



มหาวิทยาลัยศิลปากร

การพัฒนา  
ทุนทางวัฒนธรรมชุมชน  
ด้วยกลไกองค์กรปกครอง  
ส่วนท้องถิ่นและประชาสังคม

# โครงการวิจัยการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมชุมชน ผ่านกลไกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาสังคม เพื่อเพิ่มศักยภาพและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่

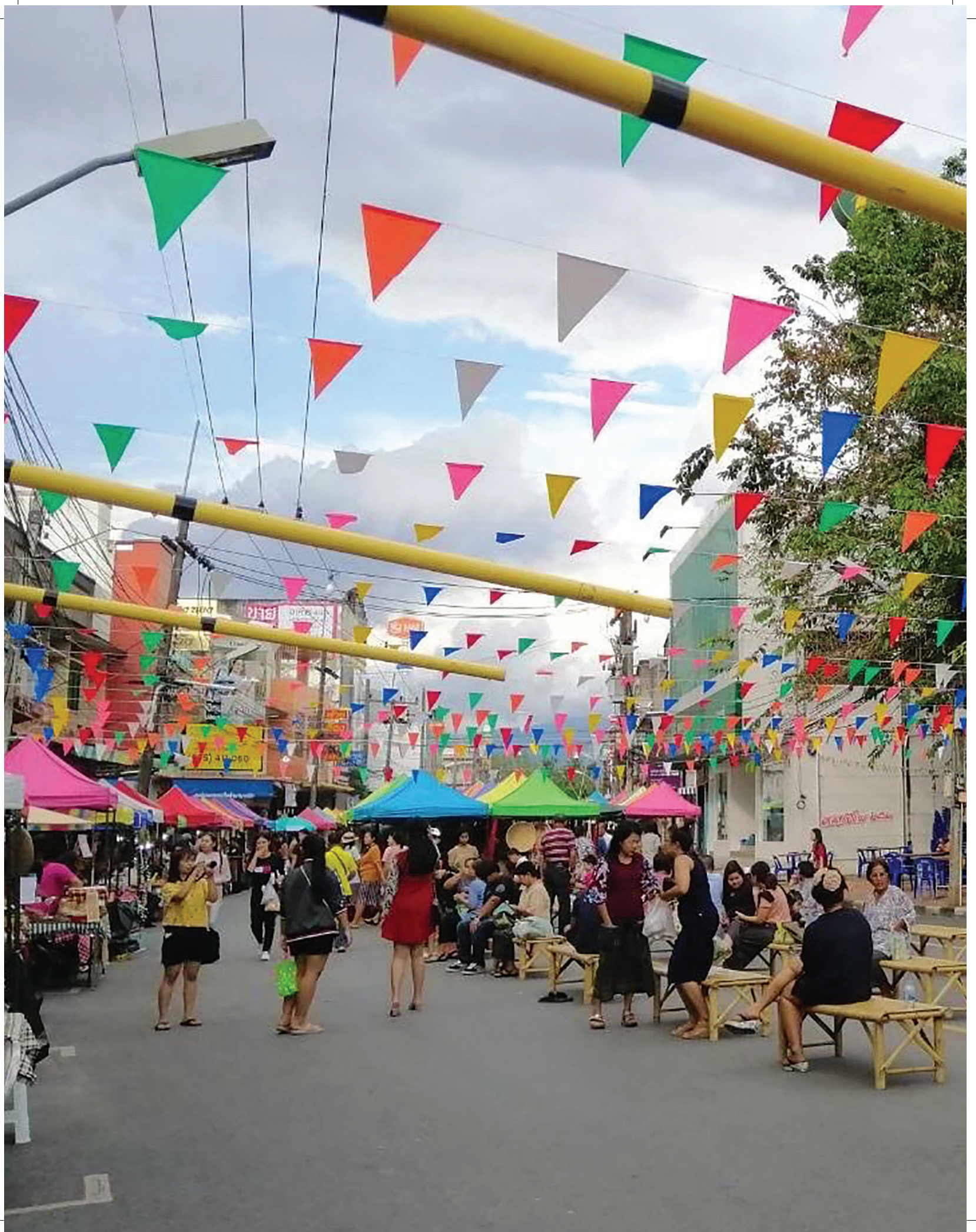


THE DEVELOPMENT OF COMMUNITY CULTURAL CAPITAL  
USING LOCAL GOVERNMENT AND CIVIL SOCIETY MECHANISMS  
FOR COMMUNITY ECONOMIC POTENTIAL AND DEVELOPMENT

**โดย มหาวิทยาลัยศิลปากร**

สนับสนุนโดยแผนงานพัฒนาภูมิภาคและจังหวัด 4.0 (SIP)

ผ่านสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)



