



บทความวิจัย

เรื่อง การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : เมืองอีซอน ประเทศเกาหลีใต้

โดย

นางสาวณิชนน มีเจริญสุข

รหัสนักศึกษา 05550515

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทร ทิระปริญทร์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 109 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2558

รายวิชา 450 109 การศึกษาเอกเทศ

หัวข้อบทความวิจัย	การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : เมืองอิซอน ประเทศเกาหลีใต้
ชื่อนักศึกษา	นางสาวณิชน มีเจริญสุข
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรรา โตะะบุรินทร์
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2558
คำสำคัญ	Creative City Icheon Calf and folk art เมืองสร้างสรรค์ อิซอน หัตถกรรมและ ศิลปะพื้นบ้าน

บทคัดย่อ

การทำวิจัยเรื่องการพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษาเมืองอิซอน ประเทศเกาหลีใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความหมายและคุณลักษณะของเมืองสร้างสรรค์ และ เพื่อวิเคราะห์แนวทางการจัดการและพัฒนาไปสู่เมืองสร้างสรรค์ของเมืองอิซอน โดยได้ทำการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและนำมาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามจากองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ 5 ข้อ และเกณฑ์ทั้ง 7 ข้อในการตัดสินสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO จากการศึกษาพบว่าเมืองอิซอนมีคุณลักษณะที่ตรงตามองค์ประกอบและเกณฑ์การตัดสินของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ครบทุกประการ เนื่องจากเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์ทางด้านเซรามิกซึ่งเป็นศิลปะของท้องถิ่น มีองค์การบริหารเมืองอิซอนเป็นหน่วยงานที่ดูแลและสร้างโครงสร้างพื้นฐานของเมืองและสภาพแวดล้อมของเมืองให้เอื้อต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีการแบ่งเขตเมืองวัฒนธรรมเก่าคือย่านหมู่บ้านเซรามิกอิซอนและเขตวัฒนธรรมใหม่ในย่านใจกลางเมืองเพื่อเป็นเขตอนุรักษ์กับเขตเศรษฐกิจ มีการจัดตั้งคณะกรรมการการจัดงานเซรามิกอิซอนเพื่อจัดงานเทศกาลเซรามิกระดับโลกร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นและภาคเอกชน ซึ่งจะเห็นได้ว่าหน่วยงานต่างๆ ภายในเมืองอิซอน ได้มีการประสานและทำงานร่วมกัน มีการวางรากฐานในการทำงานร่วมกันและดำเนินเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันและจะดำเนินต่อไปอีกในอนาคต ซึ่งด้วยคุณลักษณะต่างๆ ของเมืองเหล่านี้ที่ตรงกับคำนิยามของ UNESCO จึงทำให้เมืองอิซอนได้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในปี 2010

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภัทรรา ไต๊ะบุรินทร์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของ อาจารย์ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

และขอขอบพระคุณคุณแม่ พี่แต่็บ ลุงหมู ป้าหน้อย และเพื่อนๆ ทุกคน ที่คอยเป็นกำลังใจและ ให้คำปรึกษาในช่วงทำงานวิจัย และขอบคุณหม่อมกับโบว์ลิ่งที่คอยอยู่ข้างกันและช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการทำวิจัย สุดท้ายขอขอบคุณพี่ๆ สตีฟที่ม่งานที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ กรุงเทพฯ ที่คอยช่วยเหลือเรื่องการหาหนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้องและยังใจดีมอบหนังสือมากมายที่มี เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยมาให้ผู้วิจัยได้กลับไปศึกษาต่อที่บ้านด้วย

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ ให้แก่ เหล่าคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และขอ มอบความกตัญญูตเวทิตาคุณ แด่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่ อาจเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียว และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามา ศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

ณิชนน มีเจริญสุข

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 จุดประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	7
1.4 นิยามศัพท์	7
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ความหมายและคุณลักษณะของเมืองสร้างสรรค์	9
2.2 ความหมายและคุณลักษณะของสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน แห่งเมืองสร้างสรรค์ของเมืองอีซอน ตามนิยามของ UNESCO	15
2.3 ข้อมูลทั่วไปเมืองอีซอน	15
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	29
3.1 การให้ความหมายและองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ ตามนิยามของ UNESCO	29
3.2 เกณฑ์การตัดสินผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่ง UNESCO	30

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	31
4.1 องค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ ตามนิยามของ UNESCO	31
4.2 เกณฑ์การตัดสินสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ แห่ง UNESCO	35
บทที่ 5 ผลการวิจัย	44
5.1 ผลการวิจัย	44
5.2 ข้อเสนอแนะ	46
บรรณานุกรม	48

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1: แผนผังองค์ประกอบที่สำคัญของเมืองอิซอน	42

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยมอุตสาหกรรมในปัจจุบันที่เน้นการผลิตจำนวนมากทำให้เกิดการประหยัดจากขนาดและการลดต้นทุนการผลิต อันนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้ทรัพยากรของชุมชนทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์กลายเป็นเพียงวัตถุดิบราคาถูกเพื่อสนับสนุนการเติบโตของระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม อีกทั้งยังทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกลายเป็นสิ่งที่ไม่มีความสำคัญสำหรับการพัฒนาในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม แต่ด้วยเงื่อนไขในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้แต่ละประเทศไม่สามารถใช้ต้นทุนการผลิตที่ต่ำในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อีกต่อไป ประกอบกับการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานความรู้ การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และกาเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจที่จะสามารถนำความรู้วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์เป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาประเทศ (นพพร จันทรนาชู, 2556: 295)

UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) หรือ 'การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและพัฒนา' (United Nation, 2004) ให้คำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า

เป็นแนวคิดการพัฒนานบนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้าน เศรษฐกิจ และสังคม โดยเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้ สร้างงาน และสร้างรายได้จากเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริมความสมานฉันท์ให้เกิดขึ้นในสังคม เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์ มิติทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเข้ากับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญาและการท่องเที่ยว เป็นรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้ฐานความรู้ดั้งเดิมมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค เป็นทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจโลกยุคใหม่

ณ วันนี้ ประเทศต่างๆทั่วโลกยอมรับว่า ความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งเห็นได้จากตัวเลขในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) เป็น

อุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตรวดเร็วที่สุดในประเทศพัฒนา ยกตัวอย่างเช่น สหภาพยุโรป เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 12 ซึ่งสูงกว่าเศรษฐกิจโดยรวม และในสหรัฐอเมริกา อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์มีส่วนถึงร้อยละ 11.12 ของ GDP และมีการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 30 ของการจ้างงานทั้งหมดในประเทศ ในส่วนของอัตราการขยายตัวในด้านการส่งออกสินค้าและบริการสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Goods) มีมูลค่าในปี 2548 ถึง 445.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยประเทศที่พัฒนาแล้วครองส่วนแบ่งการตลาดอยู่ถึงร้อยละ 82 และคาดการณ์ว่าอีก 10 ปีข้างหน้า การแข่งขันด้านเศรษฐกิจของโลกจะเคลื่อนไปสู่การแข่งขันกันด้วยความคิดสร้างสรรค์ และเพื่อคงความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศตนไว้ ทุกประเทศล้วนต้องการปรับระบบเศรษฐกิจของตนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งสิ้น (ศักดิ์ชัย เกียรติณินาจันทร์, 2553: 38) รัฐบาลหลายประเทศเริ่มประกาศนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศของตน เช่น

สหราชอาณาจักร รัฐบาลได้กำหนดนโยบายชัดเจนในสามระดับ กล่าวคือ นโยบายระดับชาติ นโยบายรายอุตสาหกรรม และนโยบายเฉพาะทาง เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยมีหน่วยงานต่างๆ ดูแลในแต่ละระดับนโยบาย และได้มีการตั้งสภาทักษะรายอุตสาหกรรม (Sector Skills Councils: SSCs) ขึ้นมาดูแลเรื่องการพัฒนาทักษะรายอุตสาหกรรม และจัดทำโครงการพัฒนาบุคลากร เช่น โครงการ Talent Pathways Scheme เพื่อพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โครงการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมสำหรับเยาวชน โครงการฝึกอบรมเพื่อป้อนแรงงานเข้าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นต้น มีการตั้งหน่วยงานเพื่อพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ดำเนินงานด้านสาธารณูปโภค และศึกษาอุปสรรคในการลงทุน และมีคณะทำงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภายใต้กระทรวงวัฒนธรรม สื่อและการกีฬา มีบทบาทหน้าที่และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการดำเนินงานทั้งในระดับนโยบายและปฏิบัติ รวมทั้งการให้บริการด้านโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อีกทั้งยังมีการออกกฎหมายเฉพาะในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย ได้แก่ พระราชบัญญัติการสื่อสารที่ช่วยผลักดันการผลิตรายการทีวีสาธารณะ

รัฐควีนส์แลนด์ของออสเตรเลียก็ได้ประกาศนโยบาย Creative Queensland ที่มุ่งส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมของรัฐควีนส์แลนด์ และได้จัดประชุมสุดยอด Australia 2020 Summit ซึ่งมีเรื่องเกี่ยวกับ Creative Australia รวมทั้งสนับสนุนมาตรการทางภาษี

ให้กับผู้ประกอบการ เช่น การลดหย่อนภาษีให้ผู้บริจางงานศิลปะ และได้มีการตั้งคณะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีแห่งควีนส์แลนด์ (Queensland University of Technology) และมีองค์กรต่างๆ สนับสนุนที่ช่วยเรื่องการค้นคว้าวิจัย เช่น ศูนย์ประยุกต์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ นอกจากนี้รัฐบาลออสเตรเลียยังได้สนับสนุนงบประมาณ 3 พันล้านเหรียญ ในการทำโครงการ Backing Australia's Ability เพื่อส่งเสริมวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม และจัดตั้งศูนย์นวัตกรรม 5 ศูนย์ ในการให้คำปรึกษาและเชื่อมโยงธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมทั้งจัดตั้ง AusIndustry เพื่อส่งเสริมการวิจัยและการทำนวัตกรรมในภาคธุรกิจ และศูนย์ฝึกอบรมความรู้ด้านดิจิทัล และรัฐบาลออสเตรเลียนี้มีการกำหนดรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลประเภทต่างๆเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะของอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และสำหรับรัฐบาลเพื่อใช้ในการวางแผนนโยบายต่อไป

ทั้งนี้สหราชอาณาจักรและออสเตรเลีย มีการสนับสนุนทางการเงินและการลงทุนเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เหมือนกันคือ มีกองทุนต่างๆ ที่สนับสนุนด้านเงินทุนแก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก และมีกองทุนเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมอีกด้วย เช่น กองทุนสำหรับผู้ประกอบการด้านภาพยนตร์ เป็นต้น

จีน ให้ความสำคัญกับความสร้างสรรค์และนวัตกรรมเห็นได้ชัดจากแผนพัฒนาระยะห้าปีฉบับที่ 11 สำหรับปี 2006-2010 รัฐบาลจีนประกาศถึงแนวคิดการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลุ่มอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรมของประเทศโดยนโยบายรัฐมุ่งเน้นไปที่ “ความคิดสร้างสรรค์แบบกลุ่ม” หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ “ความคิดสร้างสรรค์แบบชาติ” คือ กำหนดให้ “ประโยชน์ต่อสังคม” เป็นเป้าหมายหลักของนโยบายการพัฒนา และเพื่อเร่งการเติบโตของกลุ่มอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรมของประเทศ กระทรวงวัฒนธรรมได้รับมอบหมายให้พัฒนาหน่วยงานทางด้านวัฒนธรรมต่างๆ ให้เป็นองค์กรที่มีศักยภาพด้วยกลไกการขับเคลื่อนแบบ “รางคู่” หนึ่งคือปรับปรุงองค์กรด้านวัฒนธรรมของภาครัฐให้มีการบริหารจัดการด้วยแนวคิดเชิงธุรกิจ ในขณะเดียวกันก็สนับสนุนให้เงินทุนต่างชาติรวมทั้งกลุ่มทุนส่วนบุคคลสามารถเข้าลงทุนในธุรกิจด้านวัฒนธรรมของประเทศจีน โดยปัจจุบันรัฐบาลจีนได้กำหนดนโยบายสำคัญ 4 ด้าน เพื่อตอบสนองต่อแผนพัฒนาดังกล่าว ประกอบด้วย นโยบายด้านภาษีและด้านการเงิน นโยบาย

ภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศจีน นโยบายสำหรับนิคมอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และนโยบายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา และเพื่อให้เมืองปักกิ่งก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมร่วมสมัยในประเทศจีน รัฐบาลมีนโยบายให้กลุ่มอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์มุ่งเน้นการผลิตที่มีความเป็นสากล/นานาชาติมากขึ้นภายใต้โครงสร้างการทำงานในหลายส่วน โดยมีแผนการดำเนินงานหลักๆ 4 ประการ 1) จัดตั้งองค์กรพิเศษเพื่อสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 2) พัฒนาบุคลากรด้านการวิจัย วางแผน และประสานงานผ่านทางระบบการศึกษา และการฝึกอบรม 3) สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาด้านซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ 4) จัดทำแผนกลยุทธ์ที่เน้นการพัฒนาความร่วมมือระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรม นอกจากนี้ประเทศจีนยังได้แต่งตั้งให้จอห์น ฮอว์กินส์ เป็นที่ปรึกษาของรัฐบาลในการผลักดันนโยบายเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์และดำรงอธิการบดี School of Creativity เมืองเซี่ยงไฮ้ และผู้อำนวยการ John Howkins Research Centre on the Creative Economy อีกด้วย (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2551)

ฮ่องกง รัฐบาลได้จัดทำรายงานและพัฒนาแผนผังของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ขึ้นในปี 2002 และให้กระทรวงมหาดไทยซึ่งมีบทบาทเทียบเท่ากระทรวงวัฒนธรรมและกรมพาณิชย์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีทำหน้าที่ในการร่วมมือสร้างแผนงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของฮ่องกงอย่างเป็นเรื่องเป็นราว พร้อมวางยุทธศาสตร์การพัฒนาไว้ 3 ด้าน คือ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วม โดยสนับสนุนเรื่องศิลปะ หัตถกรรม ท้องถิ่น และภาคการศึกษา กระตุ้นและสร้างตลาดรองรับ โดยเฉพาะตลาดแถบ Pearl River Delta – PRD ที่ประกอบไปด้วยมณฑลกว่างตุ้ง มาเก๊า และฮ่องกง สุดท้ายคือการก่อตั้งคณะกรรมการพัฒนาภาพยนตร์และกำหนดแผนพัฒนาระยะยาวสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยตั้งคณะกรรมการ Commission for Strategic Development เพื่อดูแลงานด้านนี้โดยเฉพาะ ทั้งสนับสนุนบริษัทเอกชนให้พัฒนาเรื่องการออกแบบให้เกิดประโยชน์สูงสุดและการสร้างตราสินค้า “Brand Hong Kong” ในระดับนานาชาติ อีกทั้งยังได้จัดตั้งหน่วยงาน CEDB (Commerce and Economic Development Bureau) หรือสำนักพัฒนาเศรษฐกิจและการพาณิชย์อันเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงการคลัง ซึ่งดูแล

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของฮ่องกงทั้งหมด โดยรัฐบาลประกาศว่าจะเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อทำให้ฮ่องกงเป็น “Creative Capital” (OKMD, 2553)

เกาหลีใต้ มุ่งมั่นใช้ “Creative Economy” เป็นอาวุธหลักสำหรับการแข่งขันในตลาดโลกจนประสบความสำเร็จอย่างน่าทึ่งและน่าชื่นชม โดยใช้สื่อต่างๆ (Media) ในการเข้าถึงผู้บริโภคทั่วโลกภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลด้วยการจัดการระบบและการจัดการ มองถึงสิ่งที่มีและพัฒนาเชื่อมโยงเพิ่มมูลค่าของที่เกาหลีมีอยู่ จากภาพยนตร์ที่สื่อถึงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมาสู่สินค้าและบริการจนกลายเป็นแม่เหล็กขนาดใหญ่ของการท่องเที่ยวเกาหลีที่สร้างรายได้และดึงเงินเข้าประเทศเกาหลีได้เป็นกอบเป็นกำ (OKMD, 2553)

ประเทศไทยเองก็ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) และฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ที่มีหลักการสำคัญ คือ การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) โดยใช้องค์ความรู้และวัฒนธรรมผนวกกับความหลากหลายทางของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นไทย และมุ่งเน้นการพัฒนาประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2558)

ทว่า ความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศต่าง ๆ นั้นมาจากปัจจัยเกื้อหนุนหลายส่วน โดยส่วนที่สำคัญที่สุด คือ สภาพแวดล้อมและองค์ประกอบของ 'เมือง' ที่เอื้อต่อการทำงานในเชิงสร้างสรรค์ การมีปฏิสัมพันธ์และการจัดหาพื้นที่เพื่อการแสดงออกของกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์

'เมือง' ที่มีความพร้อมสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ 'เมืองสร้างสรรค์' (Creative City) ตามนิยามที่ UNCTAD ใหไว้ใน Creative Economy Report (2008) หมายถึง เมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้นๆ และต้องประกอบไปด้วยรากฐานที่มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนทำงานสร้างสรรค์และมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการลงทุนเพราะความยั่งยืนของสถานที่ในเชิงวัฒนธรรม (มนทิณี ขงวิกุล, 2010)

เมือง “อิชอน” ตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของจังหวัดคยองกี ประเทศเกาหลีใต้ เป็นเมืองขนาดเล็กมีพื้นที่ประมาณ 461.3 ตร.กม. และมีประชากรเพียง 210,579 คน (Icheon City, 2015: Online) มีชื่อเสียงในเรื่องข้าวที่มีคุณภาพดีที่สุดในโลก พิษลูกโต ขาวและหวาน งานเซรามิกดั้งเดิมที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 500 ปี และงานเซรามิกร่วมสมัย และเป็นศูนย์รวมช่างฝีมือเซรามิกที่ใหญ่

