# การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมชุมชนแกดำผ่านกลไกความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

# The Development of Kaedum Community Cultural Capital Using Collaboration Mechanism for Community Econnomic Development

พลเดช เชาวรัตน์[1], ศมลวรรณ วรกาญจน์[2*] และคณะ[3]

Pondej Chaowarat[1], Samonwan Worrakarn[2*] and others[3]

Received: March 8, 2024

Revised: April 28, 2024

Accepted: April 30, 2024

[123]คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[123]Faculty ofArchitecture, Urban Design and Creative Arts, Mahasarakham University.

[1](Email: Pondej.c@msu.ac.th)

[*2](Email: samonwan.infinite@gmail.com)

*Corresponding Author

---

[3]มลฤดี เชาวรัตน์, ลินจง โพชารี, กิ่งกาญจน์ แสงสุวอ, ดาราลัย ไชมะเริง, วิชาภรณ์ ชำนิกำจร, ขวัญเนตร บลูเมอ, ทม เกตุวงศา, ธเนศ ฉัตรจุฑามณี, ธราธร บุ้งทอง, ปาริชาติ ศรีสนาม, กัญจน์ชญา จันทรังษี, สายฝน จำปาทอง, อมฤต สมพงษ์ และญาดา สามารถ

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำฐานข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม โดยใช้กระบวนการแผนที่วัฒนธรรมส่งเสริมคุณค่าทุนทางศิลปวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มรายได้ให้ชุมชนด้วยการพัฒนากลไกความร่วมมือและแผนความร่วมมือกับภาคีหลัก ประกอบด้วย 1) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) ชุมชน ทั้ง 13 ชุมชน ใน 5 ตำบล 3) ศิลปินและช่างฝีมือ 4) องค์กรภาคเอกชน 5) นักวิชาการมหาวิทยาลัย 6) หน่วยงานภาครัฐ และ 7) องค์กรภาคประชาสังคม ในการจัดการทุนทางศิลปวัฒนธรรม การพัฒนาผู้ประกอบการ การพัฒนาวิสาหกิจวัฒนธรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางศิลปวัฒนธรรม จนเกิดการเติบโตของมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก เกิดการยกระดับสำนึกท้องถิ่นนำไปสู่ความเข้มแข็งของสังคม ที่สามารถประเมินวัดผลทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 5 ระยะ โดยแนวคิดหลักที่นำมาใช้ในการวิจัยคือ สาน-สร้าง-เสริม (Engagement-Enrich-Enhance) ที่ขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาพื้นที่ ตั้งอยู่บนฐานของการสร้างความร่วมมือโดยภาคีเครือข่าย จากการดำเนินงานทำให้ได้ผลผลิตที่เป็นผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมรวม 32 รายการ แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม จำนวน 15 รายการ บริการทางวัฒนธรรม จำนวน 17 รายการ ผลการศึกษาพบว่าทุนทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่อยู่ในหมวดหมู่งานช่างฝีมือดั้งเดิม วรรณกรรมพื้นบ้าน แหล่งธรรมชาติ สถาปัตยกรรม ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม งานเทศกาล ศิลปะการแสดง และโบราณสถาน ในด้านการเสริมพลังด้านคุณค่าของทุนทางศิลปวัฒนธรรมด้วยการพัฒนากลไกความร่วมมือ มีภาคีที่เข้ามามีส่วนร่วมครอบคลุมกลุ่มต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ชุมชน เอกชน และองค์กรภาคประชาสังคม

นอกจากนี้โครงการยังทำให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมและผลตอบแทนจากการลงทุน โดยมูลค่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากโครงการในระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 – 2568 ปรากฏผลว่ามีอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคม

(SROI) ต่อการลงทุน 1 บาท เท่ากับ 3.79 บาท และผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ซึ่งเป็นการนำกำไรสุทธิจากผลตอบแทนที่เป็นรายได้จากผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าหรือบริการที่ได้รับการพัฒนาจากโครงการ ปรากฏอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ 44.16 % กล่าวสรุปคือทุนทางวัฒนธรรมมีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน การมีส่วนร่วมด้วยการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชนทำให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เกิดเป็นพลังในการขับเคลื่อนชุมชนให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสู่การพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** การออกแบบผลิตภัณฑ์, ทุนทางวัฒนธรรม, แผนที่วัฒนธรรม

## Abstract

This research objective is to create a cultural capital database using cultural mapping to promote the value of arts and culture, with the aim of increasing community income through the development of cooperation mechanisms and cooperation plans with the main sectors as follows: 1) Local Administrative Organizations, 2) 13 Communities in 5 sub–districts, 3) Artists and craftsmen 4) Private sectors 5) Academic researcher 6) Government agencies 7) Civil society organizations. Through the management of arts and cultural capital, the development of entrepreneurs, cultural enterprise development, and the development of arts-cultural products and services, lead to the growth of grassroots economic value, elevating local consciousness towards societal resilience that can be economically assessed reasonably. The operational plan is divided into 5 phases. The underlying concept used in the research is Engage-Enrich-Enhance, which drives cultural capital for area development

based on cooperation. The operations resulted in 32 cultural products and services, categorized into 15 cultural products and 17 cultural services.

The study found that the cultural capital appears mostly in the category of traditional craftsmanship, local literature, natural resources, architecture, knowledge and guidelines related to nature and the universe, social norms, ceremonies, festivals, art performances, and historical sites. In terms of strengthening cultural capital values through cooperation mechanisms, various sectors including the government, communities, private sector, and civil society organizations have participated. Furthermore, the project has generated social returns and investment returns, with the value of changes resulting from the project over 5 years from 2021 to 2025 showing a Social Return on Investment (SROI) of 3.79 Baht per 1 Baht investment, and a Return on Investment (ROI) which is a net profit from products and services developed by the project showing an investment return rate of 44.16%. In summary, cultural capital plays a crucial role in community economic development. Community participation through integrating cultural capital as a bridge to community activities, leading to shared learning and driving sustainable community self-reliance.