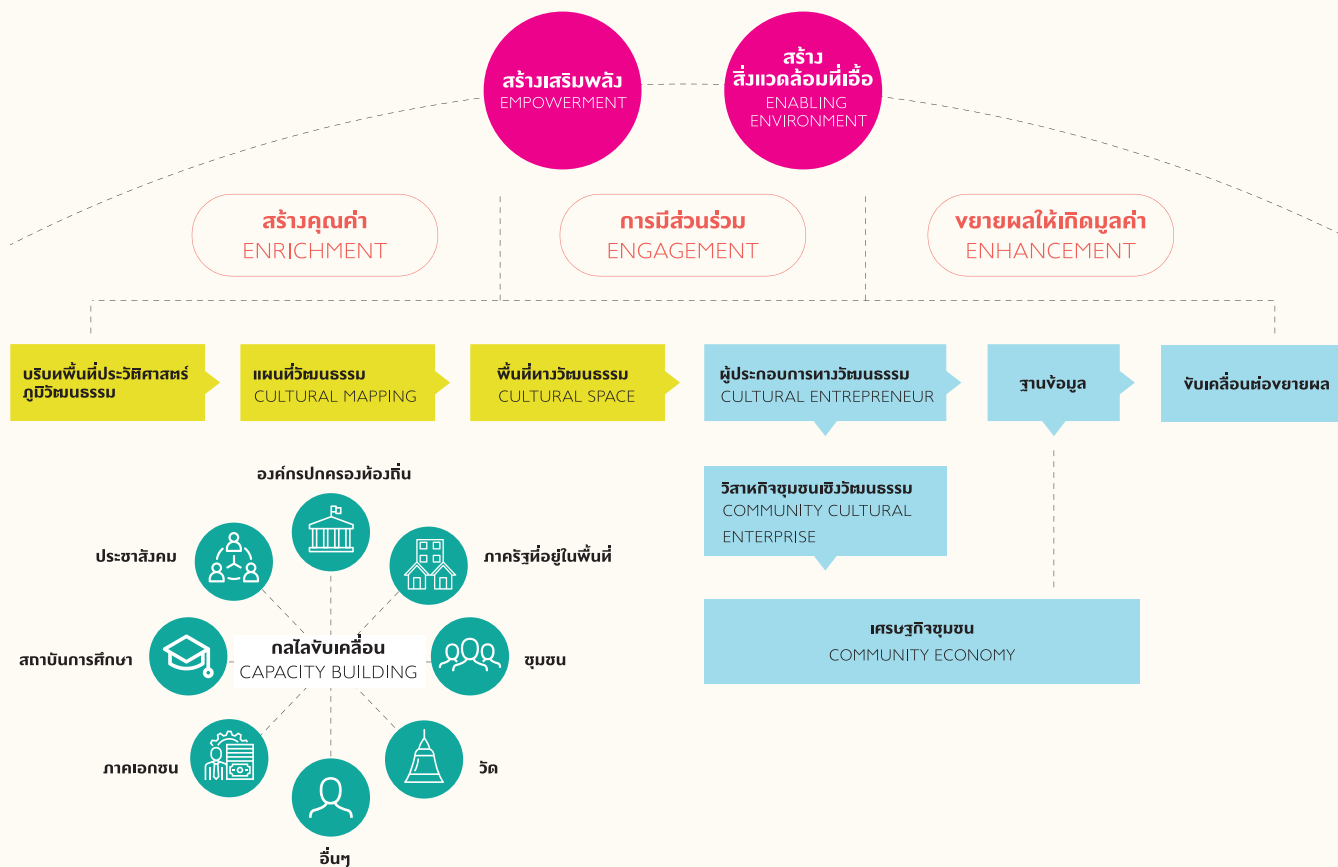


# บทนำ

## การดำเนินงานวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ สร้างการมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยมีหน่วยงานของรัฐท้องถิ่นและภาคประชาสังคม เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน และเครือข่ายศิลปิน ภาคเอกชน ชุมชนและสถาบันอุดมศึกษาที่อยู่ในพื้นที่เป็นกลไกเสริม ทำงานบูรณาการเพื่อสร้างและพัฒนาพื้นที่ทางวัฒนธรรม (Cultural Space) ส่งเสริมการสร้างผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม (Cultural Entrepreneur) และวิสาหกิจเชิงวัฒนธรรม (Cultural Enterprise) ในชุมชน แปรลงทุนทางวัฒนธรรมสู่สินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรม เพิ่มศักยภาพและพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน โดยมีพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินงาน 18 พื้นที่

### การจัดการทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ AREA BASED DEVELOPMENT



## กระบวนการดำเนินงาน

1. การสร้างและรักษาคุณค่า (Enrichment) ผ่านการดำเนินกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม (Engagement) เช่น ร่วมกันออกแบบและจัดกิจกรรมในพื้นที่ การประเมินผลการจัดกิจกรรม การถอดบทเรียน และการกำหนดแนวทางการดำเนินการครั้งต่อไป เพื่อสร้างและเพิ่มขีดความสามารถ (Capacity building and Empowerment) ของชุมชนผู้ปฏิบัติ
2. การสร้าง “ประชาคมทางวัฒนธรรม” เพื่อเป็นกลไกหลักร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่
3. การจัดทำแผนที่ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเชิงวัฒนธรรมผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม (Engagement) ของทุกภาคส่วน
4. กำหนดพื้นที่ทางวัฒนธรรม สร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อ (Enabling environment) ต่อการขับเคลื่อนทุนทางสังคมและวัฒนธรรมให้เป็นทุนเชิงเศรษฐกิจ เช่น ตลาดสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมในพื้นที่ และการทำตลาดออนไลน์โดยประชาคมทางวัฒนธรรมและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
5. การพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถรวมกลุ่มกันเป็นวิสาหกิจทางวัฒนธรรม
6. การขยายผลให้เกิดมูลค่า (Enhancement) สินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมอย่างมีระบบ โดยใช้แผนที่ทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างแรงบันดาลใจ เอกลักษณ์และสะท้อนคุณค่างานวัฒนธรรมไว้ในผลิตภัณฑ์และบริการเชิงวัฒนธรรม
7. การประเมินผลด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ ผลกระทบของกิจกรรมต่อห่วงโซ่อุปทานและรายได้ การกระจายรายได้ และผลตอบแทนทุน