ที่สุดของประเทศ นอกจากนี้ เมืองอีซอนยังมีการผสมผสานความเป็นชนบทและเอกลักษณ์ท้องถิ่นเข้ากับอุตสาหกรรมได้อย่างลงตัว โดยบำรุงสภาพแวดล้อมของเมืองให้เอื้อต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและการสร้างสรรค์งานของเหล่าศิลปินด้านเซรามิกร่วมกับการมีบริษัทที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น Hynix Semiconductor Inc. และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออุตสาหกรรมเซรามิก ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมเซรามิกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของเกาหลีใต้ รวมทั้งยังได้รับการยอมรับให้เป็นเจ้าภาพจัดงานเทศกาลระดับนานาชาติ คือเทศกาล the International CeraMix Biennale และเทศกาลเซรามิกอีซอน (Icheon Ceramics Festival) ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีเป็นเวลาหลายทศวรรษ และยังจัดงานเกี่ยวกับหัตถกรรมอีกหลายงาน เช่น Gyeonggi International CeraMIX Biennale และ นิทรรศการการประชุมสัมมนาประติมากรรมนานาชาติอีซอน (the Icheon International Sculpture Symposium Exhibition) เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน (Hwang, 2010) ด้วยเหตุนี้เอง เมืองอีซอนจึงได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งยูเนสโก (UNESCO) สาขาเมืองสร้างสรรค์หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน ในปี ค.ศ.2010 โดยเป็นเมืองแห่งแรกของประเทศเกาหลีใต้ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งยูเนสโก (UNESCO) (Icheon City, 2015: Online) โดยเมืองอีซอนได้รับพิจารณาให้เป็นศูนย์กลางศิลปหัตถกรรมอันประณีตและงดงามของภูมิภาค นอกจากนั้นเมืองอีซอนยังเปี่ยมไปด้วยประวัติศาสตร์อันยาวนาน ประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ศิลปินท้องถิ่นที่มากด้วยประสบการณ์ด้านงานฝีมือ ประติมากรรม และเครื่องเคลือบ ที่ส่งเสริมให้เมืองอีซอนกลายเป็นศูนย์กลางของศิลปะและหัตถกรรมของภูมิภาค

ดังนั้น เพื่อการพัฒนาประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้สำเร็จตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์” อันเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ประเทศพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้สำเร็จ โดยจะใช้การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ของ “เมืองอีซอน” เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากปัจจุบัน ประเทศไทยได้ส่งรายชื่อ “จังหวัดเชียงใหม่” สมัครเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งองค์การยูเนสโก (UNESCO) ในสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านและอยู่ในระหว่างขั้นตอนการพิจารณา โดยสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านนั้นเป็นสาขาเดียวกันกับที่เมืองอีซอนได้รับพิจารณาเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งองค์การยูเนสโก (UNESCO) การศึกษา “การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมืองอีซอน ประเทศเกาหลีใต้” จึงศึกษาเพื่อให้เป็นแนวทางในการจัดการและพัฒนาเมืองสู่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งองค์การยูเนสโก (UNESCO) สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านของประเทศไทยต่อไป

1.2 จุดประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความหมายและคุณลักษณะของเมืองสร้างสรรค์ จากกรณีศึกษา เมืองอิซอน ประเทศเกาหลีใต้
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการจัดการและพัฒนาไปสู่เมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา เมืองอิซอน ประเทศเกาหลีใต้

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาความหมายและคุณลักษณะของเมืองสร้างสรรค์ ตามนิยามขององค์การยูเนสโกเท่านั้น (UNESCO)
2. ศึกษาแนวทางการจัดการและพัฒนาเมืองไปสู่เมืองสร้างสรรค์ เฉพาะสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านของเมืองอิซอนเท่านั้น

1.4 นิยามศัพท์

เมืองสร้างสรรค์ หมายถึง เมืองที่ซึ่งวัฒนธรรมและกิจกรรมสร้างสรรค์ผสมผสานเข้าด้วยกัน เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์
2. ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเมืองอิซอน ในฐานะเมืองหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านสร้างสรรค์ และการพัฒนาเมืองอิซอนไปสู่เมืองหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านสร้างสรรค์ ทั้งเอกสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์
3. วิเคราะห์แนวทางการพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์
 4. เรียบเรียงผลการศึกษาในรูปแบบของบทความวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความหมายและคุณลักษณะของเมืองสร้างสรรค์ ตามนิยามของ UNESCO
2. ทำให้ทราบถึงแนวทางการจัดการและพัฒนาเมืองอีซอน ประเทศเกาหลีใต้ ไปสู่เมือง
หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านสร้างสรรค์

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : เมืองอิซอน ประเทศเกาหลีใต้ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ความหมายและคุณลักษณะของเมืองสร้างสรรค์
2. ความหมายและคุณลักษณะของสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านแห่งเมืองสร้างสรรค์ของเมืองอิซอน ตามนิยามของ UNESCO
3. ข้อมูลทั่วไปเมืองอิซอน
4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายและคุณลักษณะของเมืองสร้างสรรค์

Charles Landry (2000) เขียนหนังสือ “The Creative City: A toolkit for Urban Innovators” เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องมือในการปฏิรูปเมืองเพื่อเป็นเมืองสร้างสรรค์ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) มองเมืองมุมใหม่ 2) พลวัตของเมืองสร้างสรรค์ 3) เครื่องมือทางความคิดของเมืองสร้างสรรค์ และ 4) เมืองสร้างสรรค์และอนาคต กล่าวถึงรากเหง้าของความคิดสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับเมืองในปัจจุบัน ความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างวัฒนธรรมและความสร้างสรรค์ และความสำคัญของจินตนาการซึ่งเป็นวิธีทางออกของปัญหาอันซับซ้อนของเมืองทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และกล่าวถึงพลวัตของเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งพิจารณาจากลักษณะที่จำเป็นสำหรับความพยายามในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ เช่น โครงสร้างเครือข่ายและสมาคม เป็นต้น และอธิบายถึงเงื่อนไขในการใช้เครื่องมือเพื่อเริ่มต้นและสนับสนุนเมืองสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงเครื่องมือทางความคิดของเมืองสร้างสรรค์ โดยเสนอแนวคิด Urban R&D คือการทำซ้ำหรือนำกลับมาใช้ใหม่ อีกทั้งยังกล่าวถึงรูปทรงของคลื่นความคิดสร้างสรรค์รูปแบบใหม่และการวางแผนไปจนถึงกลยุทธ์ในการสร้างเมืองอีกด้วย

จอห์น ฮาวกินส์ (2553) เขียนหนังสือ “นิเวศของความคิดสร้างสรรค์ : ที่ซึ่งการคิดกลายเป็นงาน = Creative Ecologies : Where Thinking is a Proper Job” ใน บทที่ 5 สถานที่สร้างสรรค์ ได้เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่สร้างสรรค์ในนิเวศของความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นสถานที่ที่ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยน

ความคิดสร้างสรรค์กันได้อย่างอิสระ ปราศจากความกลัว การถูกเซ็นเซอร์ และการไม่เห็นชอบ สถานที่หรือกลุ่มเหล่านี้ก่อตั้งขึ้นเองโดยธรรมชาติ กลุ่มเหล่านี้มีพฤติกรรมแบบเดียวกับระบบที่จัดการตัวเองในทฤษฎีอลวน ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมภายนอก มีสภาพไม่เป็นที่ทางการ มีความร่วมมือและไร้ผู้นำแต่ไม่ได้ปราศจากการตัดสินใจ การอภิปรายและถกเถียงจะดำเนินไปอย่างกระตือรือร้นแต่เป็นไปภายใต้สภาพแวดล้อมของประโยชน์ร่วมกัน ชาวกินส์ได้แบ่งสถานที่สร้างสรรค์ในนิเวศของความคิดสร้างสรรค์ออกเป็น 2 แห่ง คือ 1) เมืองใหญ่ : แม้หลักคึงคือความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเมืองใหญ่ได้คะแนนสูงในด้านตัวชี้วัดทั้งสี่ที่บ่งบอกความเป็นนิเวศของความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง การเรียนรู้ และการปรับตัว เมืองคือตัวแลกเปลี่ยนพลังงานที่สำคัญที่สุด เมืองดึงดูดผู้คนซึ่งเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ซื้อ ซึ่งคือคนที่ต้องการเรียนรู้ ปรับตัว และสำรวจทัศนคติใหม่ๆ กับคนที่ช่างวิจิจฉัยและใช้รายได้ไปกับสิ่งใหม่และมีสไตล์สูงกว่าระดับมาตรฐาน (อุปสงค์ฉลาด) พลังทั้งสองจุดประกายซึ่งกันและกัน ในนิเวศของความคิดสร้างสรรค์นั้นอุปสงค์จะมีอัตราประโยชน์ส่วนเพิ่มสูงขึ้น มันจึงเพิ่มผลลัพธ์มากขึ้นและฉลาดขึ้นและมีแต่เมืองสร้างสรรค์ที่สามารถรักษาอุปสงค์ฉลาดไว้ในระดับสูงดังที่บุคคลสร้างสรรค์ต้องการ และ 2) อินเทอร์เน็ต : ตลาดที่ปรับตัวได้ยอดเยี่ยมที่สุดในโลก ซึ่งอินเทอร์เน็ตต่างออกไปจากอุตสาหกรรมสื่อดั้งเดิมเพราะมีราคาถูกไม่เป็นทางการ แยกเป็นส่วนๆ กระจายออกจากศูนย์กลาง และเป็นทางเลือก อินเทอร์เน็ตมีผลกระทบมากที่สุดกับความเป็นอิสระในตัวเองของปัจเจกบุคคลและความร่วมมือกัน ในเครือข่าย กล่าวคือ อิสระในตัวเองมาจากความมีเจตนาและลงมือเลือกตามความพึงพอใจส่วนบุคคล เว็บบอกให้เกิดการขยายตัวในตลาดสื่อและสิ่งที่ชาวอเมริกันเรียกว่า “ตลาดสังคม”

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2554) จัดทำหนังสือเรื่อง “Creative City: Bangkok’s Creative Potentials เปิดศักยภาพกรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์” เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการสัมมนาภายในงาน “เปิดศักยภาพกรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์” ซึ่งจัดโดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2553 กลุ่มวิจัยเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้เลือก “อุตสาหกรรมแฟชั่น” ขึ้นมาเป็นอุตสาหกรรมนำร่องในการค้นหาศักยภาพการพัฒนากรุงเทพฯ สู่วิธีความเป็นเมืองสร้างสรรค์ เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ทั้งระบบ (ตั้งแต่นักวิทยาศาสตร์ไปจนถึงพนักงานขาย) นอกจากนั้นอุตสาหกรรมในกรุงเทพฯ ยังสามารถกำหนดขอบเขตเชิงกายภาพได้ชัดเจน มีพื้นที่ที่ผู้คิด ผู้ค้า และผู้ซื้อ ได้มาเจอกันในเมือง และกำหนดกรอบการศึกษาไว้ 5 ส่วน ได้แก่ 1) ที่ตั้งและความเป็นย่าน 2) บุคลากรสร้างสรรค์ 3) กลไกการพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ 4) เครือข่ายวิสาหกิจ และ 5) การมี

ส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรม นอกเหนือจากการศึกษาโครงสร้างทั้ง 5 ข้อ ยังพบประเด็นปัญหาอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการแสดงความเป็นห่วง ได้แก่ 1) ความกังวลเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีของหน่วยงานสรรพากร 2) ปัญหาที่เกิดกับหน่วยงานเทศกิจ 3) การขาดความเข้าใจในเรื่องลิขสิทธิ์ทางปัญญา และยังกล่าวถึงหน่วยงานในกรุงเทพมหานครที่มีศักยภาพสามารถเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนำพากรุงเทพฯ สู่อำนาจเป็นเมืองสร้างสรรค์ได้ อาทิ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว สำนักพัฒนาสังคม สำนักผังเมือง นอกจากนี้ สตีเฟ่น พิมบลิย์ สถาปนิกและผู้จัดการบริษัทสไปซ ยังได้พูดถึงเรื่อง “พื้นที่เอื้อต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ในเมืองสร้างสรรค์” ภายในงานดังกล่าวอีกด้วย โดยกล่าวว่า เขายกย่องศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ให้เป็น “หนึ่งในศูนย์การค้าที่ดีที่สุดในโลก” ด้วยกิจกรรมที่มีชีวิตชีวาและหลากหลาย ตั้งแต่ร้านขายของนักร้องออกแบบรายย่อยไปจนถึงบุนทศานีวิทย์ที่ออกอากาศสดพร้อมวิทยุรุ่นกรังเจอร์อยู่รอบข้าง สตีเฟ่นเชื่อว่า สถาปนิกควรมุ่งสร้างสิ่งที่คาดการณ์ไม่ได้ เพื่อเอื้อให้เกิดความงดงาม เปรียบได้เช่นต้นไม้ที่ไม่ถูกตัดแต่ง

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2555) จัดทำหนังสือเรื่อง “Creative City เมื่อความมั่นคงสร้างจากเมือง” เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นมาและความสำคัญของเมืองสร้างสรรค์แห่งต่างๆ ในโลก โดยได้จำแนกเมืองสร้างสรรค์ต่างๆ ออกเป็น 3 สาขา คือ เมืองสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรม เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ และเมืองสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม ในตอนท้ายของเล่ม ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบได้สรุปนิยามของเมืองสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นเมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การใช้ชีวิตอันรื่นรมย์ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้สร้างผลงานอันน่าชื่นชม นอกจากนี้ยังได้เสนออีกว่า การพัฒนาเมืองสู่เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) นั้นมีอาจจะประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญอย่างการสร้าง “คน” และ การสร้าง “บรรยากาศแห่งความคิดสร้างสรรค์” ที่มีคุณภาพไปพร้อมๆ กันได้ เพราะนักคิดเหล่านี้เปรียบเสมือนทรัพย์สินสำคัญที่เคลื่อนที่ไปทั่วโลกเพื่อแสวงหาสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยและประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ ดังนั้นหากเรามุ่งเน้นที่จะพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เราก็มีอาจจะละเลยการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ไปพร้อมๆ กันได้เลย

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2557) จัดทำหนังสือเรื่อง “MADE IN CHIANGMAI 6 โมเดลธุรกิจ คิด ทำ กิน อิน เชียงใหม่” เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นมาของธุรกิจสร้างสรรค์ 6 แห่งในเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ริมปีง ชูเปอร์มาร์เก็ต, บริษัท มงกุฎล้านนา จำกัด, PUN SPACE, SABU-SABU, เปรมประชา คอลเลคชั่น และ โรงแรมแทมมาริน วิลเลจ และเสนอแนวคิด มุมมองของเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการสร้างสรรค์ต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อให้เป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับชาว

เชียงใหม่หรือนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรมแทมมาริน วิลเลจ โรงแรมสไตลบูติกใจกลางเมืองเชียงใหม่ที่มีแนวความคิดและความตั้งใจที่จะอนุรักษ์วัฒนธรรมล้านนาโดยเชื่อมโยงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของล้านนาในอดีตเข้าด้วยกัน นอกเหนือจากรูปแบบสถาปัตยกรรมและการตกแต่งที่เชื่อมโยงเอาวัฒนธรรมเข้ามาเป็นแนวคิดแล้ว ทางโรงแรมยังสืบสานวัฒนธรรมเหล่านี้ผ่านรูปแบบของงานดำเนินงานในหลายๆ ส่วน ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนให้พนักงานแต่งกายและพูดภาษาท้องถิ่น หรือการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมให้แก่ที่มาเข้าพักได้มีโอกาสสัมผัสและสร้างประสบการณ์ด้วยตัวเองตามโอกาสและเทศกาล เช่น กิจกรรมระบายสีร่มกระดาษสา เป็นต้น รวมถึงการจัดนิทรรศการระยะสั้นโดยนำเอาเรื่องราวหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมล้านนามาจัดอย่างต่อเนื่องเป็นประจำภายในโรงแรม นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งที่อยู่ใจกลางเมือง แวดล้อมด้วยชุมชนท้องถิ่นและวัดวาอารามมากมายยังทำให้เกิดกิจกรรม ‘วิลเลจ วอล์ค’ ซึ่งเป็นกิจกรรมตักบาตร พาแขกที่มาพักเดินถือปิ่นโตไปวัด ไปเวียนเทียนในวันสำคัญทางศาสนา และเลือกชิมอาหารริมทางแปลกๆ ที่เป็นของพื้นถิ่น เกิดการสร้างรายได้ให้ชุมชนแวดล้อม ซึ่งการสนับสนุนวัฒนธรรมของคนที่อยู่อาศัยอยู่ในชุมชนนั้นช่วยสร้างความยั่งยืนของการอยู่ร่วมกันระหว่างโรงแรมและชุมชนแวดล้อมได้ในระยะยาว สิ่งเหล่านี้ทำให้แทมมาริน มีความโดดเด่นในเรื่องของวัฒนธรรมและแตกต่างจากบูติกโฮเทลอื่นๆ อย่างชัดเจน ทุกองค์ประกอบที่ว่ามานี้ ล้วนเกิดจากความตั้งใจที่จะออกแบบและรังสรรค์ขึ้นตามความเชื่อและแนวคิดที่ว่า สันติภาพจากธรรมชาติและบรรยากาศโดยรอบคือต้นทุนอันสำคัญที่จะช่วยส่งผ่านวัฒนธรรมและมาตรฐานแห่งการบริการในรูปแบบธุรกิจโรงแรมได้อย่างดีที่สุด

UNCTAD (2008) ให้คำนิยามของ เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ไว้ใน Creative Economy Report (2008) ว่าหมายถึง เมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้นๆ และต้องประกอบไปด้วยรากฐานที่ มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคณาจารย์สร้างสรรค์และมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการลงทุนเพราะความยั่งยืนของสถานที่ในเชิงวัฒนธรรม

UNESCO กล่าวถึง เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ว่าเป็นการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจนจารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อ

ต่อการสร้างธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Industry) โดยองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ ได้แก่

(1) การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity)

(2) การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่

(3) การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/Creative Entrepreneur) เพื่อรวบรวมผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผสมผสานวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยี วัฒนธรรม และการจัดการด้านธุรกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงานและกำลังซื้อสินค้าหมุนเวียนเป็นกลไกให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ

(4) การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility) โดยจะต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอและมีคุณภาพช่วยก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิตนักคิด และธุรกิจสร้างสรรค์

(5) การบริหารจัดการเมือง (Management) องค์การของภาครัฐและเอกชนจะต้องมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมืองโดยเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และทำงานประสานกันเพื่อนำไปสู่เป้าหมายได้อย่างสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางในการปรับปรุงเมืองเพื่อให้เป็น Creative City โดยการผสมผสานประวัติศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ให้เมืองมีความผสมผสานกัน (กรวรรณ สังขกร, 2554)