**Keywords:** Product Design, Cultural Capital, Cultural Mapping

**บทนำ**

ทุนทางวัฒนธรรมเป็นต้นน้ำของห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ นักสร้างสรรค์สามารถนำทุนทางวัฒนธรรมเช่นเรื่องราวและเนื้อหาของสินค้ามาสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือใช้ทุนทางวัฒนธรรมสร้างความแตกต่างหรือจุดขายให้กับสินค้าและบริการ เกิดมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าวัฒนธรรมได้ (เอกราช จันทร์กลับ, 2563) ด้วยเหตุนี้ทุนทางวัฒนธรรมจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทุนทางสังคม เป็นจุดแข็งที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ของประเทศให้มีความเข้มแข็ง ชุมชนแกดำเป็นชุมชนชนบทอีสานมีลักษณะเหมือนชุมชนส่วนใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีวิถีชีวิตและประวัติความเป็นมาที่พึ่งพาและเกี่ยวข้องกับหนองแกดำทั้งในเรื่องทรัพยากรและศิลปวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมา เป็นชาวลาวมีการอพยพย้ายถิ่นเพื่อหาที่ตั้งที่ปลอดภัยและมีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ โดยการอพยพของชาวแกดำสามารถย้อนกลับไปตั้งแต่เมืองจำปาศักดิ์ สปป.ลาว ย้ายถิ่นมาที่เมืองสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดในปัจจุบัน และย้ายเข้ามาที่เมืองแกดำที่ตั้งในปัจจุบันในปี พ.ศ. 2338 โดยเลือกที่ตั้งบริเวณชุมชนโบราณสมัยทวาราวดี ซึ่งใกล้หนองน้ำแกดำที่อุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นต้นทุนทางธรรมชาติที่เป็นจุดเริ่มต้นของต้นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการดำรงชีวิตและได้กลายเป็นวิถีชีวิตที่สะท้อนภูมิปัญญาของชาวอีสานในการอยู่อาศัยร่วมกับธรรมชาติ นอกจากนี้ชื่อของชุมชนยังมาจากชื่อของพืชที่ขึ้นอยู่ตามธรรมชาติริมหนองน้ำ คือ ต้นสะแก (หรือต้นแก ในภาษาอีสาน) (ชื่อวิทยาศาสตร์ Combretum quadrangulare Kurz. วงศ์ Combretaceae) โดยต้นแกที่ปรากฏในบริเวณนี้มีลักษณะพิเศษคือลำต้นและใบเป็นสีดำซึ่งเกิดจากสีของครั่งจึงเป็นที่มาของการเรียกชื่อชุมชน “แกดำ” จุดเด่นที่สำคัญของแกดำคือ “สะพานไม้แกดำ” ซึ่งถือได้ว่าเป็น “มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้” ในด้านต้นทุนทางวัฒนธรรม มีการสืบทอดวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมของตนซึ่งเป็นวิถีชีวิตชาวอีสานได้อย่าง

สมบูรณ์ เช่น ฮีตสิบสองคองสิบสี่ การเซิ้งกระโจม ความเชื่อและวิถีชีวิตของชาวอีสานชนบท (เกริกกฤษณ์ โชคชัยรัชดา, 2565)

ชุมชนแกดำมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการชุมชนและมีการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวโดยนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้สร้างมูลค่าโดยได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบาย มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ที่พักแบบโฮมสเตย์และผลิตภัณฑ์ บริการด้านการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์และมีหน่วยงานเข้ามาร่วมเป็นภาคีในการพัฒนาชุมชนแกดำ

จากความสำคัญดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจเป็นอย่างยิ่งในการที่จะศึกษาในประเด็นการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมชุมชนแกดำ ที่ประกอบด้วยมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ผ่านกลไกความร่วมมือเพื่อเพิ่มคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชนแกดำ และชุมชนอื่นๆในบริบทที่คล้ายกันต่อไป

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อจัดทำฐานข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม ทั้งมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยใช้กระบวนการแผนที่วัฒนธรรม

2. เพื่อเสริมพลังด้านคุณค่าของทุนทางศิลปวัฒนธรรมด้วยการพัฒนากลไกความร่วมมือและแผนความร่วมมือกับภาคีหลักในการจัดการทุนทางศิลปวัฒนธรรม การพัฒนานวัตกรรมชุมชน เกิดการยกระดับสำนึกท้องถิ่นนำไปสู่ความเข้มแข็งของสังคมที่สามารถประเมินวัดผลกระทบทางสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม

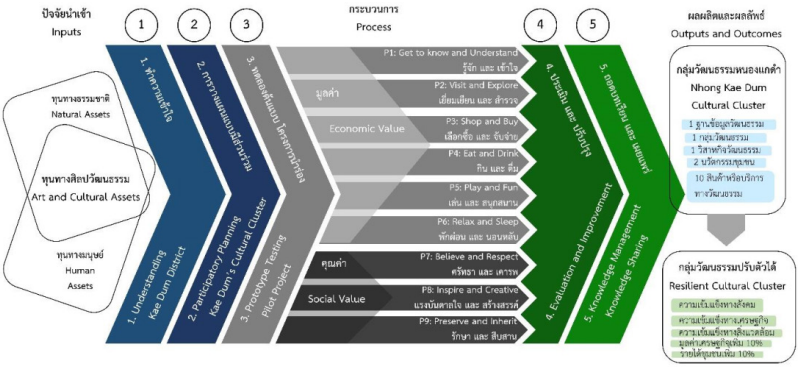
3. เพื่อนำทุนทางศิลปวัฒนธรรมไปเพิ่มรายได้ให้ชุมชนด้วยการพัฒนากลไกความร่วมมือและแผนความร่วมมือกับภาคีหลัก การพัฒนาผู้ประกอบการ การพัฒนาวิสาหกิจวัฒนธรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางศิลปวัฒนธรรม เกิดการเติบโตของมูลค่าเศรษฐกิจฐานรากที่สามารถประเมินวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

