสิ่งที่อยู่  
จับเคลื่อนเรียนรู้เพื่อไปถึงเป้าหมาย  
สิ่งที่เราอยากเป็นนั่นคืออะไร  
ตั้งคำถามตั้งธงในใจแล้วก้าวไปด้วยกัน  
ถอดรหัสความรู้เมืองสร้างสรรค์ยูเนสโก  
สร้างเป็นแนวทางเมืองสร้างสรรค์ในฝัน  
อพท. ผสานเมืองเครือข่ายให้ถึงเป้าหมายนั้น  
เพื่อเมืองไทยสร้างสรรค์  
สู่ความยั่งยืน



# 1

## รวบรวมความรำรวย

ก้าวแรกควรตั้งวงพูดคุย โดยเชิญปราชญ์ชุมชน  
ครูภูมิปัญญา ศิลปิน ผู้รู้ นักสร้างสรรค์  
มาร่วมกันสร้างภาพอนาคตเมืองสร้างสรรค์ร่วมกัน

ก่อนเข้าร่วมเครือข่ายทำไงดีหนอ  
จะเริ่มต้นคั้นหาอย่างไรให้ดีพอ  
ซึกเริ่มท้อแล้วสิเรา  
เอาอย่างนี้ดีแน่แท้  
ค้นหาตัวตนค้นหาความหมาย  
คูดี ๆ เมืองของเรารำรวยอะไร  
หาให้ได้ คั้นให้เจอ  
รวยของดี รวยของเด่น  
รวยผู้คน รวยความฝัน  
แต่สถานการณ์บ้านเมืองยังไม่แน่  
แม้กำลังต้องประเชิญกับเรื่องที่ย่ำแย่  
ต้องพร้อมลุกขึ้นมาตั้งวงพูดคุยกัน  
จะพ้อเมือง แม่คำ ครู นักปราชญ์  
ศิลปิน ร่วมเขียนวาดเมืองสร้างสรรค์  
อยากเห็นเมืองในอนาคตเป็นอย่างไรกัน  
นำความรำรวยที่เมืองมือนั้น  
มาสร้างฝันให้เป็นจริง



## 2

### มองหาปัญหาที่อยากแก้

การเป็นเมืองสร้างสรรค์ หัวใจอยู่ที่การนำความคิดสร้างสรรค์ มาช่วยกันหาทางออกให้กับความท้าทายที่เมืองกำลังเผชิญอยู่

ยินเสียงพรั่นคนเมืองใหญ่  
อยากจะทำใจให้กับปัญหา  
ทุกวันนี้มีแต่เรื่องปวดอุรา  
สูงภาวะจิต ภายใจ เริ่มเสื่อมโทรม  
เด็กรุ่นใหม่ไม่สนใจศิลปะพื้นบ้าน  
ต่างก็หันไปสู่อสังหา  
รถก็ติด อาหารก็มีพิษ  
พื้นที่สีเขียวลดลงทุกที  
มีแต่ปัญหา ปัญหา ที่ตามแก้ไม่ทัน  
ถ้าเมืองไม่น่าอยู่ ใครจะอยู่ ใครจะสรรค์  
คงถึงเวลาต้องมานั่งถกเพื่อแก้ไ้กัน  
รวบรวมพลังคนสร้างสรรค์แล้วจุดไฟ  
สร้างพื้นที่ให้คนในเมืองได้สรรค์สร้าง  
สร้างแนวทางการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม  
และสร้างเมืองให้น่าอยู่ด้วยส่วนรวม  
นำความคิดสร้างสรรค์มาร่วมแก้ปัญหาก็มี  
เมืองน่าอยู่สร้างได้จากตัวเรา  
อย่าไปรอให้เขาคนอื่นมาสร้างให้  
เมืองน่าอยู่จะเป็นเมืองน่าเที่ยวต่อ ๆ ไป  
ขอให้กำลังใจกับทุกเมืองสร้างสรรค์เอ๋ย

