



สารนิพนธ์

เรื่อง กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาเมืองขอนแก่น ประเทศเกาหลีใต้

โดย

นางสาวชลดา โรจน์ศิริ

รหัสนักศึกษา 05580552

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์	กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมือง ขอนแก่น ประเทศเกาหลีใต้
ผู้เขียน	นางสาวชลดา โรจน์ศิริ
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	อาจารย์ศุภฤกษ์ โออินทร์
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์เรื่องกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาเมืองขอนแก่น ประเทศเกาหลีใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของเมืองขอนแก่น โดยใช้องค์ประกอบเมืองสร้างสรรค์ 5 ข้อ ขององค์การยูเนสโกเป็นเกณฑ์ในการศึกษา ได้แก่ การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริหารจัดการเมือง และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เมืองขอนแก่นได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร โดยใช้เกณฑ์เมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารขององค์การยูเนสโกเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ตลอดจนศึกษาตำรา ข้อมูล และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่า เมืองขอนแก่น มีความหมายตรงตามนิยามของเมืองสร้างสรรค์ และมีกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เป็นไปตามองค์ประกอบทั้ง 5 ข้อ โดยมีการสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมแก่เมืองขอนแก่น ใช้ประวัติศาสตร์ของเมืองผสมผสานกับความทันสมัย มีสภาพแวดล้อมที่เปิดกว้าง เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมใหม่ สร้างสถาบันอบรมด้านอาหาร สร้างพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเมือง เช่น วางนโยบายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคม รวมถึงการบริหารจัดการเมือง ซึ่งเป็นผลจากการผลักดันนโยบายต่าง ๆ ขององค์กรภาครัฐและเอกชน และเมืองขอนแก่นเป็นเมืองประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีพื้นที่อุดมสมบูรณ์สามารถใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นประกอบอาหาร และเป็นศูนย์กลางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร พร้อมได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ส่งผลให้เป็นปัจจัยสำคัญทำให้เมืองขอนแก่นได้รับการพิจารณาเข้าร่วมในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร ในปี 2012

คำสำคัญ : เมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร, กระบวนการพัฒนาเมือง, องค์ประกอบเมืองสร้างสรรค์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาเมืองขอนแก่น ประเทศเกาหลีใต้ เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ศุภฤกษ์ โออินทร์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ชลดา โรจน์ศิริ

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญรูปภาพ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.4 วิธีการศึกษา.....	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.6 นิยามคำศัพท์.....	5
บทที่ 2 แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเมืองสร้างสรรค์.....	8
2.2.1 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์.....	8
2.2.2 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO).....	12
2.3 เมืองขอนแก่น.....	18
2.3.1 ที่ตั้ง ลักษณะทางกายภาพ สังคม วัฒนธรรม และอาหารของเมืองขอนแก่น.....	18
2.3.2 นโยบายที่นำไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของเมืองขอนแก่น.....	22
2.4 บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
บทที่ 3 วิธีการศึกษาและการดำเนินงาน.....	30
3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
3.3 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล.....	31

3.4 เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
4.1 เพื่อศึกษาขั้นตอนกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของประเทศเกาหลีใต้ โดยใช้กรณีศึกษาจากเมืองซอนจู.....	32
4.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เมืองซอนจูได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ แห่งอาหาร (City of Gastronomy).....	47
สรุปท้ายบท.....	49
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	50
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	50
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	52
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	53
5.4 ข้อจำกัดทางการศึกษา.....	53
บรรณานุกรม.....	54
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	58

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ 2.1 Jeonju Bibimbap.....	20
ภาพที่ 2.2 Bean Sprout Soup with Rice.....	21
ภาพที่ 2.3 Dolsolbap.....	21
ภาพที่ 2.4 Hanjeongsik.....	22
ภาพที่ 4.1 หมู่บ้านซอนจูฮันอก.....	34
ภาพที่ 4.2 ถนนอินแฮง.....	34
ภาพที่ 4.3 ช่องทางน้ำตามถนนอินแฮง.....	35
ภาพที่ 4.4 ซอนจูบิ빔บับ.....	36
ภาพที่ 4.5 ซุปถั่วอกกับข้าว.....	37
ภาพที่ 4.6 ดลชทบับ.....	37
ภาพที่ 4.7 ฮันจองชิก.....	38
ภาพที่ 4.8 สตูว์ปลาเผ็ด.....	39
ภาพที่ 4.9 แบคบัน.....	39

สารบัญตาราง

ตาราง 2.1 การคัดเลือกเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ปี 2014 - 2017.....	14
ตาราง 4.1 ค่าใช้บริการรถประจำทางในเมืองขอนแก่น.....	43

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญปัญหาของการวิจัย

เมื่อเวลาผ่านไป ความคิดแบบเดิมอาจไม่สามารถใช้กับสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ ประเทศต่าง ๆ ล้วนมีความสามารถทัดเทียมกัน อันเนื่องมาจากมีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย โลกของเราจึงค่อย ๆ ข้ามผ่านยุคสังคมฐานความรู้ สู่การเป็นสังคมความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างผลผลิตใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่หลากหลายทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับโลก

ด้วยเหตุที่ว่ามนุษย์นั้นมีความคิดสร้างสรรค์ เราจึงเห็นความพยายามที่จะเอาชนะข้อจำกัดในการดำรงชีวิต โดยแสวงหาโอกาส ข้อได้เปรียบ หรือ สถานที่ใหม่ ๆ เพื่อสร้างความมั่นคง และความมั่งคั่งจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ แต่หากสินทรัพย์ที่มีอยู่นั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ อันหมายถึงสติปัญญาทางประวัติศาสตร์ และคุณค่าวัฒนธรรม โอกาสในการสร้างสินทรัพย์จึงต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นทุนสำคัญ นั่นจึงเป็นจุดที่ความคิดสร้างสรรค์และเศรษฐกิจมาบรรจบกัน ประเทศต่าง ๆ จึงเริ่มหันมาพัฒนาเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจภายใต้กรอบความคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) การขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์นั้น ในปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดนิยามที่ชัดเจน คำนิยามจะขึ้นอยู่กับการนำไปปรับใช้ของแต่ละประเทศ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยความหมายอย่างง่ายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งนิยามโดย John Howkins เจ้าของแนวความคิดว่าคือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดมนุษย์ (ศักดิ์ชัย เกียรติ นาคินทร์, 2553: 22)

ความพยายามที่จะสร้างเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์นั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ การสร้าง "คน" และ การสร้าง “บรรยากาศแห่งความคิดสร้างสรรค์” ที่มีคุณภาพไปพร้อมกัน ดังนั้นการพลิกโฉมเมืองเพื่อตอบสนองและดึงดูดเหล่านักคิด นักสร้างสรรค์ ภายใต้แนวคิด “เมืองสร้างสรรค์” จึงเกิดขึ้นเพื่อนำไปสู่การเพิ่มความมั่งคั่ง ทั้งด้านคุณภาพชีวิต และอัตราการเพิ่มของ GDP ของเมืองในแง่มุมใหม่ ๆ

เมืองสร้างสรรค์ ตามนิยามที่อังค์ถัด หรือ การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและพัฒนา (UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development) ให้ไว้ใน

Creative Economy Report (2008) หมายถึง เมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ๆ และต้องประกอบไปด้วยรากฐานที่มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนทำงานสร้างสรรค์และมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการลงทุนเพราะความยั่งยืนของสถานที่ในเชิงวัฒนธรรม เมืองสร้างสรรค์จึงไม่ใช่เรื่องของ การปรับปรุงภูมิทัศน์หรือการพัฒนาเมืองในเชิงท่องเที่ยวเพียงด้านเดียว ยังต้องให้ความสำคัญกับการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและวางแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อให้เมืองมีความพร้อมในเชิงเอกลักษณ์และบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายควบคู่ไปกับการพัฒนาเมืองด้านกายภาพ(มนทิณี ยงวิกุล, 2553)

โดยเริ่มต้นจากประเทศสหรัฐอเมริกาและเข้าสู่ทวีปยุโรป ซึ่งเป็นสิ่งที่เหนือความคาดหมาย เพราะต่างเป็นประเทศที่เป็นผู้นำทางเศรษฐกิจ ทำให้หลายประเทศมีแนวคิดเศรษฐกิจฐานความรู้ในรูปแบบใหม่ หันมาให้ความสำคัญกับชุมชนและคำนึงถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความสร้างสรรค์ของท้องถิ่นและภูมิภาค เห็นความสำคัญของเอกลักษณ์ชุมชนและต้นตัวต่อสิ่งที่มีในแต่ละชุมชน และมีแนวคิดที่ชุมชนที่จะประสบความสำเร็จจำเป็นต้องเรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ ในการพัฒนาชุมชนของตน โดยใช้ความหลากหลาย ความสร้างสรรค์ และพลังของคนในชุมชน (Leroy Harvey and John Victory, 2004) อันเป็นที่มาของแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้ขยายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งในทวีปเอเชีย เช่น ประเทศญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และสาธารณรัฐเกาหลีใต้ โดยองค์การยูเนสโก (UNESCO) องค์กรระหว่างประเทศที่ทำหน้าที่ดูแลควบคุมและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้ให้คำนิยามของเมืองสร้างสรรค์ว่า เป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจนจารีตประเพณีของท้องถิ่น มาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ ได้แก่

1. การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity)
2. การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society)
3. การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/Creative Entrepreneur)
4. การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility)
5. การบริหารจัดการเมือง (Management) (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2557)

รวมทั้งองค์การยูเนสโก (UNESCO) ยังได้ตั้งข้อกำหนดของเมืองที่จะได้รับคัดเลือกเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (Creative City Network) ไว้ว่า จะต้องประกอบด้วยกิจกรรมที่จะสร้าง

ความคิดสร้างสรรค์ ผ่านภาพยนตร์ (Cinema) ดนตรี (Music) งานศิลปหัตถกรรม (Crafts and Folk art) อุตสาหกรรมด้านการออกแบบ (Design) งานสื่อศิลปะ (Media Art) งานเขียนและวรรณกรรม (Literature) และศิลปวัฒนธรรมการบริโภค (Gastronomy) (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC, 2010) ซึ่ง UNESCO ได้เปิดตัวเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ตั้งแต่เดือนตุลาคม ปี 2004 จนกระทั่งในปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ทั้งหมด 180 เมือง จาก 72 ประเทศทั่วโลก โดยแบ่งเมืองสร้างสรรค์ออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ 1. เมืองแห่งการออกแบบ 2. เมืองแห่งอาหาร 3. เมืองแห่งภาพยนตร์ 4. เมืองแห่งดนตรี 5. เมืองแห่งสื่อศิลปะ 6. เมืองแห่งวรรณกรรม 7. เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (ยูเนสโก ยกสามนครแห่งแดนมังกรเป็น “เมืองสร้างสรรค์” โลก, 2557)

เกาหลีใต้ก็เป็นอีกประเทศหนึ่งในเอเชีย ที่ให้ความสนใจกับการเข้าร่วมโครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ โดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของสาธารณรัฐเกาหลีใต้และใช้อย่างเป็นทางการในปี 2013 สมัยประธานาธิบดี พัคกินฮยเอ รัฐบาลเกาหลีใต้สนับสนุนผ่านทางรัฐบาลท้องถิ่นเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างความรู้และเทคโนโลยีแบบเดิมร่วมกับวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาค มุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้คนด้วยวัฒนธรรมดั้งเดิมและศิลปะ รวมทั้งส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง มีการฝึกอบรมความสามารถเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดเมืองสร้างสรรค์จึงได้รับการยอมรับและถูกใช้เป็นแนวทางการพัฒนาประเทศอย่างกว้างขวางทั่วโลก สาธารณรัฐเกาหลีใต้ได้ใช้อย่างแพร่หลายในการพัฒนาภูมิภาคและอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม เช่น โซลและปูซาน ได้ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในหลาย ๆ เมือง อย่าง โซล ได้รับเลือกเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งการออกแบบ(City of Design) อินชอน ได้รับเลือกเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน(City of Crafts and Folk art) ชอนจู ก็ได้รับเลือกเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร(City of Gastronomy) เช่นกัน (KOREA'S ECONOMY VOLUME 30, 2015) และ Rogerson(2006, อ้างใน Constanze Gathen, 2016) ยืนยันว่าการทำอาหารได้กลายเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สำคัญและเน้นความเป็นตัวของตัวเองที่สร้างสรรค์และเนลสัน(2015, อ้างใน Constanze Gathen, 2016) ยังกล่าวถึงวัฒนธรรมการทำอาหารที่ไม่ซ้ำกันสามารถใช้เป็นรูปแบบในการพัฒนาเมือง จึงปรับปรุงพื้นที่ที่ใช้ได้ทั้งชาวท้องถิ่นและผู้เข้าชมทุกเมืองมีศักยภาพที่จะพัฒนาภาคการทำอาหารที่สร้างสรรค์ ซึ่งมีความเฉพาะที่เป็นอาหารที่ผลิตในประเทศหรือได้รับอิทธิพลจากมรดกและวัฒนธรรมในท้องถิ่น เนลสันระบุว่าอาหารสามารถเป็นองค์ประกอบสำคัญของเมืองที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในเมือง เพราะเป็นไปไม่ได้ที่จะสัมผัสวัฒนธรรมการทำอาหารที่มีอยู่มากในระหว่างการเยี่ยมชมครั้งเดียวจึงต้องกลับมาอีกครั้ง การ

ทำอาหารจึงเป็น 1 ใน 7 กิจกรรมสร้างสรรค์ของเมืองสร้างสรรค์ซึ่งได้รับการกำหนดโดยองค์การยูเนสโก (UNESCO)

ซอนจู มีประชากรกว่า 650,000 คนครอบคลุมพื้นที่ 206 ตารางกิโลเมตร เป็นส่วนหนึ่งของจังหวัดช็อลลาเหนือ ตั้งอยู่ทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ เมืองซอนจูตั้งอยู่ในเขตเกษตรกรรมของเกาหลี มีภูเขาและแม่น้ำไหลผ่าน เป็นเมืองที่มีมรดกวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างยาวนานกว่า 1,200 ปี ตั้งแต่สมัยราชวงศ์แพกเจจนถึงราชวงศ์โชซอน ซอนจูมีทั้งดนตรีพื้นบ้าน รูปแบบที่อยู่อาศัยแบบเดิม ตั้งเป็นหมู่บ้าน Hanok Village ซึ่งมีกว่า 700 หลังคาเรือน รวมถึงอาหารพื้นเมืองดั้งเดิมของ อันเนื่องมาจากสามารถเพาะปลูกพืชพันธุ์ ัญญาอาหารอุดมสมบูรณ์ จึงมีความพร้อมต่อการผลิตอาหารที่สะอาด ให้ความสำคัญกับสุขภาพ และมีรากฐานที่สืบทอดมาจากตระกูลขุนนางดั้งเดิมในประวัติศาสตร์ ทำให้อาหารในเมืองซอนจูจึงเต็มไปด้วยรสชาติจากวัฒนธรรมดั้งเดิม ซอนจูยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญของคนเกาหลีและนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกด้วย (10 Things to know about JEONJU UNESCO City of Gastronomy, 2013)

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมืองซอนจู ประเทศเกาหลีใต้” เพื่อให้ทราบว่า เมืองซอนจูมีปัจจัยและขั้นตอนกระบวนการพัฒนาเมืองอย่างไรจึงได้รับคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร ตามแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาขั้นตอนกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ โดยใช้กรณีศึกษาจากเมืองซอนจู

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เมืองซอนจูได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร (City of Gastronomy)

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาเมืองซอนจู ประเทศเกาหลีใต้” จะศึกษาเกี่ยวกับแนวความคิดเมืองสร้างสรรค์ และกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารของเมืองซอนจู ประเทศเกาหลีใต้ระหว่างปี 2012 – 2018 เท่านั้น

1.4 วิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่อง กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมืองขอนแก่น ประเทศเกาหลีใต้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการศึกษา โดยการเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ คือ ข้อมูลจากหนังสือ งานวิจัย และบทความบนเว็บไซต์ ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และ ภาษาเกาหลี

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ทราบถึงกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของเมืองขอนแก่น ประเทศเกาหลีใต้

1.5.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เมืองขอนแก่นได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่ง อาหาร ที่อยู่ในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO)

1.5.3 ทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับเมืองอื่นที่ต้องการเข้าร่วม เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์โดยยึดเมืองขอนแก่นเป็นต้นแบบ

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสิ่งต่าง ๆ โดยเกิดจากความคิด สร้างสรรค์ของมนุษย์

1.6.2 เมืองสร้างสรรค์ หมายถึง พื้นที่เมืองที่ยอมรับในความแตกต่างหลากหลาย และมีความ พร้อมสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงเอื้อต่อการทำงานในเชิงสร้างสรรค์

บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สารนิพนธ์เรื่องกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมืองขอนแก่น ประเทศ
เกาหลีใต้ ได้ใช้กรอบความคิดที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วน ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อภิสิทธิ์ ไส้ตู่รุโกล (2552) เขียนบทความเรื่อง “ความคิดสร้างสรรค์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ”
กล่าวถึง แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า ในหลายประเทศ สหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศยุโรป และ
ออสเตรเลีย ซึ่งเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจ ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ อันเนื่องมาจากสังคมโลก
ได้ข้ามผ่านยุคสังคมนิยม ความรู้ สู่การเป็นสังคมความคิดสร้างสรรค์ มีบทบาทในการขับเคลื่อนธุรกิจ
และเศรษฐกิจโลก ทั้งยังบรรจุเป็นนโยบายสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งยังให้
ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่ความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นตาม
สัญชาตญาณพื้นฐานหรือพฤติกรรม หากแต่ต้องมีจุดมุ่งหมายชัดเจน โดยความคิดสร้างสรรค์ที่มี
จุดมุ่งหมายนี้ย่อมเกิดจากความรู้หลากหลายสาขาที่ผสมผสานกันเกิดเป็นความคิดสร้างสรรค์ใหม่ (new
idea) เพื่อตอบสนองหรือแก้ปัญหาในสิ่งที่ผู้คิดค้นได้คาดหวังไว้ ซึ่งทำให้ความหมายของความคิด
สร้างสรรค์กินขอบเขตที่กว้างขวางยิ่งขึ้น ไม่เฉพาะในเรื่องของงานศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี การ
ออกแบบ แต่ยังรวมไปถึงนวัตกรรมการประดิษฐ์ต่างๆ ดังนั้นเมื่อมวลของความคิดสร้างสรรค์เหล่านี้มี
ขนาดที่ใหญ่พอ ก็สามารถก่อตัวขึ้นเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจอันจะส่งผลถึงการจ้างงาน การ
ปรับกระบวนการผลิต ตลาดของผู้บริโภค จนถึงตัวเลขจีดีพีของประเทศ

ผศ.เสาวภรณ์ กุสุมา ณ อยุธยา (2553) เขียนบทความเรื่อง “Creative Economy ทางเลือก
ใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย” กล่าวถึงความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าอยู่ในขั้นตอนของ
การพัฒนาอย่างต่อเนื่องจึงมีการให้คำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์(Creative Economy) อย่าง
หลากหลายดังนี้

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ให้นิยามว่า เศรษฐกิจ
สร้างสรรค์(Creative Economy) หมายถึงแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบน
พื้นฐานของการใช้องค์ความรู้(Knowledge) การศึกษา(Education) การสร้างสรรค์
งาน(Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา(Intellectual Property) ที่จะเชื่อมโยง

กับพื้นฐานทางวัฒนธรรมตลอดจนการสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่

2. จอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ให้นิยามของ Creative Economy ไว้ว่า “How people make money from idea” หมายถึง การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์
3. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center: TCDC) ให้นิยาม Creative Economy ไว้ว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ สาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries : CI) เป็นกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญ
4. องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา UNCTAD (United Nation Conference on Trade and Development) ได้ให้ความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ว่า “เป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์”

ศักดิ์ชัย เกียรติวนาคินทร์ (2553) เขียนหนังสือเรื่อง “ทุนความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์” กล่าวถึง ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า เป็นแนวคิดที่ว่าพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลก ขึ้นกับพลังสมองในการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ โดยเฉพาะคือ การสร้างสินค้าซึ่งมีนวัตกรรมจากเทคโนโลยีบวกกับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สะสมมา ซึ่งแตกต่างกันของแต่ละสังคม ไม่ขึ้นอยู่กับเครื่องจักร การรักษาต้นทุนให้ต่ำ และทรัพยากรที่ร่อยหรอ คือสินค้า เช่น ศิลปหัตถกรรมและงานฝีมือ เครื่องประดับ เพชรพลอย โบราณสถาน เทศกาลงานพิธี พิพิธภัณฑสถาน ห้างสรรพสินค้า ภาพวาด รูปปั้น ภาพถ่าย การแสดงดนตรี เต้นรำ สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ การออกแบบ แฟชั่น โฆษณา สถาปัตยกรรม ฯลฯ

นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึงคำอธิบายของ องค์กัถัด หรือ การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้า (UNCTAD) ให้นิยาม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าเป็นแนวคิดการพัฒนาบนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้ สร้างงาน และสร้างรายได้จากเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนส่งเสริมความสามานฉันท์ให้เกิดขึ้นในสังคม เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มิติทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมเข้ากับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญาและ

การท่องเที่ยว เป็นรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้ฐานความรู้ดั้งเดิมมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค

ในรายงานของ UNCTAD ยังได้ให้คำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่พูดถึงศักยภาพในการใช้สินทรัพย์ทางความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เอื้อให้เกิดการสร้างรายได้ และเพิ่มยอดการส่งออก ขณะเดียวกันก็ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมทางสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ในปัจจุบันยังไม่มีนิยามที่ชัดเจน และเป็นที่ยอมรับร่วมกัน หากแต่เป็นการปรับใช้ความหมายให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละประเทศ และองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นความหมายในลักษณะองค์รวม ที่เชื่อมโยงกันอย่างมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และเทคโนโลยี โดยนักคิดและองค์กรต่าง ๆ มีความสอดคล้องกันในประเด็น เป็นเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ ที่มุ่งให้ความสำคัญกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ หรือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ เป็นศักยภาพในการใช้สินทรัพย์ทางความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานความรู้ ที่ผสมผสานกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี การออกแบบ รวมไปถึงนวัตกรรมการประดิษฐ์ต่างๆ ซึ่งจะแตกต่างกันออกไปตามแต่ละพื้นที่ ภูมิภาคที่มีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เป็นแนวคิดการพัฒนาบนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม นำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเมืองสร้างสรรค์

2.2.1 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์

จิตตรา มาคะผล (2556) อ้างในวิทยานิพนธ์ “แนวทางการส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ในประเทศไทย” ระบุว่า รูนิช กิตติอำพน (2553) กล่าวถึง แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ว่า เป็นนโยบายในการพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลในหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา และประเทศในกลุ่มยุโรป เป็นการดำเนินนโยบายเพื่อดึงดูดจากที่ต่างๆ ให้เข้ามาอยู่ในเมือง โดยมีแนวความคิดว่าการสร้างบรรยากาศของเมืองให้มีเสน่ห์จะเป็นการดึงดูดคนที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้ามาอยู่ในเมือง ปัจจุบันร้อยละ 64 ของประชากรวัยทำงานมีแนวคิดในการเลือกเมืองก่อนเลือกงาน ในขณะที่เมื่อ 15 ปีก่อนร้อยละ 80 ของคนทำงานเลือกบริษัทหรืองานก่อนเลือกเมือง (รูนิช กิตติอำพน, 2553: 1) ดังนั้น ในการพัฒนาเมืองจึงต้องมีการสร้างสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบของเมืองให้เอื้อต่อการทำงานในเชิงสร้างสรรค์ ส่งเสริมกระบวนการสร้างนักคิดและ

บ่มเพาะให้กลายเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ อันหมายถึงผู้ประกอบการที่สามารถรวบรวมองค์ความรู้ ทักษะ เทคโนโลยี และสุนทรียภาพจากวัฒนธรรมและงานศิลปะ นำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและความแตกต่าง ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้ ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์และมีพื้นที่แสดงออกของกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์ ตลอดจนส่งเสริมสภาพแวดล้อมและกิจกรรมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและการเรียนรู้ ควบคู่ไปกับการเรียนรู้ในระบบการศึกษาปกติ เพื่อบรรลุเป้าหมายการเป็นเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

มนทิณี ยงวิกุล (2553) เขียนบทความเรื่อง “Creative City : เมืองสร้างสรรค์คืออะไร” กล่าวถึงเมืองสร้างสรรค์ว่าเป็นเมืองที่มีพื้นที่และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานในเชิงสร้างสรรค์ การมีปฏิสัมพันธ์และการจัดหาพื้นที่เพื่อการแสดงออกของกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์ และเป็นเมืองที่มีความพร้อมสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเป็นแหล่งรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์จากทั้งในและต่างประเทศที่มาประกอบกิจการและก่อให้เกิดการจ้างงานสร้างรายได้ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับเศรษฐกิจของเมืองและประเทศ เพราะองค์ประกอบหลักของเมืองสร้างสรรค์คือเหล่าผู้ประกอบการสร้างสรรค์หรือนักคิดที่เปรียบเหมือนสินทรัพย์สำคัญของเมืองที่สามารถเคลื่อนที่ไปได้ทั่วโลกที่แสวงหาสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยและประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ ยังได้กล่าวถึงนิยามที่ 'อังก์ถัด' หรือ 'การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและพัฒนา' (UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development) ให้ไว้ใน Creative Economy Report (2008) หมายถึง เมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ๆ และต้องประกอบไปด้วยรากฐานที่ มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนทำงานสร้างสรรค์และมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการลงทุนเพราะความยั่งยืนของสถานที่ในเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ ชาร์ลส์ แลนดรี (Charles Landry) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมเพื่อการฟื้นฟูเมืองและผู้เขียนหนังสือ The Creative City ได้กล่าวไว้ว่า คนและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีส่วนสำคัญที่ทำให้เมืองเป็นพื้นที่ของความคิดสร้างสรรค์และทำให้เกิดพลวัตขึ้นในสังคมเมือง ดังนั้นความเป็นท้องถิ่นที่สื่อสารออกมาทางศิลปะในรูปแบบต่างๆ และกิจกรรมทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นทรัพยากรสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ของแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป และ ริชาร์ด ฟลอริดา ผู้ให้นิยามกลุ่มมวลชนสร้างสรรค์ (Creative Class) กล่าวว่า กลุ่มมวลชนสร้างสรรค์ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญอย่างยิ่ง ด้วยเหตุผลดังกล่าว เมืองต่าง ๆ จึงต้องแข่งขันกันเพื่อดึงดูด รักษาและสร้างกลุ่มมวลชนสร้างสรรค์ด้วยการพัฒนาสภาพแวดล้อมเมือง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกลไกทางธุรกิจที่เอื้อต่อการลงทุนและพัฒนา

ธุรกิจสร้างสรรค์ และให้ความสำคัญกับส่วนที่สำคัญที่สุดคือ การรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและวางแผนทางการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อให้เมืองมีความพร้อมในเชิงเอกลักษณ์และบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย ควบคู่ไปกับการพัฒนาเมืองด้านกายภาพ

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2560) เขียนบทความ “Creative City เรื่องราวของการบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และเมือง” ได้อธิบายไว้ว่า เมืองสร้างสรรค์ ไม่ใช่การปรับปรุงภูมิทัศน์หรือการพัฒนาเมืองในเชิงท่องเที่ยวเพียงด้านเดียว แต่หมายถึงแนวคิดการพัฒนาเมืองที่เอื้อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจจากความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การเป็นแหล่งดึงดูดและเป็นศูนย์รวมของนักคิด ผู้ประกอบการสร้างสรรค์จากทั้งในและต่างประเทศ เพราะนักคิดเหล่านี้เปรียบเหมือนสินทรัพย์สำคัญที่เคลื่อนที่ไปทั่วโลกเพื่อแสวงหาสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยและประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ ดังนั้น หากเรามุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ก็ไม่อาจจะเลยการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) ได้

สัมมนาหัวข้อ “Creative City” รวบรวมองค์ความรู้จากนักพัฒนาเมือง นักสร้างสรรค์ เพื่อถกเถียงข้อสรุปว่าการเป็นเมืองสร้างสรรค์ต้องทำอะไร โดยปัจจัยสำคัญคือลักษณะทางกายภาพ 4 ประการ ได้แก่

1. การเชื่อมโยงผู้คนด้วยเส้นทางสัญจร
2. การเป็นศูนย์รวมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร แหล่งบันเทิง แหล่งความรู้
3. การมีพื้นที่สาธารณะที่ทำให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วม
4. การมีระบบขนส่งสาธารณะที่ดี

นอกจากปัจจัยทางกายภาพแล้ว ความรู้ที่จะพัฒนาเมืองให้มีลักษณะของการผสมผสานระหว่างประวัติศาสตร์และโครงสร้างที่ทันสมัย เพื่อให้ลักษณะทางกายภาพทั้งหมดนี้ มีปฏิสัมพันธ์กันอย่างแท้จริงระหว่าง คน กับ เมือง และการสร้างบรรยากาศของเมืองสร้างสรรค์ให้เป็นเมืองที่ดึงดูดสินทรัพย์เคลื่อนที่ได้เหล่านี้ ต้องมีลักษณะเด่นร่วมกันคือ ความเป็นเมืองที่เปิดกว้างทางความคิด มีสถานที่ที่เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อให้เกิดกระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประกอบธุรกิจในเมืองและผ่านเครือข่ายทั่วโลก พร้อมทั้งการมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์และนักคิดจากแหล่งต่าง ๆ มาแสวงหาแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลงาน การอยู่อาศัยและการประกอบธุรกิจ และลักษณะสำคัญที่จะทำให้เป็นเมืองสร้างสรรค์อีกประการหนึ่งคือ วิสัยทัศน์ผู้นำของเมืองและประเทศ ที่เข้าใจถึงกระบวนการสร้างเมืองที่มีสภาพแวดล้อมเอื้อให้ความคิดสร้างสรรค์ การประกอบธุรกิจและการอยู่

อาศัย รวมถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นฐานของการสร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์

การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ จึงไม่ใช่เรื่องของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่เป็นการพัฒนาเพื่อเกื้อหนุนกันระหว่างเจ้าของพื้นที่ ผู้คนในชุมชน เจ้าของกิจการทั้งนอกและในพื้นที่ ผู้ผลิตสินค้า บริการและนักท่องเที่ยว โดยมีภาครัฐทำหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม ทั้งการคมนาคมขนส่ง ระบบโทรศัพท์คู่สาย ระบบอินเทอร์เน็ต สถานพยาบาล ระบบไปรษณีย์ และการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนและเมืองบนสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยเหล่านี้ จะทำให้เมืองมีแรงดึงดูดและเป็นสถานที่ที่เปิดกว้างสำหรับคนต่างถิ่นให้เข้ามาอาศัยได้อย่างกลมกลืน เป็นเมืองที่มีความสิ้นไหลทางวัฒนธรรม มีความมั่นคงทางสังคมมากพอที่จะก่อให้เกิดความต่อเนื่อง แต่ก็มีหลากหลายที่จะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ

อภิสิทธิ์ ไส้ตู่ได้เขียนบทความ “การสร้างแหล่งเรียนรู้เพื่อการพัฒนาเมือง” อธิบายเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นสถานที่เอื้ออำนวยให้การแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดใหม่ ๆ นำไปสู่นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นสถานที่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ เป็นสถานที่ที่นักคิด และผู้ประกอบการสร้างสรรค์จากต่างประเทศเลือกมาอยู่อาศัยและทำธุรกิจ และกล่าวถึงองค์ประกอบของ เมืองสร้างสรรค์(Creative City) มี 6 ประการ คือ

1. นักคิด และผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/Creative Entrepreneur)
2. สภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปิดกว้าง (Diversity & Open Society)
3. เอกลักษณ์ของเมือง(Cultural Identity)
4. พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility)
5. เครือข่าย(Network & Connectivity)
6. การบริหารจัดการ(Management)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปความหมายของเมืองสร้างสรรค์ได้ว่า เป็นนโยบายในการพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลในหลายประเทศ เป็นเมืองที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ๆ และต้องประกอบไปด้วยรากฐานที่มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นของคนทำงานสร้างสรรค์และมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดการลงทุน เพราะความยั่งยืนของสถานที่ในเชิงวัฒนธรรม พื้นที่และสภาพแวดล้อมต้องเอื้อต่อการทำงานในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนาสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจน

จารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ โดยมีองค์ประกอบสำคัญร่วมกันในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์อยู่ 5 ประการ คือ 1) การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity) 2) การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society) 3) การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการ การสร้างสรรค์ (Talent/Creative Entrepreneur) 4) การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility) 5) การบริหารจัดการเมือง (Management)

2.2.2 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำนครเชียงใหม่ (2557) เขียนบทความ “มหานครเชียงใหม่: Creative City” กล่าวถึง UNESCO ได้ให้คำจำกัดความเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) คือ การร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่น และภาครัฐ ในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจนจารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ การเป็นเมืองสร้างสรรค์นั้น จะต้องมีการสร้างสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมที่เอื้อให้เกิดการสร้างสรรคงาน นอกจากนี้ต้องมีการจัดเตรียมปัจจัยพื้นฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ ตลอดจนนำความหลากหลายทางวัฒนธรรมมาใช้ ในการสร้างสรรค์ผลงาน ดังนั้นแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ จึงเป็นการนำความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ และความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมาผสมผสานกันอย่างลงตัวผ่านการขับเคลื่อนของชุมชนท้องถิ่น และภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการและการวางแผน กฎหมาย เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรมนุษย์ และระบบข้อมูลและองค์ความรู้

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2557) เขียนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพชุมชนวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ตลาดสร้างสุข ชุมชนสร้างสรรค์” กล่าวถึง นิยามเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโกว่า เป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Industry) ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจนจารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยองค์ประกอบสำคัญของเมืองสร้างสรรค์ ได้แก่

1. การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity)

2. การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่
3. การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/Creative Entrepreneur) เพื่อรวบรวมผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผสมผสานวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น เข้ากับเทคโนโลยี วัฒนธรรม และการจัดการด้านธุรกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงานและกำลังซื้อ สินค้าหมุนเวียนเป็นกลไกให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ
4. การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility) โดยจะต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอและมีคุณภาพ ช่วยก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิตนักคิด และธุรกิจสร้างสรรค์
5. การบริหารจัดการเมือง (Management) องค์การของภาครัฐและเอกชนจะต้องมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมือง โดยเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และทำงานประสานกัน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายได้อย่างสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางในการปรับปรุงเมืองเพื่อให้เป็น Creative City โดยการผสมผสานประวัติศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ให้เมืองมีความผสมผสานกัน

MGR Online (2557) เขียนบทความ “ยูเนสโก ยกสามนครแห่งแดนมังกรเป็นเมืองสร้างสรรค์โลก” กล่าวว่าองค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้ตั้งข้อกำหนดของเมืองที่จะได้รับคัดเลือกเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (Creative City Network) ไว้ว่า จะต้องประกอบด้วยกิจกรรมที่จะสร้างความคิดสร้างสรรค์ ผ่านภาพยนตร์ (Cinema) ดนตรี (Music) งานศิลปหัตถกรรม (Crafts and Folk art) อุตสาหกรรมด้านการออกแบบ (Design) งานสื่อศิลปะ (Media Art) งานเขียนและวรรณกรรม (Literature) และศิลปวัฒนธรรมการบริโภค (Gastronomy) (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC, 2553) ซึ่ง UNESCO ได้เปิดตัวเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ตั้งแต่เดือนตุลาคม ปี 2004 จนกระทั่งในปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ทั้งหมด 180 เมือง จาก 72 ประเทศทั่วโลก โดยแบ่งเมืองสร้างสรรค์ออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ 1. เมืองแห่งการออกแบบ 2. เมืองแห่งอาหาร 3. เมืองแห่งภาพยนตร์ 4. เมืองแห่งดนตรี 5. เมืองแห่งสื่อศิลปะ 6. เมืองแห่งวรรณกรรม 7. เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน

ตารางที่ 2.1 : แสดงการคัดเลือกเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ปี 2004 - 2017

ปี (ค.ศ.)	ออกแบบ	อาหาร	ภาพยนตร์	ดนตรี	สื่อศิลปะ	วรรณกรรม	หัตถกรรม และศิลปะ พื้นบ้าน	จำนวน เมืองที่ เข้าร่วม
2004						1	1	2
2005	2	1					1	4
2006	1			2				3
2007								-
2008	3			1	1	2	1	8
2009			1	1			1	3
2010	3	1	1			1	1	7
2011	1	1				1		3
2012	1	1		1		1	1	5
2013		1		1	2	1	2	7
2014	5	3	3	3	5	4	5	28
2015	6	10	3	10	1	9	8	41
2016								-
2017	9	8	5	12	5	8	17	64

จากตารางแสดงให้เห็นว่ามีการเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี 2004 ที่เริ่มก่อตั้งเครือข่าย และมีจำนวนเมืองที่เข้าร่วมทุกปีในสาขาที่ต่างกัน จนกระทั่งปี 2014 เริ่มมีเมืองเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นจาก 7 สาขา 28 เมืองทั่วโลก ปี 2015 มีจำนวน 41 เมืองทั่วโลก และล่าสุดที่มีการคัดเลือกในปี 2017 จำนวน 64 เมืองทั่วโลก ซึ่งมีปี 2007 และ 2016 ไม่มีการคัดเลือกเมืองสร้างสรรค์

การคัดเลือกเมืองเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ปี 2017 มี 64 เมือง จาก 42 ประเทศ ได้รับคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ แบ่งเป็น

เมืองแห่งการออกแบบ 9 เมือง ได้แก่

- Brasilia (Brazil)

- Cape Town (South Africa)
- Dubai (United Arab Emirates)
- Greater Geelong (Australia)
- Istanbul (Turkey)
- Kolding (Denmark)
- Kortrijk (Belgium)
- Mexico City (Mexico)
- Wuhan (China)

เมืองแห่งอาหาร 8 เมือง ได้แก่

- Alba (Italy)
- Buenaventura (Colombia)
- Cochabamba (Bolivia)
- Hatay Metropolitan Municipality (Turkey)
- Macao Special Administrative Region (China)
- Panama City (Panama)
- Paraty (Brazil)
- San Antonio (United States of America)

เมืองแห่งภาพยนตร์ 5 เมือง ได้แก่

- Bristol (United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland)
- Łódź (Poland)
- Qingdao (China)
- Terrassa (Spain)
- Yamagata City (Japan)

เมืองแห่งดนตรี 12 เมือง ได้แก่

- Almaty (Kazakhstan)
- Amarante (Portugal)
- Auckland (New Zealand)
- Brno (Czechia)

- Chennai (India)
- Daegu Metropolitan City (Republic of Korea)
- Frutillar (Chile)
- Kansas City (United States of America)
- Morelia (Mexico)
- Norrköping (Sweden)
- Pesaro (Italy)
- Praia (Cabo Verde)

เมืองแห่งสื่อศิลปะ 5 เมือง ได้แก่

- Braga (Portugal)
- Changsha (China)
- Guadalajara (Mexico)
- Košice (Slovakia)
- Toronto (Canada)

เมืองแห่งวรรณกรรม 8 เมือง ได้แก่

- Bucheon (Republic of Korea)
- Durban (South Africa)
- Lillehammer (Norway)
- Manchester (United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland)
- Milan (Italy)
- Québec City (Canada)
- Seattle (United States of America)
- Utrecht (Netherlands)

เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน 17 เมือง ได้แก่

- Baguio City (Philippines)
- Barcelos (Portugal)
- Cairo (Egypt)
- Carrara (Italy)

- Chiang Mai (Thailand)
- Chordeleg (Ecuador)
- Gabrovo (Bulgaria)
- oão Pessoa (Brazil)
- Kütahya (Turkey)
- Limoges (France)
- Madaba (Jordan)
- Ouagadougou (Burkina Faso)
- Porto-Novo (Benin)
- Sheki (Azerbaijan)
- Sokodé (Togo)
- Tétouan (Morocco)
- Tunis (Tunisia)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้ว่า เป็นการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจนจารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีใหม่ สมัยใหม่ เพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ต้องมีการจัดเตรียมปัจจัยพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ เป็นการนำเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของแต่ละพื้นที่มาผสมผสานกันอย่างลงตัวผ่านการขับเคลื่อนของชุมชนท้องถิ่น และภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการและการวางแผน กฎหมาย เทคโนโลยีและสิ่งแวดลอม ทรัพยากรมนุษย์ และระบบข้อมูลและองค์ความรู้ โดยองค์การยูเนสโก แบ่งเมืองสร้างสรรค์ออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ 1. เมืองแห่งการออกแบบ 2. เมืองแห่งอาหาร 3. เมืองแห่งภาพยนตร์ 4. เมืองแห่งดนตรี 5. เมืองแห่งสื่อศิลปะ 6. เมืองแห่งวรรณกรรม 7. เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน

2.3 เมืองซอนจู

2.3.1 ที่ตั้ง ลักษณะทางกายภาพ สังคม วัฒนธรรม และอาหารของเมืองซอนจู

Kim Seung-Su (2017) เขียนบทความ “UNESCO Creative City of Gastronomy 2012 – 2017 Monitoring Report Jeonju” กล่าวถึงลักษณะทางกายภาพ และที่ตั้งของเมืองซอนจู มีพื้นที่ 206 ตารางกิโลเมตร และมีประชากร 640,000 คน ตั้งอยู่ทางศูนย์กลางของชายฝั่งตะวันออก (ละติจูดที่ 35 องศาเหนือ ลองจิจูดที่ 127 องศาตะวันออก) พื้นที่ส่วนมากเป็นเขาและที่ราบ ศูนย์กลางเมืองซอนจูเป็นที่ลุ่มน้ำและทางทิศตะวันออกของเมืองล้อมรอบด้วยภูเขา ส่วนทางทิศตะวันตกของเมืองเป็นพื้นที่เกษตรกรรมขนาดใหญ่ ทิศเหนือและทิศใต้บางส่วนเป็นทางน้ำผ่านจากคลองซอนจูซอน ซึ่งไหลผ่านเมืองและใช้เป็นพื้นที่โล่ง นอกจากนี้เมืองซอนจูยังเป็นศูนย์กลางของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม การเมือง และการศึกษาในท้องถิ่นที่รวมเมืองกันซาน ซึ่งเป็นเมืองการค้าทางทะเลที่อยู่ใกล้เคียงกัน และอีกซาน เมืองยุทธศาสตร์การขนส่งทางบกของเกาหลีใต้ และเมืองซอนจูยังตั้งอยู่ในเขตมรสุมเขตร้อน มีฤดูกาลที่แตกต่างกัน 4 ฤดูกาล จึงแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ได้ชัดเจนกว่าพื้นที่อื่น

Jeonju Municipal Government Republic of Korea เขียนบทความเรื่อง “Jeonju Application to join the UNESCO Creative Cities Network” กล่าวว่าเมืองซอนจู เป็นเมืองที่ล้อมรอบด้วยเทือกเขาและเนินเขาไปทางทิศตะวันออก ทิศตะวันตกและทิศใต้ ในขณะที่พื้นที่ภาคเหนืออยู่ติดกับลุ่มน้ำที่เชื่อมต่อกับที่ราบ มีเส้นทางน้ำคือ คลองซอนจูซอนและคลองซัมซอน เป็นลำธารหลักเข้าไปยังเมือง มีถนนเส้นหลัก 5 แห่งและถนนย่อย 2 แห่งซึ่งเชื่อมต่อกัน มีทางด่วนที่เชื่อมโยงไปยังเมืองอื่น ๆ ผ่านซอนจู นอกจากนี้ยังมีเส้นทางรถไฟสาย ซอนลา (Jeolla) ปัจจุบันผ่านเมืองและจะเชื่อมต่อกับรถไฟ KTX (Korea Train Express) ในปี 2011 ในเวลาเดียวกันสนามบินกันซาน (Gunsan) ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับเมืองซอนจู มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสามารถเดินทางไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศได้ ซอนจูได้หันมาพัฒนาถนนสำหรับคนเดินเท้าและสร้างพื้นที่ในเมืองที่ผู้คนสามารถเพลิดเพลินกับชีวิตในเมืองได้อย่างปลอดภัย คือถนนหมู่บ้านซอนจูฮันอก (Jeonju Hanok Village) ความพยายามดังกล่าวในการสร้างถนนที่เป็นมิตรกับคนเดินเท้าซึ่งเริ่มต้นด้วยเส้นทางนี้ กำลังแพร่หลายไปยังส่วนอื่น ๆ ของเมืองซอนจู

โครงสร้างของพื้นที่ในเมืองซอนจู ปัจจุบันแบ่งออกเป็น 5 เขต คือ เขตเมืองเก่าที่อยู่ใจกลางเมือง ซึ่งมีป้อมปราการและซากโบราณทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ เขตพื้นที่อุตสาหกรรมทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ เขตเมืองใหม่ทางทิศตะวันตก เขตพื้นที่สีเขียวในเขตเมือง และเขตเกษตรกรรมในภาคใต้และภาคเหนือ โดยใช้ลักษณะของถนนหมู่บ้านซอนจูฮันอกเป็นตัวแบ่งเขตพื้นที่

Korea Thailand Communication Center (2553) เขียนหนังสือเรื่อง “South Korea – เกาหลีใต้” กล่าวถึงเมืองซอนจูว่ามีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 1,000 ปี ซอนจูเป็นเมืองต้นกำเนิดราชวงศ์โชซอนและยังเป็นเมืองหลวงสุดท้ายของอาณาจักรแพ็กเจ ถือเป็นเมืองศูนย์กลางด้านวัฒนธรรมในสมัยราชวงศ์โชซอน ทั้งประเพณี ศิลปะ จารีตปฏิบัติ รวมถึงอาหารพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อของซอนจู คือ บิบิมบัม (Bibimbap) และในเมืองซอนจูยังมีหมู่บ้านดั้งเดิมหลายแห่งที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ อย่างเช่น หมู่บ้านซอนจู หรือหมู่บ้านพื้นเมืองแบบเกาหลี (Jeonju Hanok) หมู่บ้านซอสพริก (The Traditional Gochujang Folk Village) และมีศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมพื้นบ้านซอนจู (Jeonju Traditional Culture Center) และ Creative Cities Network (2012) กล่าวว่าเมืองซอนจูเป็นที่รู้จักในชื่อเมืองแห่งรสชาติ เป็นเมืองเพื่อการทำอาหารและอุตสาหกรรมอาหาร ด้วยประเพณีการปลูกข้าวบนที่ราบฮันัม ที่มีมาอย่างยาวนาน ปลาและเกลือจากทะเลเหลือง ผักสดและป่าเขียวชอุ่มจากภูเขา ซอนจูถูกจดจำในด้านวัฒนธรรมอาหารเกาหลีแบบดั้งเดิมที่มีคุณภาพ และได้พยายามอย่างต่อเนื่องเพื่อปกป้องวัฒนธรรมอาหารและพัฒนาด้านการทำอาหารไปด้วย

Jeonju Municipal Government Republic of Korea เขียนบทความเรื่อง “Jeonju Application to join the UNESCO Creative Cities Network” ได้กล่าวถึงอาหารแบบดั้งเดิมของเมืองซอนจู ว่ามีพัฒนา การใกล้เคียงกับอาหารที่ทำจากบ้าน มีคุณภาพดีเหมือนกับอาหารที่ทำด้วยตัวเอง สร้างสรรค์อาหารขึ้นมาตามวัตถุดิบที่มีอยู่สามารถหาได้ รสชาติดั้งเดิมของอาหารซอนจูได้รับความสนใจและความนิยมอย่างมากจากชาวเกาหลีเอง และจุดประสงค์หลักในศตวรรษที่ 21 นี้จะให้ความสนใจเกี่ยวกับ สุขภาพ ชีวิต สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ความสนใจเกี่ยวกับ “อาหารที่จริงจัง” ที่ซอนจูได้พัฒนาขึ้นเป็นศูนย์กลางเครือข่ายวัฒนธรรมอาหารแบบดั้งเดิม โดยมีข้าว ถั่ว อาหารหมักสวิตติและอาหารหมักเป็นพื้นฐาน ใช้วัตถุดิบที่ผลิตในภูมิภาค นอกจากนี้ ดนตรีและงานฝีมือแบบดั้งเดิมของเมืองซอนจูก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกับวัฒนธรรมด้านอาหาร ดังนั้น การสนับสนุนในด้านการพัฒนาวัฒนธรรมอาหาร เมืองซอนจูจึงนำเสนออาหารพื้นเมืองและจัดโปรแกรมทำอาหารในมหาวิทยาลัย โรงเรียนมัธยมปลาย และสถาบันเอกชน เมืองซอนจูยังสร้างสถาบันการทำอาหารสร้างสรรค์ของเกาหลี (the Creative Culinary Institute of Korea) และ (Bibimbap Globalization Foundation) ผ่านความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ เมืองซอนจูยังมีโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยให้เมืองสามารถเป็นเจ้าภาพจัดเทศกาลอาหารได้ อย่าง Jeonju Bibimbap Festival และ International Fermented Food Expo เป็นการนำวัฒนธรรมอาหารเกาหลีดั้งเดิมสู่สากลโลก ในขณะที่ยังสร้างแบบจำลองการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับอุตสาหกรรมอาหารในศตวรรษที่ 21 ด้วย ใน

ฐานะที่เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารของยูเนสโก ขอนจู่จะพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารไปพร้อมกับเมืองอื่น ๆ ทั่วโลกที่ได้รับการยอมรับให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารด้วยกัน ตลอดจนการเป็นหุ้นส่วนที่ยั่งยืนและการทำงานร่วมกันบนพื้นฐานมรดกวัฒนธรรมที่หลากหลายในอาหารแบบดั้งเดิม

Mimsie Ladner (2017) เขียนบทความ “10 Reasons Jeonju is the Food Capital of South Korea” กล่าวว่าคนเกาหลีมีคำพูดที่ว่า “รับประทานอาหารครั้งหนึ่งในซอนจูแล้วคุณจะติดมันเป็นนิสัยในชีวิต” ขอนจู่ เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านอาหารและอุตสาหกรรมอาหาร มีกาพัฒนาไปสู่เมืองหลวงทางด้านอาหารของเกาหลีใต้เป็นเวลาหลายปี โดย Jeonju, UNESCO City of Gastronomy (2012) เขียนเกี่ยวกับอาหารที่ซอนจู่แนะนำเสนอมีด้วยกัน 4 อย่างคือ

1. ขอนจูบิบบิมบับ (Jeonju Bibimbap)

เป็นอาหารที่มีมาตั้งแต่สมัยประวัติศาสตร์ นิยมทานตั้งแต่ชนชั้นล่างจนถึงชนชั้นสูง มีส่วนประกอบมากกว่า 30 ชนิด โดยมีข้าวเป็นส่วนประกอบหลัก ด้านบนจะราดด้วย ถั่ว ถั่วงอก ไข่ หรือส่วนประกอบตามฤดูกาลที่สามารถหาได้ในพื้นที่ เช่น งา กระเทียม ผักโขม พริกไทย เห็ด หัวไชเท้า แดงกวา ฟักทอง แครอท เกาลัด ลูกแพร์ มีรสชาติและสารอาหารครบตามโภชนาการ จึงเป็นอาหารขึ้นชื่อของเมืองซอนจู่