**ทบทวนวรรณกรรม**

แนวคิดหลักที่นำมาใช้ในการวิจัยคือ สาน-สร้าง-เสริม (Engagement-Enrich-Enhance) ที่ขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาพื้นที่ ตั้งอยู่บนฐานของการสร้างความร่วมมือ (สาน-Engagement) สร้างคุณค่าความหมาย (สร้าง-Enrich) และหนุนนำ (เสริม-Enhance) ระหว่าง 5 ภาคีหลัก อันประกอบด้วย เครือข่ายศิลปิน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน ภาคธุรกิจเอกชน และนักวิชาการ การทำงานเริ่มต้นด้วยการจัดทำฐานข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมผ่านกระบวนการจัดทำแผนที่วัฒนธรรม (Cultural Mapping) และนำข้อมูลที่ได้มาต่อยอดเป็นการพัฒนาผู้ประกอบการวัฒนธรรม (Cultural Entrepreneur) เพื่อหนุนเสริม ต่อยอด สร้างสรรค์ หรือสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Product) และการบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Service) โดยมีแนวทางการรวมกลุ่มผู้ประกอบการวัฒนธรรมเป็นวิสาหกิจวัฒนธรรม (Cultural Enterprise)

นอกจากนี้ โครงการวิจัยยังได้ใช้หลักการแนวคิดทฤษฎีเฉพาะศาสตร์เข้ามาบูรณาการในการทำงานของแต่ละกลุ่มงาน ได้แก่ 1) การสร้างนวัตกรรมจากทุนทางศิลปวัฒนธรรม (Crafts Product Design Innovation) ซึ่งเป็นการออกแบบและการผลิตที่มีการผสมผสานระหว่างขนบธรรมเนียมแบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัย การประดิษฐ์และสร้างสรรค์วัสดุ รูปแบบและกระบวนการผลิตที่สร้างความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวผลิตภัณฑ์เองและในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน 2) กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ที่เน้นการลงมือปฏิบัติและการเรียนรู้จากการทดลอง กระบวนการทำงานวนซ้ำจากการสร้างความเข้าใจมนุษย์ การคิดสร้างสรรค์ และการทดสอบกับผู้ใช้เพื่อเรียนรู้และลดข้อผิดพลาดหลายครั้ง (ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และ ชูจิต ตรีรัตนพันธ์, 2560) 3) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม

โดยชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางและมีบทบาทในการบริหารจัดการ เป็นเจ้าของสิทธิ์ในการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน 4) การประเมินผลตอบแทนเชิงสังคมจากการลงทุน (SROI / Social Return on Investment) ซึ่งเป็นกรอบของการประเมินคุณค่าที่แผนงานหรือโครงการได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจะรวมไปถึงผลลัพธ์จากปัจจัยพื้นฐาน 3 ด้านคือ ผลทางเศรษฐกิจ ผลทางสิ่งแวดล้อมและผลทางสังคม โดยทำการเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือผลกระทบที่ถูกวัดและแปลงค่าเป็นหน่วยเงินเทียบกับเงินลงทุนที่ใช้ไป (สฤณี อาชวานันทกุล และ ภัทราพร แย้มละออ, 2560) 5) เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals / SDGs) ที่มี 17 เป้าหมาย โดยเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับงานประกอบด้วย เป้าหมายที่ 1 ขจัดความยากจน เป้าหมายที่ 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน เป้าหมายที่ 10 ลดความไม่เสมอภาคภายในประเทศและระหว่างประเทศ เป้าหมายที่ 16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรมและสร้างสถาบันที่มีประสิทธิผลรับผิดชอบและครอบคลุมในทุกระดับ และเป้าหมายที่ 17 เสริมความเข้มแข็งให้แก่กลไกการดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักงานสหประชาชาติประเทศไทย, 2564) และ 6) ภูมินาม (Toponymy) ที่นำไปศึกษาและทำความเข้าใจเอกลักษณ์ท้องถิ่นจากชื่อชุมชน ที่ได้สะท้อนอัตลักษณ์ที่สำคัญในระดับชุมชนในมิติด้านทรัพยากรท้องถิ่น ภูมิประเทศ ภูมิสัญฐาน สังคมและความเชื่อ เป็นต้น (Worakarn and Chatjutamanee, 2565)




## วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มีขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 5 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 การทำความเข้าใจพื้นที่ศึกษา โดยการสำรวจข้อมูลทรัพยากรที่มีในชุมชนด้วยการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน การสำรวจทางภายภาพ แบบสอบถาม และการระดมความคิดจากกลุ่มเฉพาะ ร่วมกันจัดทำแผนที่วัฒนธรรม (Cultural Mapping) จากนั้นนำมาจัดทำเป็นบัญชีข้อมูลต้นทุนทางศิลปะและวัฒนธรรมของชุมชน

ระยะที่ 2 การวางแผนแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการสร้างกลุ่มวัฒนธรรมและการทำงานสร้างความร่วมมือขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่ รวมถึงการวางแผนการพัฒนาบริการการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์โดยใช้ทุนทางศิลปะและวัฒนธรรม ประกอบด้วยโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ นำเสนอต่อชุมชนและร่วมกันคัดเลือกโครงการหรือกิจกรรมนำร่อง เครื่องมือที่ใช้หลัก คือ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

ระยะที่ 3 การทดลองต้นแบบหรือโครงการนำร่อง เป็นการดำเนินการโครงการนำร่องตามที่ชุมชนและภาคีได้เลือกไว้ โดยมีการประเมินแยกแต่ละโครงการ

จัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาต่อยอดหรือทดลองดำเนินการอีกครั้ง โครงการหรือกิจกรรมนำร่องจะครอบคลุม 9 พฤติกรรมพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านเพิ่มคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ ได้แก่ 1) รู้จักและเข้าใจ 2) เยี่ยมเยียนและสำรวจ 3) เลือกซื้อและจับจ่าย 4) กินและดื่ม 5) เล่นและสนุกสนาน 6) พักผ่อนและนอนหลับ 7) ศรัทธาและเคารพ 8) แรงบันดาลใจและสร้างสรรค์ และ 9) รักษาและสืบสาน

ระยะที่ 4 การประเมินและปรับปรุง โดยประเมินโครงการวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ตามตัวชี้วัดที่ได้ตั้งไว้จัดทำ Cultural impact pathway และ Cultural value chain ทุกกิจกรรม จัดทำรายงานสรุป นำเสนอต่อชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

ระยะที่ 5 การถอดบทเรียนและการเผยแพร่ นำองค์ความรู้ที่ได้คืนสู่ชุมชนและเผยแพร่ต่อสาธารณะเพื่อนำไปปรับใช้กับชุมชนอื่นต่อไป