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

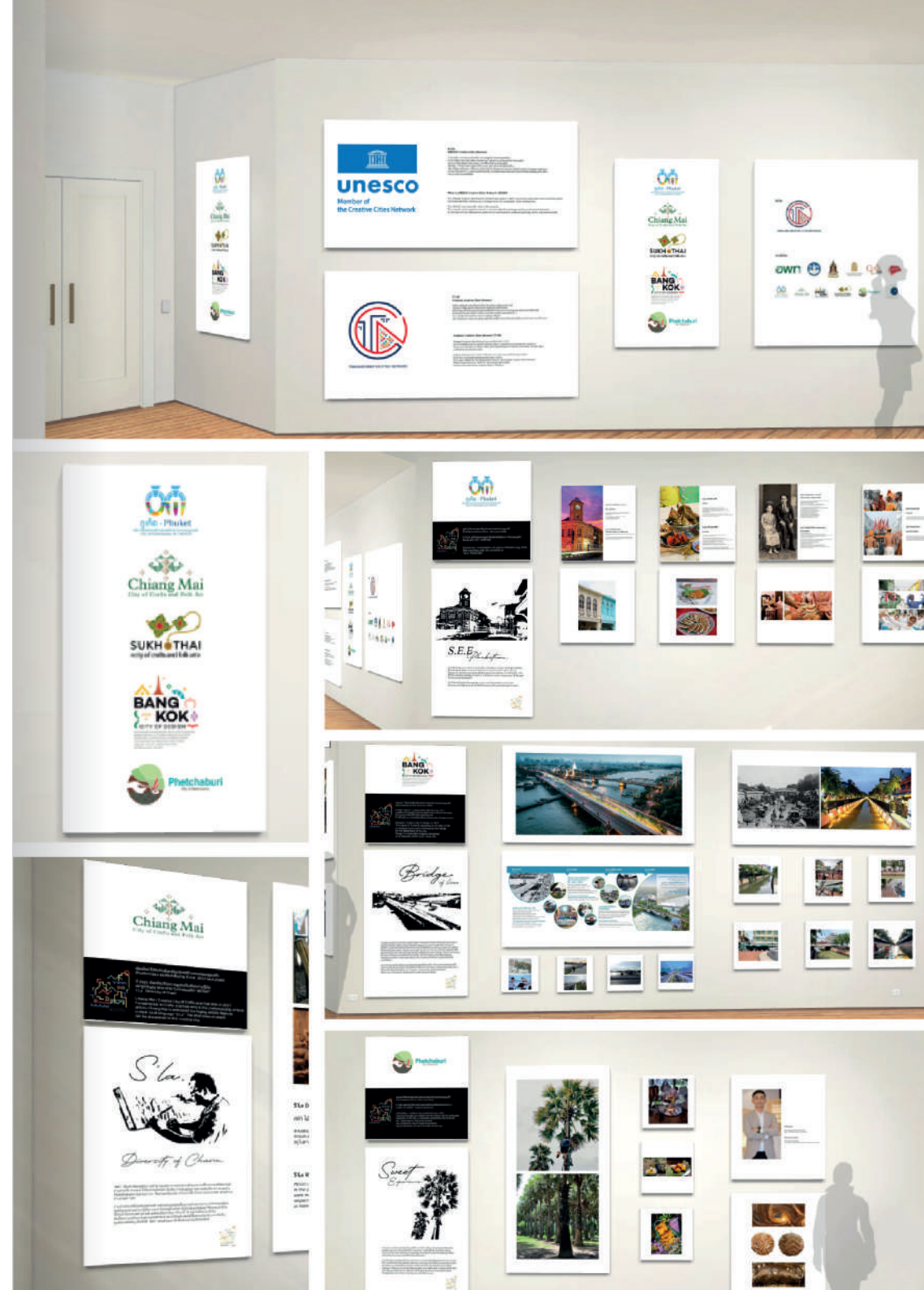


# 3

## มองเมือง มองคน จัดหมวดหมู่

ลองนำมรดกทางภูมิปัญญา มาจัดหมวดหมู่  
ตามแนวทางเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก  
แล้วนำมาคิดต่อยอด สร้างการมีส่วนร่วมของคนในเมือง