ภาพที่ 2.1 Jeonju Bibimbap

ที่มา www.jeonjucity.kr

2. ซุปถั่วงอกกับข้าว (Bean Sprout Soup with Rice)

เป็นอาหารที่คนในเมืองซอนจูนิยมรับประทาน ช่วยรักษาอาการเมาค้างได้ นอกจากนี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของเมืองซอนจูในยามอดอยาก ถั่วงอกจึงนำมาประกอบอาหารในลักษณะของซุป และพัฒนาใส่ส่วนประกอบต่าง ๆ มากขึ้น ถั่วงอกที่ใช้ในงานอาหารนี้มักเป็นถั่วงอกที่ปลูกเองในพื้นที่ซอนจู



ภาพที่ 2.2 Bean Sprout Soup with Rice

ที่มา www.jeonjucity.kr

3. ดอลซอทบัป (Dolsotbap)

ดอลซอทบัป คือ บิบิมบัปในหม้อหิน โดยมีคำกล่าวที่ว่า ข้าวและโจ๊กจะมีรสชาติดีเมื่อรับประทานในหม้อหิน ซึ่งเป็นวิถีพื้นบ้านของคนสมัยก่อนเพื่อรักษารสชาติอาหารและคงความร้อนให้บิบิมบัปสามารถเก็บไว้ได้นาน และเพิ่มส่วนประกอบอย่างข้าวบาร์เลย์ เกาลัด ถั่วงอก และโสมเข้าไป สำหรับอาหารของกษัตริย์



ภาพที่ 2.3 Dolsotbap

ที่มา www.menupan.com

4. ฮันจองซิก (Hanjeongsik)

ฮันจองซิก เป็นการเรียกอาหารชุดตั้งโต๊ะที่มีหลายชนิด ในสมัยก่อน ฮันจองซิก ใช้แสดงถึงฐานะและอำนาจ แต่ปัจจุบันได้รับความนิยมในบ้านท้องถิ่นอยู่ในการรับประทานอาหารเป็นครอบครัวที่บ้าน องค์ประกอบหลักของฮันจองซิก ได้แก่ ผักดอง ปูดอง เครื่องเคียงแห้ง อาหารปิ้งย่าง แกง อาหารนึ่ง ผักสด เนื้อต้มหั่นบาง ๆ ปลาดิบ และส่วนประกอบที่สามารถหาได้ตามฤดูกาล มักจะวางอาหารมากกว่า 14 ชนิด แบ่งเป็นถ้วยเล็ก ๆ



ภาพที่ 2.4 Hanjeongsik
ที่มา www.jeonjucity.kr

2.3.2 นโยบายที่นำไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ของเมืองซอนจู

The Korea Economic Institute of America (2015) เขียนบทความ “KOREA’S ECONOMY VOLUME 30” กล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจในเกาหลีใต้ ตั้งแต่สมัย ประธานาธิบดี พัคกึนฮยเย ประการแรก ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1990 รัฐบาลท้องถิ่นมีการดำเนินการเพื่อสร้างเมืองสร้างสรรค์ สนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สำคัญ อย่างวัฒนธรรมและศิลปะของแต่ละภูมิภาคที่มีอยู่ ความคิดสร้างสรรค์เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปจากทั่วโลก ตามแนวคิด เมืองสร้างสรรค์ขององค์กรยูเนสโก

รัฐบาลเกาหลีใต้สนับสนุนอุตสาหกรรมโดยผ่านทางรัฐบาลท้องถิ่น ซึ่งแบ่งเป็นนโยบายทางวัฒนธรรมและนโยบายทางอุตสาหกรรม นโยบายทางวัฒนธรรม มุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้คนด้วยวัฒนธรรมดั้งเดิมและศิลปะ รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง และเพิ่มการบริโภคสินค้า

โดยการฝึกอบรมความ สามารถเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลาย รวมถึงการจัดโครงสร้างทางวัฒนธรรม ศาสนา โครงการหลักของแนวทางนโยบายวัฒนธรรมคือ โครงการสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เอเชีย ที่ประธานาธิบดี โรมุนฮยุน ให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศและรูปแบบเมืองในอนาคต

มีการอภิปรายการขยายตัวของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี 2009 ผ่านเครือข่ายการ วิจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเกาหลี (Korea Creative Economy Research Network) ซึ่งเปิดตัว กับสมาคมธุรกิจร่วมทุนของเกาหลี นำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้เศรษฐกิจและประเทศเกาหลีได้ เข้าสู่ชั้นนำ และได้บังคับใช้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างความรู้และ เทคโนโลยีการผลิตแบบเดิมร่วมกับวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาค เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นนโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติในสมัยของประธานาธิบดี พัคกึนฮเย

ชี้ให้เห็นว่าสังคมแห่งความสร้างสรรค์เป็นกระบวนทัศน์ของสังคมที่มุ่งเน้นข้อมูล จุดประสงค์ แรกของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเป็นเครื่องมือสร้างความเจริญเติบโตรูปแบบใหม่เพื่อให้คุ้มค่า บทบาทของกิจกรรมสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์, อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และเมืองสร้างสรรค์จึง ได้รับการยอมรับแต่ถูกใช้อย่างกว้างขวางทั่วโลก เกาหลีใต้ได้ใช้อย่างแพร่หลายในการพัฒนาภูมิภาค และอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ต่าง ๆ เช่น โซลและปูซาน ได้ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อนำเสนอ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึง อินซอน โซล ขอนจู ก็ได้รับเลือกให้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ขององค์กร UNESCO ตั้งแต่ปี 2004 ซึ่งแต่ละเมืองได้รับเลือกโดยสาขาที่แตกต่างกัน

กองงบประมาณการวางแผนเมืองและการประสานงานของเมืองจอนจู (전주시 기획조정국 기획예산과) (2016) เขียนบทความ “전주 경제발전 10 년 플랜” กล่าวถึง เมืองจอนจูว่า มีการทำแผนการพัฒนาเมืองระยะยาว ปี 2008 – 2020 โดยมีวิสัยทัศน์ พัฒนาฐาน อุตสาหกรรมท้องถิ่น การส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิม และการพัฒนาสภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมี 8 งานเชิงกลยุทธ์และ 2 งานสนับสนุนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแผนการพัฒนา

- โครงสร้างของพื้นที่ : สร้างสมดุลการพัฒนาพื้นที่ว่างของแผนการพัฒนาเมือง
- เศรษฐกิจอุตสาหกรรม : เมืองอุตสาหกรรมใหม่แห่งการเติบโตและการจ้างงาน
- วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวศิลปะ : เป็นเมืองวัฒนธรรมที่ทันสมัยและดั้งเดิม
- สวัสดิการสังคม : สร้างให้เป็นเมืองด้านการศึกษาที่สร้างอนาคต
- สิ่งแวดล้อมสีเขียวกับระบบนิเวศน์ : เมืองนิเวศวิทยาที่ยั่งยืน
- ฐานการพัฒนาเมือง : พัฒนาให้พื้นที่ว่างเป็นเมืองศูนย์กลาง
- การคมนาคมขนส่ง : การคมนาคมสะดวกและปลอดภัยทั่วเมือง
- การออกแบบเมือง : เมืองสวยงามและมีเอกลักษณ์

- การบริหาร : ดำเนินการบริหารที่มีการรับประกันความพอใจของผู้เยี่ยมชมและผู้ที่มีส่วนร่วม
- การเงิน : การดำเนินงานทางการเงินที่ดีและมีประสิทธิภาพ

Kim Seung-Su (2017) เขียนบทความ “UNESCO Creative City of Gastronomy 2012 – 2017 Monitoring Report Jeonju” กล่าวถึงโครงการริเริ่มสำคัญที่ดำเนินการในระดับท้องถิ่นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของ UCCN เมืองซอนจูได้ทำโครงการมากกว่า 10 โครงการตลอด 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นงบประมาณกว่า 301 ล้านวอน 1) ภาครัฐและเอกชนได้ดำเนินการคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้คำแนะนำและประเมินกลยุทธ์ในการดำเนินงานสู่เมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารของเมืองซอนจู 2) เพื่อยกย่องวัฒนธรรมและประเพณีของเมืองซอนจู นอกจากนี้ยังได้ลงทุนในโครงการด้านการศึกษาที่สืบทอดและพัฒนาด้านการทำอาหารของเมืองซอนจู 3) เป็นเจ้าภาพจัดงานเทศกาลอาหารนานาชาติ และพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน เช่น Jeonju Bibimbap Festival และ International Expo for Fermented Foods นอกจากนี้ ยังมีโครงการสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสุขภาพของคนในชุมชนและการบริโภคในท้องถิ่น เช่น Internationalization of bibimbap and Korean cuisine side dish cluster programme

การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเมืองซอนจูกับเวทีระหว่างประเทศ ได้เซ็นต์สัญญาข้อตกลง ซึ่งมีมากกว่า 10 ฉบับและกำลังดำเนินโครงการร่วมกันระหว่างประเทศ แผน the Forthcoming Mid-term Period of Four Years ขอนจูวางแผนงบประมาณไว้ 50 พันล้านวอนเพื่อบรรลุเป้าหมายของเครือข่ายในระดับท้องถิ่นประกอบไปด้วย 1) สร้างที่เก็บอาหารของเมืองซอนจู 2) พัฒนาร้านอาหารสร้างสรรค์โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่มีความชำนาญด้านอาหารพื้นเมือง 3) สร้างโครงการเพื่ออนุรักษ์เมืองเก่าและอุปกรณ์บนโต๊ะอาหาร นอกเหนือจากการบรรลุเป้าหมายของเครือข่ายในระดับนานาชาติแล้ว เมืองซอนจูยังได้วางแผน 3 อย่างคือ 1) เพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารกับหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน 2) ทำงานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารกับวัฒนธรรมในเส้นทางสายไหม 3) จัดการฝึกงานและแลกเปลี่ยนกับโรงเรียนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหารทั่วโลก และทำเว็บไซต์สำหรับเมืองซอนจูที่เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารขององค์กรยูเนสโก (UNESCO) เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับเมืองซอนจู

- เป็นเจ้าภาพในการดำเนินงานหรือร่วมการประชุมเฉพาะของ UCCN

2012 ลงนาม MOU ระหว่างกลุ่มประชาสังคมเกาหลี จีน และ ญี่ปุ่น(9 ตุลาคม 2012)

2013 จัดตั้งถนนวัฒนธรรมอาหาร(Food Culture Street) (27 กุมภาพันธ์ 2013)

- เข้าร่วมการประชุมวิชาการนานาชาติเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารขององค์การยูเนสโก (25 ตุลาคม 2013)
- 2015 ดำเนินกลุ่มที่ปรึกษาด้านเมืองสร้างสรรค์ในเกาหลี 5 เมืองขององค์การยูเนสโก (25 พฤศจิกายน 2015)
- 2016 ดำเนินกลุ่มที่ปรึกษาด้านเมืองสร้างสรรค์ในเกาหลีเป็น 6 เมืองขององค์การยูเนสโก (19 ตุลาคม 2016)
- 2017 คำเชิญเข้าร่วมเมืองสร้างสรรค์ในเอเชียขององค์การยูเนสโกเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้าน (26-29 ตุลาคม 2017)
- การประชุมระหว่างประเทศและการประชุมที่มีประเด็นเฉพาะเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์กับสมาชิกในเครือข่าย
- 2013 เป็นเจ้าภาพการประชุมวิชาการนานาชาติของเมืองซอนจู เกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร (25 ตุลาคม 2013)
- ผู้เข้าร่วม: เฉิงตู คานาซาวะ และ กรุงเทพฯ
- 2016 เข้าร่วมการประชุมวิชาการนานาชาติเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารขององค์การยูเนสโก (19-21 ตุลาคม 2016)
- ผู้เข้าร่วม: ตัวแทน 150 คนจากเมืองสร้างสรรค์ 30 เมืองใน 12 ประเทศ และเจ้าหน้าที่องค์การยูเนสโก
- การปฏิบัติงานของเมืองสร้างสรรค์ในเกาหลีและ MOUs
- ดำเนินการเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารและประชุมระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์ในท้องถิ่น
- 2017 รางวัล Jeonju World Slow Forum & Slow Award (1-3 พฤศจิกายน 2017)
- มีผู้เชี่ยวชาญ 20 คนจาก 9 ประเทศรวมทั้ง อังกฤษ เยอรมนี โปแลนด์ อิตาลี สเปน ไต้หวัน เกาหลี และ ญี่ปุ่น ได้รับคำเชิญเข้าร่วมการอภิปรายหัวข้อต่าง ๆ และรับรางวัล Slow Award

Tan Chui Hua (2018) เขียนบทความ “Transforming cities through cultural development” กล่าวถึงเมืองซอนจูว่าเป็นเมืองที่ประสบความสำเร็จในการสืบทอดวัฒนธรรมของตนในการพัฒนาเมือง เป็นศูนย์กลางด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่สำคัญแห่งหนึ่งของเกาหลีใต้ ความน่าดึงดูดใจและเอกลักษณ์ของเมืองเป็นผลมาจากการผสมผสานประเพณีกับความทันสมัย ได้รับการยกย่องว่าเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารในปี 2012 ซอนจูผลักดันนวัตกรรมในภาคการทำอาหารด้วย

การร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอาหารเกาหลีดั้งเดิมและอาหารขอมงานเทศกาลอาหารและองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการรักษาและส่งเสริมความรู้ด้านการทำอาหาร

Cheng Xiaomin (2017) เขียนงานวิจัยเรื่อง “City of Gastronomy of UNESCO Creative Cities Network: From International Criteria to Local Practice” ได้กล่าวว่า เกาหลีได้มีการจัดตั้งระบบการรับรองอาหารและศิลปะการทำอาหารคือ องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ (The Korean Tourism Organization) เพิ่มระบบการรับรองใหม่เป็นที่รู้จักอย่างทางการว่า the Accreditation System for Royal Cuisine Dining Experience มีเป้าหมายเพื่อกำหนดมาตรฐานการบริการร้านอาหารและการรับประทานอาหาร สถาบันอาหารเกาหลี (the Korean Food Foundation) ก่อตั้งในปี 2010 ด้วยทุนสนับสนุน 700 ล้านบาท โดยมีจุดประสงค์หลักคือการส่งเสริมอาหารเกาหลีนอกพรมแดน สถาบันช่วยสนับสนุนโครงการต่าง ๆ รวมถึงการออกหนังสือรับรองของรัฐให้แก่ร้านอาหารเกาหลีในต่างประเทศที่มีมาตรฐานตามหลักสูตรการฝึกอบรมพ่อครัว และให้คำแนะนำแก่ร้านอาหาร และมีการวิจัยในการพัฒนาอาหารและศิลปะการทำอาหารใหม่ ๆ

Cheng Xiaomin ยังกล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาเมืองให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารไว้ด้วยกัน 8 ประการ ที่กำหนดโดยเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO) คือ

1. เป็นเมืองศูนย์กลางที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านอาหารในระดับสูง
2. มีร้านอาหารและพ่อครัวพื้นเมืองในพื้นที่จำนวนมาก
3. มีการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและดั้งเดิมในการปรุงอาหาร
4. มีการใช้เคล็ดลับและเทคนิคในการปรุงอาหารแบบดั้งเดิม แม้ว่าจะมีความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
5. เป็นเมืองที่มีการผลิตอาหารท้องถิ่นและมีตลาดอาหารท้องถิ่นรองรับ
6. เป็นเมืองที่มีการจัดเทศกาลอาหาร การแข่งขันด้านโภชนาการ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
7. มีการส่งเสริมและกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของอาหารท้องถิ่นเป็นอย่างมาก
8. มีการส่งเสริมและการเรียนการสอนทำอาหารท้องถิ่นในสถาบันการศึกษา

Jeonju Municipal Government Republic of Korea เขียนบทความเรื่อง “ Jeonju Application to join the UNESCO Creative Cities Network” ขอมจุสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อ

พัฒนาวัฒนธรรมดั้งเดิมที่หลากหลายของภูมิภาค ซึ่งแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมด้านอาหารที่เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีแผนงานที่เป็นระบบกำหนดมาตรฐานและการนำเสนออาหารแบบดั้งเดิม ซึ่งกำลังขยายออกไปอย่างกว้างขวาง ในขณะเดียวกัน ก็พยายามรักษาทรัพยากรมนุษย์ เช่น สถาบันการศึกษาต่าง ๆ เปิดสาขาเกี่ยวกับการทำอาหาร เพื่อผลิตเชฟมืออาชีพและมีความสนใจในการเพิ่มจำนวนนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารที่ศึกษาเกี่ยวกับอาหารแบบดั้งเดิม ขอนจูงยังได้สร้างความร่วมมือด้านการสร้างสรรค์ต่าง ๆ กับรัฐบาลกลาง รวมถึงการวิจัยในห้องปฏิบัติการและสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอาหารแบบดั้งเดิม การร่วมมือกับรัฐบาลกลางของเมืองขอนแก่นทำให้มีโปรแกรมการฝึกอบรมโดยเฉพาะด้านอาหารเกาหลีและหลักสูตรเร่งรัดสำหรับ Han Style ขึ้น และยังร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ให้ความสำคัญกับโครงการต่าง ๆ ขอนจูงยังมีความพยายามอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาพื้นที่อื่น ๆ นอกเหนือจากอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งอัตราส่วนแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมืองขอนแก่น สูงกว่าเมืองอื่นในเกาหลีใต้ เป็นผลมาจากการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวัฒนธรรมอาหารชีวภาพและอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง เป็นอุตสาหกรรมหลักที่ขอนแก่นกำลังพยายามจะพัฒนาร่วมกับอุตสาหกรรมอาหาร