UNESCO กล่าวถึงเกณฑ์การตัดสินสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO ว่ามีหลักเกณฑ์ในการตัดสิน ดังนี้

- สภาพแวดล้อมของเมือง วัฒนธรรม และภูมิทัศน์โดยรวมถูกเติมเต็มด้วยความคิดสร้างสรรค์
- โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับการผลิตสมัยใหม่ และกำลังผลิตการจัดจำหน่าย
- สถานะที่แข็งแกร่งของกลุ่มฝึกฝนและชุมชนที่มีความเป็นมืออาชีพ
- การส่งเสริมบำรุงการเข้าถึงศิลปะของสาธารณะผ่านพื้นที่และเวทีแสดงผลงานเพื่อกลุ่มผู้ชมกลุ่มอื่นๆ ในวงกว้างขึ้น
- ประสบการณ์ในการจัดงานหรือกิจกรรมที่อยู่ในสาขาสร้างสรรค์นั้นๆ

- สถาบัน (ทางการและไม่ทางการ) สำหรับให้การศึกษาและทำวิจัยในสาขาสร้างสรรค์
นั้นๆ
- ให้ความเคารพต่อวัสดุในท้องถิ่นและเงื่อนไขของเมืองหรือธรรมชาติ

กล่าวโดยสรุป เมืองสร้างสรรค์ หมายถึง สถานที่ที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนความคิดได้อย่างอิสระ และเอื้อต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์สร้างสรรค์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มีบรรยากาศแห่งความคิดสร้างสรรค์ที่ดึงดูดนักคิดหรือผู้ประกอบการสร้างสรรค์เพื่อเข้ามาประกอบกิจการสร้างสรรค์ เป็นเมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมหลากหลายและมีรากฐานทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม และโครงสร้างพื้นฐานที่มั่นคง ซึ่งเมื่อนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มั่นคงมารวมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยก็จะกลายเป็นสถานที่ที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการลงทุนอย่างยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวสามารถสรุปคุณลักษณะของเมืองสร้างสรรค์ออกมาได้
ดังนี้

1. มีรากเหง้า วัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาที่มั่นคง เพื่อเป็นต้นทุนของความคิดสร้างสรรค์และสร้างอัตลักษณ์ให้แก่เมือง
2. มีพื้นที่ที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระ พื้นที่ที่เอื้อต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ในเมืองสร้างสรรค์ มีเครือข่ายหรือสมาคมเพื่อเชื่อมโยงนักคิดหรือผู้ประกอบการสร้างสรรค์เข้าไว้ด้วยกัน และมีการกำหนดขอบเขตเชิงกายภาพไว้อย่างชัดเจน มีพื้นที่สำหรับผู้คิด ผู้ค้าและผู้ซื้อ ได้มาแลกเปลี่ยนและพบกัน
3. มีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การใช้ชีวิตและสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อดึงดูดนักคิด ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ให้เข้ามาสร้างงานและรายได้ภายในเมือง
4. มีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อเอื้อความสะดวกสบายต่อนักคิด ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ และผู้ลงทุน
5. นำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มั่นคงมาผสมผสานกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชน เพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของเมือง และเอื้อต่อการลงทุนที่ยั่งยืน

2.2 ความหมายและคุณลักษณะของสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านแห่งเมืองสร้างสรรค์ของเมืองอิซอน ตามนิยามของ UNESCO

เมืองอิซอนเป็นเมืองที่โดดเด่น โดยเฉพาะด้านเซรามิกที่มีศิลปินนักปั้นและออกแบบเซรามิกและกลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องกับเซรามิกอาศัยอยู่ร่วมกัน อีกทั้งยังมีการจัดตั้งสถาบันการศึกษา โครงสร้างพื้นฐานของเซรามิก รวมไปถึงศูนย์วิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านเซรามิกขึ้นอีกด้วย อีกทั้งคุณภาพในการดำเนินงานเทศกาล International Ceramic Biennale และงานเทศกาลเซรามิกอินซอนที่มีสเกลงานขนาดใหญ่ และการจัดเตรียมงานขององค์กรที่มีหน้าที่รับผิดชอบได้ปฏิบัติและดำเนินการได้อย่างดีในทางด้านการจัดการเทศกาลและงานเซรามิก ด้วยเหตุนี้ เมืองอิซอน จึงได้รับเลือกให้ได้สิทธิในการเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านสร้างสรรค์ เป็นเมืองแรกของประเทศเกาหลี ในปี 2010 (UNESCO, 2016)

2.3 ข้อมูลทั่วไปเมืองอิซอน

เมือง “อิซอน” ตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของจังหวัดคยองกี ประเทศเกาหลีใต้ มีอาณาเขตติดกับเมืองยอจู เมืองยงอิน เมืองอันซง เมืองควังจู ในจังหวัดคยองกี และยังมีอาณาเขตติดกับจังหวัดชุงชองเหนืออีกด้วย อิซอน เป็นเมืองขนาดเล็กมีพื้นที่ประมาณ 461.3 ตร.กม. และมีประชากรเพียง 210,579 คน (Icheon City, 2015: Online) แต่เนื่องจากเมืองอิซอนมีทางด่วนเส้นหลักและทางด่วนของเมืองของดงตัดผ่านจึงทำให้เมืองอิซอนกลายเป็นศูนย์กลางของการคมนาคม ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้มีโรงงานอุตสาหกรรมและโกดังเก็บสินค้ามากมายมาตั้งอยู่ที่เมืองอิซอน เมืองอิซอนเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานตั้งแต่สมัยสามอาณาจักร (삼국시대) หรือประมาณ 18 ปีก่อนคริสตศักราช โดยเมืองอิซอนได้ตั้งอยู่ในบริเวณอาณาจักรแพ็กเจ และเปลี่ยนไปอยู่ในเขตการปกครองของอาณาจักรโกคูรยอและอาณาจักรชินลาตามลำดับเนื่องจากสงครามแย่งชิงดินแดนของทั้งสามอาณาจักร นอกจากนี้ยังปรากฏหลักฐานทางประวัติศาสตร์อีกว่าเมืองอิซอนและเมืองอื่นๆ ใกล้เคียง เช่นชินลา ได้มีความสัมพันธ์ทางการทูตและการค้ากับราชวงศ์ถังของจีนซึ่งจากการร่วมมือกันในการโค่นล้มอาณาจักรแพ็กเจในปี ค.ศ. 660 เมืองอิซอน มีชื่อเสียงในเรื่องข้าวที่มีคุณภาพดีที่สุดในเกาหลี โดยในปี ค.ศ. 2010 เมืองอิซอน ได้มีปริมาณผลผลิตข้าวสารจำนวน 41,090 ตัน นับเป็น 0.95% ของปริมาณผลผลิตข้าวสารทั้งหมดของ

ประเทศเกาหลี ซึ่งปริมาณของข้าวที่มีคุณภาพที่ชาวเกาหลีบริโภคคิดเป็นเพียง 1 % จากผลผลิตข้าวสารทั้งหมดของประเทศ ข้าวสารของเมืองอิชอนนั้นมีชื่อเสียงและคุณภาพมากจนมีชื่อแบรนด์ข้าวสารเป็นของตนเอง คือ ‘อิมกิมนิมพโย อิชอนซัล’ (임금님표 이천쌀) และอีกผลผลิตทางการเกษตรที่มีชื่อเสียงของเมืองอิชอนก็คือลูกท้อที่มีขนาดใหญ่ ขาวและหวาน อีกสิ่งหนึ่งที่มีชื่อเสียงมากจนเมื่อใครที่พูดถึงเมืองอิชอนผู้คนที่มักจะนึกถึงสิ่งนี้เป็นสิ่งแรก นั่นก็คือ “เครื่องปั้นดินเผาและงานเซรามิก” ซึ่งเครื่องปั้นดินเผาของเมืองอิชอนนั้นมีประวัติศาสตร์ยาวนานมาตั้งแต่ยุคสัมฤทธิ์ เนื่องจากขุดค้นพบเครื่องปั้นดินเผาจำพวกไหและกระบอกบริเวณ ซอลบงซันซง (설봉산성) ในเมืองอิชอน แต่เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกที่โด่งดังและเป็นเอกลักษณ์ของเมืองอิชอนถือกำเนิดในยุคโครยอและโชซอน คือ เครื่องปั้นดินเผาหยกเขียวที่มีลวดลายพิถีพิถัน และ เครื่องเคลือบขาวที่ไม่มีลวดลาย เมืองอิชอนเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกเพื่อใช้ประโยชน์และค้าขายมาตั้งแต่สมัยโชซอนมาจนถึงปัจจุบัน จึงทำให้เป็นแหล่งรวบรวมศิลปะเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และรวบรวมช่างปั้นเอาไว้มากที่สุดของเกาหลี อีกทั้งในปัจจุบันเมืองอิชอนยังเป็นแหล่งอุตสาหกรรมในการผลิตเซรามิกที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลีอีกด้วย ด้วยเหตุนี้เอง เมืองอิชอนจึงได้รับฉายาว่าเป็นเมืองแห่งเซรามิกของเกาหลี นอกจากนี้ เมืองอิชอนยังมีการผสมผสานความเป็นชนบทและเอกลักษณ์ท้องถิ่นเข้ากับอุตสาหกรรมได้อย่างลงตัว โดยบำรุงสภาพแวดล้อมของเมืองให้เอื้อต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและการสร้างสรรค์งานของเหล่าศิลปินด้านเซรามิกร่วมกับการมีบริษัทที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น Hynix Semiconductor Inc. และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออุตสาหกรรมเซรามิก ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมเซรามิกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของเกาหลีได้ รวมทั้งยังได้รับการยอมรับให้เป็นเจ้าภาพจัดงานเทศกาลระดับนานาชาติ คือเทศกาล the International CeraMix Biennale และเทศกาลเซรามิกอิชอน (Icheon Ceramics Festival) ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีเป็นเวลาหลายทศวรรษ และยังจัดงานเกี่ยวกับหัตถกรรมอีกหลายงาน เช่น Kyeonggi International CeraMIX Biennale และ นิทรรศการการประชุมสัมมนาประติมากรรมนานาชาติอิชอน (the Icheon International Sculpture Symposium Exhibition) เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน (Hwang, 2010) ด้วยเหตุนี้เอง เมืองอิชอนจึงได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งยูเนสโก (UNESCO) สาขาเมืองสร้างสรรค์หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน ในปี ค.ศ.2010 โดยเป็นเมืองแห่งแรกของประเทศเกาหลีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งยูเนสโก (UNESCO) (Icheon City, 2015: Online) โดยเมืองอิชอนได้รับพิจารณาให้เป็นศูนย์กลางศิลปหัตถกรรมอันประณีตและงดงามของ

ภูมิภาค นอกจากนั้นเมืองอิซอนยังเปี่ยมไปด้วยประวัติศาสตร์อันยาวนาน ประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ศิลปินท้องถิ่นที่มากด้วยประสบการณ์ด้านงานฝีมือ ประติมากรรม และเครื่องเคลือบ ที่ส่งเสริมให้เมืองอิซอนกลายเป็นศูนย์กลางของศิลปะและหัตถกรรมของภูมิภาค

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นรินทร์ สังข์รักษา และ สมชาย ลักษณะานุกรณ์ (2555) เขียนรายงานการวิจัยเรื่อง “การวิจัยเพื่อพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายอย่างยั่งยืนในจังหวัดราชบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการให้คุณค่าของศิลปวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) พัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้นแบบ 3) ศึกษาการเทียบเคียงชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว 4) ศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยกระบวนการมีส่วนร่วมแบบภาคีเครือข่ายอย่างยั่งยืน และ 5) ศึกษาการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยและพัฒนา ร่วมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมดำเนินการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) การให้คุณค่าของศิลปวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก 2) การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้นแบบ ได้รูปแบบมีชื่อเรียกว่า “RATCHABURI Model” 3) ผลการเทียบเคียงปัจจัยแห่งความสำเร็จ ได้แก่ “บวร” บ้าน วัด โรงเรียนในการมีส่วนร่วม มีผู้นำเข้มแข็ง สมาชิกร่วมมือ โครงสร้างองค์กร เทคโนโลยี ความรู้ ทักษะ/ความสามารถ การจัดการ วัฒนธรรมองค์กร จิตอุทิศ และทุนชุมชน ส่วนปัจจัยความล้มเหลว ได้แก่ ความอิจฉา ความขัดแย้งกันของสมาชิกและชุมชน การขาดความร่วมมือ และผลประโยชน์ 4) แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงด้วยการตั้งอยู่บนพื้นฐานเดิมของชุมชน ยึดหลักภูมิสังคม ผลประโยชน์ของชุมชน และความคุ้มค่ามากกว่าความคุ้มทุน และ 5) เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย 4 รูปแบบคือ เส้นทางครึ่งวัน หนึ่งวันแบบไปเช้าเย็นกลับ (นิยมมากที่สุด) แบบค้างคืน และแบบสองวันสองคืน กำหนดเส้นทางอยู่อารยธรรมและไหว้พระวิถีชีวิตชาติพันธุ์ตัวตนคนราชบุรี เริ่มจากวัดคงคารามจนสุดท้ายเมืองโบราณและจิปาตะกัมภ์สถานบ้านคูบัว

ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ และ จุริวรรณ จันทลา (2556) เขียนรายงานการวิจัยเรื่อง “การพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชน จังหวัด นครปฐม” มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครปฐม ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ (1) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครปฐม ที่ผลิตผ้าทอที่มีความสมัครใจจะเข้าร่วมกิจกรรม (2) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครปฐม ที่ผลิตเครื่องจักสานผักตบชวาที่มีความสมัครใจจะเข้าร่วม กิจกรรม (3) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบ สัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิง คุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ในการออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นั้น อันดับแรกผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบโดยทั่วไปที่สำคัญคือ ประโยชน์ใช้สอย (Function) ซึ่งต้องพิจารณาทั้งในส่วนของประโยชน์ใช้สอยด้านจิตใจ (Psychological Function) และ ประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพ (Practical Function) และสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งสำหรับการออกแบบ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มคือ การสร้างความแตกต่าง ทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (Product Competitive Differentiation) ซึ่งจะเป็นการออกแบบลักษณะ ต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่งและความแตกต่างนั้นจะต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ และสามารถสรุปแนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ไทยทรงดำและเครื่องจักสานผักตบชวาตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐมได้ว่า จะต้องประกอบด้วยความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 4 กลุ่ม คือ (1) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ตามภูมิปัญญาท้องถิ่น (2) ผู้ ประสานงาน ซึ่งทำหน้าที่ในการประสานความร่วมมือของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น พัฒนาการ วิสาหกิจ จังหวัด (3) ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และ การตลาด และ (4) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทำหน้าที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยที่รูปแบบการพัฒนาควรจะต้องใช้หลักการที่สำคัญ 5 ประการคือ (1) หลักการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Participation Development) ซึ่งควรกำหนดระดับการมีส่วนร่วมแบบ สมบูรณ์ (Full Participation) (2) การพัฒนาโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community – Based Development)

(3) การเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Learning & Knowledge Sharing) (4) แนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ และ (5) การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Development)

พิเชษฐ มุสิกะ โปดก (2555) เขียนวิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาตัวบ่งชี้ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของกรุงเทพมหานคร” วัตถุประสงค์เพื่อสร้างและพัฒนาตัวบ่งชี้ลักษณะความเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของกรุงเทพมหานคร โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 49 คน และใช้แบบสอบถาม จำนวน 3 รอบ ผลการวิจัยพบว่า ตัวบ่งชี้ลักษณะความเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของกรุงเทพมหานคร แบ่งได้เป็น 6 กลุ่มใหญ่ จำนวน 26 ตัวบ่งชี้ ดังนี้ ตัวบ่งชี้กลุ่มที่ 1 ด้านนัยออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญ และแรงงานสร้างสรรค์ของเมืองมีตัวบ่งชี้ จำนวน 4 ตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้กลุ่มที่ 2 ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และการรวมกลุ่มวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง มีตัวบ่งชี้ จำนวน 2 ตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้กลุ่มที่ 3 ด้านกิจกรรมสร้างสรรค์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของเมือง มีตัวบ่งชี้ จำนวน 8 ตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้กลุ่มที่ 4 ด้านพื้นที่สร้างสรรค์และสิ่งอำนวยความสะดวก/โครงสร้างพื้นฐานของเมือง ตัวบ่งชี้ จำนวน 5 ตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้กลุ่มที่ 5 ด้านนโยบาย แผน โครงการเมืองสร้างสรรค์และภาวะผู้นำของผู้บริหารเมือง มีตัวบ่งชี้ จำนวน 4 ตัวบ่งชี้ และตัวบ่งชี้กลุ่มที่ 6 ด้านยอดขายและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมือง มีตัวบ่งชี้ จำนวน 3 ตัวบ่งชี้

กรวรรณ สังขกร สามารถ สุวรรณรัตน์ และ ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ (2557) เขียนรายงานการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพชุมชนวัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์” วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจศักยภาพและความพร้อมของชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ด้านวัฒนธรรมชุมชนที่สนับสนุนเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และเพื่อศึกษาแนวทางการจัดการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อสนับสนุนเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนและจัดทำแผนการบริหารจัดการชุมชนสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนเมืองสร้างสรรค์ โดยเลือกชุมชนล้ามช้างเป็นกรณีศึกษาและเข้าไปมีบทบาทสนับสนุนทางด้านการวิจัย ด้านวิชาการ ด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในชุมชน และลงพื้นที่เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนล้ามช้าง และศึกษาด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในชุมชน ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น ได้แก่ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นและต่อเนื่อง เพิ่มการแสดง เพิ่มการจัดกิจกรรมสาธิตการทำอาหารและขนมพื้นเมืองให้นักท่องเที่ยวได้ชม ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และชักชวนให้มีพ่อค้า