## ผลการดำเนินงานโดยภาพรวม (เดือนมิถุนายน 2562 ถึงเดือนกันยายน 2563)

- จำนวนการจัดกิจกรรมในพื้นที่ทางวัฒนธรรม 18 พื้นที่ รวม 397 ครั้ง โดยมีพื้นที่ที่ได้ดำเนินกิจกรรมต่อไป แม้จะไม่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการวิจัยต่อ จำนวน 10 พื้นที่
- สร้างงานให้แก่ผู้ประกอบการใหม่ 453 ราย ช่วยให้ผู้ประกอบการเดิมมีรายได้เสริม 1,272 ราย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 318 ราย หากคิดถึงห่วงโซ่ผู้ที่เกี่ยวข้อง โครงการนี้ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงเศรษฐกิจแก่คนไม่น้อยกว่า 8,000 – 10,000 คน
- ผู้ประกอบการทั้งหมด 2,043 ราย จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 68.20 เครื่องแต่งกายร้อยละ 7.90 เครื่องดื่มร้อยละ 6.30 สินค้าเกษตรร้อยละ 5.80 ของใช้ของที่ระลึกร้อยละ 5.70 งานฝีมือร้อยละ 3.80 เครื่องดนตรีร้อยละ 0.20 และอื่นๆ ร้อยละ 2.10

ตัวอย่าง  
นุททาง  
วัฒนธรรม  
ชุมชน  
จากที่ต่างๆ  
ทั่วประเทศ



• พะเยา •



• เชียงใหม่ •



• หนองคาย •



• กาฬสินธุ์ •



• ปากเกร็ด •



• กาญจนบุรี •



• หุ้่งสง •



• ปัตตานี •

- การสำรวจรายได้ของร้านค้าจำนวนกว่า 1,748 ร้านค้าใน 17 พื้นที่ (ไม่รวมพื้นที่วิจัยจังหวัดสกลนคร) รายได้รวมที่เกิดจากการจัดกิจกรรมเปิดพื้นที่ทางวัฒนธรรมตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 ถึงเดือนกันยายน 2563 มีมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่ากับ 60,994,290 บาท หรือประมาณ 61 ล้านบาท (หากไม่เกิดวิกฤตการณ์โควิด-19 มูลค่าทางเศรษฐกิจจะอยู่ที่ 102,527,480 บาท หรือ 102.53 ล้านบาท)
- จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ 114 ราย ใน 8 พื้นที่ มูลค่าการขายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ต่อราย 28,380 บาทต่อเดือน หลังจากมีการจัดกิจกรรมเปิดพื้นที่ทางวัฒนธรรม หรือเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 128.10 ของรายได้ก่อนจัดกิจกรรม โดยมาจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการขายเป็นหลัก เพิ่มขึ้นร้อยละ 162.86 โดยมีการเพิ่มขึ้นของราคาขายสินค้าและบริการเพียงเล็กน้อย
- ผลตอบแทนทุนเฉลี่ยกว่า 4.40 เท่า (หากไม่เกิดวิกฤตการณ์โควิด-19 ผลตอบแทนทุนจะมีค่าเฉลี่ยกว่า 7.40 เท่า) แสดงให้เห็นว่าหากมีเม็ดเงินลงทุนในโครงการฯ 1 บาท จะทำให้เกิดการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจและสร้างมูลค่าใหม่เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยกว่า 4 บาท
- ค่าสัมประสิทธิ์จีพีไอ โดยรวมทุกพื้นที่มีค่าเท่ากับ 0.361 ซึ่งมีค่าใกล้ 0 แสดงว่า รายได้ของประชากรที่ได้จากการสำรวจมีความใกล้เคียงกันมาก มีความเหลื่อมล้ำของรายได้ต่ำ การกระจายรายได้จึงอยู่ในระดับดี
- การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ 119 ราย ใน 10 พื้นที่ พบว่ามูลค่าทางเศรษฐกิจที่ตกไปสู่แต่ละขั้นตอน ดังนี้ การผลิตต้นน้ำร้อยละ 21.11 ของมูลค่ารวม การผลิตชั้นกลางน้ำร้อยละ 5.68 และการผลิตหรือการขายชั้นปลายน้ำร้อยละ 73.20 หรือ 2 ใน 3 ของมูลค่าตกอยู่ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ขณะที่ 1 ใน 3 ที่เหลือเป็นส่วนของผู้ขายวัตถุดิบ พ่อค้าคนกลาง ค่าน้ำ ค่าไฟและธุรกิจขนส่ง





1

# ภาคเหนือ

---

พะเยา • เชียงใหม่ • ลำพูน • แม่ฮ่องสอน

# พะเยา

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมวิถีไทลื้อและการขับเคลื่อนประชาคม ทางวัฒนธรรมผ่านกลไกของรัฐบาลกลางและท้องถิ่น อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

วัดแสนเมืองมา วัดหย่วน วัดพระธาตุดุสบแวน วัดดอนไชย ศาลาประชาคมบ้านธาตุดุสบ-แวน ตำบลหย่วน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา

### บริบทพื้นที่ :

ชาวไทลื้อเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่พูดภาษาไทยตระกูลไท มีถิ่นฐานเดิมอยู่ในเขตสิบสองปันนา ปัจจุบันอยู่ภายใต้การปกครองของประเทศไทยจีน เมื่อ พ.ศ.2493 ดินแดนในแถบสิบสองปันนาส่วนใหญ่ถูกพรรคคอมมิวนิสต์จีน ผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของประเทศ โดยให้สังกัดในมณฑลยูนนาน และดินแดนบางส่วนตกอยู่ในพื้นที่การปกครองของประเทศลาว ประเทศพม่าและประเทศเวียดนาม ชาวไทลื้อบางส่วนไม่พอใจในการปกครอง ได้อพยพไปอยู่ประเทศอื่นในนามผู้ลี้ภัยทางการเมือง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ฝรั่งเศส ออสเตรเลียรวมถึงประเทศไทย ในประเทศไทยชาวไทลื้อได้อพยพมาตั้งถิ่นฐานตามหัวเมืองต่าง ๆ ในภาคเหนือตอนบน กระจายตัวอยู่ใน 7 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง น่าน และพะเยา โดยมีชุมชนไทลื้อที่ใหญ่ที่สุด ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ชาวไทลื้อในพื้นที่เชียงค้ำยังคงมีการรวมตัวกันเพื่อขับเคลื่อนทางวัฒนธรรมของตน