2.4 บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง **กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมืองขอนแก่น ประเทศเกาหลีใต้** ได้ปรากฏบทความงานวิจัย ดังนี้

แนวทางการส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ในประเทศไทย โดย จิตตรา มาคะผล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบชุมชนสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบชุมชนสร้างสรรค์ในประเทศไทย มีดังนี้ 1) ด้านทุนมนุษย์ ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสร้างสรรค์ นวัตกรรม ผู้นำชุมชน และการเรียนรู้ 2) ด้านทุนสังคม ได้แก่ การอดทนต่อความคิดและวัฒนธรรมที่แตกต่าง จิตสำนึกชุมชน ความไว้วางใจ การมีส่วนร่วม และเครือข่ายชุมชน 3) ด้านทุนวัฒนธรรม ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม การสืบทอดวัฒนธรรม พื้นที่วัฒนธรรม และการสร้างคุณค่าและมูลค่าทางวัฒนธรรม และ 4) ด้านทุนทรัพยากร ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรเทคโนโลยี และการบริหารจัดการทรัพยากร แนวทางการส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ในประเทศไทย ด้านทุนมนุษย์ ควรส่งเสริมการสืบค้น สืบทอดและต่อยอดภูมิปัญญา ให้ชาว บ้านมีความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมจากภูมิปัญญา คำหาและบ่มเพาะผู้นำชุมชน ด้านทุนสังคม ส่งเสริมการจัดการความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์ ให้มีสำนึกรักบ้านเกิด มีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างสรรค์ชุมชน ด้านทุนวัฒนธรรม ส่งเสริมการสร้างและสืบสานอัตลักษณ์ของชุมชน พื้นที่สร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรม

ในชุมชน และการนำอัตลักษณ์ที่โดดเด่นมาเพิ่มมูลค่า ด้านทุนทรัพยากร ส่งเสริมให้เห็นคุณค่าและอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติ การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสร้างนวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และส่งเสริมให้ชุมชนจัดการตนเอง

บทบาทของตลาดนัดจตุจักรกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ โดย พจน์มาศ ไชยสุระภวัฒน์ ซึ่งวิเคราะห์หาปัจจัยที่เอื้อต่อการดำรงบทบาทของตลาดนัดจตุจักรที่ส่งเสริมต่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) โดยใช้วิธีการสำรวจแบบไม่มีส่วนร่วม และข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์บริเวณพื้นที่ตลาดนัดจตุจักรทั้งภายในและบริเวณโดยรอบ ผลจากงานวิจัยแสดงให้เห็นถึงการมีลักษณะของนิเวศน์แห่งความสร้างสรรค์เกิดขึ้นในพื้นที่ตลาดนัดจตุจักร ไม่ว่าจะเป็น ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง การเรียนรู้ และการปรับตัว ซึ่งนำไปสู่การดำรงบทบาทเหมือนเช่นเดียวกับสถานบริการทางวัฒนธรรม ในแง่ของการสร้างให้ผู้คนเกิดความคิดสร้างสรรค์ เป็นพื้นที่สำหรับทุกคน และเป็นพื้นที่แสดงความเป็นปัจเจก

กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา เมืองเชียงใหม่ สาธารณรัฐประชาชนจีน โดย พิชาพัชร สัตยารักษ์ โดยศึกษาผ่านองค์ประกอบการเป็นเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) 1) การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity) 2) การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society) 3) การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/ Creative Entrepreneur) 4) การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility) 5) การบริหารจัดการเมือง (Management) ผลการศึกษาพบว่า รัฐบาลเชียงใหม่ประสบความสำเร็จในการเป็นเมืองสร้างสรรค์อย่างมาก โดยเริ่มต้นจากการระดมเงินลงทุนจากภายในประเทศ อีกทั้งยังส่งเสริมการพัฒนาเมืองในด้านต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม จึงส่งผลให้เมืองเชียงใหม่ได้รับเลือกให้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก ในเดือนกุมภาพันธ์ปี 2010 และในอนาคตรัฐบาลเชียงใหม่ยังคงส่งเสริมอุตสาหกรรมทางความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เมืองสร้างสรรค์สามารถดำรงอยู่และเป็นรากฐานทางเศรษฐกิจที่มั่นคงต่อไป

กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาเมืองเฉิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน โดย อมราพร ธนพิเชษฐ์ ได้ทำการศึกษาผ่านองค์ประกอบของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ และหลักการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ 5 ข้อ ที่องค์การ UNESCO ได้กล่าวไว้ ได้แก่ 1) การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity) 2) การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society) 3) การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/ Creative Entrepreneur) 4) การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility) 5)

การบริหารจัดการเมือง (Management) ตลอดจนศึกษาดารา ข้อมูล และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ จากการศึกษาพบว่า เมืองเฉิงตูนั้น มีความหมายตรงตามนิยามของ เมืองสร้างสรรค์ และมีกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เป็นไปตามองค์ประกอบทั้ง 5 ข้อโดย สมบูรณ์ ซึ่งเป็นผลจากการผลักดันขององค์กรภาครัฐและเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึง ส่งผลให้เกิดปัจจัยที่ทำให้เมืองเฉิงตู ได้รับเลือกให้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ องค์กร การ UNESCO ในปี 2010 โดยเข้าร่วมในกลุ่มเมืองแห่งอาหาร (City of Gastronomy)

การเป็นเมืองสร้างสรรค์นั้นได้ผลประโยชน์ใดจากเครือข่าย และเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ นั้นช่วยเหลือและให้ความร่วมมือกับสมาชิกอย่างไร โดย Constanze Gathen โดยศึกษาผ่าน เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารขององค์กรยูเนสโก(UNESCO) จำนวน 10 เมืองสร้างสรรค์แห่ง อาหาร ผลการศึกษาพบว่า 1) การเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ช่วยให้เมืองได้รับความรู้ อย่าง กว้างขวางมากขึ้นเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยใช้เทคนิคการทำอาหารที่สร้างสรรค์และสร้าง อัตลักษณ์ตนเองให้โดดเด่นน่าสนใจ 2)การเป็นสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ ทำให้การทำงาน ร่วมกันระหว่างเมืองที่เข้าร่วมเครือข่ายดีขึ้น สมาชิกได้โอกาสเพิ่มความสำคัญของวัฒนธรรมอาหาร ประเพณีการทำอาหารได้รับการสนับสนุนให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนและได้ส่งเสริมการแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมระหว่างเมือง ซึ่งไม่เป็นอุปสรรคในวัฒนธรรมและภาษาที่แตกต่างกัน

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า เมือง ชุมชนหรือพื้นที่ที่จะพัฒนาเป็นเมืองสร้าง สรรค์ได้ต้องมีองค์ประกอบของเมืองสร้างสรรค์ ที่องค์กรยูเนสโกกำหนดไว้ด้วยกัน 5 ประการ ดังเช่น งานวิจัยของพิชชาพัชร สัตยารักษ์ และ อมราพร ธนพิเชษฐ์ โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ในพื้นที่เป็นส่วนสำคัญ ที่ทำให้พัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ และสร้างให้ชุมชนและผู้คนที่อาศัยในพื้นที่นั้นเกิดความสร้างสรรค์ ดังเช่นงานวิจัยของ จิตตรา มาคะผล และพจน์มาศ ไชยสุระภวัณน์ นอกจากนี้ งานวิจัยของ Constanze Gathen ยังพบว่า การเป็นเมืองสร้างสรรค์ทำให้เมืองได้รับความรู้และสามารถพัฒนา อย่างยั่งยืนได้

บทที่ 3

วิธีการศึกษาและการดำเนินงาน

การวิจัยเรื่อง กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมืองซอนจู ประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งในส่วนของบทนี้กล่าวถึงวิธีการศึกษาและการดำเนินงานวิจัยซึ่งประกอบไปด้วยแหล่งที่มาของข้อมูล การจัดการข้อมูล วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบแนวทางการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น ห้องสมุดมหาวิทยาลัย ศิลปากร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ได้ค้นคว้าข้อมูลในอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ข้อมูลเมืองสร้างสรรค์ และข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้ง ลักษณะทางกายภาพ สังคม วัฒนธรรม และอาหารของเมืองซอนจู

3.2.1 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- เว็บไซต์

ข้อมูลเมืองสร้างสรรค์ จากเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์องค์การยูเนสโก
แหล่งที่มา <https://en.unesco.org/creative-cities/>

ข้อมูลเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารซอนจู จากองค์การยูเนสโก เมืองซอนจู
แหล่งที่มา <http://unesco.jeonju.go.kr/>

ข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้ง ลักษณะทางกายภาพ สังคม วัฒนธรรมของเมืองซอนจู
จากองค์การยูเนสโก เมืองซอนจู แหล่งที่มา <http://www.unesco.org/culture/pdf/CCN-jeonju-application-EN.pdf>

ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารของเมืองซอนจู จากองค์การยูเนสโก เมืองซอนจู
แหล่งที่มา [http:// unesco.jeonju.go.kr/eng/html/ sub2/index2.php](http://unesco.jeonju.go.kr/eng/html/sub2/index2.php)

3.3 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

- 3.3.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของเมืองซอนจู ประเทศเกาหลีใต้
- 3.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ในเอกสารภาษาไทย เอกสารภาษาต่างประเทศ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำมาเป็นกรอบดำเนินงานวิจัย
- 3.3.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และอาหารของเมืองซอนจูว่ามีความสอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ แล้วนำมาพิจารณาปัจจัยที่ทำให้เมืองซอนจูได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ทางอาหาร
- 3.3.4 สรุปผลการวิเคราะห์ และเรียบเรียงข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบสารนิพนธ์
- 3.3.5 นำเสนอผลงานวิจัย

3.4 เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- 3.4.1 เครื่องมือ
 - 1). เว็บไซต์เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์องค์การยูเนสโก
 - 2). เว็บไซต์องค์การยูเนสโก เมืองซอนจู
- 3.4.2 เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์
 - 1). ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา
 - 2). ใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 เพื่อศึกษาขั้นตอนกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของประเทศเกาหลีใต้ โดยใช้กรณีศึกษาจากเมืองซอนจู

สารนิพนธ์เรื่องกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมืองซอนจู ประเทศเกาหลีใต้ จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ความหมายของเมืองสร้างสรรค์ตามที่องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้กล่าวไว้คือ เป็นนโยบายในการพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลในหลายประเทศ ซึ่งเป็นเมือง ที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ๆ และต้องประกอบไปด้วยรากฐานที่มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม เพราะความยั่งยืนของสถานที่เชิงวัฒนธรรม พื้นที่ และสภาพแวดล้อมต้องเอื้อต่อการทำงานในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจนจารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยมีองค์ประกอบสำคัญร่วมกันในการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์อยู่ 5 ประการ คือ 1) การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity) 2) การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society) 3) การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/Creative Entrepreneur) 4) การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility) 5) การบริหารจัดการเมือง (Management)

ผู้วิจัยใช้องค์ประกอบ 5 ข้อขององค์การ UNESCO ในการวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของเมืองซอนจูว่ามีกระบวนการพัฒนาเมืองเป็นไปตามองค์ประกอบทั้ง 5 ข้อหรือไม่ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบข้อที่ 1 การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง (Cultural Identity)

ผู้วิจัยพบว่า เมืองซอนจู เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศเกาหลีใต้ มีประวัติศาสตร์ยาวนานและมีวัฒนธรรมที่หลากหลายกว่า 1,000 ปี เป็นศูนย์กลางทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม และเป็นพื้นที่ที่สามารถรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของเกาหลีไว้ได้มากที่สุด นอกจากนั้น พลเมืองของเมืองซอนจูยังให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมดั้งเดิมอย่างมาก รัฐบาลเกาหลีใต้จึงกำหนดให้เมืองซอนจูเป็นเมืองแห่งประเพณีและวัฒนธรรม และดำเนินการส่งเสริมให้เป็นเมืองหลัก

ในการอนุรักษ์ สืบต่อวัฒนธรรมพร้อมกับการพัฒนาที่ทันสมัยขึ้น ขอนจู่เป็นเมืองที่มีอุดมสมบูรณ์ มีวัตถุดิบการทำอาหารที่หลากหลาย อาหารพื้นเมืองขอนจู่มีความพิเศษแตกต่างจากภูมิภาคอื่น ๆ ด้วยปัจจุบัน สังคมโลกให้ความสนใจกับปัญหาสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน อาหารขอนจู่ซึ่งมีลักษณะเป็นอาหารที่จริงใจ ทั้งการปรุงอาหารอย่างพิถีพิถัน และวัตถุดิบที่นำมาใช้นั้นได้จากการเพาะปลูกภายในภูมิภาค เช่น ข้าว ถั่วเหลือง อาหารหมักดองที่ต้องใช้เวลาในการทำและปรุงเองนั้น และพลเมืองยังให้ความสนใจในรสชาติดั้งเดิมของอาหารขอนจู่ จึงได้รับความนิยมและได้รับเลือกให้เป็นเมืองอุตสาหกรรมอาหารแห่งชาติและสร้างรากฐานเพื่อพัฒนาสู่เมืองอาหารของเอเชียแปซิฟิก

ปี 2002 เมืองขอนจู่ได้เป็นเจ้าภาพจัดงาน FIFA World Cup จึงเริ่มพัฒนาและเปลี่ยนเมืองเก่าให้ทันสมัย ที่จะสามารถนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแก่ผู้เข้าชมและผู้ชมจากทั่วโลกที่เดินทางมาชมเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีสู่สากลโลก มุ่งเน้นไปที่เมืองขอนจู่ซึ่งมีประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมดั้งเดิมที่สุดในประเทศ จึงเกิดการสร้างเอกลักษณ์แก่เมืองให้เปิดกว้างมากยิ่งขึ้น เช่น

1. หมู่บ้านซอนจู่ฮันอก (전주 한옥마을)

หมู่บ้านแห่งนี้ประกอบด้วยบ้านแบบดั้งเดิมเกาหลีกว่า 700 หลัง เดิมทีสร้างขึ้นเพื่อต่อต้านพ่อค้าญี่ปุ่นในช่วงการปกครองอาณานิคมของญี่ปุ่น ในหมู่บ้านซอนจู่ฮันอกยังมีศูนย์วัฒนธรรมดั้งเดิมจอนจู่ สามารถชมการแสดงแบบดั้งเดิมได้ พัฒนาบริเวณเมืองเก่านี้ ซึ่งมีลักษณะเป็นบ้านแบบดั้งเดิมจำนวนมาก จัดทำป้ายข้อมูลอธิบายเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง สร้างสวนแบบดั้งเดิม ช่องทางน้ำตามถนนสายหลัก และจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมดั้งเดิมของเกาหลีใกล้ ๆ กับหมู่บ้าน เพื่อจัดการแสดงทางวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.1 หมู่บ้านซอนจูฮันอก
ที่มา : www.wishbeen.co.kr

2. ถนนอินแสง (은행로)

ถนนเส้นทางวัฒนธรรมเชื่อมระหว่างหมู่บ้านซอนจูฮันอกกับศาลาออมกแด ซึ่งเป็นสวนแบบดั้งเดิมนอกจากนี้ยังมีการสร้างเอกลักษณ์ใหม่ให้แก่เมืองซอนจู และบริเวณถนนวัฒนธรรม ได้สร้างช่องทางน้ำตามถนน เพื่อให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 4.2 ถนนอินแสง

ที่มา : www.hypeandstuff.com/day-trip-jeonju-seoul/



ภาพที่ 4.3 ช่องทางน้ำตามถนนอินแฮง

ที่มา : www.uncledeng.com/portfolio-view/jeonju-yeosu/

เพื่อพัฒนาวัฒนธรรมดั้งเดิมที่หลากหลาย โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารของเมืองซอนจูนั้น จึงมีการวางแผนอย่างเป็นระบบในการสร้างมาตรฐาน และส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองซอนจูให้แพร่หลายออกไป โดยการพัฒนาของวัฒนธรรมอาหารซอนจูมีสาเหตุ 3 ประการ ดังนี้

ประการแรก คือ เมืองซอนจูตั้งอยู่ศูนย์กลางชายฝั่งตะวันออกของเกาหลีใต้ พื้นที่ส่วนมากเป็นเขา ที่ราบ และศูนย์กลางของเมืองซอนจูเป็นที่ลุ่มน้ำซึ่งล้อมรอบด้วยภูเขา ทำให้มีความอุดมสมบูรณ์ สามารถทำเกษตรกรรม ส่งผลให้มีวัตถุดิบที่ดี นำมาใช้ในการประกอบอาหารเองได้