แม่ค้าเข้ามาขายสินค้าในภาคหมีว ภาคเมืองให้มากขึ้น ส่วนแนวทางการจัดการพัฒนาศักยภาพชุมชน เพื่อสนับสนุนเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ควรเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพิ่มบทบาทของภาครัฐ และสถาบันการศึกษาเพื่อสนับสนุนชุมชนให้มีส่วนร่วมและโอกาสในการพัฒนามากขึ้น ส่งเสริมบทบาทของภาคธุรกิจเอกชนและองค์กรพัฒนาเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ส่วนแผนการบริหารจัดการชุมชนสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการจากหลายภาคส่วนเพื่อร่วมบริหาร วางแผนดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงทุนเดิมที่ชุมชนมีอยู่ จัดให้คนในชุมชนได้ไปศึกษา ดูงาน เพื่อเปิดโอกาสให้ได้เห็นสิ่งใหม่ๆ นำมาต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ ประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรม กระตุ้นให้เกิดการค้าและการรวมตัวกันอยู่เสมอๆ และประเมินผลการดำเนินงานเพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อนและทำให้เกิดผลสำเร็จอย่างยั่งยืน

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2552) จัดทำหนังสือ “ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์” เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยกล่าวว่าคำจำกัดความของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นคำจำกัดความเชิงแนวคิดกว้างๆเท่านั้น การวัดหรือเจตจำนงเพื่อให้สามารถยอมรับและเปรียบเทียบกันจึงต้องเชื่อมโยงตามกติกาที่มีการอ้างอิงอันใดอันหนึ่ง โดยคำจำกัดความที่ครอบคลุมซึ่งใช้วัดประเทศไทยได้ยึดรูปแบบของการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา หรือ UNCTAD เป็นกรอบ กล่าวคือ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยสินค้าและบริการ 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ งานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (functional creation) มรดกทางวัฒนธรรม (culture heritage) สื่อ (media) ศิลปะ (arts) และแสดงการเปรียบเทียบเศรษฐกิจในแต่ละยุค โดยชี้ให้เห็นว่าในปัจจุบันแหล่งทรัพยากรที่นำไปสู่ความมั่งคั่ง คือ “ความคิด” และกล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ กลุ่มผู้ผลิต คน และชุมชนสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงคุณค่าของเอเชีย ซึ่งเป็นค่านิยมใหม่ที่ประเทศต่างๆทั่วโลกกำลังสนใจ

ศักดิ์ชัย เกียรติวนิรินทร์ (2553) เขียนหนังสือเรื่อง “ทุนความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ – Creative Capital for Creative Economy” ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นแนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่ และกำหนดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็น 4 ประเภท คือ 1). ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม 2). ประเภทศิลปะ 3). ประเภท

สี่ และ 4). ประเภทงานสร้างสรรค์ เสนอกรณีศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในต่างประเทศ เช่น ประเทศ อังกฤษ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับความมั่นคงของชุมชนและ เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับเครื่องปั้นดินเผาในประเทศไทย โดยยกชุมชนวัฒนธรรมเครื่องปั้นดินเผา บ้าน เกาะน้อยและบ้านด่านเกวียน เป็นกรณีศึกษา อีกทั้งยังเสนอแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนา ชุมชนแบบยั่งยืนอีกว่าความภูมิใจในงานที่ทำและความผูกพันต่อชุมชนเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการ พัฒนาชุมชน ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับทัศนคติของบุคคลในชุมชนที่มีต่อชุมชน ความรู้สึกดังกล่าวมี ลักษณะเป็นเจ้าของชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ มีความรู้สึกภูมิใจ มีความพึงพอใจต่อบุคคล สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ความเป็นปึกแผ่นของชุมชนและมีความจงรักภักดีต่อชุมชนโดยไม่ละทิ้งไป

นรินทร์ ตั้งรัชชีกา ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ปัญญา และ ผกามาศ พะวงษ์ (2557) เขียนรายงานการ วิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดของผู้เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับ ประชาคมอาเซียน” วัตถุประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการพัฒนาการแข่งขันทาง การตลาดของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกลุ่มทวาร วดี 4 จังหวัด เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน 2)วิเคราะห์และสร้างรูปแบบการพัฒนาขีดความสามารถใน การแข่งขันทางการตลาดของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน 3)นำเสนอรูปแบบการพัฒนาขีด ความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทาง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัดเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน 4)ประเมินและปรับปรุง รูปแบบการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน โดยใช้แบบสอบถามแนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึก แนวทางการสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบไม่มี ส่วนร่วม รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1)การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของทวารวดี 4 จังหวัด มีความพร้อมในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่มีจุดอ่อนในเรื่องของการตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ต้องมีการ ดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง แนวโน้มที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยว

ในทวารวดี 4 จังหวัดเพิ่มมากขึ้น ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การพัฒนารูปแบบขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รูปแบบมีชื่อเรียกว่า “DVARAVATI Model” ได้แก่ (1) D=Difference Marketing (การตลาดที่แตกต่าง) (2) V=Visual for Variation (การมองอย่างรอบด้าน) (3) A=Attraction of Tourism (ความดึงดูดใจของการท่องเที่ยว) (4) R=Responsibility for Community (ความรับผิดชอบต่อชุมชน) (5) A=Amenity in Tourism (ความประทับใจในการท่องเที่ยว) (6) V=Variousness of Market Tourism (ความหลากหลายของตลาดการท่องเที่ยว) (7) A=Activity Marketing (กิจกรรมทางการตลาด) (8) T=Technology for Tourism (เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว) (9) I=Information System for Marketing (ระบบข้อมูลข่าวสารทางการตลาด) 3) การจัดอบรมความรู้ มีคะแนนก่อนการอบรมอยู่ในระดับปานกลางและหลังการอบรมอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนการอบรมและหลังการอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แนวทางการพัฒนาแผนการตลาด ประกอบด้วยกลยุทธ์การตลาดและประเด็นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของทวารวดี 4 จังหวัด

นพพร จันทรนำชู (2556) เขียนตำรา “เศรษฐศาสตร์กับการพัฒนา” ในบทที่ 10 เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนา ได้เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจกับการพัฒนาชุมชนตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยกล่าวว่ากระบวนการพัฒนาประเทศนับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เป็นต้นมา ได้มีความพยายามในการปรับเปลี่ยนรูปแบบแผนพัฒนาจากเดิมที่ใช้ต้นทุนการผลิตเป็นสิ่งสร้างความสามารถในการแข่งขัน มาเป็นการให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันจากคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะสามารถสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสร้างความมั่นคงในการพัฒนาประเทศ

Darrin Bayliss (2007) ได้เขียนบทความวิจัยเรื่อง “The Rise of the Creative City: Culture and Creativity in Copenhagen” วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงการมีอิทธิพลซึ่งกันและกันของวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์กับการวางแผนเมือง โดยใช้เมือง Copenhagen ประเทศเดนมาร์ก เป็นกรณีศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ประเทศเดนมาร์กได้นำเสนอตัวอย่างที่น่าสนใจเนื่องจากมีประเพณีดั้งเดิมที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมกับเมืองที่สนับสนุนเศรษฐกิจ ในบทความวิจัยได้แนะนำว่าความสำคัญทางสังคมในตัวของมันเองเป็นนโยบายทางวัฒนธรรมของเมืองที่ร่วมสมัยขึ้นและยังระบุอีกว่าความคิดสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนวาระการประชุมของเมืองนั้น ได้ทำการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันในบริบท

ของนโยบายนี้ ทั้งวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ได้กลายเป็นศูนย์กลางในการพยายามกระตุ้นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเพื่อโปรโมทเมืองในระดับนานาชาติเพื่อจูงใจการลงทุนและชนชั้นสร้างสรรค์ (creative class) ในการติดตามการพัฒนานี้ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นกับระบบวางแผนที่ถูกออกแบบให้อำนวยความสะดวกแก่การเปลี่ยนแปลงเมือง Copenhagen ไปสู่เมืองสร้างสรรค์และบ่งชี้ไปยังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นเหล่านี้

Alberto Vanolo (2008) เขียนบทความวิจัยเรื่อง “The image of the creative city: Some reflections on urban branding in Turin” จุดประสงค์ของบทความวิจัยนี้เพื่อสังเกตวิเคราะห์วิธีการที่เมืองสร้างสรรค์ได้ถูกทำให้มีชื่อเสียงและนำเสนอออกมา โดยใช้เมือง Turin (Torino) ประเทศอิตาลี เป็นกรณีศึกษา ผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นถึงตัวอย่างทั่วไปของเมืองอุตสาหกรรมที่พยายามจะยกระดับการส่งออกของเมืองใหม่ในระดับนานาชาติและสร้างชื่อเสียงความคิดทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจหลังอุตสาหกรรมผ่านแคมเปญการสร้างตราสินค้าของเมือง บทความวิจัยนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงนโยบายการสร้างตราสินค้าของเมืองในประเทศอิตาลีและจากการทบทวนตัวอย่างของสื่อส่งเสริมการโปรโมทและเอกสารทางนโยบายแสดงให้เห็นถึงการพยายามที่จะตรวจสอบระดับของการสร้างตราสินค้าของเมือง Turin ที่นำเสนอความคิดของเมืองสร้างสรรค์

Andy C. Pratt (2008) เขียนบทความวิจัยเรื่อง “Creative cities: the cultural industries and the creative class” วัตถุประสงค์เพื่อวิจารณ์และตรวจสอบแนวคิดที่ว่า ชนชั้นสร้างสรรค์ (creative class) อาจหรือไม่อาจเป็นสาเหตุของกลไกการฟื้นฟูเมืองได้ บทความนี้ได้เริ่มต้นด้วยการทบทวนเหตุผลของ Florida ที่มุ่งไปยังแนวความคิดและการสนับสนุนทฤษฎี ในส่วนที่สองได้พัฒนาบทวิจารณ์ของความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นสร้างสรรค์และการเติบโต ซึ่งตามมาด้วยความพยายามที่จะอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดของความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ท้ายที่สุดแล้ว บทความวิจัยนี้ได้แนะนำว่าผู้กำหนดนโยบายอาจจะทำให้ผลลัพธ์ในการฟื้นฟูเมืองประสบความสำเร็จมากขึ้น หากพวกเขาเข้าร่วมไปกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในลักษณะของสิ่งที่เชื่อมโยงกับการผลิตและการบริโภค การผลิตและการบริการ แนวคิดดังกล่าวเป็นประโยชน์มากขึ้นในการตีความและทำความเข้าใจบทบาทอันสำคัญของการผลิตทางวัฒนธรรมในเมืองสมัยใหม่ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่ได้เติบโตไป

Davide Ponzini และ Ugo Rossi (2010) เขียนบทความวิจัยเรื่อง “Becoming a Creative City: The Entrepreneurial Mayor, Network Politics and the Promise of an Urban Renaissance” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางทางการเมืองในการสร้างเมืองให้กลายเป็น Creative City ของเมืองในสหรัฐฯ ที่อยาก

กลายเป็น Creative City ผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นภายใต้ขอบเขตนโยบายของเมือง Baltimore ทฤษฎีของ Richard Florida ได้ถูกวางไว้ให้เปรียบเทียบ “เทคโนโลยีอันชาญฉลาด” ที่มุ่งสู่การสร้างนักแสดงในระดับมหภาคกลุ่มใหม่ (the creative class) ในขณะที่เรื่องของผลลัพธ์ในการฟื้นฟูเมืองและแนวโน้มในอนาคตนั้นดูเหมือนจะยังเป็นปัญหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับทั่วทั้งเมืองนั้น นโยบาย the creative class ได้รับการสนับสนุนจากนักการเมืองท้องถิ่นและหน่วยงานพันธมิตรต่างๆ ที่ใกล้ชิดกับพวกเขา ในขณะที่อยู่ในบริบททางสังคมที่อธิบายถึงการถูกกลืนทางสังคม นโยบายนำในการโอบอุ้มวัฒนธรรม และการบรรลุเป้าหมายที่ประสบความสำเร็จในการออกแบบเมืองใหม่ให้น่าสนใจมากขึ้น สิ่งนี้ได้พิสูจน์แล้วว่า การฟื้นฟูสังหาริมทรัพย์ที่แท้จริงนั้นเป็นที่น่ากังวลกว่าประเด็นปัญหาการเข้าร่วมสังคมและการหาโอกาสในชีวิต ซึ่งยังรวมถึงการแพร่หลายของหน่วยงานที่จำเป็นของเครือข่ายและการร่วมมือซึ่งพบเห็นได้ในความคิดริเริ่มในการสร้างชนชั้นสร้างสรรค์ของเมือง Baltimore และเน้นให้ความสำคัญกับการเมืองของสหภาพในกระบวนการฟื้นฟูเมืองสมัยใหม่ในขณะที่ละเลยเป้าหมายหลักของความยุติธรรมทางสังคมเชิงพื้นที่

Masayuki Sasaki (2010) เขียนบทความวิจัยเรื่อง “Urban regeneration through cultural creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study” วัตถุประสงค์เพื่อพิจารณาทฤษฎีเมืองสร้างสรรค์ใหม่ โดยการวิเคราะห์กระบวนการฟื้นฟูเมืองในประเทศญี่ปุ่นผ่านความคิดสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมและการรวมกลุ่มทางสังคม ผลกระทบจากทฤษฎีของ Florida ได้นำไปสู่การเข้าใจแบบผิดๆ ว่าเมืองมั่งคั่งได้โดยกลุ่มคนชนชั้นสร้างสรรค์ เช่น ศิลปินและกลุ่มคนที่สนุกสนาน อย่างไรก็ตาม การจูงใจชาวชนชั้นสร้างสรรค์ได้ก็ไม่ได้ทำให้กลายเป็นเมืองสร้างสรรค์โดยอัตโนมัติ การวิเคราะห์เชิงประจักษ์ของเมืองคานาซาว่าได้ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนแล้วว่าเมืองสร้างสรรค์นั้นต้องการ “ระบบการผลิตตามวัฒนธรรม” ซึ่งเป็นระบบที่มีความเสถียรภาพของการผลิตวัฒนธรรมและการบริโภคเชิงวัฒนธรรมที่ใช้ประโยชน์ของการสะสมทุนทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังพบอีกว่านโยบายเมืองสร้างสรรค์ของเมืองโอซาก้าที่ไม่เกิดผลสำเร็จอย่างเพียงพอนั้นเนื่องจากพวกเขาไม่ได้วางกลยุทธ์เมืองให้ครอบคลุมเหมือนกับการหยั่งราก อย่างไรก็ตาม แม้นโยบายจะล้มเหลวแต่การเคลื่อนไหวของชาวรากหญ้าที่รวมอยู่และมีชีวิตชีวาได้ปรากฏตัวออกมาในเมืองสร้างสรรค์ การเคลื่อนไหวนี้ได้้นำเมืองโอซาก้าไปสู่การเริ่มต้นเมืองสร้างสรรค์แบบสังคมครบวงจร

Won Do Yeon (2011) เขียนบทความวิจัยเรื่อง “A Study on Relation of Creative City and Urban Culture” กล่าวว่าเมืองสร้างสรรค์ได้เกิดเป็นประเด็นหลักของวัฒนธรรมเมือง โดยทฤษฎีเมืองสร้างสรรค์ได้ถูกแนะนำว่าเป็นกระแสของนโยบายเมืองในหลายปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันอย่างไรก็ตามเมืองสร้างสรรค์เป็นประเด็นที่ยังคงถูกถกเถียงอยู่ สิ่งสำคัญก็คือแนวความคิดของเมืองสร้างสรรค์ที่ยังไม่ชัดเจน ซึ่งมันดูเหมือนจะชัดเจนว่าเมืองสร้างสรรค์ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเมืองเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเมืองเชิงวัฒนธรรมคือโมเดลใหม่ของการพัฒนาภูมิภาคที่ถูกสร้างขึ้นเมื่อตอนโมเดลอุตสาหกรรมของ

ยุโรปล้มเหลว เมืองเชิงวัฒนธรรมที่เริ่มขึ้นในยุโรปได้แพร่ตัวมายังเอเชีย สหรัฐฯ และทั่วโลกแต่ผลลัพธ์ก็ไม่ได้ประสบความสำเร็จมากนัก ส่วนใหญ่หลายเมืองมักจะฝืนถึงการเป็นเมืองเชิงวัฒนธรรมแต่กลับค่อนข้างลำบากในเชิงกายภาพและบางเมืองที่แสดงถึงสัญญาณแห่งความสำเร็จได้ล้มเหลวต่อผลประโยชน์ในระยะต่อเนื่องและด้วยเหตุนี้จึงได้กลายเป็นลักษณะการวางแผนเชิงพื้นที่มากกว่าโมเดลในการพัฒนา ในระหว่างกระบวนการบางเมืองของยุโรปได้ตระหนักถึงการส่งเสริมการเจริญเติบโตใหม่ผ่านทางวัฒนธรรมแทนที่วัฒนธรรมของเมืองที่ประสบความสำเร็จอยู่แล้ว การตระหนักได้ว่าไม่ใช่เพียงแต่ตัวเมืองเชิงสร้างสรรค์เองแต่การเพิ่มขึ้นของความคิดสร้างสรรค์ในเมืองโดยการเติบโตและการส่งเสริมวัฒนธรรมของเมืองจะเสริมประสิทธิภาพทางการแข่งขันของเมืองให้นำไปสู่การเป็นกระแสใหม่ขงเมืองสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่วัฒนธรรมของตนเองแต่มุ่งเน้นไปที่กระบวนการในการรวบรวมกลุ่มคนสร้างสรรค์ผ่านทางวัฒนธรรมและเป็นผลให้อำนาจทางเศรษฐกิจของเมืองเจริญเติบโตขึ้น รูปแบบที่พบมากที่สุดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ถูกแสดงในรูปแบบการรวมกันของอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมและ IT อุตสาหกรรมดังกล่าวไม่ได้แสดงให้เห็นเป็นกระบวนการแรงงานสมัยใหม่ที่สมบูรณ์แต่แสดงให้เห็นให้การวางแผนรูปแบบ “Hollywood system” ซึ่งการผลิตและการขายปลีกทั้งหมดจะกลายเป็นระบบและการดำเนินการ อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญที่สุดของเมืองสร้างสรรค์ก็คือความคิดสร้างสรรค์ เมือง Gateshead สหราชอาณาจักร ได้ถูกฟื้นฟูเมืองด้วยเครื่องมือในการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ของเมืองและเมือง Gateshead ถือว่าเป็นหนึ่งในตัวแทนเมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับพลังงานกลับมาผ่านมัน ปัจจุบัน เมืองสร้างสรรค์ถูกสร้างให้เป็นหนึ่งในตัวอย่างเมืองสร้างสรรค์คือโมเดลของเมืองที่พัฒนาอุตสาหกรรมเมืองเชิงวัฒนธรรม จากมุมมองนี้ เมืองสร้างสรรค์สมัยใหม่สามารถถูกจัดให้อยู่ในประเภทแลนมาร์ก เช่น เมือง Bilbao ประเภทอุตสาหกรรมภายนอก เช่น เมือง Kanazawa และประเภทอุตสาหกรรมเทคโนโลยีระดับสูง เช่น เมือง Sheffield เป็นต้น