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมพื้นที่ทางวัฒนธรรมวิถีไทลื้อ เทศบาลตำบลเชียงคำ มหาวิทยาลัยพะเยา

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

อำเภอเชียงคำ วัดแสนเมืองมา วัดหย่วน วัดพระธาตุดุสบแวน กองทุนพัฒนาสื่อ-ปลอดภัยและสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 40 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

60 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 51 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 8 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 1 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 76.9 เครื่องแต่งกายร้อยละ 5.5

ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 5.5

งานฝีมือร้อยละ 3.3 เครื่องดื่มร้อยละ 3.3

สินค้าเกษตรร้อยละ 3.3 เครื่องดนตรีร้อยละ 1.1

และอื่น ๆ ร้อยละ 1.1

รายได้รวม : 1,840,260 บาท

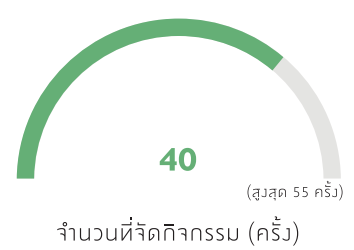
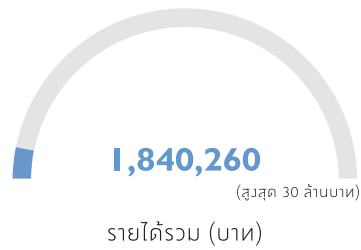
การกระจายรายได้ (ค่าเช่าใกล้ 0

แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.478

ผลตอบแทนทุน : 2.25



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ I.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม

# เชียงใหม่

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการขับเคลื่อนพื้นที่พหุวัฒนธรรม ด้วยประชาคมทางวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

กาตเงิน - ยอง (แยกทุ่งเสี้ยว) โบราณสถานเวียงท่ากาน ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวและศิลปกรรมชุมชนอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

### บริบทพื้นที่ :

เมื่อพระเจ้ากรุงธนบุรีและพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ปลดปล่อยเชียงใหม่จากอำนาจพม่าสำเร็จ ได้แต่งตั้งเจ้าพระยาภาวดีเป็นเจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ และโปรดให้ไปกวาดต้อนผู้คนจากรัฐฉาน เชียงตุง เชียงรุ้ง และแคว้นต่างๆ ในสิบสองปันนาจนถึงฝั่งแม่น้ำสาละวินทั้งสิ้น 57 หัวเมือง เพื่อมาตั้งถิ่นฐานและช่วยฟื้นฟูล้านนาเชียงใหม่ เรียกกันว่าเป็นยุค “เก็บผักใส่ซ้าเก็บข้าใส่เมือง” ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมครั้งใหญ่อีกครั้งของ ชาวไทเขิน ไทลื้อ ไทยอง ไทใหญ่ เข้ากับไท-ยวน ซึ่งภายหลังเรียกตัวเองว่า “คนเมือง” มีการแบ่งแยกพื้นที่เขตกำแพงเมืองเชียงใหม่ชั้นในให้เฉพาะชาวไท-ยวน ส่วนเขตกำแพงเมืองเชียงใหม่ชั้นนอกเป็นที่อยู่ของช่างและพ่อค้าประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลายที่กวาดต้อนมา เช่น ชาวเขินที่ตำบลหายยา เป็นช่างทำเครื่องเงินจากเมืองเชียงตุง กลุ่มพ่อค้าไทใหญ่อยู่บริเวณช่างเผือกและช่างม่อย ส่วนบริเวณประตูเชียงใหม่เป็นชุมชนสล่าด้านต่างๆ เช่น ช่างเงิน ช่างแต้ม ช่างฆ้อง และ ช่างหล่อ เป็นต้น ส่วนกลุ่มแรงงานหรือช่างที่ไร้ฝีมือจะให้อาศัยอยู่นอกเมือง

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมเวียงท่ากานและบ้านต้นกอก องค์กรการบริหารส่วนตำบลท่ากาน เทศบาลตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง สมาคมวัฒนธรรมหัตถศิลป์ล้านนา

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

กรมพัฒนาชุมชน วัฒนธรรมอำเภอสันป่าตอง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 12 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

61 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม

45 ราย ผู้ประกอบการใหม่ 12 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 48.4 เครื่องดื่มร้อยละ 12.9

เครื่องแต่งกายร้อยละ 9.7

ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 9.7

สินค้าเกษตรร้อยละ 9.7 งานฝีมือร้อยละ 3.2

และอื่น ๆ ร้อยละ 6.5

รายได้รวม : 278,460 บาท

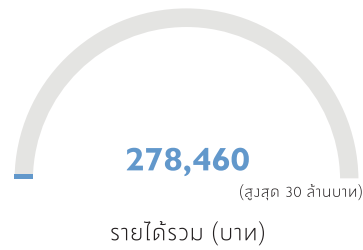
การกระจายรายได้ (ค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึง

การกระจายรายได้ดี) : 0.232

ผลตอบแทนทุน : 0.40



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



รายได้รวม (บาท)



ผลตอบแทน (ROI)



จำนวนที่จัดกิจกรรม (ครั้ง)

ภาพที่ 2.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม

# ลำพูน

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการพัฒนา พื้นที่ย่านเมืองเก่าด้วยทุนทางวัฒนธรรมชุมชน เพื่อการเปิดพื้นที่เศรษฐกิจวัฒนธรรมเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ช่วงพันปีลำพูน ถนนรถแก้วถึงประตูมหาวัน ตำบลในเมือง  
อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