ประการที่สอง คือ เมืองซอนจูมีประวัติศาสตร์อย่างยาวนานตั้งแต่สมัยโครยอ (918-1392) ทำให้วัฒนธรรมด้านอาหารได้รับการสืบทอดต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน ชาวซอนจูนิยมประกอบอาหารเอง จึงทำให้การประกอบอาหารในซอนจูกลายเป็นรสนิยม และเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้อาหารซอนจูพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ประการที่สาม คือ อาหารซอนจูมีจุดเด่นสำคัญ คือวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารสามารถหาได้ในพื้นที่ และความพิถีพิถันในการปรุงแต่ละจาน เหมือนกับการทำอาหารรับประทานเองที่บ้านอย่างเอาใจใส่ในรสชาติ ซึ่งคำว่า ซอน (全) ที่มาจากชื่อเมืองซอนจูในภาษาเกาหลีเทียบตัวอักษรจีน มีความหมายว่าการพยายามอย่างต่อเนื่องเพื่อความสมบูรณ์แบบ คนในเมืองซอนจูจึงมีความเชื่อในทิศทางเดียวกันและมุ่งมั่นในการปรุงอาหารให้มี

รสชาติอร่อยและคุณภาพดีที่สุด ด้วยเหตุผลทั้งหมดนี้ เมืองซอนจูจึงเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่อดีต ยกตัวอย่างเช่น

1. ซอนจูบิบัมบับ (전주 비빔밥)

เป็นอาหารที่มีมาตั้งแต่สมัยประวัติศาสตร์ นิยมทานตั้งแต่ชนชั้นล่างจนไปถึง ชนชั้นสูง มีส่วนประกอบมากกว่า 30 ชนิด โดยมีข้าวเป็นส่วนประกอบหลัก ด้านบนจะราดด้วย ถั่ว ถั่วงอก ไข่ หรือส่วนประกอบตามฤดูกาลที่สามารถหาได้ในพื้นที่ เช่น งา กระเทียม ผักโขม พริกไทย เห็ด หัวไชเท้า แดงกวา ฟักทอง แครอท เกาลัด ลูกแพร์ มีรสชาติและสารอาหารครบตามโภชนาการ จึงเป็นอาหารขึ้นชื่อของเมืองซอนจู



ภาพที่ 4.4 ซอนจูบิบัมบับ

ที่มา : messywitchen.com/dining/south-korea/jeonju/gajok-hoegwan-restaurant-jeonju-south-korea/

2. ซุปถั่วงอกกับข้าว (콩나물국밥)

เป็นอาหารที่ช่วยรักษาอาการเมาค้างได้ และมีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของเมืองซอนจูในอดีตยามอดอยาก ถั่วงอกจึงนำมาประกอบอาหารในลักษณะของซุป และพัฒนาใส่ส่วนประกอบต่าง ๆ มากขึ้น ถั่วงอกที่ใช้ในงานอาหารนี้มักเป็นถั่วงอกที่ปลูกเองในพื้นที่ของเมืองซอนจู



ภาพที่ 4.5 ซุปถั่วงอกกับข้าว

ที่มา : www.kongsim.co.kr

3. ดลชทบับ (돌솥밥)

ดลชทบับ คือ บิบบิมบับในหม้อหิน โดยมีคำกล่าวว่า ข้าว และโจ๊ก จะมีรสชาติดียิ่งขึ้นเมื่อรับประทานในหม้อหิน ซึ่งเป็นวิถีพื้นบ้านของคนเกาหลีสมัย ก่อนเพื่อรักษาสุขภาพอาหาร และคงความร้อนให้บิบบิมบับสามารถเก็บไว้ได้นาน และเพิ่มส่วนประกอบอย่างข้าวบาร์เลย์ เกาลัด ถั่วสน และโสมเข้าไป สำหรับอาหารของกษัตริย์



ภาพที่ 4.6 ดลชทบับ

ที่มา : www.ezday.co.kr

4. ฮันจองชิก (한정식)

ฮันจองชิก เป็นการเรียกอาหารชุดตั้งโต๊ะที่มีหลายชนิด สมัยก่อน ฮันจองชิก แสดงถึงฐานะและอำนาจ ยังมีจานอาหารมากยิ่งมีฐานะสูง แต่ปัจจุบัน ยังคงได้รับความนิยม ในบ้านท้องถิ่นอยู่ในการรับประทานอาหารเป็นครอบครัวที่บ้านของตนเอง องค์ประกอบหลักของฮันจองชิก ได้แก่ ผักดอง ปูดอง เครื่องเคียงแห้ง อาหารปิ้งย่าง แกง อาหารนึ่ง ผักสด เนื้อต้มหั่นบาง ๆ ปลาดิบ และ ส่วนประกอบที่สามารถหาได้ตามฤดูกาล มักจะวางอาหารมากกว่า 14 ชนิด แบ่งเป็นถ้วยเล็ก ๆ



ภาพที่ 4.7 ฮันจองชิก

ที่มา : www.storyfunding.daum.net/episode/6681

5. สตูว์ปลาเผ็ด (매운탕)

สตูว์ปลาเผ็ดที่ต้มในหม้อหินร้อน เมืองซอนจูขึ้นชื่อในการทำสตูว์โดยใช้ปลา สาหร่าย และ วัตถุดิบตามฤดูกาล น้ำซุปลจะทำจากน้ำทะเลที่แยกเกลือออกเพื่อรักษารสชาติเดิมของปลา สตูว์เผ็ดจะมีกลิ่นหอมทำให้ปลา มีรสชาติดี



ภาพที่ 4.8 สตูว์ปลาเผ็ด

ที่มา : www.jeonjucity.kr

6. แบคบัน (백반 정식)

แบคบัน เป็นอาหารชุดตั้งโต๊ะ ประกอบไปด้วยข้าว ซุป และเครื่องเคียงที่ใช้ผลผลิตตามฤดูกาลในซอนจู มีวัตถุดิบที่นำมาใช้กว่า 10 ชนิดซึ่งเป็นผักที่ปลูกเอง



ภาพที่ 4.9 แบคบัน

ที่มา : www.cooksura.com/2018/03/17/baekban-combination-meals/

แม้ว่าซอนจูจะเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร แต่ดนตรีพื้นบ้านซึ่งเป็นเอกลักษณ์สำคัญรวมถึงงานฝีมือต่าง ๆ ของเมืองซอนจูก็มีชื่อเสียงเช่นกัน เช่น เซรามิก อุปกรณ์ทำจากทองเหลือง และ งานฝีมือที่ทำจากกระดาษฮันจิ องค์ประกอบเหล่านี้ช่วยเพิ่มคุณค่าและส่งเสริมวัฒนธรรมการท่องเที่ยวในเมืองซอนจูอย่างสร้างสรรค์

ผู้วิจัยพบว่าภาครัฐได้พยายามผลักดันการสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมืองซอนจู โดยใช้ประวัติศาสตร์ของเมืองผสมผสานกับความทันสมัย และการมีส่วนร่วมของศิลปินท้องถิ่น เห็นได้จากการปรับปรุงเขตเมืองเก่าอย่างหมู่บ้านซอนจูอันนอกให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และเพิ่มเส้นทางวัฒนธรรมให้คนเดินสัญจรแทนการใช้รถ เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง อีกทั้งยังพัฒนาสร้างช่องทางน้ำตามถนนเหล่านี้เพื่อให้มีสภาพแวดล้อมที่ดียิ่งขึ้น

องค์ประกอบข้อที่ 2 การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง (Diversity & Open Society) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่

องค์กรภาครัฐและเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเมืองซอนจู ยังได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นวัฒนธรรมในท้องถิ่นเท่านั้น ยังรวมไปถึงเทศกาลระดับนานาชาติอีกด้วย ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เป็นสังคมที่มีความเปิดกว้าง และมีความแตกต่างหลากหลาย ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ เป็นเจ้าภาพจัดงานเทศกาลอาหารนานาชาติ และพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน เช่น

- Jeonju Bibimbap Festival หรือ เทศกาลบิ빔บับแห่งเมืองซอนจู ซึ่งเป็นอาหารท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อของเกาหลี และบิ빔บับของเมืองซอนจูก็มีชื่อเสียงอย่างมาก มีการจัดเทศกาลนี้ตั้งแต่ปี 2012 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ช่วงเวลาจัดเทศกาล จะอยู่ในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี มีการแข่งขันทำบิ빔บับ ซึ่งเปิดกว้างแก่ชาวต่างชาติสามารถเข้าแข่งขันได้ มีตลาดอาหารนานาชาติ และมีการแสดงดั้งเดิมของเกาหลี

- International Expo for Fermented Foods หรือ งานนิทรรศการแสดงอาหารหมักดอง ซึ่งมีที่เดียวในโลก จัดมาตั้งแต่ปี 2003 จนถึงปัจจุบัน จัดช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี

นอกจากการจัดเทศกาลแล้ว ปี 2011 ยังจัดตั้ง International Information and Networking Centre for Intangible Cultural Heritage in the Asia-Pacific Region under the auspices of UNESCO (ICHCAP) หรือ ศูนย์มรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าของเกาหลีเพื่อเอเชียและแปซิฟิก ขึ้นที่เมืองซอนจู ในฐานะที่เป็นศูนย์กลางขององค์กรยูเนสโกประเภทที่สอง โดยรับผิดชอบข้อมูล และเครือข่ายของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกร่วมกับประเทศสมาชิกยูเนสโก 48 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีส่วนช่วยปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมที่

หลากหลายของเอเชียแปซิฟิก และอำนวยความสะดวกในการติดต่อ สื่อสารระหว่างประเทศสมาชิก เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเมืองอย่างสร้างสรรค์ในซอนจู และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเมืองอื่น ๆ ในเกาหลีใต้และต่างประเทศ

และมีศูนย์วัฒนธรรมดั้งเดิมของเกาหลี หรือ KTCC (Korea Traditional Culture Center) ที่เมืองซอนจู ก่อตั้งขึ้นเพื่ออนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรมดั้งเดิมของซอนจูให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศ และนอกประเทศ เพื่อสร้างอุตสาหกรรมวัฒนธรรม และสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ในการรักษาสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านเกาหลีดั้งเดิม อาหารเกาหลี ดนตรีเกาหลีดั้งเดิม และตัวอักษรเกาหลี พัฒนาร่วมกับความทันสมัย ให้ผู้เข้าชมทั้งชาวเกาหลีและชาวต่างชาติได้ศึกษาและทำกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลี

จากข้อมูลข้างต้น เมืองซอนจู จึงเป็นเมืองที่มีสังคมที่เปิดกว้าง ยอมรับความแตกต่างหลากหลาย เห็นได้จากมีการเปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่ม ทุกเชื้อชาติ สามารถเข้ามาพำนัก และทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในเมืองซอนจูได้ โดยไม่ได้กีดกันชาวต่างชาติแต่ใด อีกทั้งยังมีนโยบายในการส่งเสริมเรื่องนี้อีกด้วย เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ องค์ประกอบข้อที่ 3 การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Talent/Creative Entrepreneur) เพื่อรวบรวมผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผสมผสานวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยี วัฒนธรรม และการจัดการด้านธุรกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงานและกำลังซื้อ สินค้าหมุนเวียนเป็นกลไกให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ซอนจูพยายามอย่างมากในการรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมด้านอาหารอย่างสร้างสรรค์ เพื่อรวบรวมผู้มีความคิดสร้างสรรค์ นักคิด หรือ ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ในการผสมผสานวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับเทคโนโลยี วัฒนธรรม และการจัดการด้านธุรกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงานและกำลังซื้อ สินค้าหมุนเวียนเป็นกลไกให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ องค์การภาครัฐและเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเมืองซอนจู ได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเปิดโอกาสให้เหล่านักคิดได้พบกัน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนเป็นแหล่งศูนย์รวมของเหล่านักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ เช่น

- สถาบันการศึกษา โดยให้โรงเรียนมัธยม และ มหาวิทยาลัยได้เปิดแผนกที่เชี่ยวชาญด้านอาหารเพื่อผลิตพ่อครัวมืออาชีพ และเพิ่มจำนวนของนักวิชาการ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารให้สนใจที่จะศึกษาอาหารแบบดั้งเดิม โดยใช้อาหารพื้นเมืองซอนจูเป็นสื่อการสอนในโปรแกรมฝึกอบรมสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารเกาหลีนอกจากนี้ภาครัฐ และ ภาคเอกชนยัง

พัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ส่งเสริมโครงการทำบิหมบับซึ่งเป็นอาหารดั้งเดิมขึ้นชื่อของเมือง ขอนจูให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถส่งออกและสร้างรายได้

- ปี 2012 เมืองซอนจูได้สร้างสถาบัน Creative Culinary Institute เพื่ออบรม พ่อครัวระดับสูงในอาหารเกาหลี มีการสอนโปรแกรมระยะสั้น และโปรแกรมเพื่อฝึก ประสบการณ์ทั้งภาคทฤษฎี และ ภาคปฏิบัติ

ผลการสำรวจปี 2015 กระทรวงวัฒนธรรมกีฬาและการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเกาหลี เผยรายงานสวัสดิการและสภาพแวดล้อมสร้างสรรค์ของศิลปิน ในพื้นที่ จังหวัดชอลลันัม ซึ่งรวมถึงเมืองซอนจู มีจำนวนศิลปินที่พำนักและทำงานอยู่ในเมืองซอนจูเพิ่มขึ้น เป็น 27.7% แสดงให้เห็นว่าเมืองซอนจูสามารถรวบรวมนักคิด และ ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ได้มากยิ่งขึ้น จากความร่วมมือทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงความร่วมมือของคน ในพื้นที่ ทำให้เมืองซอนจูกลายเป็นเมืองที่มีการแลกเปลี่ยน ผสมผสานทางวัฒนธรรม รวบรวมนักคิด และผู้ประกอบการสร้างสรรค์ไว้ในเมืองได้

องค์ประกอบข้อที่ 4 การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space & Facility) โดยจะต้อง สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอและมีคุณภาพ ช่วยก่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิตนัก คิด และธุรกิจสร้างสรรค์

เมืองซอนจู เป็นเมืองที่อยู่ห่างจากเมืองหลวง แต่ถือเป็นเมืองที่มีการคมนาคมครบครันทั้งใน และนอกเมือง ผู้คนสามารถใช้ทางสาธารณะได้อย่างสะดวกสบาย เช่น

1. การขนส่งทางรถไฟ

สถานีรถไฟซอนจู ปี 2002 พัฒนาเส้นทางรถไฟสายชอลลา (Jeolla Line) มาถึง เมืองซอนจู สามารถเดินทางไปได้หลายสถานี

- สายที่ 1 ปัจจุบันปิดการใช้งานไปแล้ว
- สายที่ 2 และ 3 เริ่มต้นที่สถานีแสงชิน สนามบินอินซอน ยงชาน ยองดิงโพ อันยาง ชูวอน พยองดิงแทก และสุดสายที่โซนนัน
- สายที่ 4 และ 5 เริ่มต้นที่สถานีนมวอน ชันซอน กกซอง คูรเยก และสุดสายที่ ยอซู เอ็กซีโพร

ซึ่งรถไฟจอดที่สถานีซอนจูมี 4 บริษัทได้แก่ Korea Train eXpress (KTX), ITX-Saemaeul, Mugunghwa-ho และ S-Train โดยปี 2010 รัฐบาลเกาหลีได้ประกาศกลยุทธ์ที่จะลดเวลาการเดินทางจากกรุงโซลไปเมืองอื่น ๆ ในประเทศโดยใช้เวลา 2 ชั่วโมง

ภายในปี 2020 ซึ่งเส้นทางรถไฟสายชอลลากี้อยู่ในแผนการพัฒนานี้เช่นกัน โดยจะปรับปรุงรถไฟให้มีความเร็ว 230 กิโลเมตรต่อชั่วโมง

2. การขนส่งทางรถยนต์

2.1 รถประจำทางในเมือง

สามารถเดินทางด้วยรถประจำทางได้ทั่วเมือง โดยมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง

ตารางที่ 4.1 : แสดงค่าใช้จ่ายบริการรถประจำทางในเมืองขอนแก่น

ประเภทรถ	บุคคลธรรมดา (21 ปีขึ้นไป)		วัยรุ่น (13-20 ปี)		เด็ก (6-12 ปี)	
	เงินสด	การ์ด	เงินสด	การ์ด	เงินสด	การ์ด
รถประจำทาง ในเมือง	1,300 วอน	1,250 วอน	1,050 วอน	1,000 วอน	650 วอน	600 วอน

2.2 รถประจำทางนอกเมือง

สามารถเดินทางด้วยรถประจำทางจากขอนแก่นไปยังเมืองอื่น ๆ ได้ 38 สถานี มีค่าใช้จ่ายต่อรอบตั้งแต่ 3,500 วอน – 20,300 วอน

3. การขนส่งทางอากาศ

เมืองขอนแก่นไม่มีสนามบินเป็นของตนเอง แต่ใช้สนามบินกันซัน ซึ่งอยู่ทางชายฝั่งฝั่งตะวันออกของเกาหลีใต้ ในการขนส่งทางอากาศ เปิดใช้ในปี 1992 เป็นอาคารโดยสารชั้นเดียว ให้บริการผู้โดยสาร 440,000 คนต่อปี มีที่จอดรถสำหรับรองรับรถยนต์ 330 คัน