เครื่องมือการที่ใช้ในงานวิจัย มีทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ ได้แก่ 1) การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) 2) การสำรวจภาคสนาม (Field Survey) 3) การสังเกตการณ์ (Observation) 4) แบบสอบถาม (Questionnaire) 5) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) และ 6) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญและทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ และมีความรับผิดชอบ ซึ่งสถิติที่ใช้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน (N) ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่ามากที่สุด (Max) และค่าน้อยที่สุด (Min)

**ผลการศึกษา**

1. ทุนทางวัฒนธรรมแกดำผ่านกระบวนการแผนที่วัฒนธรรม

กระบวนการแผนที่วัฒนธรรมทำให้เกิดชุดข้อมูลในระบบฐานข้อมูลแผนที่วัฒนธรรมไทยแลนด์ (Cultural Map Thailand) จำนวน 64 ชุดข้อมูล

แบ่งเป็นรูปแบบทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) จำนวน 13 เรื่อง (ร้อยละ 20) และทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible) จำนวน 51 เรื่อง (ร้อยละ 80)

ทุนทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่อยู่ในหมวดหมู่ Traditional Craftsmanship (งานช่างฝีมือดั้งเดิม) จำนวน 20 รายการ (ร้อยละ 31) รองลงมาคือ Folk Literature (วรรณกรรมพื้นบ้าน) จำนวน 13 รายการ (ร้อยละ 20) Natural Resources (แหล่งธรรมชาติ) จำนวน 11 รายการ (ร้อยละ 17) สถาปัตยกรรม จำนวน 8 รายการ (ร้อยละ 13) Knowledge and Practices concerning nature and the universe (ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล) จำนวน 7 รายการ (ร้อยละ 11) Social Practices, ritual and festive events (แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล) จำนวน 3 รายการ (ร้อยละ 5) Performing Arts (ศิลปะการแสดง) จำนวน 1 รายการ (ร้อยละ 2) และ Archeological Site (โบราณสถาน) จำนวน 1 รายการ (ร้อยละ 2)

ทุนทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่กระจุกตัวที่บ้านหัวขัว จำนวน 7 รายการ (ร้อยละ 11) ตามด้วยบ้านแกดำ บ้านโนนภิบาล จำนวนชุมชนละ 6 รายการ (ร้อยละ 9) บ้านไผ่ล้อม บ้านน้ำเที่ยง บ้านวังแสง จำนวนชุมชนละ 5 รายการ (ร้อยละ 8) ชุมชนบ้านเหล่าจั่น บ้านยาง บ้านสารพัฒนา บ้านหนองดุก บ้านหนองบัว จำนวนชุมชนละ 4 รายการ (ร้อยละ 6) บ้านโคกกลาง บ้านหนองสิม จำนวนชุมชนละ 2 รายการ (ร้อยละ 3) และบ้านตะคุ บ้านหนองหูลิง ชุมชนละ 1 รายการ (ร้อยละ 2)

ในการประเมินระดับความเสี่ยง พบว่า หมวดหมู่ที่มีดัชนีความเสี่ยงสูงสุดคือ Traditional Craftsmanship (งานช่างฝีมือดั้งเดิม) ระดับ 1.4 ตามมาด้วย Architecture (สถาปัตยกรรม) ระดับ 1.3 Knowledge and Practices concerning nature and the universe (ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล) และ Natural Resources (แหล่งธรรมชาติ) ระดับ 1.1

และ Archeological Site (โบราณสถาน) Folk Literature (วรรณกรรมพื้นบ้าน) และ Performing Arts (ศิลปะการแสดง) ระดับ 1.0

การประเมินความเสี่ยงทุนทางวัฒนธรรมในระดับหมู่บ้าน พบว่า หมู่บ้านที่มีดัชนีความเสี่ยงสูงที่สุดคือ บ้านหนองดุก ระดับ 1.5 บ้านน้ำเที่ยง และบ้านวังแสง ระดับ 1.4 บ้านเหล่าจั่น บ้านหนองสิม และบ้านหัวขัว ระดับ 1.3 บ้านโนนภิบาล ระดับ 1.2 บ้านแกดำ บ้านโคกกลาง บ้านไผ่ล้อม บ้านตะคุ บ้านยาง บ้านสารพัฒนา บ้านหนองบัว บ้านหนองหูลิง และบ้านหนองดุก ระดับ 1.0

จากผลการศึกษาพบว่างานช่างฝีมือ (Craftsmanship) เช่น งานจักสาน การทอผ้าไหม เป็นงานที่มีความเสี่ยงสูงที่จะสูญหายเนื่องจากขาดทายาทสืบทอดภูมิปัญญา งานจักสานและทอผ้าไหมเป็นงานที่มีความประณีตสูง ต้องใช้ทักษะความชำนาญ และความรักในการทำงานสูง ประกอบกับช่างฝีมือในหมู่บ้านที่ยังคงทำจักสานและทอผ้าเป็นผู้สูงอายุ จึงทำให้มีความเสี่ยงในการสูญหาย โดยช่างจักสานตะกร้าไม้ไผ่และทอผ้าไหมพบที่บ้านหนองดุก บ้านน้ำเที่ยงและบ้านวังแสง จึงควรเป็นอย่างยิ่งที่จะทำการอนุรักษ์รักษาให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมต่อไป

2. การเสริมพลังด้านคุณค่าของทุนทางศิลปวัฒนธรรมด้วยการพัฒนากลไกความร่วมมือ ภาคีที่เข้ามามีส่วนร่วม ประกอบด้วย 1) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Administration) ได้แก่ เทศบาลตำบลแกดำ องค์การบริหารส่วนตำบลโนนภิบาล องค์การบริหารส่วนตำบลวังแสง และองค์การบริหารส่วนตำบลหนองกุง 2) ชุมชน (Community) ประกอบด้วย 13 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านวังแสง ชุมชนบ้านสารพัฒนา ชุมชนบ้านยาง ชุมชนบ้านหนองดุก ชุมชนบ้านหนองบัว ชุมชนบ้านน้ำเที่ยง ชุมชนบ้านแกดำ ชุมชนบ้านหัวขัว ชุมชนบ้านเหล่าจั่น ชุมชนบ้านหนองสิม ชุมชนบ้านไผ่ล้อม ชุมชนบ้านโนนภิบาล และชุมชนบ้านโคกกลาง 3) ศิลปิน (Artist and Artisan) ประกอบด้วย หมอลำออย อาริยา, คณะโปงลางฮอยศิลป์ถิ่นอีสาน, วงพิณแคนซอ, กลุ่มเซิ้งกระโจมบ้านหัวขัว, กลุ่มเซิ้งกระโจมบ้านแกดำ, กลุ่มเซิ้งกระโจมบ้านเหล่าจั่น,