### บริบทพื้นที่:

จังหวัดลำพูน เดิมชื่อเมืองหริภุญไชย เป็นเมืองโบราณมีอายุประมาณ 1,343 ปี ข้อมูลตามพงศาวดารโยนกเล่าสืบต่อกันมาถึงการสร้างเมืองหริภุญไชยว่าสร้างโดยฤๅษีวาสุเทพเป็นผู้เกณฑ์พวกเม็งคบุตรหรือชนเชื้อชาติมอญ มาสร้างเมืองนี้ขึ้นในพื้นที่ระหว่างแม่น้ำสองสาย คือ แม่น้ำกวางและแม่น้ำปิง เมื่อสร้างเสร็จได้ส่งทูตไปเชิญราชธิดาक्षัตริย์เมืองละโว้พระนามว่า “จามเทวี” มาเป็นปฐมกษัตริย์ปกครองเมืองหริภุญไชย สืบราชวงศ์กษัตริย์ต่อมาหลายพระองค์ จนกระทั่งถึงสมัยพระยาธิบยาจึงได้เสียการปกครองให้แก่พ่อขุนเม็งรายมหาราช ผู้รวบรวมแคว้นแคว้นทางเหนือเข้าเป็นอาณาจักรล้านนา จนกระทั่งสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เมืองลำพูนจึงได้เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทย มีผู้ครองนครสืบต่อกันมาจนถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ มีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 เมื่อเจ้าผู้ครองนครองค์สุดท้าย คือ พลตรีเจ้าจักรคำ ขจรศักดิ์ ถึงแก่พิราลัย เมืองลำพูนจึงเปลี่ยนเป็นจังหวัด มีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้ปกครอง สืบมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมเมืองลำพูน เทศบาลเมืองลำพูน

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 28 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

97 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 75 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 17 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 5 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 41.5 เครื่องแต่งกายร้อยละ 14.6

ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 14.6

สินค้าเกษตรร้อยละ 12.2

เครื่องดื่มร้อยละ 9.8

และงานฝีมือร้อยละ 7.3

รายได้รวม : 1,059,370 บาท

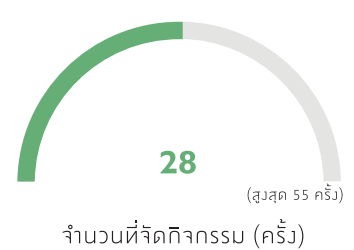
การกระจายรายได้ (ค่าเจ้าใกล้ 0 แสดงถึง

การกระจายรายได้ดี) : 0.459

ผลตอบแทนทุน : 1.06



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 3.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม



# แม่ฮ่องสอน

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการพัฒนาเมือง ด้วยวิถีพหุวัฒนธรรมชุมชน เพื่อการท่องเที่ยววัฒนธรรม จังหวัดแม่ฮ่องสอน

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ตลาดสายหยุด กาดแลง ถนนคนเดินแม่ฮ่องสอน กาดเส้าร์ ศูนย์ศิลปาชีพจังหวัดแม่ฮ่องสอน อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน บริบทพื้นที่: สมัยก่อนกรุงรัตนโกสินทร์ เมืองแม่ฮ่องสอนเดิมเป็นชุมชนบ้านป่า ไม่มีผู้ใดปกครอง มีชาวไทยใหญ่บางส่วนจากชายแดนประเทศสหภาพพม่า ที่อพยพเข้ามาทำมาหากิน ทำไร่ทำสวนเป็นบางฤดูกาล ความสำคัญสมัยนั้นเป็นเพียงทางผ่านของกองทัพพม่า ที่เดินทัพไปยังกรุงศรีอยุธยาหรือหัวเมืองฝ่ายเหนือของไทย ในปี พ.ศ. 2374 ซึ่งตรงกับรัชสมัยของสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ทางแคว้นล้านนาไทยเมืองพียงคันทร์หรือเมืองเชียงใหม่ มีบัญชาให้เจ้าแก้วเมืองมานำช้างต่อหมอบความออกไปสำรวจพร้อมให้จับช้างป่าในพื้นที่ทางตะวันตกของเมืองเชียงใหม่ ซึ่งก็คือดินแดนที่เป็นหัวเมืองแม่ฮ่องสอนในปัจจุบัน นำมาฝึกสอนใช้งานต่อไป

หลังจากที่เจ้าแก้วเมืองมาคล้องช้างได้มากพอควร ฝึกสอนอยู่นานเห็นว่าควรเดินทางกลับได้ จึงได้ตั้งให้ “แสนโกม” บุตรเขยของพะก่าหม่องเป็นผู้ใหญ่บ้าน ปกครองดูแลและตั้งชื่อหมู่บ้านนี้ว่า “บ้านแม่ฮ่องสอน” ต่อมาได้เพี้ยนมาเป็น “แม่ฮ่องสอน”

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมเมืองแม่ฮ่องสอน เทศบาลเมืองแม่ฮ่องสอน

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ศูนย์ศิลปาชีพจังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 10 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

58 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 34 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 18 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 6 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 40.0

งานฝีมือร้อยละ 20.0 เครื่องดื่มร้อยละ 12.0 ]

เครื่องแต่งกายร้อยละ 12.0 สินค้าเกษตรร้อยละ 4.0

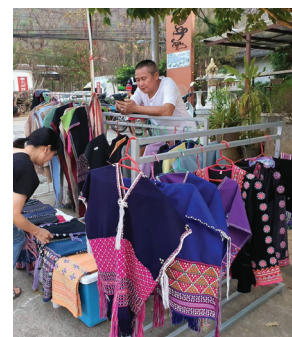
และอื่น ๆ ร้อยละ 12.0

รายได้รวม : 287,390 บาท

การกระจายรายได้ (ค่าเช่าใกล้เคียง 0

แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.602

ผลตอบแทนทุน : 0.48





**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 4.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม



# 2

## ภาคอีสาน

---

สกลนคร • อุดรธานี • กาฬสินธุ์  
ร้อยเอ็ด • หนองคาย

# สกนนคร

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ทางวัฒนธรรม การผลิตผ้าทอมือย้อนคราม และสิริธรรมชาติสู่สากล จังหวัดสกนนคร