ทั้งนี้ ตามแผนการพัฒนาเมืองระยะยาว ปี 2008 – 2020 ของเมืองขอนแก่น ได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยสร้างสนามบินนานาชาตินอกคิมเจ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศมากขึ้น และพัฒนาโครงการสร้างระบบขนส่ง เส้นทางรถไฟสายตะวันออก – ตะวันตก

ผู้วิจัยพบว่า เมืองขอนแก่นมีการสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยได้รับการผลักดันจากภาครัฐตามแผนการพัฒนาเมืองระยะยาว เห็นได้ว่ามีเส้นทางคมนาคมอย่างทั่วถึง ทั้งรถโดยสารประจำทางในเมือง และนอกเมือง สายรถไฟสามารถเดินทางได้ทั่วประเทศ และสนามบิน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างสร้างสรรค์

องค์ประกอบข้อที่ 5 การบริหารจัดการเมือง (Management) องค์กรของภาครัฐ และเอกชน จะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาเมือง โดยเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และทำงานประสานกันเพื่อนำไปสู่เป้าหมายได้อย่างสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางในการปรับปรุงเมืองเพื่อให้เป็น Creative City โดยการผสมผสานประวัติศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ให้เมืองมีความผสมผสานกัน

ประเทศเกาหลีใต้ เป็นรัฐเดี่ยวแบ่งการบริหารราชการแผ่นดินออกเป็น 2 ระดับ คือ รัฐบาลกลางในระดับชาติ และรัฐบาลระดับท้องถิ่น การบริหารงานของรัฐบาลกลางแบ่งออกเป็น 2 คณะกรรมการ, 14 กระทรวง, 5 สำนักงาน, 14 ทบวง และ 2 องค์กรอิสระ

การปกครองส่วนท้องถิ่นแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ

1. รูปแบบทั่วไป ซึ่งแบ่งออกได้อีก 2 ระดับ คือ

1.1 การปกครองส่วนท้องถิ่นระดับบน (Upper-level) ได้แก่ จังหวัด (Province) และมหานคร (Metropolitan) ปัจจุบันมี 9 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดคยองกี จังหวัดคังวอน จังหวัดชุงชองบุก จังหวัดชุงชองนัม จังหวัดชอลลาบุก จังหวัดชอลลันนัม จังหวัดคยองชุงบุก จังหวัดคยองชุงนัม และจังหวัดเซจู และ 6 มหานคร ได้แก่ เมืองปูซาน เมืองแทกู เมืองอินซอน เมืองกวางจู เมืองแทจอน และเมืองอูลซาน

1.2 การปกครองส่วนท้องถิ่นระดับล่าง (Lower-level) ได้แก่ เมือง และอำเภอ ซึ่งอยู่ใน 9 จังหวัดรวมทั้งสิ้นมี 158 แห่ง

2. รูปแบบพิเศษ

เป็นการปกครองท้องถิ่นที่ถูกจัดตั้งขึ้นเป็นพิเศษ มีเพียงแห่งเดียวคือ กรุงโซล (Seoul Special Metropolitan) ซึ่งเป็นเมืองหลวง

เมืองซอนจูเป็นเมืองที่อยู่ในจังหวัดชอลลันนัม โดยองค์กรภาครัฐและเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเมืองซอนจู มีการพัฒนาเมืองโดยดำเนินงานและออกนโยบายต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างสร้างสรรค์ ยกตัวอย่างเช่น

1. รัฐบาลเมืองจอนจูส่งเสริมนโยบายการพัฒนาเมืองพร้อมทั้งรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อฟื้นฟูเมืองด้วยวัฒนธรรมดั้งเดิม ภายใต้หลักการวัฒนธรรมคืออนาคต มี 3 ขั้นตอน

ขั้นแรก ภาครัฐพยายามที่จะนำเสนอมรดกทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของภูมิภาคไปสู่โลกภายนอก โดยการขยายโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมของเมือง จึงส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์มรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าของเกาหลีเพื่อเอเชีย และแปซิฟิก

ขั้นที่สอง ภาครัฐได้ส่งเสริมนโยบายฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางนิเวศวิทยา และปรับให้เข้ากับลักษณะของวัฒนธรรมเดิม เป็นการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา จึงวางแผนการพัฒนาหมู่บ้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเนื้อที่ 16,500,000 ตารางเมตร ออกแบบเส้นทางน้ำของเมือง พื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อน และท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยา

ขั้นที่สาม ภาครัฐได้ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จึงจัดตั้งศูนย์อุตสาหกรรมเฉพาะ ซึ่งประกอบด้วย หน่วยงานวิจัยจากอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง และการลงทุนทางชีวภาพกว่า 100 แห่ง

2. เมืองขอนแก่นมีการทำแผนการพัฒนาเมืองระยะยาว ปี 2008 – 2020 มุ่งพัฒนาฐานอุตสาหกรรมท้องถิ่น การส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิม และพัฒนาสภาพแวดล้อมของเมือง ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมี 8 งานเชิงกลยุทธ์ และ 2 งานสนับสนุนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแผนการพัฒนา ได้แก่

- โครงสร้างของพื้นที่ : สร้างสมดุลการพัฒนาพื้นที่ว่างของแผนการพัฒนาเมือง โดยปรับโครงสร้างแบบ Multi-core และจัดตั้งเขตที่อยู่อาศัยในพื้นที่พัฒนาใหม่ และพัฒนาเมืองเก่าและเมืองใหม่ให้สอดคล้องสมดุลกัน
- เศรษฐกิจอุตสาหกรรม : เป็นเมืองอุตสาหกรรมใหม่แห่งการเติบโต และการจ้างงาน ซึ่งปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมท้องถิ่นที่อ่อนแอให้เป็นระบบอุตสาหกรรมใหม่ที่เน้นการใช้ความรู้อย่างหลากหลาย และเพิ่มประสิทธิภาพการลงทุน เพื่อรองรับการจ้างงานใหม่
- วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวศิลปะ : เป็นเมืองวัฒนธรรมที่ทันสมัย และคงความดั้งเดิมของเมือง พัฒนาวัฒนธรรมและศิลปะของเกาหลีให้เป็นเอกลักษณ์ของเมืองขอนแก่น ดำเนินการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวตามวัฒนธรรมและขยายพื้นที่การท่องเที่ยว
- สวัสดิการสังคม : สร้างให้เป็นเมืองด้านการศึกษาที่สร้างอนาคต ปรับปรุงบริการสวัสดิการ และสร้างความพอใจให้กับผู้คนในเมืองโดยจัดระบบการให้บริการใหม่ พร้อมสร้างสภาพแวดล้อมทางการศึกษาใหม่ เพื่อปลูกฝังทรัพยากรมนุษย์ที่จำเป็นต่อการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์
- สิ่งแวดล้อมสีเขียวกับระบบนิเวศน์ : เมืองนิเวศวิทยาที่ยั่งยืน จัดทำระบบนิเวศน์เพื่อให้เป็นเมืองสีเขียว ปรับปรุงการเข้าถึงเมืองโดยเชื่อมต่อพื้นที่สีเขียว พื้นที่ลุ่มน้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองเข้าด้วยกัน

- ฐานการพัฒนาเมือง : พัฒนาให้พื้นที่ว่างเป็นเมืองศูนย์กลาง เพื่อส่งเสริมเมือง
ขอนแก่นให้เป็นเมืองศูนย์กลางซึ่งสามารถรองรับโครงการระดับชาติได้ เชื่อมโยง
ย่านเมืองเก่า และเมืองใหม่ให้มีการพัฒนาและเกิดความสามัคคี
- การคมนาคมขนส่ง : การคมนาคมสะดวกและปลอดภัยทั่วเมือง ขยายวงกว้าง
ของ ระบบขนส่งให้สอดคล้องกับการปรับโครงสร้างพื้นที่เมืองใหญ่ พร้อมทั้ง
ปรับปรุงระบบการจราจรเพื่ออำนวยความสะดวก
- การออกแบบเมือง : ให้เป็นเมืองสวยงามและมีเอกลักษณ์ สร้างโครงสร้าง
พื้นฐาน เช่น สถาบันเพื่อส่งเสริมสุนทรียภาพของเมืองเพื่อรองรับการเป็นเมือง
สร้างสรรค์
- การบริหาร : ดำเนินการบริหารที่มีการรับประกันความพอใจของผู้เยี่ยมชมนและผู้
ที่มีส่วนร่วม และตระหนักถึงความต้องการของประชาชนซึ่งสะท้อนให้เห็น
การพัฒนาเมืองและหน่วยงานเทศบาล
- การเงิน : การดำเนินงานทางการเงินที่ดี และมีประสิทธิภาพ

นอกจากนโยบายการพัฒนาเมืองแล้วยังมีโครงการพัฒนาภูมิภาคที่สำคัญ ซึ่งพัฒนาพื้นที่
เมืองใหม่ของขอนแก่นตะวันตก ทำโครงการสายพานอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง สร้างสนามบิน
นานาชาตินอกคิมเจเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศมากขึ้น โครงการสร้างระบบขนส่ง
เส้นทางรถไฟสายตะวันออก - ตะวันตก ปรับปรุงวิธีการขนส่งใหม่ และพัฒนาทรัพยากรทาง
ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่นการพัฒนาถนนภาพยนตร์ สร้างพิพิธภัณฑ์อาหารหมักดอง จัดทำ
เครือข่ายนิเวศวิทยา และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน เช่น การขยายโรง
บำบัดน้ำเสีย และสนับสนุนโครงการเฉพาะของมหาวิทยาลัยในพื้นที่

จากการที่ผู้วิจัยได้ใช้องค์ประกอบ 5 ข้อขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ในการ
วิเคราะห์กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของเมืองขอนแก่นว่า มีกระบวนการพัฒนาเมืองเป็นไปตาม
องค์ประกอบ ทั้ง 5 ข้อหรือไม่ จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น พบว่า เมืองขอนแก่นนั้น ได้มีกระบวนการ
พัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เป็นไปตามองค์ประกอบทั้ง 5 ข้อโดยสมบูรณ์ โดยพยายามผลักดันการสร้าง
เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมืองขอนแก่น ใช้ประวัติศาสตร์ของเมืองผสมผสานกับความทันสมัย เป็น
เมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่เปิดกว้าง เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมใหม่ สร้างสถาบันอบรมทางด้าน
อาหารเพื่อรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ พร้อมสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก
ภายในเมือง ซึ่งได้รับการผลักดันจากภาครัฐดำเนินการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทั่วเมือง เกิดความ
สะดวกแก่ผู้อาศัยในเมือง และนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะองค์ประกอบข้อที่ 5 การบริหารจัดการเมือง

(Management) มีความโดดเด่นมาก เนื่องจาก องค์การภาครัฐและเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเมืองซอนจู มีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาเมือง เพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างสร้างสรรค์

4.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เมืองซอนจูได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร (City of Gastronomy)

การวิจัยเรื่องกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมืองซอนจู ประเทศเกาหลีใต้ พบว่า เมืองซอนจูมีความหมายของเมืองสร้างสรรค์ตามที่องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้กล่าวไว้ และมีกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์เป็นไปตามองค์ประกอบทั้ง 5 ข้อ ของกระบวนการพัฒนาไปสู่เมืองสร้างสรรค์ จึงได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาปัจจัยที่ทำให้เมืองซอนจูได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร (City of Gastronomy) โดยพบปัจจัยที่ส่งเสริมให้เมืองซอนจูเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร ซึ่งมีปัจจัยทั้งหมด 8 ข้อ ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยเหล่านี้มาวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ปัจจัยข้อที่ 1 เป็นเมืองศูนย์กลางที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านอาหารในระดับสูง

อุตสาหกรรมอาหารอย่างบิบิมบับ ซึ่งเป็นอาหารขึ้นชื่อของซอนจูให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยการลงทุนการพัฒนาและวิจัยกว่า 4.2 พันล้านวอน สร้างโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อผลิตบิบิมบับเป็นอาหารส่งออก โดยได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและสถาบันการศึกษาที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนา นอกจากนี้ยังมีการลงทุนมากกว่า 3.3 พันล้านวอน เพื่อสร้างมาตรฐานและความหลากหลายแก่อุตสาหกรรมอาหารเครื่องเคียงเกาหลี เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอาหารเกาหลีให้มากขึ้น

ปัจจัยข้อที่ 2 มีร้านอาหารและพ่อครัวพื้นเมืองในพื้นที่จำนวนมาก

รายงานปี 2011 องค์การ UNESCO ได้กล่าวว่า เมืองซอนจู มีร้านอาหารกว่า 6,575 ร้าน ร้านอาหารเกาหลีดั้งเดิม 2,565 ร้าน และพนักงานในร้านอาหารมากกว่า 19,378 คน

ปัจจัยข้อที่ 3 มีการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและดั้งเดิมในการปรุงอาหาร

มีคำกล่าวว่า “แม้ว่าหม้อไฟปรุงอาหารของโซลจะพิเศษ แต่หม้อไฟปรุงอาหารของซอนจูเป็นมากยิ่งขึ้น” บิบิมบับซอนจู ทำจากข้าวหมักด้วยไวน์ พริกแดงจากชั้นซาง หน่อไม้จูเลียนจากกวางจูและทัมยาง ไวน์ข้าวที่ไม่ขัดสีและปลาดิบ จากครุเอและกกซอง ไวน์ข้าวกลั่นจากนัมวอน และปลาแห้งจากกันซาน วัตถุดิบเหล่านี้เป็นความพิเศษของจังหวัดชอลลาซึ่งนำมาประกอบอาหารในเมืองซอนจู จนมีความพิเศษ ทำให้ร้านอาหารส่วนใหญ่ทั่วประเทศ มักจะใช้คำว่าซอนจูในชื่อร้าน เป็นการ

แสดงถึงรสชาติที่ดีที่สุด และเมืองซอนจูเป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ มีสภาพอากาศดี สามารถเพาะปลูกพืชผลได้ จึงนำมาประกอบอาหารได้เองมาตั้งแต่สมัยก่อน

ปัจจัยข้อที่ 4 มีการใช้เคล็ดลับและเทคนิคในการปรุงอาหารแบบดั้งเดิม แม้ว่าจะมีความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

ซอนจูมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์อย่างยาวนาน ทำให้อาหารของเมืองซอนจูมีรากฐานที่ถูกสืบทอดมาตั้งแต่โบราณในตระกูลขุนนาง ซึ่งพิถีพิถันในการปรุงอาหารเหมือนอาหารในวัง

ปัจจัยข้อที่ 5 เป็นเมืองที่มีการผลิตอาหารท้องถิ่นและมีตลาดอาหารท้องถิ่นรองรับ

ตลาดดั้งเดิมซอนจูนามบู หรือ Jeonju Nambu Traditional Market มีมาตั้งแต่ปี 1905 ซึ่งเป็นตลาดดั้งเดิมตั้งแต่สมัยโชซอน ได้รับการฟื้นฟูและนำมาใช้เป็นตลาดอาหารท้องถิ่นแก่คนในเมืองและนักท่องเที่ยว และเพิ่มตลาดกลางคืนในวันศุกร์ และ วันเสาร์ ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก มีอาหารดั้งเดิมที่หาทานที่อื่นไม่ได้ อย่าง แพนเค้กถั่วเขียว และซอนจูบิบิมบับที่ขึ้นชื่อ

ปัจจัยข้อที่ 6 เป็นเมืองที่มีการจัดเทศกาลอาหาร การแข่งขันด้านโภชนาการ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

มีการจัด International Expo for Fermented Foods หรือ งานนิทรรศการแสดงอาหารหมักดอง ซึ่งมีที่เดียวในโลกตั้งแต่ปี 2003 จนถึงปัจจุบัน และ Jeonju Bibimbap Festival หรือ เทศกาลบิบิมบับแห่งเมืองซอนจู เริ่มจัดในปี 2012 จนถึงปัจจุบัน ทั้งสองเทศกาลจะจัดช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี บริเวณหมู่บ้านซอนจูฮันอก ยังมีการแสดงพื้นบ้าน และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ต่าง ๆ ให้แก่ผู้เข้าชมทั้งชาวเกาหลีและชาวต่างชาติได้เข้าร่วม รวมถึงมีการจัดการแข่งขันทำอาหารพื้นเมืองแบบดั้งเดิมมาตั้งแต่ปี 2009 จนถึงปัจจุบัน วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการแข่งขันจะต้องนำมาจากท้องถิ่นเท่านั้น ทุกปีมีผู้เข้าร่วมแข่งขันประมาณ 800 คน จาก 200 ทีมเข้าแข่งขัน

ปัจจัยข้อที่ 7 มีการส่งเสริม และกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของอาหารท้องถิ่นเป็นอย่างมาก

เมืองซอนจูให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องหมายการค้าของอาหารท้องถิ่น เพื่อขยายให้เป็นที่รู้จักทั่วประเทศในยุคที่ทันสมัยมาตั้งแต่ปี 2006 เมืองซอนจูเริ่มทำแฟรนไชส์อาหารท้องถิ่นซอนจู และเข้าร่วมงานระดับชาติเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่น