กลุ่มเชิ้งกระโจมบ้านโพธิ์ศรี, กลุ่มเชิ้งกระโจมบ้านโนนสีดา, กลุ่มสวดสรภัญญะบ้านหนองบัว, นางคำพร หินตะ, นายมี น้อยเสนา, กลุ่มสานกระติบบ้านไผ่ล้อม, กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านโนนภิบาล, กลุ่มทอผ้าขาวม้าบ้านโคกกลาง 4) องค์กรภาคเอกชน (Private Sector) ประกอบด้วย นายภูษิต อาจวิชัย แบรนด์โควิโซ (KOVISO), สันต์ชาวน์, นัวเนียร์โมเดลลิ่ง, ทีมดีไซเนอร์ CAF 5) นักวิชาการมหาวิทยาลัย (University) ประกอบด้วย คณาจารย์และนิสิต จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตศิลป์ คณะการบัญชีและการจัดการ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสถาบันวิจัยศิลปวัฒนธรรมอีสาน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากภาคีอื่น ๆ ได้แก่ 6) หน่วยงานภาครัฐ (Public Sector) ได้แก่ นายอำเภอแกดำ (นายศฎายุช ไชยะลาด) กำนันตำบลแกดำ กำนันตำบนหนองกุง กำนันตำบลวังแสง กำนันตำบลมิตรภาพ กำนันตำบลโนนภิบาล พัฒนาชุมชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) วัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม โรงเรียนบ้านเหล่าจั่นนาภู และ 7) หน่วยงานกลุ่ม หรือองค์กรภาคประชาสังคม (Civil Society) ได้แก่ วัดดาวดึงษ์ วัดป่ากุงโพธิสาร วัดหนองหูลิง กลุ่มอนุรักษ์สะพานไม้แกดำ กลุ่มผู้เกษียณอายุราชการที่ทำงานด้านวัฒนธรรม สื่อมวลชนในจังหวัดมหาสารคาม เครือข่ายเยาวชนจังหวัดมหาสารคาม

การพัฒนากลไกและสร้างความเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายดำเนินการผ่านกิจกรรมทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยกิจกรรมที่เป็นทางการประกอบด้วย 1) กิจกรรมบูรณาการนโยบาย 2) เวทีแผนที่วัฒนธรรมระดับชุมชน 3) เวทีคืนข้อมูลแผนที่วัฒนธรรม 4) เวทีระดมความคิดเห็นเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะการจัดการมรดกวัฒนธรรมอำเภอแกดำ

ผลจากการทำกิจกรรมได้ก่อให้เกิดความร่วมมือและจัดทำแนวทางในการจัดการมรดกวัฒนธรรม โดยสรุปได้ว่า วิถีชีวิตของชาวอำเภอแกดำที่สั่งสม

และสืบทอดมาจากอดีตจนกลายเป็นความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ และกลายเป็น “อัตลักษณ์” ของอำเภอแกดำที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ได้แก่ ภาพสะท้อนของ “ความอุดมสมบูรณ์” ทั้งในมิติของทรัพยากรธรรมชาติ อันได้แก่ ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งน้ำในพื้นที่อำเภอแกดำ โดยเฉพาะหนองแกดำเป็นหนองน้ำใหญ่หล่อเลี้ยงชีวิตทั้งด้านการทำมาหากินและคติความเชื่อ ส่งต่อสายน้ำไปยังห้วยแกดำไหลผ่านหลายตำบลของอำเภอแกดำ และมีสะพานไม้แกดำเป็นแลนด์มาร์กด้านงานบุญประเพณีและแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอแกดำ นอกจากนี้ในพื้นที่ในชุมชนอื่นในอำเภอแกดำยังปรากฏแหล่งน้ำขนาดใหญ่อีกหลายแห่ง เช่น หนองสิม หนองบัว หนองกุง ห้วยแอ่ง เป็นต้น

ความอุดมสมบูรณ์ของอำเภอแกดำอีกมิติ คือ ด้าน ประเพณี พิธีกรรม เทศกาลงานบุญ ที่สัมพันธ์กับคติความเชื่อวิถีชาวนาที่สัมพันธ์กับผีฟ้าพญาแถน ผู้ดลบันดาลให้ฝนฟ้าต้องตามฤดูกาลเกิดความอุดมสมบูรณ์ โดยในพื้นที่อำเภอแกดำมีการสืบสานประเพณี พิธีกรรม เทศกาลงานบุญที่เกี่ยวข้องกับความอุดมสมบูรณ์ที่เป็นโดดเด่น คือ “การเซิ้งกระโจม” เพื่อขอให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล และ “งานบุญบั้งไฟกบใหญ่แกดำ” อันเป็นการผสมผสานประเพณีตามฮีตสิบสองกับกบที่มีนัยการเป็นสัญลักษณ์แห่งความอุดมสมบูรณ์ของวัฒนธรรมร่วมในอุษาคเนย์และกบในฐานะผลิตภัณฑ์อาหารที่โดดเด่นของอำเภอแกดำ

งานหัตถกรรมและศิลปะการแสดง ซึ่งแสดงถึงภูมิปัญญาที่สืบสานมาจากบรรพชนเป็นความอุดมสมบูรณ์อีกประการที่พบในพื้นที่อำเภอแกดำ และกลายเป็นผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) ที่โดดเด่นของอำเภอแกดำ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าทอและเครื่องจักสาน ตลอดจนศิลปะการแสดงพื้นบ้าน เช่น หมอลำ ดนตรีอีสาน ดังนั้นจึงกำหนดให้ “ความอุดมสมบูรณ์” หรือ Richness เป็นคำสำคัญที่แสดงอัตลักษณ์ความเป็นแกดำ โดยใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของชาวอำเภอแกดำ