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

บริเวณหน้าวัดพระธาตุเชิงชุม ถนนคนเดินผ้าคราม และชุมชนผู้ประกอบการผ้าครามในจังหวัดสกนนคร

### บริบทพื้นที่:

จังหวัดสกนนคร เป็นพื้นที่เก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ดังปรากฏชื่อเมืองที่ได้เปลี่ยนแปลงมาถึง 3 ชื่อ คือ เมืองหนองหารหลวง เมืองสกนทวาปี และเมืองสกนนคร เมื่อพิจารณาจากหลักฐานโบราณคดีและประวัติศาสตร์ กล่าวได้ว่าเป็นเมืองที่มีผู้คนหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์หลังไหลเข้ามาอาศัยตั้งหลักแหล่งถิ่นฐานทำมาหากินมิได้ขาดสาย โดยนับตั้งแต่ยุควัฒนธรรมบ้านเชียง สมัยลพบุรี สมัยล้านช้าง สมัยรัตนโกสินทร์ โดยประชากรสืบเชื้อสายมาจาก 8 ชาติพันธุ์ ได้แก่ ภูไท กะเลิง ย้อ โย้ย โข้ ไทลาว จีนและเวียดนาม วัฒนธรรมการแต่งกายดั้งเดิมของชาวจังหวัดสกนนครจะสวมใส่ผ้าทอมือย้อนคราม แต่ถูกผ้าทอจากโรงงานเข้ามาแทนที่จนคนหนุ่มสาวไม่สวมใส่ผ้าทอมือย้อนคราม จังหวัดสกนนครได้ฟื้นฟูการย้อนครามธรรมชาติในช่วงปี พ.ศ.2535-2538 ด้วยการเรียนรู้และทดลองจากความทรงจำของผู้สูงอายุในชุมชน ผ้าโบราณนี้ออกสู่ตลาดกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่และจังหวัดต่างๆ ในราวปี พ.ศ.2539

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมผ้าทอมือย้อนครามจังหวัดสกนนคร หอการค้าจังหวัดสกนนคร สมาคมส่งเสริมและพัฒนาหัตถกรรมอาเซียน (AHPADA)

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

จังหวัดสกนนคร มหาวิทยาลัยราชภัฏสกนนคร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

### การจัดกิจกรรมในพื้นที่ :

10 ครั้ง เป็นกิจกรรมยกระดับผู้ประกอบการให้ทำตลาดต่างประเทศ

### ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

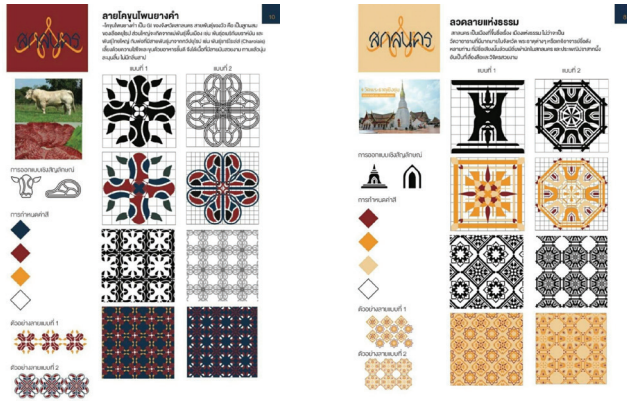
295 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 84 ราย ผู้ประกอบการใหม่ 10 ราย และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 201 ราย

ประเภทสินค้า : เครื่องแต่งกายร้อยละ 100.0

### รายได้รวมทั้งจังหวัด :

664,336,300 บาท (ตุลาคม 2562 - สิงหาคม 2563)

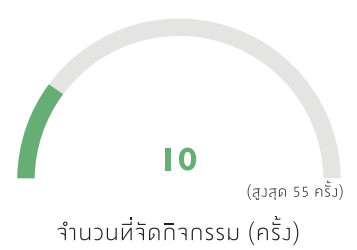
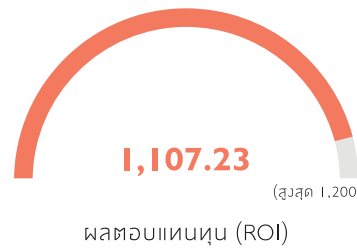
ผลตอบแทนทุน : 1,107.23



## ตราสัญลักษณ์ สกลนคร



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 10.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม

# อุดรธานี

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการพัฒนาพื้นที่ภูมิวัฒนธรรม ด้วยทุนทางวัฒนธรรมอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ชุมชนบ้านจิก ถนนนเรศวร อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

### บริบทพื้นที่:

ในปี พ.ศ. 2435 ได้เกิดวิกฤตการณ์ ร.ศ. 112 จากสนธิสัญญาสงบศึกที่ไทยตกอยู่ในภาวะจำยอมทำกับฝรั่งเศสเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม ร.ศ. 112 (พ.ศ. 2435) โดยมีข้อกำหนดไม่ให้ไทยตั้งกองกำลังทหารห่างจากชายแดนแม่น้ำโขง ในรัศมี 25 กิโลเมตร และไทยต้องปฏิบัติตามภายในระยะเวลา 1 เดือน เป็นเหตุให้พลตรีพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหมื่นประจักษ์ศิลปาคมต้องย้ายที่มั่นกองกำลังทหารมณฑลลาวพวน จากเมืองหนองคาย ลงมาทางใต้