ทุกคนควรตอบได้  
ของดีอยู่ที่ไหนใครรู้บ้าง  
ในเมืองเรามีบ้างไหมใครบอกทาง  
มองคนบ้าง มองเมืองดี มีสิ่งใด  
เจองงดี ของเด่น แล้วไงต่อ  
ทำให้ดี ทำให้เด่น ดังได้ไหม  
ควรแยกจัดหมวดหมู่ของดีไว้  
ใส่ในกล่องของดีของบ้านเรา  
ศิลปะ หัตถกรรม การออกแบบ  
ภาพยนตร์ อาหาร ก็มีได้  
วรรณกรรม มีเดียอาร์ต ดนตรีโง  
รวบรวมไว้แล้วล้มคมให้สวยงาม  
จากนั้นชวนกันมาช่วยกันคิด  
สร้างสรรค์กิจกรรมมีส่วนร่วม  
เกิดพลังภายในคนหลอมรวม  
เมืองสร้างสรรค์อยู่แค่เอื้อมเท่านั้นเอง



# 4

## ตอบโจทย์ด้วยความคิดสร้างสรรค์

การเป็นเมืองสร้างสรรค์  
จุดเน้นสำคัญคือการนำของดีของเมือง มาแก้ปัญหาเมือง  
หากยังตอบคำถามไม่ได้ ให้กลับไปอ่านบทกวนข้อที่ 2

ข้อที่สี่ คือ ก้าวที่สำคัญ  
ให้เหลียวหันกลับไปอ่านข้อที่สอง  
แล้วลองทบทวน ลองไตร่ตรอง  
ตั้งคำถามเมืองน่าอยู่เป็นอย่างไร  
ถึงจะมีของดี และของเด่น  
ของดีนั้นจะช่วยให้บรรลุเป้าหมาย  
ได้จริงไหม?

งานออกแบบจะช่วยจัดปัญหาเรดติดได้อย่างไร?

ผู้สูงวัยคุณภาพย่นตร์และสุขภาพจิตดีจริงฤ?

ถ้ายังตอบคำถามเหล่านี้ไม่ได้  
คงต้องกลับไปเริ่มใหม่อีกสักหน  
ค่อย ๆ ก้าว ทีละก้าว สร้างตัวตน  
ค่อย ๆ สร้างคน เพื่อสร้างเมืองให้อยู่ดี



# 5

## สร้างเครือข่าย ขับเคลื่อนเมือง

การสร้างเครือข่ายขับเคลื่อนเมืองเป็นหัวใจสำคัญ  
ในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ควรมีการวัดผลกิจกรรม  
เพื่อให้ทราบว่าตบโจทย์การแก้ปัญหาเมืองได้ดีเพียงใด

สร้างเครือข่ายขับเคลื่อนเมือง  
สำคัญยิ่ง  
สร้างกิจกรรม นำเสนอหลากหลายสิ่ง  
ของดีเด่น สร้างให้ดังทั่วทั้งเมือง  
สร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนและเรียนรู้  
ทั้งในเมือง ต่างเมือง ล้วนสร้างสรรค์  
ในประเทศ ระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกัน  
เรียนรู้กัน เรียนรู้เธอ เพื่อนร่วมทาง  
สร้างทูตสันถวไมตรีประจำเมือง  
เพื่อสื่อสารเล่าเรื่องเมืองสร้างสรรค์  
ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาอื่นนั้น  
ร้อยภาษา ร้อยเรื่องราว สู่สากล  
แล้วจัดเก็บข้อมูลผลประจักษ์  
ตบน้ำหนักความสำเร็จด้วยวัดผล  
จะได้บ้าง ไม่ได้บ้าง อย่าท้อถน  
ร่วมฝึกฝนทำซ้ำ ๆ จนชำนาญ