Kim Minsuk (2012) เขียนบทความวิจัยเรื่อง “A Study on Approach System of Creative City with the Consideration of Sustainable Urban Regeneration” กล่าวว่า ตัวอย่างเศรษฐกิจ-สังคมของการพัฒนาเมืองได้วิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องจนไปพบกับความต้องการที่หลากหลายของกาลเวลา ดังนั้น วิธีที่จะพัฒนาให้เหมาะสมคือ การปรับเปลี่ยนที่หลากหลายในการศึกษารูปแบบการพัฒนาและโครงสร้างทางธุรกิจจะต้องอยู่คู่กับการพัฒนาเหล่านั้นด้วย นอกจากนี้ ตัวอย่างสังคมที่มีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องเหล่านั้นยังแสดงผลในวัตถุที่แตกต่างและวิธีการในมุมมองของการพัฒนา ด้วยการตอบสนองต่อตัวอย่างเหล่านี้งานวิจัยนี้จึงมุ่งกำหนดการจำแนกประเภทให้เป็นระบบทั้งยังวิเคราะห์มุมมองการฟื้นฟูเมืองโดยเครื่องมือที่หลากหลายและกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในเมืองสร้างสรรค์อย่างรูปแบบใหม่ของการพัฒนา อีกทั้งเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐที่มีภูมิหลังทางทฤษฎีมาช่วยเหลือพวกเขาเพื่อดำเนินการพัฒนาให้สร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือการหาปัจจัยผ่าน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูเมืองและเมืองสร้างสรรค์ ทฤษฎีศึกษา การศึกษาขั้นสูง กรณีวิเคราะห์ทั้งในและต่างประเทศและวิเคราะห์การเชื่อมโยงกันระหว่างการฟื้นฟูเมืองและเมืองสร้างสรรค์ งานวิจัยนี้แนะนำระบบวิธีการของเมืองสร้างสรรค์กับการพิจารณาการฟื้นฟูเมืองอย่างยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าแหล่งทรัพยากรที่นำไปสู่ความมั่งคั่งในปัจจุบัน คือ “ความคิด” และปัจจัยที่ก่อให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ กลุ่มผู้ผลิต คน และชุมชนสร้างสรรค์ เช่น แนวคิดของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2552) การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควรพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปด้วย เนื่องจากเมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การใช้ชีวิตอันรื่นรมย์จะสามารถทำให้ผู้เชี่ยวชาญได้สร้างผลงานอย่างสร้างสรรค์และเป็นอิสระ เช่น แนวคิดของจอห์น ฮาวกินส์ (2553) สกิด์ซัย เกียรตินาคินทร์ (2553) ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2554) ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2555) นพพร จันทรนำชู (2556) วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ได้กลายเป็นศูนย์กลางในการพยายามกระตุ้นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเพื่อโปรโมทเมืองในระดับนานาชาติเพื่อจูงใจการลงทุนและชนชั้นสร้างสรรค์ (Creative class) เช่น แนวคิดของ Darrin Bayliss (2007) แต่ชนชั้นสร้างสรรค์ (creative class) อาจหรือไม่อาจเป็นสาเหตุของกลไกการฟื้นฟูเมืองได้ เนื่องจากการจูงใจชาวชนชั้นสร้างสรรค์ได้ก็ไม่ได้ทำให้กลายเป็นเมืองสร้างสรรค์โดยอัตโนมัติ เช่น แนวคิดของ Alberto Vanolo (2008) และ Masayuki Sasaki (2010) กระแสคุณค่าของเอเชียกำลังเป็นที่สนใจจากประเทศต่างๆทั่วโลก จึงควรศึกษากรณีเมืองสร้างสรรค์ของเอเชีย เช่น สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เป็นต้น เช่น แนวคิดของสกิด์ซัย เกียรตินาคินทร์ (2553) นพพร จันทรนำชู (2556) Masayuki Sasaki (2010) และการให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มและใส่ใจในต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมจะสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันจากคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะสามารถสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสร้างความมั่นคงในการพัฒนาประเทศได้ เช่น แนวคิดของ นพพร จันทรนำชู (2556) ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2557) แนวคิดของ ชีรศักดิ์ อุ่่นอารมย์เลิศ และ จุริวรรณ จันทลา (2556) การเพิ่มขึ้นของความคิดสร้างสรรค์ในเมืองโดยการเติบโตและการส่งเสริมวัฒนธรรมของเมืองจะเสริมประสิทธิภาพทางการแข่งขันของเมือง ตามแนวคิดของ วอน โคยอน (2011) การพัฒนารูปแบบขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รูปแบบมีชื่อเรียกว่า “DVARAVATI Model” ได้แก่

การตลาดที่แตกต่าง การมองอย่างรอบด้าน ความตั้งใจของการท่องเที่ยว ความรับผิดชอบต่อชุมชน ความประทับใจในการท่องเที่ยว ความหลากหลายของตลาดการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการตลาด เทคโนโลยีเพื่อการท่องเที่ยว ระบบข้อมูลข่าวสารทางการตลาด เช่น แนวคิดของ นรินทร์ สังข์รักษา ฐนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ ผกามาศ พะวงษ์ (2557) และแนวทางการจัดการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อสนับสนุนเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วมของส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมือง ไปสู่เมืองสร้างสรรค์นั้นพบว่า ตัวบ่งชี้ลักษณะความเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของ กรุงเทพมหานคร แบ่งได้เป็น 6 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) ด้านนั้กออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญ และแรงงานสร้างสรรค์ของเมือง 2) ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และการรวมกลุ่มวิสาหกิจอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง 3) ด้านกิจกรรมสร้างสรรค์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของเมือง 4) ด้านพื้นที่สร้างสรรค์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของเมือง 5) ด้านนโยบาย แผน โครงการเมืองสร้างสรรค์และภาวะผู้นำของผู้บริหารเมือง และ 6) ด้านยอดขายและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมือง เช่น แนวคิดของ พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก (2555) ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาคือการมีส่วนร่วม มีผู้นำที่เข้มแข็ง สมาชิกร่วมมือ โครงสร้างองค์กร เทคโนโลยี ความรู้ ทักษะ/ความสามารถ การจัดการ วัฒนธรรมองค์กร จิตอุทิศ และทุนชุมชน ส่วนปัจจัยความล้มเหลว ได้แก่ ความอิจฉา ความขัดแย้งกันของสมาชิกและชุมชน การขาดความร่วมมือ และผลประโยชน์ และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรตั้งอยู่บนพื้นฐานเดิมของชุมชน ยึดหลักภูมิสังคม ผลประโยชน์ของชุมชน และความคุ้มค่ามากกว่าความคุ้มค่า เช่น แนวคิดของ นรินทร์ สังข์รักษา และ สมชาย ลักษณะานุกรักษ์ (2555) แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจะต้องประกอบไปด้วยความร่วมมือของผู้เกี่ยวข้อง 4 กลุ่มคือ 1) สมาชิกชุมชนผู้มีความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ตามภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) ผู้ประสานงาน 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการตลาด 4) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น ชุมชนควรเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เพิ่มบทบาทของภาครัฐและสถาบันการศึกษา ส่งเสริมบทบาทของภาคธุรกิจเอกชนและองค์กรพัฒนาเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ส่วนแผนการบริหารจัดการชุมชนสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการจากหลายภาคส่วนเพื่อร่วมบริหาร วางแผนดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ จัดให้คนในชุมชนได้ไปศึกษาดูงาน กระตุ้นให้เกิดการดำเนินการและรวมตัวกันอยู่เสมอๆ และประเมินผลการดำเนินงานเพื่อหาจุดแข็งจุดอ่อน เช่น แนวคิดของ กรวรรณ สังขกร สามารถ

สุวรรณรัตน์ และ ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ (2557) เมืองสร้างสรรค์ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่วัฒนธรรมของตนเอง แต่มุ่งเน้นไปที่กระบวนการในการรวบรวมกลุ่มคนสร้างสรรค์ผ่านทางวัฒนธรรมและเป็นผลให้อำนาจทางเศรษฐกิจของเมืองเจริญเติบโตขึ้น เช่น แนวคิดของ วอน โคยอน (2011) และเมืองสร้างสรรค์นั้นต้องการ “ระบบการผลิตตามวัฒนธรรม” ซึ่งเป็นระบบที่มีความเสถียรภาพของการผลิตวัฒนธรรมและการบริโภคเชิงวัฒนธรรมที่ใช้ประโยชน์ของการสะสมทุนทางวัฒนธรรม เช่น แนวคิดของ Masayuki Sasaki (2010) และสุดท้าย ผู้กำหนดนโยบายอาจจะทำให้ผลลัพธ์ในการฟื้นฟูเมืองประสบความสำเร็จมากขึ้น หากพวกเขาเข้าร่วมไปกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในลักษณะของสิ่งที่เชื่อมโยงกับการผลิตและการบริโภค การผลิตและการบริการ เช่น แนวคิดของ Andy C. Pratt (2008) และ Davide Ponzini และ Ugo Rossi (2010)

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาการพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านของเมืองอิชอน ผู้วิจัยจะนำความหมายและองค์ประกอบของเมืองสร้างสรรค์ และเกณฑ์การตัดสินผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO มาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์หลักเกณฑ์ในการตัดสินผู้การพัฒนาเป็นเมืองสร้างสรรค์ สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านของเมืองอิชอน โดยใช้กระบวนการดังนี้

3.1 การให้ความหมายและองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ ตามนิยามของ UNESCO

UNESCO กล่าวถึง เมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ว่าเป็นการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจนจารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Industry) โดยองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ประกอบไปด้วย 5 ข้อ ได้แก่

- (1) การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity)
- (2) การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่
- (3) การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/Creative Entrepreneur) เพื่อรวบรวมผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผสมผสานวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยีวัฒนธรรม และการจัดการด้านธุรกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงานและกำลังซื้อสินค้าหมุนเวียนเป็นกลไกให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ
- (4) การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility) โดยจะต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอและมีคุณภาพช่วยก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิตนักคิด และธุรกิจสร้างสรรค์
- (5) การบริหารจัดการเมือง (Management) องค์กรของภาครัฐและเอกชนจะต้องมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมืองโดยเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และทำงานประสานกันเพื่อนำไปสู่เป้าหมายได้อย่างสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางในการปรับปรุงเมืองเพื่อให้เป็น Creative City โดยการผสมผสานประวัติศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ให้เมืองมีความผสมผสานกัน (กรวรรณ สังขกร, 2554)

ผู้วิจัยจะศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อหาคำตอบว่าเมืองอีซอนสามารถตอบ โจทย์ที่สัมพันธ์กับองค์ประกอบสำคัญของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ทั้ง 5 ข้อ ได้มากน้อยเพียงใด

3.2 เกณฑ์การตัดสินผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO ประกอบไปด้วย 7 ข้อ ได้แก่

- สภาพแวดล้อมของเมือง วัฒนธรรม และภูมิทัศน์โดยรวมถูกเติมเต็มด้วยความคิดสร้างสรรค์
- โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับการผลิตสมัยใหม่ และกำลังผลิตการจัดจำหน่าย
- สถานะที่แข็งแกร่งของกลุ่มฝึกฝนและชุมชนที่มีความเป็นมืออาชีพ
- การส่งเสริมบำรุงการเข้าถึงศิลปะของสาธารณะผ่านพื้นที่และเวทีแสดงผลงานเพื่อกลุ่มผู้ชมกลุ่มอื่นๆ ในวงกว้างขึ้น
- ประสบการณ์ในการจัดงานหรือกิจกรรมที่อยู่ในสาขาสร้างสรรค์นั้นๆ
- สถาบัน (ทางการและไม่ทางการ) สำหรับการศึกษและทำวิจัยในสาขาสร้างสรรค์นั้นๆ
- ให้ความเคารพต่อวัสดุในท้องถิ่นและเงื่อนไขของเมืองหรือธรรมชาติ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเพื่อที่จะหาคำตอบว่าเมืองอีซอนสามารถผ่านเกณฑ์การตัดสินผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์ในสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านทั้ง 7 ข้อ ของ UNESCO ได้อย่างไร

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : เมืองอิซอน” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของเมืองอิซอนจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งจากบทความบนอินเทอร์เน็ตและบทความสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเมืองอิซอน แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาแยกเป็นประเด็นและจัดให้ตรงตามนิยามของความหมายและองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ของและเกณฑ์การตัดสินผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO เป็นข้อๆ ซึ่งจะสามารถชี้ให้เห็นได้ว่าเพราะเหตุใด “เมืองอิซอน” จึงได้รับการยอมรับให้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO ในสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านสร้างสรรค์ โดยผลการวิจัยนั้นพบว่า เมืองอิซอนมีคุณลักษณะต่างๆ ตรงตามองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ตามนิยามของ UNESCO ซึ่งมีทั้งหมด 5 ประการ ดังนี้

4.1 องค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ตามนิยามของ UNESCO

4.1.1 การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity)

เมืองอิซอนมีประวัติศาสตร์เกี่ยวกับศิลปะประเภทเครื่องปั้นดินเผามาตั้งแต่ยุคสัมฤทธิ์หรือประมาณ 300 – 1500 ปี ก่อนคริสตศักราช โดยมีการขุดพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์ คือ เครื่องปั้นดินเผาจำพวกไหและกระบอกที่บริเวณชอลบงซันของ เมืองอิซอน และบริเวณอื่นๆ ใกล้เคียง เช่น ที่เขาโซยยังและซังดงรี เป็นต้น จึงสันนิษฐานว่าบริเวณเมืองอิซอนเป็นแหล่งผลิตและใช้สอยเครื่องปั้นดินเผามาตั้งแต่ยุคโบราณ จนกระทั่งสมัยราชวงศ์โครยอที่เกาหลีเริ่มมีการติดต่อและการค้าขายกับจีน ศิลปินสมัยโครยอ (고려청자) ที่ตกแต่งด้วยสีน้ำเงินอันลึกดำและลายเส้นอันสง่าซึ่งถูกสร้างสรรค์ขึ้น ณ เมืองอิซอน ได้กลายเป็นสินค้าส่งออกขายดีและเป็นศิลปะสวยงามขึ้นชื่อของเกาหลี อีกทั้งในสมัยราชวงศ์โชซอนศิลปินในเมืองอิซอนก็ได้สร้างสรรค์ศิลปะเครื่องปั้นดินเผาอันขึ้นชื่อให้แก่เกาหลีอีกครั้ง คือ เครื่องเคลือบขาวสมัยโชซอน (조선백자) ที่มีสีขาวให้ความรู้สึกเรียบง่ายและไม่มีลวดลายใดๆ ศิลปินสมัยโครยอและเครื่องเคลือบขาวสมัยโชซอนจึงเปรียบเสมือนศิลปะอันโดดเด่นและมรดกทางวัฒนธรรมของชาวเมืองอิซอน ดังนั้นเมื่อก้าวถึงเอกลักษณ์ของเมืองอิซอนผู้คนที่มักจะนึกถึงเครื่องปั้นดินเผาเป็นสิ่งแรก จึงทำให้เมืองอิซอนได้รับฉายานามว่าเป็นเมืองแห่ง

เครื่องปั้นดินเผา อีกทั้งเนื่องจากที่ย่านชินดุนมยอน เมืองอิซอนมีโรงงานเซรามิกกว่าอีก 300 แห่ง เมืองอิซอนจึงเป็นที่รู้จักกันดีในด้านการเป็นตัวแทนย่านอุตสาหกรรมเซรามิกของเกาหลีใต้ และดังที่กล่าวมาข้างต้นว่ามีโรงงานเซรามิกมากมายตั้งอยู่ในเมืองอิซอนเนื่องจากเป็นเมืองอุตสาหกรรมการผลิตเซรามิก โรงงานเซรามิกจำนวนไม่น้อยจากในย่านอุตสาหกรรมนั้นของเมืองอิซอนเลือกที่จะใช้เตาเผาฟืนในการสร้างสรรค์ผลงานเซรามิก โดยนอกจากเหตุผลทางปัจจัยภายนอกที่ชินดุนมยอนเป็นแหล่งที่สามารถหาไม้มาทำฟืนได้ง่ายแล้วนั้น อีกเหตุผลหนึ่งที่สำคัญก็คือการเผาเซรามิกด้วยเตาเผาฟืนนั้นเป็นเหมือนหัวใจสำคัญหรือจิตวิญญาณของศิลปินช่างปั้นเซรามิกดั้งเดิมเมืองอิซอนมาแต่ช้านาน และเมืองอิซอนไม่ได้มีเพียงตลาดกับเครื่องเคลือบขาวที่เป็นเซรามิกดั้งเดิมพื้นถิ่นของเมืองเพียงเท่านั้น แต่ยังมีศิลปินและนักวิจัยมากมายภายในเมืองที่คอยวิจัยและสร้างสรรค์ผลงานเซรามิกสมัยใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการใช้สอยและสร้างงานศิลปะอันทรงคุณค่าให้แก่ผู้คนอยู่เสมอ

4.1.2 การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society)

เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่

คณะกรรมการการจัดงานเทศกาลเซรามิกอิซอน และ มูลนิธิเซรามิกเกาหลีได้จัดงานเทศกาลเซรามิกอิซอนและ Kyeonggi International CeraMIX Biennale ขึ้นเพื่อสร้างพื้นที่ที่จะสามารถแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระและมีพื้นที่ที่เอื้อต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ในเมืองเพื่อเชื่อมโยงนักคิดหรือผู้ประกอบการสร้างสรรค์เข้าไว้ด้วยกัน โดยเทศกาลเซรามิกอิซอนที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีจะมีการจัดแสดงนิทรรศการผลงานเซรามิกทั้งผลงานของศิลปินเกาหลีและศิลปินจากต่างประเทศ รวมถึงยังมีการจัดงานแสดงสินค้าเซรามิกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของเกาหลีภายในเทศกาล เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานและเหล่านักสร้างสรรค์ได้สามารถชมผลงานและแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์กันได้ ส่วนงาน Kyeonggi International CeraMIX Biennale นั้นก็ได้มีการนำผลงานของศิลปินชาวเกาหลีและศิลปินต่างชาติจากกว่า 40 ประเทศมาจัดแสดงร่วมกันเพื่อให้ชาวอิซอนได้ชมผลงานเซรามิกจากทั่วโลกและยังทำให้ผู้เข้าร่วมงานจากทั่วโลกได้ชมผลงานเซรามิกของอิซอนอีกด้วย ซึ่งจากจุดนี้เองที่สร้างให้เมืองอิซอนกลายเป็นเมืองเซรามิกโลก นอกจากนี้ภายในงาน Kyeonggi International CeraMIX Biennale ยังมีกิจกรรม International Ceramic Workshop เพื่อให้ให้นักสร้างสรรค์เซรามิกทั้งจากทั่วโลกและในอิซอนได้ทำงานร่วมกันและยังพาผู้เข้าร่วมโครงการไปชมและศึกษาผลงานเซรามิกต่างๆ ของเมืองในจังหวัดคยองกี เช่น อิซอน ควางจู และยอจู ซึ่งเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์เกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกมาตั้งแต่สมัยโบราณ และยังมีการจัด

ประชุมสัมมนาเซรามิกนานาชาติเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และประเด็นที่น่าสนใจจากนักสร้างสรรค์เซรามิกทั่วโลกอีกด้วย

4.1.3 การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/Creative Entrepreneur) เพื่อรวบรวมผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผสมผสานวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยี วัฒนธรรม และการจัดการด้านธุรกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงานและกำลังซื้อสินค้าหมุนเวียนเป็นกลไกให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ

หมู่บ้านเซรามิกอีซอน ตั้งอยู่ในย่าน ชูกวังรี ชินดุนมยอน รวมไปถึงเขตซาอึมของเมืองอีซอน จังหวัดคยองกี หมู่บ้านเซรามิกแห่งนี้ดำรงมาตั้งแต่อดีตในสมัยคิกคาบรพหรือสมัยสามอาณาจักรของเกาหลีใต้ ในช่วงรัชสมัยราชวงศ์โครยอและราชวงศ์โชซอนนั้นถือว่าเป็นยุคทองของศิลาดลและเครื่องเคลือบขาว และที่หมู่บ้านเซรามิกแห่งนี้เองก็เป็นแหล่งผลิตและกำเนิดเครื่องปั้นดินเผาชื่อดังดังกล่าว จึงนับได้ว่าหมู่บ้านเซรามิกเมืองอีซอนแห่งนี้เป็นศูนย์กลางของงานเซรามิกเกาหลีมายาวนานมากกว่า 500 ปี จึงทำให้ ณ หมู่บ้านแห่งนี้มีช่างปั้นดินเผาอาศัยอยู่มากมาย และในปัจจุบันหมู่บ้านเซรามิกอีซอนเป็นที่ตั้งของบริษัทและโรงงานทำเครื่องปั้นดินเผากว่า 300 แห่ง และกว่า 40 แห่งจากจำนวนนั้นยังคงใช้ทักษะแบบดั้งเดิมในการปั้น รวมถึงยังคงใช้เตาเผาฟืนเป็นเตาเผาในการผลิตเครื่องลายครามอยู่ ซึ่งศิลาดลและเครื่องเคลือบขาวที่เผาโดยเตาเผาฟืนนั้นเป็นของขึ้นชื่อทั้งในและต่างประเทศของเมืองอีซอน ช่างปั้นทั้งหลายได้พยายามวิจัยและศึกษาวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมและยังได้ฟื้นฟูการผลิตศิลาดลสมัยโครยอ และ เครื่องปั้นเคลือบขาวสมัยโชซอน ณ ที่หมู่บ้านแห่งนี้อีกด้วย หมู่บ้านเซรามิกอีซอนถือเป็นศูนย์กลางในการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีการปั้นเซรามิกของเกาหลี และยังเป็นศูนย์กลางการซื้อขายเซรามิกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของเกาหลีใต้ อีกทั้งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวโดยมีพิพิธภัณฑ์ที่ให้นักท่องเที่ยวได้เปิดประสบการณ์ในการทดลองทำเครื่องปั้นดินเผาด้วยตนเองและมีร้านค้ามากมายที่ขายเซรามิกสวยงามในราคาสมเหตุสมผลที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ และนอกจากหมู่บ้านเซรามิกอีซอนแล้ว ภายในเมืองอีซอนยังมีงานเทศกาลเซรามิกอีซอนและงาน Gyeonggi International CeraMIX Biennale ที่เป็นสถานที่ที่รวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ด้านเซรามิกจากทั่วประเทศเกาหลีเพื่อสร้างสรรค์ผลงานและส่งเสริมงานศิลปะพื้นบ้านของเมือง และยังเป็นตลาดซื้อขายเซรามิกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในเกาหลีอีกด้วย

4.1.4 การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility) โดยจะต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอและมีคุณภาพช่วยก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิตนวัตกรรม และธุรกิจสร้างสรรค์

เมืองอีซอนมีโรงเรียนมัธยมปลายเซรามิกเกาหลีซึ่งเป็นโรงเรียนรัฐบาลเฉพาะทางแห่งแรกของเกาหลีที่รับสมัครนักเรียนเพื่อเข้าศึกษาเฉพาะทางด้านเซรามิกเป็นพื้นที่ที่ช่วยก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิตและบ่มเพาะนักสร้างสรรค์เซรามิกของเมืองอีซอน เนื่องจากโรงเรียนมัธยมปลายเซรามิกเกาหลีมีวัตถุประสงค์ทางการศึกษาที่มุ่งหวังจะสร้างและพัฒนาเด็กนักเรียนที่มีความฝันและความท้าทายในตนเองให้เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านหัตถกรรมเซรามิกในอนาคต อีกทั้งเมืองอีซอนยังมีโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่เทียบพร้อมตามมาตรฐานสากลเพื่อรองรับการใช้งานของประชาชนและตอบสนองอุตสาหกรรมเพื่อผลิตสินค้าและบริการ เช่น ระบบสื่อสาร, ระบบพลังงาน, ระบบการจัดการน้ำ ที่มีอัตราการจัดหาหน้าประปาถึง 92.0% (ปริมาณของน้ำประปาในชีวิตประจำวันต่อบุคคล : 271 ลิตร) และมีอัตราการระบายน้ำถึง 87.1% (จัดการความจุ : 73,000 ตันต่อวัน) และยังมีระบบคมนาคมที่อำนวยความสะดวกต่อการเดินทางของประชาชน นักท่องเที่ยวและการขนส่งสินค้าของภาคอุตสาหกรรม โดยการคมนาคมของเมืองอีซอนได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือระบบขนส่งสาธารณะและการเดินทางแบบส่วนบุคคล ระบบขนส่งสาธารณะในเมืองอีซอนนั้นคือการใช้บริการรถแท็กซี่ รถบัสที่วิ่งภายในเมือง (시내버스) และรถบัสที่วิ่งขนส่งระหว่างเมือง (시외버스) ซึ่งต้องไปขึ้นที่ Icheon Bus Terminal โดยใช้ระยะเวลาเดินทางในการเดินทางไปยังกรุงโซลประมาณ 1 ชั่วโมง หรือ 40 นาทีโดยเร็ว และปัจจุบันกำลังมีการก่อสร้างรถไฟสาย 중부내륙선 ซึ่งตัดผ่านเมืองอีซอนและคาดว่าจะสามารถเปิดใช้งานเพื่อเป็นระบบขนส่งระหว่างเมืองได้ในอนาคต นอกจากนี้ เมืองอีซอนยังมีการสร้าง Highway เพื่อย่นระยะเวลาในการเดินทางและขนส่งถึง 5 สายด้วยกัน คือ 중부고속도로, 제 2 중부고속도로, 영동고속도로, 광주원주고속도로 และ 수도권제 2 순환고속도로 อีกทั้งยังมีถนนทางหลวงอีก 5 สาย และถนนทางหลวงชนบทอีก 4 สาย และถนนชนบทอีก 6 สาย เพื่ออำนวยความสะดวกการคมนาคมภายในเมือง

4.1.5 การบริหารจัดการเมือง (Management) องค์กรของภาครัฐและเอกชนจะต้องมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมืองโดยเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และทำงานประสานกันเพื่อนำไปสู่เป้าหมายได้อย่างสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางในการปรับปรุงเมืองเพื่อให้เป็น Creative City โดยการผสมผสานประวัติศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ให้เมืองมีความผสมผสานกัน

องค์กรบริหารส่วนจังหวัดของกิ, องค์กรบริหารเมืองอิซอน, องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี และสถาบันวิศวกรรมและเทคโนโลยีเซรามิกแห่งเกาหลีซึ่งเป็นหน่วยงานจากภาครัฐบาล และมูลนิธิเซรามิกเกาหลี, บริษัท SK Hynix, บริษัท Lotte Outlet และ บริษัท KR Industries ซึ่งเป็นองค์กรของเอกชน ได้ร่วมมือกันให้การสนับสนุนคณะกรรมการจัดงานเทศกาลเซรามิกอิซอนในการจัดงานเทศกาลเซรามิกอิซอนขึ้นในทุกๆ ปี เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมและศิลปะพื้นบ้านดั้งเดิมของเมืองอิซอนและสร้างพื้นที่ที่เปิดกว้างให้นักสร้างสรรค์ผลงานเซรามิกจากทุกมุมโลกได้เข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์กันและยังสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมเซรามิกของเมือง ซึ่งถือเป็นปัจจัยและองค์ประกอบสำคัญของการสร้างเมืองให้เป็นเมืองสร้างสรรค์

นอกจากนี้ในการวิจัยยังพบว่าเมืองอิซอนมีลักษณะต่างๆ ที่ตรงตามเกณฑ์การตัดสินผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO ทั้ง 7 ประการ ดังนี้

4.2 เกณฑ์การตัดสินผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO

4.2.1 สภาพแวดล้อมของเมือง วัฒนธรรม และภูมิทัศน์โดยรวมถูกเติมเต็มด้วยความคิดสร้างสรรค์

สภาพแวดล้อมของเมือง วัฒนธรรม และภูมิทัศน์โดยรวมของเมืองอิซอนถูกเติมเต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ เห็นได้จากการมีพิพิธภัณฑ์เซรามิกขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางเซรามิกโลกอย่าง Cerapia ตั้งอยู่ในสวนสาธารณะชอลบงซึ่งเป็นย่านใจกลางเมืองของเมืองอิซอน และยังมีโรงเรียนมัธยมปลายเซรามิกเกาหลีที่เปรียบเสมือนเป็นการกำหนดสภาพแวดล้อมทำให้เยาวชนที่สนใจเกี่ยวกับเซรามิกสามารถเรียนรู้ได้โดยตรงเนื่องจากเมืองอิซอนที่โรงเรียนตั้งอยู่นั้นเป็นเมืองแห่งเซรามิก นอกจาก Cerapia และ โรงเรียนมัธยมปลายเซรามิกเกาหลีที่สร้างบรรยากาศแห่งความคิดสร้างสรรค์ให้เมืองอิซอนแล้ว เมืองอิซอนยังได้มีการจัดเขตเมือง โดยกำหนดให้ย่านชินคูนมยอนซึ่งเป็นที่ตั้งของหมู่บ้านเซรามิกอิซอน หมู่บ้านของศิลปินนักปั้นเซรามิกที่มีมาตั้งแต่โบราณเป็นเขตวัฒนธรรมดั้งเดิมของเมืองที่ต้อง

อนุรักษ์ไว้ และกำหนดให้สวนสาธารณะซอลบงซึ่งตั้งอยู่ใจกลางของเมืองและใกล้กับศูนย์ราชการเป็นเขตวัฒนธรรมใหม่โดยได้มีการจัดตั้งศูนย์เซรามิกโลก หรือ Cerapia และจัดงานเทศกาลเซรามิกอีซอนซึ่งเป็นงานเทศกาลระดับโลกที่จัดขึ้นที่สวนสาธารณะ ซอลบงเป็นประจำทุกปี อีกทั้งเมืองอีซอนยังมีสภาพแวดล้อมและธรรมชาติที่สวยงามภายในเมืองที่จะสร้างบรรยากาศอันรื่นรมย์ให้นักสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์ผลงานมากมาย เช่น สวนสาธารณะซอลบงที่เป็นสวนสาธารณะประจำเมือง มีทะเลสาบและและบรรยากาศที่สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน, เทือกเขาซอลบงที่มีทัศนียภาพของธรรมชาติอันงดงาม และลานสกีสำหรับเล่นสกีในฤดูหนาว เป็นต้น

4.2.2 โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับการผลิตสมัยใหม่และกำลังผลิตการจัดจำหน่าย

เมืองอีซอนมีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอสำหรับการทำอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายในเมือง โดยมีระบบการสื่อสาร, พลังงาน, ระบบการจัดการน้ำ ที่ได้มาตรฐานและมีระบบการคมนาคมภายในเมืองที่เอื้อต่อการเดินทางและขนส่ง โดยการสร้างทาง Highway ถึง 5 สาย เพื่อลดระยะเวลาการเดินทางระหว่างเมืองอีซอนกับกรุงโซลและหัวเมืองต่างๆ ให้สั้นลงโดยใช้ระยะเวลาเดินทางจากเมืองอีซอนไปยังกรุงโซลประมาณ 40 นาที และอำนวยความสะดวกให้สะดวกสบายยิ่งขึ้นซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับระบบโลจิสติกส์หรือการขนส่งและจัดจำหน่ายสินค้าไปยังเมืองต่างๆ จากเมืองอีซอนเพราะสามารถระยะเวลาและต้นทุนบางส่วนลงไปได้ อีกทั้งการจัดเทศกาลเซรามิกอีซอนและงาน Kyeonggi International CeraMIX ที่มีการจัดแสดงผลงานและสินค้าเซรามิกทั้งงานเซรามิกของอีซอนและงานเซรามิกจากทั่วโลกยังเป็นการส่งเสริมการตลาดให้กับอุตสาหกรรมเซรามิกในเมืองอีซอน เนื่องจากหากใครต้องการดูผลงานหรือต้องการซื้องานเซรามิกระดับโลก ก็ต้องมาที่ 2 งานนี้ซึ่งจัดขึ้นที่เมืองอีซอน

4.2.3 สถานที่แข็งแกร่งของกลุ่มฝึกฝนและชุมชนที่มีความเป็นมืออาชีพ

อุตสาหกรรมเซรามิกของเมืองอีซอนเติบโตและมั่นคงได้เนื่องจากมีสถาบันทางการศึกษาและศูนย์ฝึกอบรมต่างๆ เช่น โรงเรียนมัธยมปลายเซรามิกเกาหลี และ มุลนิธิเซรามิกเกาหลี ซึ่งเป็นแหล่งบ่มเพาะช่างฝีมือและเป็นแหล่งของกลุ่มฝึกฝนทักษะทางด้านเซรามิกของเมืองให้แข็งแกร่ง อีกทั้งบริเวณหมู่บ้านเซรามิกอีซอนยังเป็นชุมชนของช่างปั้นมืออาชีพ ทั้งช่างปั้นดั้งเดิมที่อนุรักษ์และสืบทอดการปั้น

สไตล์โครยอและโซซอนมาตั้งแต่สมัยโบราณ และช่างปั้นสมัยใหม่ที่เข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองอิซอน เนื่องจากอุตสาหกรรมเซรามิกของเมืองที่เติบโตจนมีขนาดใหญ่ที่สุดในเกาหลีและยังมีชื่อเสียงในระดับโลก

4.2.4 การส่งเสริมบำรุงการเข้าถึงศิลปะของสาธารณะผ่านพื้นที่และเวทีแสดงผลงานเพื่อกลุ่มผู้ชมอื่นๆ ในวงกว้างขึ้น

เมืองอิซอนไม่เพียงแต่อนุรักษ์มรดกศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านไว้ในชุมชนเพียงเท่านั้น แต่ยังคงต่อยอดให้ผู้คนจากต่างถิ่นและต่างแดนได้เข้ามาสัมผัสและเยี่ยมชมศิลปะของตนผ่านพื้นที่และเวทีแสดงผลงานระดับโลกที่ทันสมัยและมีมาตรฐานระดับสากล โดยนักท่องเที่ยวและผู้ที่สนใจสามารถไปชมผลงานเซรามิกและสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของเมืองอิซอนได้ยังสถานที่ต่างๆ ที่ทางเมืองอิซอนจัดเตรียมไว้ ดังนี้

4.2.4.1 Icheon Cerapia (World Ceramic Center)

Icheon Cerapia หรือศูนย์เซรามิกโลกเมืองอิซอนตั้งอยู่ที่สวนสาธารณะชอลบง เมืองอิซอน ดำเนินงานโดย World Ceramic Exposition Foundation โดยเป็นศูนย์จัดแสดงนิทรรศการงานเซรามิกร่วมสมัยขนาดใหญ่เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้เข้าไปศึกษาและชมผลงานเซรามิกร่วมสมัยของศิลปินเกาหลีและศิลปินจากต่างประเทศกว่า 500 ผลงาน โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย อีกทั้ง Icheon Cerapia ยังใช้เป็นสถานที่จัดงาน World Ceramic Biennale International Ceramic Workshop อีกด้วย

4.2.4.2 Icheon Ceramic Festival

งานเทศกาลเซรามิกอิซอนถือเป็นงานเทศกาลเซรามิกระดับโลกที่เปิดพื้นที่ให้ศิลปินได้สร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ และเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้ามาสัมผัสผลงานโดยตรง อีกทั้งยังมีการจัดนิทรรศการเซรามิกต่างๆ ตามหัวข้อประจำปี เปิดตลาดซื้อขายเซรามิกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในเกาหลีได้ และมีกิจกรรมต่างๆ ภายในงานที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจสามารถมีประสบการณ์เข้าไปส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม เช่น การทดลองทำเซรามิกด้วยตนเอง เป็นต้น โดยงานเทศกาลเซรามิกอิซอนนี้เป็นงานที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ มากมายรวมถึงองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวและผู้สนใจจากต่างชาติเข้าร่วมงานจำนวนมาก