จนมาถึงชุมชน “บ้านเดื่อหมากแข้ง” พระองค์ทรงเห็นว่ามีแหล่งน้ำอย่างพอเพียงและไม่ห่างไกลจากเมืองหนองคายมากนัก แม้แต่การติดต่อกับเมืองอื่นๆ เช่น เมืองสกลนคร เมืองขอนแก่นและเมืองเลยก็สามารถติดต่อกันได้โดยสะดวก จึงตกลงพระทัยให้ตั้งบ้านเดื่อหมากแข้งขึ้นเป็นเมืองใหม่ และเป็นที่ตั้งกองบัญชาการมณฑลลาวพวน จนมีการพัฒนามาเป็นจังหวัดอุดรธานีในปัจจุบัน  
กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ : ประชาคมวัฒนธรรมเมืองอุดรธานี เทศบาลเมืองอุดรธานี

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมเมืองอุดรธานี เทศบาลเมืองอุดรธานี

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

จังหวัดอุดรธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

### การจัดกิจกรรมในพื้นที่ :

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 10 ครั้ง

### ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

60 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 30 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 5 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 25 ราย

**ประเภหสินค้า :** อาหารร้อยละ 66.7

เครื่องแต่งกายร้อยละ 18.5

สินค้าเกษตรร้อยละ 11.1 และงานฝีมือร้อยละ 3.7

**รายได้รวม :** 139,070 บาท

**การกระจายรายได้ (ค่าเข้าใกล้ 0**

**แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) :** 0.367

**ผลตอบแทน :** 0.23



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 12.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม



# กาฬสินธุ์

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการฟื้นฟูทางวัฒนธรรม ชุมชนย่านเมืองเก่า เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

พื้นที่ทางวัฒนธรรม : ตลาดเมืองเก่าย้อนเวลา ณ ชุมชนกาฬสินธุ์  
ถนนรอบวัดกลางพระอารามหลวง อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์  
บริบทพื้นที่: บรรพบุรุษของชาวจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นคนไทยเผ่าหนึ่ง  
เรียกตัวเองว่า “ลาว” หรือ “อ้ายลาว” มีถิ่นอาศัยอยู่ที่นครเวียงจันทน์  
เมื่อประมาณ พ.ศ.2320 ท้าวโสมพะมิตรได้พาพรรคพวกอพยพ  
หนีจากนครเวียงจันทน์ ข้ามลำน้ำโขงและสันภูพานมุ่งลงมาทางตะ  
วันออกเฉียงใต้ ระยะแรกตั้งหลักอยู่เมืองหนองหาร พระธาตุเชิงชุม  
(อำเภอเมืองสกลนคร) ต่อมาสภาพดินฟ้าอากาศเปลี่ยนแปลงเกิดฝ  
นแล้งและโรคระบาด ประชาชนล้มตายเป็นจำนวนมาก เจ้าโสมพะมิ  
ตรจึงอพยพผู้คนที่เหลือ 5,000 คน ร่นถอยข้ามภูพานมาทางใต้และ  
ตั้งหมู่บ้านใหม่ชื่อว่า “บ้านกลางหมื่น” ตั้งอยู่ได้ไม่นานจึงย้ายมาตั้ง  
ณ “บ้านแก่งสำโรง” บริเวณลุ่มน้ำปาวที่อุดมสมบูรณ์ ต่อมา  
พ.ศ.2336 ท้าวโสมพะมิตรเข้าสวามิภักดิ์ต่อพระบาทสมเด็จพระ  
พุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ได้รับพระราชทานนามใหม่ว่า  
“เมืองกาฬสินธุ์” และโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้เจ้าโสมพะมิตรเป็นพ  
ระยาชัยสุนทร ครองเมืองกาฬสินธุ์เป็นคนแรก โดยได้รับการยกฐ  
านะเป็นจังหวัดกาฬสินธุ์เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ.2456

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมเมืองกาฬสินธุ์ เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

สมาคมพ่อค้าจังหวัดกาฬสินธุ์ กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 18 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

99 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 39 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 36 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 24 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 89.3 เครื่องดื่มร้อยละ 5.4

เครื่องแต่งกายร้อยละ 1.8

สินค้าเกษตรร้อยละ 1.8และเครื่องดนตรีร้อยละ 1.8

รายได้รวม : 2,557,130 บาท

การกระจายรายได้ (ค่าเช่าใกล้ 0

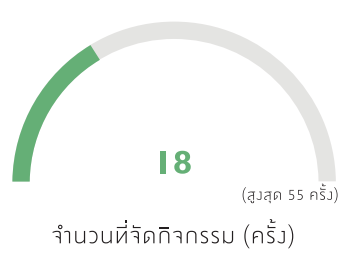
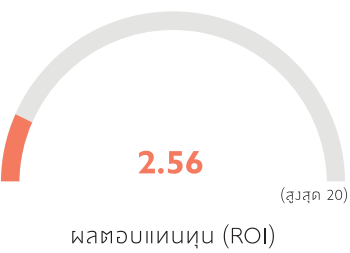
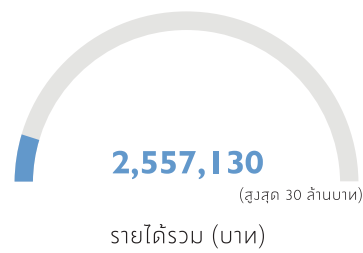
แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.295

ผลตอบแทน : 2.56





**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 11.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม

# ร้อยเอ็ด

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการพัฒนาเมืองเก่า ด้วยทุนทางวัฒนธรรมชุมชนเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ตลาดวัฒนธรรมชุมชนเมืองร้อยเอ็ด ถนนคูเมืองทิศตะวันตก ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