แนวทางในระยะเริ่มต้น ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว

“คักแท้แกดำ” เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม สัมผัสกับ “ความอุดมสมบูรณ์” ของอำเภอแกดำในมิติต่าง ๆ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ (สินค้าและการบริการ) ในเส้นทางท่องเที่ยวควบคู่กันกับการสร้างกิจกรรม “เทศกาลคักแท้แกดำ ฟังลำเพลิน เดินสะพาน” เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนได้รู้จักและสนใจมาท่องเที่ยวอำเภอแกดำ

คณะกรรมการเพื่อดำเนินการขับเคลื่อนการจัดการมรดกวัฒนธรรมอำเภอแกดำให้มีความต่อเนื่อง ประกอบด้วย 1) นายอำเภอแกดำ ส่วนราชการและหน่วยงาน/องค์กรระดับอำเภอ เช่น พัฒนาชุมชนอำเภอ เกษตรอำเภอ สภาวัฒนธรรมอำเภอ สภาเด็กและเยาวชนอำเภอ โรงเรียนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา เป็นต้น 2) ผู้นำในท้องถิ่น ได้แก่ นายกเทศบาลตำบล นายกองค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน 3) ผู้นำ/สมาชิก กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่ม/องค์กรในชุมชน และ 4) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

3. การนำทุนทางศิลปวัฒนธรรมไปเพิ่มรายได้ให้ชุมชน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ผู้ประกอบการภายนอก หน่วยงานในพื้นที่ คณะนักวิจัยและนิสิตในสาขาที่เกี่ยวข้องตามประเด็นปัญหา ศักยภาพ และความต้องการของชุมชน รูปแบบและแนวทางในการพัฒนาครอบคลุมตั้งแต่การศึกษาวิจัย การอบรมถ่ายทอดความรู้ การออกแบบ การผลิต การก่อสร้าง จนถึงการตลาด การประชาสัมพันธ์ การจัดทำสื่อ จัดจำหน่าย และเผยแพร่การจัดแสดง

จากการดำเนินงานทำให้ได้ผลผลิตที่เป็นผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมรวม 32 รายการ แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม จำนวน 15 รายการ ประกอบด้วย ผ้าขาวม้าลายอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโคกกลาง ผ้าขาวม้าลายอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนภิบาล การแปรรูปผ้าขาวม้าเป็นกระเป๋า หมวก เสื้อยูกาตะ กางเกง กระติบข้าวทรงใหม่ ผลิตภัณฑ์จากเทคนิคกระติบข้าว ได้แก่ โมบายมงคล กระเป๋าสะพายถาดใส่ของ ผ้าไหมลายอัตลักษณ์ชุมชนบ้านวังแสง แฟชั่น

คอลเลคชั่นผ้าไทยใส่ได้ทุก GEN ผ้าไหมลาย KOVISO แฟชั่นคอลเลคชั่น Galaxy แฟชั่นคอลเลคชั่นสูทบุรุษ แฟชั่นคอลเลคชั่นวัฒนธรรมที่ทันสมัย แฟชั่นคอลเลคชั่นบางกอกแฟชั่นวีค แฟชั่นคอลเลคชั่นผ้าขาวม้า ผลิตภัณฑ์จักสานใหม่ ได้แก่ ข้องมงคล ชั้นวางของ และ ผลิตภัณฑ์จักสานคอลเลคชั่นขนาดพิเศษ ได้แก่ ตะกร้าน้อย ข้องน้อย กระบุงใหญ่

บริการทางวัฒนธรรม จำนวน 17 รายการ ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกกลาง โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโนนภิบาล โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านไผ่ล้อม โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังแสง โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองดุก ศูนย์จัดแสดงและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทอผ้าบ้านหนองบัว โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองบัว โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเหล่าจั่น แผนพัฒนาภูมิทัศน์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวบ้านหนองสิม หนังสือนิทานการเรียนรู้ท้องถิ่นจากภูมินาม เส้นทางป่าชุมชนพร้อมป้ายต้นไม้ โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองสิม โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านแกดำ ศูนย์ปฏิบัติธรรมและพระมหาเจดีย์เกศแก้วจุฬามณีวัดดาวดึงส์ โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชน เทศกาลคักแท้แกดำ และโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านสารพัฒนา

4. ผลตอบแทนทางสังคมและผลตอบแทนจากการลงทุน

จากการเก็บข้อมูลซึ่งประกอบไปด้วยวิธีการ สำรวจข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างจากผู้มีส่วนได้เสียในการวิจัยสำหรับแต่ละโครงการย่อยก่อนเริ่มโครงการและเมื่อโครงการสำเร็จจากนั้นจึงนำผลผลิต (Output) และ ผลลัพธ์ (Outcome) ที่เป็นมูลค่าการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้น มาแปลงเป็นมูลค่าทางการเงินด้วยตัวชี้วัดและค่าแทนทางการเงิน (Proxy) ที่เหมาะสมแล้วจึงหักส่วนมูลค่าผลลัพธ์ที่โครงการไม่ได้ก่อ จึงได้เป็นผลตอบแทนมูลค่าทางสังคม ณ วันสิ้นปี (มูลค่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากโครงการ) เป็นระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 – 2568 นำไปคำนวณเป็นมูลค่าเงินปัจจุบัน ด้วยอัตรา

ดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาล ระยะเวลา 5 ปี ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 3 ของธนาคารแห่งประเทศไทยได้ผลลัพธ์เป็นผลรวมมูลค่าปัจจุบันผลตอบแทนมูลค่าทางสังคมและเงินลงทุนโครงการทั้งหมด นำไปคำนวณมูลค่าผลตอบแทนทางสังคมสำหรับงานวิจัยโครงการจากต้นทุนของแหล่งน้ำสู่กลุ่มศิลปวัฒนธรรมหนองแกดำ ปรากฏผลว่ามี อัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ต่อการลงทุน 1 บาท เท่ากับ 3.79 หมายถึง โครงการลงทุน 1 บาท ได้ผลตอบแทนทางสังคม 3.79 บาท รวมทั้งได้มีการวิเคราะห์ความอ่อนไหวเป็นการคิดอัตราผลตอบแทนทางสังคม (SROI) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยที่ใช้ในการคิดลดหามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนมูลค่าทางสังคม โดยผู้วิจัยจะประมาณการไว้ใน 2 อัตรา ได้แก่ อัตราร้อยละ 2 และอัตราร้อยละ 4 ซึ่งลัพธ์ของอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ได้ค่าเท่ากับ 3.91 และ 3.68 บาท ต่อการลงทุน 1 บาท ตามลำดับ

สำหรับผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) นำกำไรสุทธิจากผลตอบแทนที่เป็นรายได้จากผลิตภัณฑ์เป็นสินค้า หรือบริการ ที่พัฒนาได้จากโครงการเท่านั้น มาคิดลดให้เป็นมูลค่าเงินปัจจุบัน ด้วยอัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาล ระยะเวลา 5 ปี ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 3 ของธนาคารแห่งประเทศไทย และนำไปคำนวณ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนร่วมกับเงินลงทุนโครงทั้งหมด ปรากฏผลการวิจัยนี้มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ 44.16 % หมายถึง มีการลงทุนด้วยเงิน 100 บาท จะให้ผลตอบแทนจากการลงทุน 44.16 บาท นอกจากนี้ได้มีการวิเคราะห์ความอ่อนไหวเป็นการคิดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยที่ใช้ในการคิดลดเพื่อคำนวณมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนจากการลงทุน โดยผู้วิจัยจะประมาณการไว้ใน 2 อัตรา ได้แก่ อัตราร้อยละ 2 และอัตราร้อยละ 4 ซึ่งลัพธ์ของอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ได้ค่าเท่ากับ 48.63 และ 39.88 บาท ต่อการลงทุน 100 บาท ตามลำดับ

**สรุป**

อำเภอแกดำมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ได้แก่ 1) สะพานไม้แกดำ 2) กบใหญ่แกดำ 3) หลวงปู่จ้อย 4) บุญบั้งไฟกบใหญ่แกดำ 5) การเซิ้งกระโจม ด้วยกระบวนการแผนที่วัฒนธรรมทำให้เกิดชุดข้อมูลใน ระบบฐานข้อมูลแผนที่วัฒนธรรมไทยแลนด์ (Cultural Map Thailand) จำนวน 64 ชุดข้อมูล แบ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ จำนวน 13 เรื่อง (ร้อยละ 20) และทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้จำนวน 51 เรื่อง (ร้อยละ 80) หมวดหมู่ที่มีดัชนีความเสี่ยงสูงสุดคือหมวดงานช่างฝีมือดั้งเดิม และที่มีดัชนีความเสี่ยงรองลงมาได้แก่หมวดสถาปัตยกรรม หมู่บ้านที่มีดัชนีความเสี่ยงสูงที่สุดคือ บ้านหนองดุก ตามมาด้วยบ้านน้ำเที่ยง และบ้านวังแสง เนื่องจากขาดทายาทสืบทอดภูมิปัญญา งานจักสานและทอผ้าไหมเป็นงานที่มีความประณีตสูง ต้องใช้ทักษะ ความชำนาญและแรงบันดาลใจในการทำงานด้านงานฝีมือสูง ประกอบกับช่างฝีมือในหมู่บ้านที่ยังคงทำจักสานและทอผ้าเป็นผู้สูงอายุ จึงทำให้เกิดความเสี่ยงที่จะสูญหาย ภาคีงานอนุรักษ์วัฒนธรรมแกดำเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงาน ประกอบด้วย 1) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 2) ชุมชน ทั้ง 13 ชุมชน ใน 5 ตำบล 3) ศิลปินและช่างฝีมือ 4) องค์กรภาคเอกชน 5) นักวิชาการมหาวิทยาลัย 6) หน่วยงานภาครัฐ และ 7) หน่วยงาน กลุ่มหรือองค์กรภาคประชาสังคม ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนากลไกความร่วมมือของภาคีเครือข่ายประกอบด้วย 1) นายอำเภอที่เป็นผู้นำในการดำเนินงาน 2) กลุ่มพระภิกษุ นักปราชญ์และผู้เกษียณอายุราชการที่ทำงานด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ ที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาและสื่อสารกับชุมชน และ 3) ศิลปิน ผู้ประกอบการ หรือนักออกแบบภายนอก ที่ช่วยทำให้งานวัฒนธรรมมีความร่วมสมัย สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมรวม 32 รายการ แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจำนวน 15 รายการ บริการทางวัฒนธรรม จำนวน 17 รายการ อัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ต่อการลงทุน 1 บาท เท่ากับ 3.79 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ 44.16%

สำหรับอัตลักษณ์ หรือ แบรนด์ของแกดำ คือ “ความอุดมสมบูรณ์” โดยใช้สัญลักษณ์เป็นหนองแกดำที่มีสะพานไม้ วัด เทศกาล เป็นการสร้างความร่วมมือร่วมแรงร่วมใจและร่วมเฉลิมฉลองความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ผ่านการเชิ้งกระโจม การแสดงพื้นบ้านและผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนทุนทางวัฒนธรรม โดยมี “แผนการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม” ที่มีวิสัยทัศน์ “ทุนทางวัฒนธรรมสู่ความยั่งยืนของชุมชนแกดำ” กลยุทธ์ในการสร้างความยั่งยืนในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมอำเภอแกดำ ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างกลไกการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่ 2 การจัดเก็บข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ กลยุทธ์ที่ 3 การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทุนทางวัฒนธรรม และ กลยุทธ์ที่ 4 การส่งต่อทุนทางวัฒนธรรมไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ เสนอให้มีโครงการสำคัญ 7 โครงการ ประกอบด้วย โครงการที่ 1 คณะกรรมการวัฒนธรรมอำเภอแกดำ โครงการที่ 2 ประวัติศาสตร์ชุมชนและทุนทางวัฒนธรรมอำเภอแกดำ โครงการที่ 3 อนุรักษ์และฟื้นฟูคุณค่าทุนทางวัฒนธรรมแกดำ โครงการที่ 4 พัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการจากทุนทางวัฒนธรรม โครงการที่ 5 อุทยานประวัติศาสตร์อำเภอแกดำ โครงการที่ 6เยาวชนแกดำสืบสานวัฒนธรรม และ โครงการที่ 7เทศกาลความรุ่มรวยและหลากหลายทางวัฒนธรรมแกดำ