# 6

## พื้นที่สร้างสรรค์

เมืองสร้างสรรค์ต้องมีพื้นที่ที่มีบรรยากาศดี ๆ  
กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของคนในเมือง  
ลองค้นหาพื้นที่ในชุมชน ปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

อะไรคือพื้นที่สร้างสรรค์?  
เข้าใจยากกันไปไหนนั่น  
พื้นที่สร้างสรรค์ คืออะไร?  
สองนิกถึง ลานวัด ลานหน้าหมู่บ้าน  
หรือลานที่ไหน ๆ  
เริ่มต้นใช้หัวใจ ค่อย ๆ ใส่สีสันเรื่องราว  
สร้างแก่นของความคิด  
ชวนเพื่อนฝูงมาร่วมบอกเล่า  
สร้างพื้นที่ให้เมืองของเรา  
ให้คนสร้างสรรค์ได้มาเจอเจอ  
มาแลกเปลี่ยน มาปล่อยของ  
มาปล่อยสมองให้สั่นไหว  
มาสรรค์สร้างความฝันในใจ  
ให้ฝันนั้นกลายเป็นจริง  
เมืองสร้างสรรค์ควรออกแบบพื้นที่  
ให้เมืองมีบรรยากาศดี ๆ แบบสร้างสรรค์  
แล้วผู้คนจะใช้ชีวิตด้วยความสุขร่วมกัน  
เมื่อถึงวันนั้นเมืองสร้างสรรค์จะสวยงาม



# 7

## คนสร้างสรรค์

คนไทยเป็นคนสนุก ครั้นใคร สร้างสรรค์โดยธรรมชาติ  
การพัฒนาคนสร้างสรรค์ต้องเริ่มต้นจากการภูมิใจในตนเอง  
คิดได้ คิดเป็น มิใช่คิดตาม

อายุทำมาไทยสร้างสรรค์  
ชีวิตประจำวัน สองเหลียวดู เห็นอะไร  
ผ่านตาจนชิน ปลิวไสรองทิววอลง  
ราวธงประดับจับจอง คล้องพื่นที่ดูเด่นตา  
เรียกร้องความสนใจ มีอะไรตรงนี้หนา  
ใครผ่านเห็น เป็นสะกดตา  
ต้องเอ่ยถาม งานอะไร  
ไทยสไตล์ใครต้นคิด ออกแบบไว้อย่างง่าย ๆ  
หยิบมาใช้ ใส่ความหมาย  
สร้างสรรค์ได้ด้วยตัวเอง  
คนไทย คนสร้างสรรค์  
คนสนุก คนครั้นใคร  
สิ้นไหล ไม่หวั่นเกรง ประหยัดงบ แต่งดงาม  
มาเป็นคนสร้างสรรค์  
ชวนออกแบบ อย่าคิดตาม  
ดึงตัวตน อย่างมีวแต่ถาม  
จงกล้าก้าว แล้วออกเดิน

## ขอบคุณคนแฮบสรรค์ เชื่อมเมืองสร้างสรรค์

- โฟล์คชาร์ม | Folkcharm ~ กัสสรรค์ ตาปสนันท์ โคะดากะ
- อารมน์ | Aromn Aromatherapy ~ อุษณีย์ อุตสาหกรรมย์สุพ
- คัด.เช่น.หนิ่ง | KitcheNing ~ กามิตา พงศ์รณานันท์
- คนกับป่า | PEOPLE FOREST ~ อนันดา อินทรอักษร
- คราฟท์รูม | Craftroom ~ จิรวัดน์ บุญสมบัติ
- บำรุงสูงฟาร์มคราฟท์ ~ วุฒิชัย อินทร์ประยงค์
- โครงการช่างและสหาย ~ ชัชชัย วราขุน ~ ปัทมญา ปริญกระวี
- มิสทีก โกลด์ | Mystic Gold ~ โชคชัย อัครกานจนกิจ