ปัจจัยข้อที่ 8 มีการส่งเสริมและมีการเรียนการสอนทำอาหารท้องถิ่นในสถาบันการศึกษา

เพื่อการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืนของอาหารในเมืองซอนจูนั้น ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และร้านอาหารท้องถิ่น ร่วมมือและดำเนินการทำศูนย์วิจัย Bibimbap Globalization Foundation และ Jeonju Hansik Banchan และยังเพิ่มการเรียนการสอนสาขาวิชา

อาหารดั้งเดิมในโรงเรียนและมหาลัย มีการสร้างสถาบัน Creative Culinary Institute แห่งแรกในเกาหลีในปี 2012 เพื่ออบรมพ่อครัวระดับสูงในอาหารเกาหลี มีการสอนโปรแกรมระยะสั้น และโปรแกรมเพื่อฝึกประสบการณ์ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ซึ่งผลิตผู้เชี่ยวชาญทางอาหารมากกว่า 100 คนในแต่ละปี

ซึ่งปัจจัยทั้ง 8 ข้อที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นนั้น เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาให้เมืองซอนจูได้รับการแต่งตั้งเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร จากองค์กรยูเนสโก UNESCO

โดยจากการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 8 ข้อ และองค์ประกอบการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ 5 ข้อนั้น ทำให้ผู้วิจัยพบว่า หัวใจสำคัญที่ทำให้เมืองซอนจูกลายเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร เนื่องด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

- เมืองซอนจูมีประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน จนซอนจูได้ชื่อว่ามีวัฒนธรรมเกาหลีที่เก่าแก่ที่สุด ปัจจัยนี้ ส่งผลตามองค์ประกอบข้อที่ 1 การสร้างเอกลักษณ์แก่เมือง
- เมืองซอนจูมีการส่งเสริม และกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของอาหารท้องถิ่น โดยองค์ภาครัฐมีการออกนโยบายต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและรักษาวัฒนธรรมเดิมของเมืองไว้พร้อมกับการพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยไปด้วย ซึ่งปัจจัยนี้ ส่งผลตามองค์ประกอบข้อที่ 5 การบริหารจัดการเมือง (Management) โดยองค์ภาครัฐและเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเมืองซอนจู ได้มีการดำเนินงานและออกนโยบายต่าง ๆ ในการพัฒนาเมือง เพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างสร้างสรรค์ และมีแนวทางปรับปรุงเมืองให้เป็น Creative City โดยการผสมผสานประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมเดิม และความคิดสร้างสรรค์ในแก่เมือง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

สารนิพนธ์เรื่องกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมืองขอนแก่น ประเทศเกาหลีใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ โดยใช้กรณีศึกษาจากเมืองขอนแก่น และศึกษาปัจจัยที่ทำให้เมืองขอนแก่นได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร โดยใช้องค์ประกอบเมืองสร้างสรรค์ 5 ข้อ ขององค์การยูเนสโกเป็นเกณฑ์ในการศึกษา คือ การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริหารจัดการเมือง และใช้เกณฑ์เมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารขององค์การยูเนสโกเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์

จากการศึกษาสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

5.1.1 กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ โดยใช้กรณีศึกษาจากเมืองขอนแก่น

จากการศึกษาพบว่า กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ที่องค์การยูเนสโกได้กล่าวไว้นั้นมี 5 องค์ประกอบ คือ การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมให้มีความเปิดกว้าง การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริหารจัดการเมือง องค์การของภาครัฐและเอกชนจะต้องมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมือง โดยเป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และทำงานประสานกัน เพื่อนำไปสู่เป้าหมายได้อย่างสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางในการปรับปรุงเมือง เพื่อให้เป็นเมืองสร้างสรรค์โดยการผสมผสานประวัติศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์ ให้เมืองมีความผสมผสานกัน โดยเมืองขอนแก่นนั้น มีกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ เป็นไปตามองค์ประกอบทั้ง 5 ข้อ โดยสมบูรณ์ ผู้วิจัยยังพบว่า องค์ประกอบข้อที่ 5 การบริหารจัดการเมือง มีความสำคัญอย่างมาก โดยภาครัฐและเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเมืองขอนแก่น มีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาเมือง เพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างสร้างสรรค์ ได้แก่นโยบายการพัฒนาเมืองพร้อมทั้งรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อฟื้นฟูเมืองด้วยวัฒนธรรมดั้งเดิม ภายใต้หลักการวัฒนธรรมคืออนาคต ที่นำไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร

ของเมืองขอนแก่น และแผนการพัฒนาเมืองระยะยาว ปี 2008 - 2020 มุ่งพัฒนาฐานอุตสาหกรรม ท้องถิ่น การส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิม และพัฒนาสภาพแวดล้อมของเมืองให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี

5.1.2 ปัจจัยที่ทำให้เมืองขอนแก่นได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เมืองขอนแก่นเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร ที่กำหนดโดยเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก มีปัจจัยทั้งหมด 8 ข้อ คือ 1) เป็นเมืองศูนย์กลางที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านอาหารในระดับสูง 2) มีร้านอาหารและพ่อครัวพื้นเมืองในพื้นที่จำนวนมาก 3) มีการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและดั้งเดิมในการปรุงอาหาร 4) มีการใช้เคล็ดลับและเทคนิคในการปรุงอาหารแบบดั้งเดิม แม้ว่าจะมีความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี 5) เป็นเมืองที่มีการผลิตอาหารท้องถิ่นและมีตลาดอาหารท้องถิ่นรองรับ 6) เป็นเมืองที่มีการจัดเทศกาลอาหาร การแข่งขันด้านโภชนาการ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 7) มีการส่งเสริมและกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของอาหารท้องถิ่นเป็นอย่างมาก และ 8) มีการส่งเสริมสถาบันการศึกษาและการเรียนการสอนทำอาหารท้องถิ่น โดยพบว่าเมืองขอนแก่นเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมด้านอาหารมาอย่างยาวนาน เป็นศูนย์กลางการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านอาหารอย่างบิบบิ้น มีร้านอาหารพื้นเมืองในพื้นที่จำนวนมาก เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอาหารเกาหลีให้มากขึ้น ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น และเทคนิคการปรุงอาหารแบบดั้งเดิมแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ สนับสนุน และ ส่งเสริมการทำอาหารในเมืองอย่างชัดเจน เช่น การจัดงานนิทรรศการแสดงอาหารหมักดอง เทศกาลบิบบิ้นแห่งเมืองขอนแก่น และเพิ่มการเรียนการสอนสาขาวิชาอาหารดั้งเดิมในโรงเรียนและมหาวิทยาลัย ทำให้เมืองมีรากฐานสำคัญส่งเสริมให้เมืองขอนแก่นได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร

5.1.3 ปัจจัยที่ทำให้เมืองขอนแก่นได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เมืองขอนแก่นเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร ที่กำหนดโดยเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก มีปัจจัยทั้งหมด 8 ข้อ คือ 1) เป็นเมืองศูนย์กลางที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านอาหารในระดับสูง 2) มีร้านอาหารและพ่อครัวพื้นเมืองในพื้นที่จำนวนมาก 3) มีการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและดั้งเดิมในการปรุงอาหาร 4) มีการใช้เคล็ดลับและเทคนิคในการปรุงอาหารแบบดั้งเดิม แม้ว่าจะมีความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี 5) เป็นเมืองที่มีการผลิตอาหารท้องถิ่นและมีตลาดอาหารท้องถิ่นรองรับ 6) เป็นเมืองที่มีการจัดเทศกาลอาหาร การแข่งขันด้านโภชนาการ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 7) มีการส่งเสริมและกระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของอาหารท้องถิ่นเป็นอย่างมาก และ 8) มีการส่งเสริมสถาบันการศึกษาและการเรียนการสอน

ทำอาหารท้องถิ่น โดยพบว่าเมืองซอนจูเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมด้านอาหารมาอย่างยาวนาน เป็นศูนย์กลางการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านอาหารอย่างบิบบัม มีร้านอาหารพื้นเมืองในพื้นที่จำนวนมาก เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอาหารเกาหลีให้มากขึ้น ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่น และเทคนิคการปรุงอาหารแบบดั้งเดิมแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ และรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ สนับสนุน และ ส่งเสริมการทำอาหารในเมืองอย่างชัดเจน เช่น การจัดงานนิทรรศการแสดงอาหารหมักดอง เทศกาลบิบบัมแห่งเมืองซอนจู และเพิ่มการเรียนการสอนสาขาวิชาอาหารดั้งเดิมในโรงเรียนและมหาวิทยาลัย ทำให้เมืองมีรากฐานสำคัญส่งเสริมให้เมืองซอนจูได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 จากการศึกษาขั้นตอนกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของสาธารณรัฐเกาหลีได้ โดยใช้กรณีศึกษาจากเมืองซอนจู พบว่านโยบายจากภาครัฐมีความสำคัญต่อการพัฒนาเมืองอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของพิชชาพัชร สัตยารักษ์ (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษา เมืองเซียงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน อมราพร ธนพิเชษฐ์ (2559) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษาเมืองเฉิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน และ สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ที่องค์การยูเนสโก กล่าวไว้ว่าเป็นการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ตลอดจนจารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการและการวางแผน

5.2.2 จากการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เมืองซอนจูได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร พบว่าเมืองซอนจูมีรากฐานสำคัญทำให้รับแต่งตั้งเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร สอดคล้องกับ มนทิณี ยงวิกุล (2553) และการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและพัฒนา (2551) ที่ได้นิยามเมืองสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นเมืองที่มีรากฐานที่มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของ เศรษฐกิจและสังคมของเมืองนั้น ๆ และเอื้อต่อการทำงานในเชิงสร้างสรรค์ ทำให้มีความพร้อมที่จะพัฒนาเมืองในเชิงสร้างสรรค์

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเรื่อง กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา เมืองขอนแก่น ประเทศเกาหลีใต้ พบว่าเมืองขอนแก่นเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารได้ เพราะองค์ประกอบและปัจจัยที่สำคัญ คือ การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยใช้นโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาเมืองผลักดันให้เกิดเมืองสร้างสรรค์ ดังนั้น เมืองขอนแก่นจึงเป็นเมืองตัวอย่างสำหรับเมืองอื่นๆ ที่ต้องการเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหาร โดยยึดเมืองขอนแก่นเป็นต้นแบบได้

5.4 ข้อจำกัดทางการศึกษา

ในการหาข้อมูลเมืองขอนแก่น ซึ่งเป็นเมืองขนาดเล็กในประเทศเกาหลีใต้ ทำให้เกิดข้อจำกัดทางภาษาในการสืบค้นข้อมูล ต้องใช้ภาษาเกาหลีในการสืบค้น และวิเคราะห์ข้อมูล

บรรณานุกรม

หนังสือและเอกสารตีพิมพ์

ภาษาไทย

จิตตรา มาคะผล. (2556). **แนวทางการส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์ในประเทศไทย.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

พจน์มาศ ไชยสุระภวัฒน์. (2558). **บทบาทของตลาดนัดจตุจักรกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

พิชชาพัชร สัตยารักษ์. (2558). **กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ Creative City กรณีศึกษา: เมืองเชียงใหม่.** (ภาคนิพนธ์อักษรศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553). **ทุนความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ไร่ล่าย.

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2557). **การพัฒนาศักยภาพชุมชนวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ตลาดสร้างสุข ชุมชนสร้างสรรค์.** เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่.

อภิสิทธิ์ ไส้สตรูไกล. (2552). **ความคิดสร้างสรรค์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ.** ใน ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC), **ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์.** (พิมพ์ครั้งที่ 1), 22. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์ อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน จำกัด.

อมราพร ธนพิเชษฐ์. (2559). **กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาเมืองเจียงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน.** (ภาคนิพนธ์อักษรศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

Korea Thailand Communication Center. (2553). **South Korea – เกาหลีใต้.** กรุงเทพฯ: อทิตตา พรินติ้ง.

เว็บไซต์

ภาษาไทย

มนตรีณี ยงวิกุล. (2553). **Creative City : เมืองสร้างสรรค์คืออะไร**. เข้าถึงเมื่อ 2 กันยายน 2561. จาก <http://www.tcdc.or.th/articles/business-industrial/17453/#Creative-City--เมืองสร้างสรรค์คืออะไร>

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC. (2560). **Creative City เรื่องราวของการบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์วัฒนธรรม และเมือง**. เข้าถึงเมื่อ 2 กันยายน 2561. จาก <http://www.tcdc.or.th/articles/design-creativity/5441/#Creative-City-เรื่องราวของการบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์-วัฒนธรรม-และเมือง>

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประจำนครเชียงใหม่. (2557). **มหานครเชียงใหม่: Creative City**. เข้าถึงเมื่อ 25 ตุลาคม 2561. จาก http://www.ditp.go.th/contents_attach/89346/89346.pdf

เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา. (2553). **Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย**. เข้าถึงเมื่อ 11 กันยายน 2561. จาก https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_10/pdf/23-28.pdf

อภิสิทธิ์ ไถ่สัตวูไกล. (2554). **การสร้างแหล่งการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาเมือง**. เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2561. จาก <http://cpd.bangkok.go.th/files/admin/Apsit24-12-54.pdf>

MGR Online. (2557). **ยูเนสโก ยกสามนครแห่งแดนมังกรเป็น “เมืองสร้างสรรค์” โลก**. เข้าถึงเมื่อ 1 กันยายน 2561. จาก <https://mgronline.com/china/detail/9570000143825>

ภาษาอังกฤษ

Creative Cities Network. (2012). **About the Creative City**. Accessed September 16. Available from <https://en.unesco.org/creative-cities/jeonju>

- Creative Cities Network. (2017). **64 Cities Join the UNESCO Creative Cities Network.** Accessed November 1. Available from <https://en.unesco.org/creative-cities/events/64-cities-join-unesco-creative-cities-network>
- Constanze Gathen. (2016). **Benefits of Networks within Cultural and Creative Industries The Case of the UNESCO Creative Cities Network with a Particular Focus on Gastronomy.** Accessed September 1. Available from <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:944659/FULLTEXT01.pdf>
- EVENT EDITOR. (2018). **Taste of Korea: Jeonju.** Accessed March 2. Available from <https://londonkoreanlinks.net/2018/11/21/exhibition-taste-of-korea-jeonju/>
- Jeonju Municipal Government Republic of Korea. (n.d.). **Jeonju Application to join the UNESCO Creative Cities Network.** Accessed September 10. Available from <http://www.unesco.org/culture/pdf/CCN-jeonju-application-EN.pdf>
- Jeonju, UNESCO City of Gastronomy. (2012). **Represent Jeonju Foods.** Accessed September 10. Available from <http://unesco.jeonju.go.kr/eng/html/sub2/index2.php>
- Kim Seung-Su. (2017). **UNESCO Creative City of Gastronomy 2012 – 2017 Monitoring Report Jeonju.** Accessed September 15. Available from <http://creativegastronomy.com/ccn/wp-content/uploads/2017/11/Jeonju-Monitoring-Report.pdf>
- LeRoy Harvey and John Victory. (2004). **The Creative Community Handbook.** Accessed September 15. Available from <https://msu.edu/unit/cua/electr%20new05/creative%20community%20handbook.pdf>

Mimsie Ladner. (2017). **10 Reasons Jeonju is the Food Capital of South Korea.**

Accessed September 15. Available from <https://theculturetrip.com/asia/south-korea/articles/10-reasons-jeonju-is-the-food-capital-of-south-korea/>

Tan Chui Hua. (2018). **Transforming cities through cultural development.**

Accessed September 15. Available from <https://www.leekuanyewworldcityprize.com.sg/media/feature-articles/transforming-cities-through-cultural-development>

The Korea Economic Institute of America. (2015). **KOREA'S ECONOMY VOLUME 30.**

Accessed September 15. Available from http://keia.org/sites/default/files/publications/kei_koreas_economy_jung_0.pdf

ภาษาเกาหลี

전주시 기획조정국 기획예산과. (2016). **전주 경제발전 10 년 플랜.** Accessed

September 10. Available from <https://www.jeonju.go.kr/planweb/board/download.9is?fileUid=9be517a759fea2cb015a3b9186a33dd9&boardUid=9be517a74f8dee91014f90f e6c3d0777>

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวชลดา โรจน์ศิริ
วัน เดือน ปี เกิด	9 ตุลาคม 2539
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	604/30 หมู่บ้านประปาเมืองใหม่ ถนนนาสร้าง ตำบลนครปฐม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
ประวัติการศึกษา	
2558 – ปัจจุบัน	ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวัง สนามจันทร์ คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา ภาษาเลือก ภาษาเกาหลี
2553 – 2558	ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียน สิรินธรราชวิทยาลัย จังหวัดนครปฐม สายศิลป์ – ภาษาอังกฤษ

แบบโอนลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาวชลดา โรจน์ศิริ
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาาษาเลือกภาษาเกาหลี
สารนิพนธ์	กระบวนการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาเมืองขอนแก่น ประเทศเกาหลีใต้
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	อาจารย์ศุภฤกษ์ โออินทร์
ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา	604/30 หมู่บ้านประปาเมืองใหม่ ถนนนาสร้าง ตำบลนครปฐม อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม 73000
หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้	0923197809

ลิขสิทธิ์ของสารนิพนธ์อันเป็นผลจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่ง พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยกำหนดตลอดอายุคุ้มครองสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวชลดา โรจน์ศิริ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....