**อภิปรายผล**

การนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ให้กลายเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ภาคีหลักที่จะทำให้เกิดการพัฒนาได้นั้นคือองค์กรปกครองท้องถิ่น ภาครัฐที่อยู่ในพื้นที่ วัดหรือศาสนสถาน ภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชน และสถาบันการศึกษา ที่จะต้องร่วมมือกันแบบบูรณาการต้องทำงานแลกเปลี่ยนข้อมูล ประสานงานกัน นอกจากนั้นคนในชุมชน ตลอดจนผู้นำชุมชน กลุ่มองค์กรทางเศรษฐกิจในชุมชนจะต้องมีการพัฒนาตนเองใน

ด้านการเรียนรู้ การจัดการองค์ความรู้ในงานของตนเองซึ่ง Wasko & Faraj (2000) ได้อธิบายว่าการจัดการความรู้เป็นส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาองค์การ ซึ่งการจัดการความรู้คือ การค้นพบ การแลกเปลี่ยน การถ่ายทอดองค์ความรู้และการได้มาซึ่งองค์ความรู้ในความรู้ที่กระจ่างชัดโดยผู้เชี่ยวชาญหรือการนำความรู้ที่มีอยู่ในคน เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ก็คือวิถีทางที่จะช่วยให้องค์การประสบความสำเร็จ

ทุนทางวัฒนธรรมสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้ ทำให้ชุมชนมีรายได้และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อีกทั้งยังทำให้ครัวเรือนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและมีความอบอุ่นมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของดนุพล ปันธิวน (2552) ซึ่งพบว่าการรวมกลุ่มเศรษฐกิจชุมชนสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนจากการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งประชาชนในชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ และสอดคล้องกับชยันต์ วรรธนะภูติ (2541) ที่ว่าวิกฤติที่พบในชุมชนท้องถิ่น ในบ้านเมืองและจากการศึกษายังสามารถสรุปได้ว่า ชุมชนท้องถิ่นที่มีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์สามารถสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นให้กับลูกบ้านจะทำให้ชุมชนนั้นมีความเข้มแข็ง ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาของชุมชนท้องถิ่นนั้น สอดคล้องกับงานเขียนเรื่อง ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเองสู่การปฏิรูปประเทศจากฐานราก (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2557) ซึ่งสรุปว่า ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการจัดการชุมชนท้องถิ่น เช่นเดียวกับการจัดการในระดับหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ผู้นำในชุมชนท้องถิ่นนั้นมีหลายระดับทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ถ้าผู้นำมีบทบาทสูงมากในการขับเคลื่อนคนและงานไปสู่เป้าหมายด้วยการทำงานหนัก โปร่งใส มีวิสัยทัศน์ เป็นธรรมและมีความอดทนสูง ทุ่มเท มีความเสียสละและยึดหลักการทำงานด้วยความโปร่งใส จะทำให้สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

**ข้อเสนอแนะ**

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีการสืบค้นถึงทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมที่แต่ละชุมชนมีอยู่ เพื่อจะได้นำไปบรรจุในวาระในการวางแผนยุทธศาสตร์ของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งในแต่ละชุมชนมีบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน หากมีการดำเนินนโยบายตามสภาพความเป็นอยู่และตรงกับความต้องการของชุมชน จะทำให้นโยบายนั้นเกิดผลดีกับประชาชนได้มากกว่า

2. การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนควรให้ความสำคัญต่อการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่คนในชุมชนท้องถิ่น จึงเป็นการพัฒนา ที่เน้นกระบวนการมากกว่ารูปแบบและต้องการความต่อเนื่องในการปฏิบัติรวมทั้งให้ความสำคัญต่อการพัฒนาที่เริ่มจาก ฐานทรัพยากรในท้องถิ่น ทุนในชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมของพหุภาคี ได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจ องค์กรพัฒนาเอกชน นักวิชาการ สื่อมวลชน ฯลฯ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างบูรณาการ ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

3. การที่จะทำให้ทุนทางวัฒนธรรมมีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คือ ส่งเสริมให้ทุนบุคคล มีบทบาทเพิ่มขึ้น มีการถ่ายทอดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องผ่านศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน และให้ประชาชนทุกหมู่บ้าน มีส่วนร่วมการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน จะทำให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เกิดเป็นพลังในการขับเคลื่อนชุมชน ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสู่การพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในประเด็นเรื่องของการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในแต่ละชุมชนให้มีความสวยงาม สะดุดตา ทันสมัยเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว

2. ควรมีการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่มอาชีพไปสู่การพัฒนาให้เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3. ควรมีการศึกษาในประเด็นการนำทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมไปเพิ่มมูลค่าด้านเศรษฐกิจ

4. ควรมีการศึกษาถึงการนำทุนทางวัฒนธรรมในแต่ละด้านไปพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน

**บรรณานุกรม**

กรมการปกครอง. (2564). *จำนวนประชากร ระบบสถิติทางการทะเบียน.* สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2567, จาก stat.bora.dopa.go.th.

กาญจนา สุคุณธสิริกุล. (2558). *การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา.* จังหวัดนครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

เกริกกฤษณ์ โชคชัยรัชดา. (2565). *บ้านแกดำ.* สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2567, จากhttps://wikicommunity.sac.or.th/community/457.

ชยันต์ วรรธนะภูติ. (2541). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ.* ใน เอกสารประกอบการอบรมการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อพัฒนา อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม(หน้า 93-138). ชลบุรี: โครงการจัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยบูรพา

ชวน เพชรแก้ว. (2547). *การยกระดับและการปรับใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในสถานการณ์ปัจจุบัน. สารภาษาไทย*, 2(3), 14-13.

ดนุพล ปันธินวน. (2552). *การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนกรณีศึกษา อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน.* เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และ ชูจิต ตรีรัตนพันธ์. (2560). *การคิดเชิงออกแบบเรียนรู้ด้วยการลงมือทำ.* กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.