# 8

## ออกแบบงานสร้างสรรค์

การออกแบบกิจกรรมเริ่มต้นจากการสืบค้น  
 ทำความเข้าใจที่มาของรากวัฒนธรรม  
 แล้วจึงนำเรื่องเล่าไปเป็นโครงสร้างการออกแบบ  
 ไม่เช่นนั้นกิจกรรมของเมืองจะถูกจำกัดด้วยงบประมาณ

ออกแบบงาน นั้นง่ายหรือ?  
 พังดูยากเกินมือ ทำไม่ได้ ทำไม่เป็น  
 อยากเป็นเมืองสร้างสรรค์  
 แต่ไม่มีงานออกแบบให้เห็น  
 อยากเป็น แต่ไม่เป็น คงเป็นได้แค่พ่อไป  
 ตั้งต้นคิดเรียนรู้ ใช้อยู่ ๆ จะทำได้  
 ค่อยคิด ค่อยสร้างไป สักวันหนึ่งจะสมบูรณ์  
 มีของ ต้องมีงาน ให้เป็นงานที่ปล่อยของ  
 แต่ละเมือง มีของดี ของเด่น นำจับจ้อง  
 นำมาร้อยสร้างเรื่องราว  
 สร้างแก่นสร้างคอนเซ็ปต์  
 ออกแบบเรื่อง เล่าเมืองเรา  
 คิดเอง อย่าไปพึ่งเขา  
 เพราะเมืองของเรา เราต้องออกแบบเอง

## ขอบคุณศิลปินนักแสดง ศิษย์เก่าสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

“ศิลปะเล่าเรื่อง 5 เมืองสร้างสรรค์”

นางสาวนิตยา ชุมบุตร / นางสาวชนิทานต์ นามวิชัย / นางสาว ณัฐธิดา มุงเมือง  
 นางสาวรสสุคนธ์ เทียนจันทร์ / นางสาวอัชฌนาพร เฟิงศรี /  
 นางสาวจุฑามาศ เอี่ยมประพันธ์ / นายญาณวุฒิ ไตรสุวรรณ / นายราชัน ดาวทอง  
 นายวุฒิพงษ์ คำออน / ณัฐพงษ์ หาราศรี /  
 นักแสดงรับเชิญจากภูเก็ต : สมโชค ประโมกิจ

ออกแบบการแสดงโดย : วุฒิพงษ์ คำออน และ ภัทรวดี ทรัพย์ทวี

Producer : นิสา คงศรี

Executive Producer : ผศ.ดร.จุฑามาศ วิศาลสิงห์



## สื่อสารอย่างสร้างสรรค์

ต่อให้มีองค์ ของเด่นมากมาย หากสื่อสารไม่ได้ ก็ไร้คุณค่า  
ลองศึกษากิจกรรมเล่าเรื่องผ่านสื่อต่าง ๆ ดังตัวอย่างเมืองสุพรรณ  
ที่เล่าเรื่องเมืองผ่านเพลงพื้นบ้าน เป็นต้น

ไม่ว่าจะเมืองเล็กหรือเมืองใหญ่  
มีเรื่องมากมายอยากนำเสนอ  
แต่เล่าไม่เป็น หาแก่นไม่เจอ  
ไม่รู้จักออกแบบเรื่องราว  
ถึงเมืองจะมีเนื้อหา แต่ถ้าสื่อสารไม่ได้  
ไม่ให้ความสำคัญ ปล่อยปะละเลยเกินไป  
สุดท้ายมีองค์มากมาย ก็ไร้ราคา  
ต้องฝึก ต้องหัดเล่าเรื่อง  
ให้มุมเมืองมีคุณค่า  
ออกแบบการสื่อสารให้ดี มีที่มา  
สร้างสรรค์ หาсилаของตัวเอง  
เล่าเรื่องผ่านองค์ ของเด่น  
เล่าผ่านศิลปะก็ยิ่งได้  
เล่าด้วยดนตรี ดีมากมาย  
เล่าด้วยคำเขียน ก็รุ่งรอย  
ให้กันยุค กันสมัย  
สร้างเรื่องราว หาวิธีให้น่าสนใจ  
เป็นตัวเองให้ได้กับเรื่องเมืองเรา