4.2.4.3 Icheon Ceramic Village

หมู่บ้านเซรามิกอิชอนนอกจากจะเป็นศูนย์รวมของโรงงานเซรามิกและศิลปินนักปั้นกว่า 300 แห่งแล้วยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของเมืองอิชอนอีกด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวชมสัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานของเมืองอิชอนได้ อีกทั้งยังสามารถเดินชมและเลือกซื้อผลงานเซรามิกด้วยตนเองจากร้านแกลลอรี่ต่างๆ ภายในหมู่บ้าน และนอกจากนี้ยังมีบริษัททัวร์ต่างๆ ที่ขายแพ็คเกจท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้เข้ามาสัมผัสกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นและมีประสบการณ์ในการทำเซรามิกดั้งเดิมของอิชอนร่วมกับช่างทำเซรามิกท้องถิ่นภายในหมู่บ้านอีกด้วย

4.2.5 ประสบการณ์ในการดำเนินงานหรือกิจกรรมที่อยู่ในสาขาสร้างสรรค์นั้นๆ

เมืองอิชอนมีการจัดงานเทศกาลขนาดใหญ่เกี่ยวกับเซรามิกซึ่งเป็นของขึ้นชื่อและงานหัตถกรรมศิลปะพื้นบ้านของเมืองเป็นประจำทุกปี โดยเมืองอิชอนนั้นมีงานเทศกาลเซรามิกขนาดใหญ่ระดับโลกถึง 2 งานด้วยกัน คือ Ichoen Ceramic Festival หรือเทศกาลเซรามิกอิชอนซึ่งจัดเป็นประจำทุกปี และงาน Gyeonggi International CeraMIX Biennale ซึ่งจัดเป็นประจำทุกๆ 2 ปี

4.2.5.1 Ichoen Ceramic Festival

เทศกาลเซรามิกอิชอนถือเป็นงานเทศกาลแสดงผลงานเซรามิกและตลาดซื้อขายเซรามิกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในเกาหลีใต้ จัดเป็นประจำทุกปีประมาณช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม ณ สวนสาธารณะชอลบง ภายในงานมีทั้งการแสดงนิทรรศการกาลเซรามิกตามหัวข้อหลักของเทศกาลในปีนั้นๆ มีงานแสดงผลงานเซรามิกของศิลปินท้องถิ่นและศิลปินชื่อดังจากทั่วโลก มีการเปิดตลาดซื้อขายเซรามิกทั้งแบบขายส่งและขายปลีกสำหรับผู้เข้าชมงานและนักท่องเที่ยวที่สนใจ มีการประกวดแข่งขันทางด้านเซรามิกของนักเรียนนักศึกษาและผู้สนใจทั่วไป อีกทั้งยังมีการแสดงบนเวทีหลักของงานจากศิลปินนักร้องท้องถิ่นและศิลปินนักร้องที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ รวมถึงมีการแสดงการปั้นเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกจากศิลปินท้องถิ่นชื่อดังและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและผู้ร่วมงานได้มีประสบการณ์ทดลองทำผลงานเซรามิกของตนเองร่วมกับศิลปินท้องถิ่น โดยเทศกาลเซรามิกอิชอนนั้นมีการจัดเป็นประจำทุกปีมานานกว่า 30 ปีแล้ว ในปี 1987 เทศกาลเซรามิกอิชอนได้จัดขึ้นเป็นครั้งแรกที่โรงแรม Seolbong ซึ่งเป็นแคว้นเทศกาลท้องถิ่นขนาดเล็กเนื่องจากมีงบประมาณใน

การจัดงานไม่มาก จึงทำให้ตลาดซื้อขายเซรามิกภายในงานมีขนาดเล็กและไม่ค่อยมีศิลปินเซรามิกเข้าร่วมงาน งานเทศกาลเซรามิกอีซอนซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของงานเทศกาลวัฒนธรรมแห่งซอลบงนั้น ได้รับการจัดงานโดยศูนย์วัฒนธรรมเมืองอีซอนจนถึงงานเทศกาลครั้งที่ 8 ในปี 1994 และในปัจจุบันด้วยขนาดของเทศกาลที่ใหญ่ขึ้นเทศกาลเซรามิกอีซอนจึงได้ย้ายสถานที่จัดงานมายังสวนสาธารณะซอลบงซึ่งเป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่ประจำเมืองอีซอนแทน อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงองค์กรผู้มีส่วนดูแลในการดำเนินงาน โดยมีเมืองอีซอนเป็นเจ้าภาพและมีคณะกรรมการการจัดเทศกาลเซรามิกอีซอนเป็นผู้ดำเนินการและดูแลการจัดงานเทศกาลในแต่ละปี รวมถึงมีการสนับสนุนการจัดงานจากองค์การภาครัฐต่างๆ อาทิ องค์การบริหารส่วนจังหวัดคยองกี, มูลนิธิเซรามิกเกาหลี, องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี, Korea Institute of Ceramic Engineering and Technology และยังได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนอีกด้วย อาทิ SK hynix, LOTTE Outlets และ KR industries

4.2.5.2 Gyeonggi International CeraMIX Biennale

Gyeonggi International CeraMIX Biennale ถือเป็นอีกหนึ่งเทศกาลเซรามิกระดับโลกที่เมืองอีซอนได้มีส่วนในการจัดงาน ซึ่ง Gyeonggi International Biennale นี้เป็นเทศกาลของจังหวัดคยองกีที่มีเมืองแห่งเซรามิกอยู่ในจังหวัดถึง 3 เมือง อันได้แก่ เมืองอีซอน เมืองควางจู และเมืองยอจู จึงถือได้ว่างาน Gyeonggi International Biennale นี้เป็นงานเซรามิกของภูมิภาค โดยงาน Gyeonggi International CeraMIX Biennale ได้จัดขึ้นเป็นประจำทุกๆ 2 ปี ประมาณช่วงเดือน เมษายน-พฤษภาคม มาเป็นเวลา กว่า 16 ปีแล้ว ในการจัดงานแต่ละครั้งจะมีหัวข้อของงานที่แตกต่างกันไป งานเทศกาลนี้จัดขึ้นครั้งแรกเมื่อ ปี ค.ศ. 2001 เพื่อส่งเสริมเซรามิกที่เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านของจังหวัด โดยการจัดแสดงผลงานเซรามิกที่สื่อถึงความสามารถที่ซ่อนอยู่ของศิลปินและเปิดโอกาสให้ศิลปินได้ทดลองแนวทางใหม่ๆ กับผลงานของตนเอง เช่น “การใช้องค์ประกอบจากศิลปะประเภทอื่น” ซึ่งเป็นหัวข้อประจำปี 2011 เป็นต้น ภายในงานมีกิจกรรมมากมายเช่น นิทรรศการที่จัดขึ้นเป็นพิเศษ, การแข่งขันผลงานเซรามิกระดับนานาชาติ, การประชุมสัมมนาเซรามิกระดับนานาชาติ, Workshop และยังมีกิจกรรมอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การแสดงและตลาดซื้อขายเซรามิก เป็นต้น โดยในแต่ละครั้งมักมีผลงานเซรามิกมาแสดงกว่า 120 ชิ้น มีศิลปินเซรามิกมาเข้าร่วมงานกว่า 100 คนจาก 40 ประเทศ กิจกรรมต่างๆ ภายในงานจะไม่ได้จัดรวมกันอยู่ที่เดียวเหมือนเทศกาลทั่วไปแต่จะกระจายไปยังสถานที่ที่เกี่ยวกับเซรามิกที่สำคัญๆ ของแต่ละเมือง

ทั้ง 3 เมืองในจังหวัดคยองกี คือ Icheon Cerapia เมืองอีซอน, Gwangju Gonjiam Ceramic Park เมืองกวางจู และ Yeosu Dojasesang เมืองยอจู

4.2.6 สถาบันสำหรับการศึกษาและทำวิจัยในสาขาสร้างสรรค์นั้นๆ

การจะพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในท้องถิ่นให้ก้าวหน้าและมั่นคงนั้น จำเป็นต้องมีแหล่งสร้างและบ่มเพาะบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาเฉพาะทางต่างๆ และจำเป็นต้องมีสถาบันวิจัยเพื่อวิจัยและพัฒนาให้อุตสาหกรรมในท้องถิ่นก้าวหน้าและเติบโตอยู่เสมอ ซึ่งเมืองอีซอนเองนั้นก็มิมีสถาบันการศึกษาและสถาบันการวิจัยเพื่อพัฒนาเกี่ยวกับเซรามิกที่สำคัญอยู่ทั้งหมด 4 แห่ง คือ

4.2.6.1 Icheon Ceramics Cooperative

สหกรณ์เซรามิกเกาหลีตั้งอยู่ ณ เมืองอีซอนสำหรับให้ทุกๆ คนได้แบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับเซรามิกเพื่อให้ได้สัมผัสถึงเรื่องราวที่สืบทอดต่อกันมาของเมืองอีซอนร่วมกันและเพื่อผลักดันความก้าวหน้าของเซรามิกร่วมสมัย สหกรณ์เซรามิกอีซอนได้พัฒนาระบบหน้าเว็บเพจของตนเองให้สามารถส่งข้อมูลการประกวดเซรามิกทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ตลอดจนข่าวสารในแวดวงอุตสาหกรรมเซรามิกให้แก่ประชาชนได้อย่างรวดเร็วแบบ real-time เพื่อช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่สดใหม่อยู่เสมอ

4.2.6.2 Koera Ceramic Art High School

โรงเรียนมัธยมปลายเซรามิกเกาหลีได้ก่อตั้งขึ้นในปี 2002 ณ เมืองอีซอน โดยเป็นโรงเรียนรัฐบาลเฉพาะทางแห่งแรกของเกาหลีที่รับสมัครนักเรียนจากทั่วประเทศเพื่อเข้าศึกษาเฉพาะทางด้านเซรามิก และภายใต้วัตถุประสงค์ทางการศึกษาของโรงเรียนที่มุ่งหวังจะพัฒนาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านหัตถกรรมเซรามิกผู้เปิดอนาคตโดยความฝัน ความท้าทาย และการอยู่ร่วมกัน โรงเรียนมัธยมปลายเซรามิกเกาหลีจึงเป็นโรงเรียนแห่งอนาคตของการศึกษาด้านเซรามิกที่ประสบความสำเร็จในด้านเซรามิกท้องถิ่นและการแนะนำแนวทางของเซรามิกร่วมสมัย

4.2.6.3 Korea Ceramic Foundation

มูลนิธิเซรามิกเกาหลีตั้งอยู่ ณ สวนชอลบง ซึ่งเป็นศูนย์เซรามิกโลกของเมืองอิซอน โดยมูลนิธิเซรามิกเกาหลีถูกรายรอบไปด้วยวิวอันงดงามของธรรมชาติโดยรอบ และมีศูนย์แสดงนิทรรศการขนาดใหญ่จำนวน 4 แห่ง นอกจากนี้ยังมีเครื่องอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องอันหลากหลายสำหรับปรับปรุงและพัฒนาศิลปะเซรามิกอีกด้วย ศูนย์เซรามิกแห่งนี้จัดแสดงผลงานของศิลปินเซรามิกผู้ทรงอิทธิพลผ่านคำเชิญ นิทรรศการ และการประกวดแข่งขัน และยังคงค้นหาและอบรมฝึกฝนศิลปินผู้ที่ตั้งใจจะมีเส้นทางในวงการเซรามิกระดับโลกต่อไป

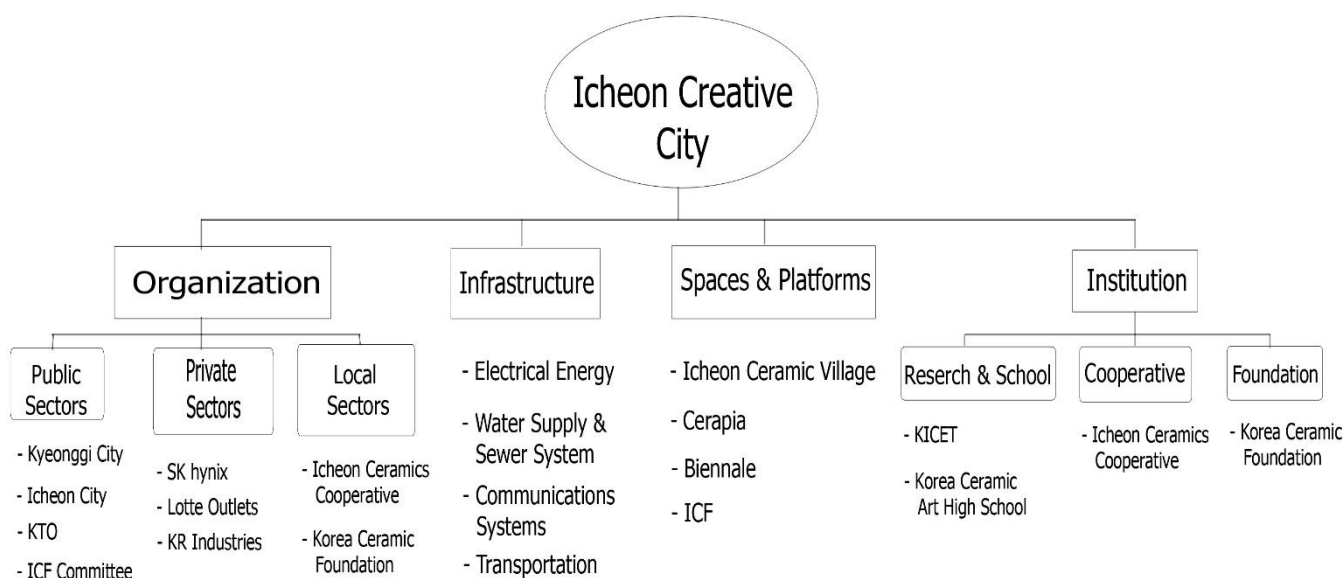
4.2.6.4 Korea Institute of Ceramic Engineering and Technology

เป็นองค์กรที่ดำเนินงานมาตั้งแต่ก่อตั้ง ณ วันที่ 12 เดือนกันยายน ปี 2007 ซึ่งองค์กรเกาหลีแห่งวิศวกรรมและเทคโนโลยีเซรามิกเป็นสถาบันวิจัยระดับมืออาชีพที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมกลุ่มเซรามิกพื้นถิ่นของเมืองอิซอน เมืองยอจู และเมืองควางจูในจังหวัดคยองกี ความสนใจหลักของสถาบัน KICET มุ่งไปยังเซรามิกสมัยใหม่แต่ในทางกลับกัน ศูนย์ฯ อิซอนนั้นมุ่งการพัฒนาเทคโนโลยีเซรามิกแบบดั้งเดิมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การเพิ่มกระบวนการผลิตในระยะเวลาเดียวกัน การทดลองและวิเคราะห์ และเน้นการสนับสนุนทางด้านเทคนิค

4.2.7 ให้ความเคารพต่อวัสดุในท้องถิ่นและเงื่อนไขของเมืองหรือธรรมชาติ

การที่หมู่บ้านเซรามิกอิซอนยังคงอนุรักษ์เตาเผาพื้นแบบดั้งเดิมที่ใช้เผาเซรามิกไว้กว่า 40 เตาในหมู่บ้านนั้นถือเป็นกระบวนการในการให้ความเคารพต่อวัสดุในท้องถิ่นและอนุรักษ์วัสดุและวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ ซึ่งการอนุรักษ์ทำให้เกิดทั้งของดั้งเดิมที่มีอยู่และของใหม่ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาตามเทคโนโลยีที่ทันสมัยและทำให้คนสามารถศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมและเลือกซื้อผลงานหรือเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เซรามิกที่มาจากเตาเผาแบบดั้งเดิมหรือเตาเผาแบบใหม่ได้ทั้งหมด

จากการศึกษาการพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : เมืองอีซอน ประเทศเกาหลีใต้ พบว่าเมืองอีซอนมีคุณลักษณะตรงตามคำนิยามเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO คือเป็นเมืองที่มีการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่น อันได้แก่ หมู่บ้านเซรามิกอีซอน, ผู้ประกอบการเซรามิกในย่านชินดุนมยอน, มูลนิธิเซรามิกเกาหลี และสหกรณ์เซรามิกเกาหลี กับภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการนำสินทรัพย์ทางศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นซึ่งก็คือเซรามิกมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างครบถ้วนบริบูรณ์ และองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เมืองอีซอนกลายเป็นเมืองสร้างสรรค์ในสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านมี 4 ประการ คือ หน่วยงาน โครงสร้างพื้นฐาน พื้นที่และเวที และสถาบันของเมือง โดยสามารถอธิบายได้ตามแผนผังด้านล่าง ดังนี้



ภาพที่ 1 แผนผังแสดงองค์ประกอบที่สำคัญของเมืองอีซอน

จากแผนผังข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เมืองอีซอนกลายเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์สาขาหัตถกรรมและศิลปะของ UNESCO มี 4 ประการ คือ

1) หน่วยงาน : หน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลและสนับสนุนการพัฒนา
คู่มือสร้างสรรค์ ทั้งหน่วยงานจากภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยการให้การสนับสนุนในการจัดงาน
เทศกาลเซรามิกอีซอนและงาน Kyeonggi International CeraMIX Biennale

1.1 หน่วยงานภาครัฐฯ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดคยองกี, องค์การบริหาร
เมืองอีซอน, องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี และคณะกรรมการจัดงานเทศกาลเซรามิกอีซอน

1.2 หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ บริษัท SK Hynix, Lotte Outlets และ KR Industries

1.3 องค์การท้องถิ่น ได้แก่ มูลนิธิเซรามิกเกาหลี และ สหกรณ์เซรามิกเกาหลี

2) โครงสร้างพื้นฐาน : จำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอสำหรับการทำ
อุตสาหกรรมทั่วไปและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น ระบบการสื่อสาร, ระบบพลังงาน,
ระบบการบริหารน้ำ และระบบการคมนาคม เป็นต้น

3) พื้นที่และเวที : มีพื้นที่และเวทีที่รวบรวมและเปิดกว้างให้นักคิดนักสร้างสรรค์ได้เข้า
มาร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดสร้างสรรค์อย่างอิสระ และเปิดโอกาสให้นักสร้างสรรค์ได้แสดง
ความคิดและผลงานอย่างเต็มที่ รวมถึงการเปิดตลาดจำหน่ายผลงานเซรามิกเพื่อสร้างรายได้ให้กับ
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และชุมชน ตลอดจนการกั้นเขตพื้นที่วัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่ออนุรักษ์
ศิลปวัฒนธรรมและวัสดุท้องถิ่นต่างๆ เอาไว้และสร้างเขตพื้นที่วัฒนธรรมใหม่ในย่านใจกลางเมือง
ได้แก่