## ขอบคุณสำเนียงเสียงสุพรรณ และการส่งต่อมรดกแห่งศิลปะเพลงพื้นบ้าน จากรุ่นสู่รุ่น

- สมหญิง ศรีประจันต์ แอนด์ เดอะ แก๊ง
- วิทยาลัยนาฏศิลป์สุพรรณบุรี
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สุพรรณบุรี



# 10

## เสียงสร้างสรรค์

แต่ละเมืองมีเสียงสร้างสรรค์ในลีลาที่ต่างกัน แม้แต่สื่อใกล้ตัว  
อย่าง “เสียงตามสาย” ก็เป็นเสน่ห์ที่นำมาสร้างสรรค์  
บรรยากาศของเมืองได้ ไม่ควรมองข้าม

เมืองสร้างสรรค์ ซ่อนอะไรไว้ในเสียง  
แต่ละวันลองไล่เรียง ได้ยินเสียงอะไรกัน  
เสียงนั้นสร้างบรรยากาศ  
สร้างชีวิต สร้างความฝัน  
เสียงประจำเมือง คือ เสียงอะไรกัน  
ใครตอบได้ ช่วยตอบที  
เมืองไหน ๆ ก็มีเสียง  
ยินสำเนียง เสียงดนตรี  
หากลองเปิดพื้นที่ แล้วให้เสียงเรียงร้อยความ  
เราเคยคุ้นกันไหม เสียงตามสายคุ้นไหนหนา  
เมืองไหน ๆ แต่ไรมา ต้องมีเสียงทุกเช้าเย็น  
เสียงลอยมาตามสาย ใช้ประโยชน์ให้คิดเป็น  
ลองชวนนักดนตรีมาเล่น  
สร้างสำเนียง เสียงของเมือง  
เสน่ห์เสียงของท้องถิ่น  
แอบบอกเล่าความรุ่งเรือง  
สร้างเสียง สร้างสรรค์เมือง  
สร้างดนตรี สีสันเอ๋ย

## ขอบคุณการรวมตัวของนักดนตรี เมืองสร้างสรรค์

- Sound of Sukhothai by ภาคภูมิ เรื่องปราชญ์
- Sound of Chiangmai by เกียรติศักดิ์ โพธิ์ศรี / ชัน นันระชัย
- Sound of Phetchaburi by ไส อานนท์ โทสกุล
- Sound of Phuket by อภิชาติ คัญทะชา / สมโชค ประโมทกิจ / ศักรรัตน์ วงศ์สีแก้ว
- Sound of Bangkok by The Photo Sticker Machine วิชญ วัฒนศัพท์ / พิสุทธิ์ ปรสธิประเสน / จูเลียน แครีย์ / อธิธิณพ ชุมเมษ
- Music Director : วิชญ วัฒนศัพท์



# 11

## อาหารสร้างสรรค์

อาหารคือมรดกทางวัฒนธรรม สานสายสัมพันธ์จากรุ่นสู่รุ่น  
ทุกเมืองควรให้ความสำคัญกับอาหารท้องถิ่น และคิดสร้างสรรค์ ต่อยอด  
เพื่อให้อาหารช่วยเล่าเรื่องเมือง  
และชี้ชวนให้มองปัญหาเมืองอย่างสร้างสรรค์

อะไรอยู่ใกล้ตัวแบบชิด  
อาหารการกินที่อยู่ในชีวิต  
เคยคิดสร้างสรรค์กันบ้างไหม  
ทุกเมือง ทุกถิ่น ต้องกินอยู่  
มีอาหารอร่อยอยู่มากหลาย  
ได้แค่มอง ได้แต่มอง แล้วข้ามไป  
รู้กันไหม อาหาร สร้างสรรค์สร้างได้จริง ๆ  
ยังรักษางอนเดิม รักษาราก  
แต่ต้องฝากคิดต่อ ออกแบบได้  
นำอาหาร จัดวาง สร้างสรรค์ใจ  
ผสมผสานใหม่ ใส่เรื่องเล่า อยู่ในคำ  
อาหารบ่งบอกวิถีชีวิต  
ช่วยกันคิดต่อยอดอย่างสร้างสรรค์  
และอาหารจะกลายเป็นสายสัมพันธ์  
สะท้อนเมืองสร้างสรรค์ได้อย่างดี

## บันทึกอาหารเมืองสร้างสรรค์

โดยคุณสันทิวโมตรีแห่งอาหาร: เซฟเบล็ค - ภาณุภณ บุลสุวรรณ, เซฟเบียร์ - อโณทัย พิชัยยุทธ  
และทีมเซฟจาก Blackitch Artisan Kitchen เชียงใหม่

ภูเก็ต : ข้าวหมกห่อหมกปลาอินทรี | เชียงใหม่ : น้ำเงี้ยวออกดอก | สุโขทัย : ยำแห้งสุโขทัย  
กรุงเทพฯ : พะเนียงกับบอลกัมมันตกระทิศด | เพชรบุรี : หม้อแกงนมตาลชัชสพาย



12

### เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์

ขอแสดงความยินดีกับ 5 เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย  
ที่พร้อมเป็นแรงสำคัญขับเคลื่อนให้เกิดเมืองสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ต่อไปในอนาคต

ดีใจด้วยกับเมืองสร้างสรรค์

ภูเก็ต เชียงใหม่ กรุงเทพฯ สุโขทัย เพชรบุรีเพื่อนกัน

จับมือกันเดินนะเพื่อนเกลอ

S.E.E.Phuketian ตัวตนคนภูเก็ต

อยู่ด้วยกันเป็นพหุวัฒนธรรมมีให้เห็น

เชียงใหม่ สล่าโลก สิ่งที่เป็น อยากบอกให้โลกรู้ฝีมือช่างไทย

กรุงเทพฯ สร้าง อย่างสร้างสรรค์ เชื่อมผสานชีวิตผู้คน ออกแบบไว้

สุโขทัย เมืองสงบมีมรดกมากมาย คือมรดกแผ่นดินตกทอดสืบมา

เพชรบุรี คือ สีสันแห่งชีวิต หวานจับจิต จับใจ เมืองขนมหวาน

ขอถึงห้าเมืองรวมใจ ร้อยแห่งฝัน เชื่อมประสาน พังพา อย่าละเลย

กว่าจะได้เมืองสร้างสรรค์ ก่อนเคยคิด อยากจะเป็น อยากจะได้ ทำไหนขอ

พอได้แล้ว ยังไม่พอ ยังไม่พอ ต้องไปต่อ ต้องสร้างสรรค์เมืองต่อไป

นำความสร้างสรรค์มาออกแบบชีวิตให้ดี แล้วสร้างสรรค์ให้วิถี ยั่งยืนให้ได้

ดีใจทงให้แตกต่าง เมืองสร้างสรรค์คืออะไร? และเมืองของเราจะน่าอยู่ได้อย่างยั่งยืน

หมายเหตุ : S.E.E. Phuketian หมายถึงตัวตนคนภูเก็ตทั้ง 3 ด้าน ได้แก่  
Social (ด้านสังคม) Economy (ด้านเศรษฐกิจ) Environment (ด้านสิ่งแวดล้อม)

## ขอขอบคุณจากใจ อพท.

### และผู้จัดงาน TCCN 2022

พบกันใหม่ในงาน TCCN 2023





THAILAND CREATIVE CITIES NETWORK



Download  
ข้อมูลหนังสือ  
ได้ที่!