3.1 หมู่บ้านเซรามิกอีซอน

3.2 Icheon Cerapia (World Ceramic Center)

3.3 เทศกาลเซรามิกอีซอน

3.4 Kyeonggi International CeraMIX Biennale

4) สถาบัน : สถาบันที่ให้การสนับสนุนและฝึกอบรมผู้เชี่ยวชาญด้านหัตถกรรมและศิลปะ
พื้นบ้านของเมืองอีซอน ได้แก่

4.1 สถาบันทางการวิจัยและการศึกษา อาทิ สถาบันวิจัยด้านวิศวกรรมและเทคโนโลยี
เซรามิกแห่งเกาหลี และ โรงเรียนมัธยมปลายเซรามิกเกาหลี

4.2 สหกรณ์ ได้แก่ สหกรณ์เซรามิกเกาหลี

4.3 มูลนิธิ ได้แก่ มูลนิธิเซรามิกเกาหลี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : เมืองอีซอน ประเทศเกาหลีใต้” ในบทนี้ได้นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

บทความวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : เมืองอีซอน ประเทศเกาหลีใต้” มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ศึกษาความหมายและคุณลักษณะของเมืองสร้างสรรค์ จากกรณีศึกษา เมืองอีซอน ประเทศเกาหลีใต้
- 2) วิเคราะห์แนวทางการจัดการและพัฒนาไปสู่เมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา เมืองอีซอน ประเทศเกาหลีใต้

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยด้วยการศึกษาคำรา ข้อมูล เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์ เมืองอีซอน และสาขาหัตถกรรม และศิลปะพื้นบ้านของเมืองอีซอน ผ่านองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ 5 ประการ ได้แก่

- (1) การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity)
- (2) การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่
- (3) การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/Creative Entrepreneur) เพื่อรวบรวมผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผสมผสานวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยี วัฒนธรรม และการจัดการด้านธุรกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงานและกำลังซื้อสินค้าหมุนเวียนเป็นกลไกให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ

(4) การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility) โดยจะต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอและมีคุณภาพช่วยก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิตนักคิด และธุรกิจสร้างสรรค์

(5) การบริหารจัดการเมือง (Management) องค์กรของภาครัฐและเอกชนจะต้องมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมืองโดยเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และทำงานประสานกันเพื่อนำไปสู่เป้าหมายได้อย่างสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางในการปรับปรุงเมืองเพื่อให้เป็น Creative City โดยการผสมผสานประวัติศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ให้เมืองมีความผสมผสานกัน

และศึกษาผ่านเกณฑ์การตัดสินผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO 7 ประการ ได้แก่

- สภาพแวดล้อมของเมือง วัฒนธรรม และภูมิทัศน์โดยรวมถูกเติมเต็มด้วยความคิดสร้างสรรค์
- โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับการผลิตสมัยใหม่ และกำลังผลิตการจัดจำหน่าย
- สถานะที่แข็งแกร่งของกลุ่มฝึกฝนและชุมชนที่มีความเป็นมืออาชีพ
- การส่งเสริมบำรุงการเข้าถึงศิลปะของสาธารณะผ่านพื้นที่และเวทีแสดงผลงานเพื่อกลุ่มผู้ชมกลุ่มอื่นๆ ในวงกว้างขึ้น
- ประสบการณ์ในการจัดงานหรือกิจกรรมที่อยู่ในสาขาสร้างสรรค์นั้นๆ
- สถาบัน (ทางการและไม่ทางการ) สำหรับการศึกษาค้นคว้าและทำวิจัยในสาขาสร้างสรรค์นั้นๆ
- ให้ความเคารพต่อวัสดุในท้องถิ่นและเงื่อนใยของเมืองหรือธรรมชาติ

ซึ่งจากการศึกษาดังกล่าวพบว่าเมืองอิซอนมีคุณลักษณะที่ตรงตามความหมายและองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์และเกณฑ์การตัดสินผู้การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO โดยเมืองอิซอนเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมและงานหัตถกรรมศิลปะพื้นบ้านอย่างเซรามิกเป็นเอกลักษณ์ของเมืองมาตั้งแต่สมัยราชวงศ์โครยอหรือราว 624 – 1098 ปีก่อน และเมืองอิซอนก็ได้มีกระบวนการในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่นเหล่านั้นไว้ผ่านหมู่บ้านเซรามิกอิซอนซึ่งเป็นหมู่บ้านของนัก

สร้างสรรค์เซรามิกในเมืองอีซอนที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณและเตาเผาพื้นซึ่งใช้เป็นเตาเผาเซรามิกในวิธีแบบดั้งเดิมกว่าอีก 40 เตายังคงมีใช้อยู่ในหมู่บ้านเซรามิกอีซอน อีกทั้งเมืองอีซอนยังมีสภาพแวดล้อมภูมิทัศน์ที่สวยงามและมีบรรยากาศที่ถูกเติมเต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ เช่น Icheon Cerapia, หมู่บ้านเซรามิกอีซอน, โรงเรียนมัธยมปลายเซรามิกเกาหลี และงานเทศกาลเซรามิกอีซอนกับงาน Kyeonggi International CeraMIX Biennale ที่เอื้อต่อการสร้างบรรยากาศอันรื่นรมย์ให้นักสร้างสรรค์ได้สร้างผลงาน และยังมีหมู่บ้านเซรามิกเกาหลี, โรงเรียนมัธยมปลายเซรามิกเกาหลี, สถาบันวิจัยทางวิศวกรรมและเทคโนโลยีเซรามิกเกาหลี, มูลนิธิเซรามิกเกาหลี และสหกรณ์เซรามิกเกาหลี เป็นสถาบันและองค์กรอันแข็งแกร่งที่คอยบ่มเพาะและพัฒนาผู้เชี่ยวชาญด้านเซรามิกภายในเมืองและยังเป็นอีกปัจจัยที่สร้างให้บรรยากาศของเมืองที่ถูกเติมเต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์นั้นรุนแรงแข็งแกร่งยิ่งขึ้น นอกจากนี้หน่วยงานจากภาครัฐฯ ยังได้สร้างและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของเมืองให้เพียบพร้อมและเพียงพอต่อการเป็นเมืองอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อีกทั้งหน่วยงานจากภาครัฐฯ ยังได้มีการประสานงานกับองค์กรท้องถิ่นและองค์กรเอกชนต่างๆ เพื่อร่วมกันสร้างพื้นที่ที่รวบรวมนักคิดนักสร้างสรรค์ไว้ด้วยกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ ความรู้และประสบการณ์ในแวดวงเซรามิก เปิดโอกาสให้นักสร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์ผลงาน ส่งเสริมงานศิลปะพื้นบ้านของเมืองให้ทั่วโลกได้รู้จัก และยังใช้พื้นที่นั้นเป็นตลาดในการแสดงผลงานและซื้อขายเซรามิกอีกด้วย เช่นการจัดงานเทศกาลเซรามิกอีซอนและงาน Kyeonggi International CeraMIX Biennale ด้วยคุณลักษณะและองค์ประกอบต่างๆ ของเมืองเหล่านี้เองที่ทำให้เมืองอีซอน ประเทศเกาหลีใต้ได้กลายเป็นศูนย์กลางของเซรามิกโลก และได้รับการยอมรับให้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน ในปี ค.ศ. 2010

5.2 ข้อเสนอแนะ

เมืองไทยเองก็มีเมืองที่ได้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก (UNESCO) ในสาขา Gastronomy หรือเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร คือเทศบาลนครภูเก็ต ซึ่งได้รับการประกาศอย่างเป็นทางการจากองค์การยูเนสโกเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ.2558 ซึ่งหากประเทศไทยต้องการที่จะมีเมืองสร้างสรรค์ด้านศิลปะเพื่อเข้าร่วมในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน ดังเช่นที่เคปหยายามปลัดคันจังหวัดเชียงใหม่ให้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ในสาขานี้ ก็ควรที่จะใช้แนวทางในการพัฒนาเมืองแบบเดียวกับเมืองอีซอน คือ มีความร่วมมือของ

ภาครัฐและเอกชน มีการลงทุนมหาศาลในอุตสาหกรรมท้องถิ่น มีการจัดพื้นที่หรือเวทีและสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อให้เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์และสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ มีการจัดเทศกาลหรืองานระดับโลกเพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ ความรู้และประสบการณ์ของศิลปินท้องถิ่นกับศิลปินจากทั่วโลกและส่งเสริมการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นไปสู่สายตาชาวโลก มีกลุ่มความร่วมมือและกลุ่มฝึกฝนในชุมชนที่มีสถานะและเครือข่ายที่แข็งแกร่ง มีสถาบันทางการศึกษาเพื่อบ่มเพาะและผลิตผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงมีสถาบันวิจัยไว้คอยพัฒนาให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ และสุดท้ายคือมีกระบวนการในการอนุรักษ์และเคารพต่อวัสดุในท้องถิ่นหรือเงื่อนไขทางธรรมชาติ

เมืองเชียงใหม่เองก็มีเอกลักษณ์ ความสวยงาม และประวัติศาสตร์ทางศิลปะของท้องถิ่นมาช้านานไม่แพ้เมืองอิชอน และยังมีคุณลักษณะหลายประการที่ตรงตามองค์ประกอบของเมืองสร้างสรรค์ตามนิยามของยูเนสโก แต่ทำไมเมืองเชียงใหม่ถึงยังไม่ได้รับเลือกให้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกในสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านสักที คงต้องกลับมามองย้อนดูว่าเมืองเชียงใหม่มีคุณลักษณะที่ครบตามองค์ประกอบของเมืองสร้างสรรค์และเกณฑ์ที่ยูเนสโกต้องการหรือยัง เช่น เมืองเชียงใหม่มีความพร้อมและความเข้มแข็งในการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนเพียงพอหรือยัง? มีโรงเรียน วิทยาลัย หรือสถาบันวิจัยสำหรับพัฒนาผู้เชี่ยวชาญศิลปะเฉพาะทางของท้องถิ่นนี้หรือไม่? และมีงานเทศกาลหรืองานแสดงผลงานระดับโลกเพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นออกไปสู่สากลและเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ระหว่างศิลปินท้องถิ่นกับศิลปินระดับโลกแล้วหรือยัง?

บรรณานุกรม

หนังสือและเอกสารตีพิมพ์

กรวรรณ สังขกร สามารถ สุวรรณรัตน์ และ ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์. (2557). การพัฒนาศักยภาพชุมชน
วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์. สถาบันวิจัยสังคม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธีรศักดิ์ อุ๋นอารมย์เลิศ และจิวรรณ จันทลา. (2556). รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบ
ผลิตภัณฑ์ ตาม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชน จังหวัด
นครปฐม.สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นพพร จันทรนำชู. (2556). เศรษฐศาสตร์กับการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: Saroj Digital Print &
Copy Center.

นรินทร์ สังข์รักษา และสมชาย ลักขณานุรักษ์. (2555). รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ การวิจัยเพื่อ
พัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม
ของภาคีเครือข่ายอย่างยั่งยืนในจังหวัดราชบุรี. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

พิเชษฐ มุสิกะโปดก. (2555). การพัฒนาตัวบ่งชี้ลักษณะความเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบของ
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553). ทฤษฎีความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
ไฉไล

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2557). Made in Chiang Mai: 6 โมเดลธุรกิจ คิด ทำ กิน อิน เชียงใหม่.
พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: ทูโพร่ พรินติ้ง

_____. (2555). Creative City เมื่อความมั่งคั่งสร้างจากเมือง. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
บริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน).

- _____. (2554). **Creative City: Bangkok's Creative Potentials** เปิดศักยภาพกรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์กรมหาชน).
- _____. (2552). **ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์** รวมบทความกระตุ้นอะดรีนาลินโดย 6 นักคิด. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์กรมหาชน).
- _____. (2551) **Creative Thailand** สร้างสรรค์เศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: ดับเบิลยูพีรนท์
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์กรมหาชน). (2553). **กระทู้ถกต่อมคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เล่ม 1**. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์กรมหาชน).
- Andy C. Pratt. (2008). **Creative cities: the cultural industries and the creative class**. Geografiska annaler: Series B - Human geography.
- Darrin Bayliss. (2007) **The Rise of the Creative City: Culture and Creativity in Copenhagen**. European Planning Studies.
- Davide Ponzini และ Ugo Rossi. (2010). **Becoming a Creative City: The Entrepreneurial Mayor, Network Politics and the Promise of an Urban Renaissance**. Department of Economic and Commercial Sciences, Economic Geography Discipline, University of Cagliari.
- John Howkins. (2553) **นิเวศของความคิดสร้างสรรค์ : ที่ซึ่งความคิดกลายเป็นงาน = Creative Ecologies: Where Thinking is a Proper Job**. แปลโดย คุณากร วาณิชย์วิรุพห์. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
- _____. (2553) **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : เขามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร = The creative economy : how people make money from ideas**. แปลโดย คุณากร วาณิชย์วิรุพห์. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
- Kim Minsuk. (2010). **A Study on Approach System of Creative City with the Consideration of Sustainable Urban Regeneration**. 인제대학교 디자인연구소.

Masayuki Sasaki. (2010). **Urban regeneration through cultural creativity and social inclusion:**

Rethinking creative city theory through a Japanese case study. Graduate School for Creative Cities, Osaka City University

Landry, Charles. (2007). **The Creative City: A Toolkit For Urban Innovators.** 9th ed. Padstow: TJ International.

United Nations. (2004). **Creative Industries and Development.** Conference on trade and development.

Won Do Yeon. (2011). **A Study on Relation of Creative City and Urban Culture.** 인문콘텐츠학회.

ข้อมูลจากเว็บไซต์

มนทิณี ขงวิกุล. (2010). **เมืองสร้างสรรค์คืออะไร.** เข้าถึงเมื่อ 28 มีนาคม 2558. เข้าถึงได้จาก

<http://www.tcdc.or.th/src/17453/www-creativethailand-org/Creative-City--เมืองสร้างสรรค์คืออะไร>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2558).

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑. เข้าถึงเมื่อ 27 มีนาคม 2558. เข้าถึงได้จาก

<http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>

Alberto Vanolo. (2008). **The image of the creative city: Some reflections on urban branding in**

Turin. เข้าถึงเมื่อ 3 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275108000772>

Business Korea. (2013). **Icheon city: first UNESCO creative city in Korea**. เข้าถึงเมื่อ 16 มีนาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.businesskorea.co.kr/article/139/icheon-city-first-unesco-creative-city-korea>

Hwang Dana. (2012). **Korean cities put on creativity**. เข้าถึงเมื่อ 16 มีนาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=100503>

ICHEON CITY. (2015). **Introduction of Icheon**. เข้าถึงเมื่อ 25 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.icheon.go.kr/site/eng/sub.do?key=2013>

Korea Ceramic Foundation. (2016). เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2559. เข้าถึงได้จาก https://www.kocef.org/eng/n02_biennale/03.asp

Korea Tourism Organization. (2013). **Icheon Ceramics village (이천도예마을)**. เข้าถึงเมื่อ 9 เมษายน 2559. เข้าถึงได้จาก http://english.visitkorea.or.kr/enu/ATR/SI_EN_3_1_1_1.jsp?cid=264363

Visit Seoul. (2014). **Icheon (pottery village)**. เข้าถึงเมื่อ 9 เมษายน 2559. เข้าถึงได้จาก http://www.visitseoul.net/en/article/article.do?_method=view&m=0004003002031&p=en&art_id=3003&lang=en&tab=info

Korea Tourism Organization. (2013). **Icheon Cerapia (World Ceramic Center) (이천세라피아)**. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2559. เข้าถึงได้จาก http://english.visitkorea.or.kr/enu/ATR/SI_EN_3_1_1_1.jsp?cid=268225

Korean Tourism Organization. (2013). **Gyeonggi International CeraMIX Biennale (경기세계도자비엔날레)**. เข้าถึงเมื่อ 18 เมษายน 2559. เข้าถึงได้จาก http://english.visitkorea.or.kr/enu/ATR/SI_EN_3_2_1.jsp?cid=1391047

UNESCO. (2016). **Creative Cities Network ICHEON**. เข้าถึงเมื่อ 3 มีนาคม 2559 เข้าถึงได้จาก <http://en.unesco.org/creative-cities/icheon>

UNESCO. (2016). **ICHEON**. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2559. เข้าถึงได้จาก <http://unesco.icheon.go.kr/site/newunesco/main.do>

나무위키. (2016). **이천시**. เข้าถึงเมื่อ 12 มกราคม 2559 เข้าถึงได้จาก

<https://namu.wiki/w/%EC%9D%B4%EC%B2%9C%EC%8B%9C>

위키백과. (2016). **이천시**. เข้าถึงเมื่อ 12 มกราคม 2559 เข้าถึงได้จาก

<https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%9D%B4%EC%B2%9C%EC%8B%9C>

이천도자기축제. (2016). **이천도자기축제**. เข้าถึงเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2559 เข้าถึงได้จาก

<http://www.ceramic.or.kr/korean/>

ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์

ชื่อ-สกุล	นางสาวณิชนน มีเจริญสุข
วันเดือนปีเกิด	25 กรกฎาคม พ.ศ.2536
ที่อยู่	1/14 ถนนสุขุมวิท 5 ซอย 32 แยก 3 แขวงออกเงิน เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2551	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2554	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ.2559	กำลังศึกษาในระดับปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา เอเชียศึกษา ภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์

สาขาเอเชียศึกษาคณะอักษรศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า นางสาวณิชนน มีเจริญสุข

นักศึกษาชั้นปีที่ 4 วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาเกาหลี

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทร ทวีระบุรินทร์

ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา 1/14 ถนนสุขุมวิท 5 ซอย 32 แยก 3 แขวงออกเงิน
เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

หมายเลขโทรศัพท์ 094-5451924

ลิขสิทธิ์ของสารนิพนธ์อันนี้เป็นผลมาจากการศึกษาเล่าเรียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร
ระดับปริญญาบัณฑิตข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งราชบัญญัติลิขสิทธิ์
พ.ศ.2547 เป็นของคณะอักษรศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากรโดยมีกำหนดตลอดอายุการคุ้มครอง
ลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