### บริบทพื้นที่:

ร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดในบริเวณลุ่มแม่น้ำชีในภาคอีสานของไทย ที่อดีตเคยเป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาก่อนยุคก่อนประวัติศาสตร์ โดยปรากฏชื่อในตำนานอุรังคธาตุว่า “สาเกตนคร หรือ “เมืองร้อยเอ็ดประตู” น่าจะเป็นการตั้งชื่อเชิงอุปมาอุปไมยให้เป็นสิริมงคลและแสดงถึงความยิ่งใหญ่ของเมืองมากกว่าการที่เมืองจะมีประตูเมืองอยู่จริงถึงร้อยเอ็ดประตู ซึ่งการตั้งชื่อเพื่อแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองผ่านการมีประตูเมืองจำนวนมากนั้น น่าจะได้รับอิทธิพลหรือแบบอย่างมาจากหรืออาณาจักรที่เคยรุ่งเรืองในสมัยโบราณอย่างทวารวดี ซึ่งมีความหมายว่าเมืองที่มีประตูล้อมรอบเป็นกำแพง หรืออย่างเมืองหงสาวดีที่มีประตูเมืองรายล้อมกำแพงเมืองอยู่สี่ประตู ซึ่งแต่ละประตูนั้นจะตั้งชื่อตามเมืองชั้นของตน นอกจากนั้นการตั้งชื่อเมืองให้ดูยิ่งใหญ่เกินจริงเพื่อความเป็นสิริมงคลก็ถือเป็นธรรมดาของการตั้งชื่อเมืองหรืออาณาจักรในสมัยโบราณ

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมเมืองร้อยเอ็ด เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 26 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

119 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 93 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 20 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 6 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยเอ็ด 68.1 เครื่องแต่งกายร้อยเอ็ด 7.1

เครื่องตุ้มร้อยเอ็ด 6.2 ของใช้/ของที่ระลึกร้อยเอ็ด 6.2

สินค้าเกษตรร้อยเอ็ด 6.2

งานฝีมือร้อยเอ็ด 0.9 และอื่น ๆ ร้อยเอ็ด 5.3

รายได้รวม : 2,160,160 บาท

การกระจายรายได้ (ค่าเช่าใกล้ 0

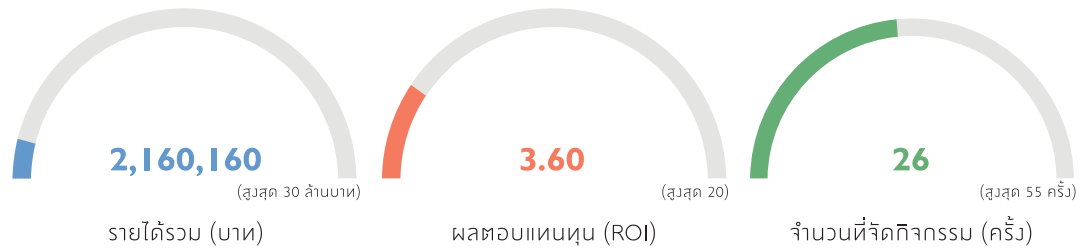
แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.182

ผลตอบแทนทุน : 3.60





**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 13.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม

# หนองคาย

พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการฟื้นฟูทางวัฒนธรรมริมโขง  
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
และการพัฒนาเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย

## พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ตลาดแค่มของ ถนนหน้าวัดหายโศก - เชื้อนป้องกันตลิ่ง (ตลาดท่าเสาตั้ง) อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

## บริบทพื้นที่:

“วีรกรรมปราบฮ่อ หลวงพ่อพระใส สะพานไทยลาว” คือ คำขวัญประจำจังหวัดหนองคาย ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ที่เจียบสงบน่าอยู่และน่าท่องเที่ยว มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการชมบั้งไฟพญานาคในวันออกพรรษา เป็นจังหวัดชายแดนที่มีอาณาเขตติดกับนครหลวงเวียงจันทน์ เมืองหลวงของ สปป.ลาว โดยมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นกั้นเขตแดน ลักษณะของพื้นที่ทอดยาวตามลำน้ำโขง ประกอบด้วย 9 อำเภอ ติดแม่น้ำ 6 อำเภอ ด้วยความเป็นเมืองหน้าด่าน ประชากรจึงมาจากหลายชาติพันธุ์ เช่น ชาวพื้นเมือง ไทอีสาน ไทลาว ไทพวน ไทลื้อ ไทดำ ไทเหนือ ชาวญวน ปัจจุบันได้มีการปรับตัว ปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ให้กลมกลืนกับชาวพื้นเมืองจนไม่เห็นความแตกต่าง ทั้งการแต่งกาย สำเนียงของภาษาและอาหาร

## กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมเมืองหนองคาย เทศบาลเมืองหนองคาย

## กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 28 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

137 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 97 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 23 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 17 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 35.8 เครื่องดื่มร้อยละ 3.2

เครื่องแต่งกายร้อยละ 22.1 งานฝีมือร้อยละ 22.1

สินค้าเกษตรร้อยละ 9.5

ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 6.3 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.1

รายได้รวม : 4,633,490 บาท

การกระจายรายได้ (ค่าเช่าใกล้ 0

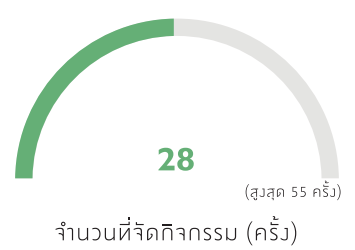
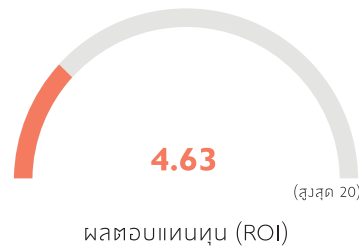
แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.410

ผลตอบแทนทุน : 4.63





**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม)



ภาพที่ 14.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม



# 3

## ภาคกลาง

---

กาญจนบุรี • สุพรรณบุรี • ชลบุรี (เกาะสีชัง)  
นนทบุรี (ปากเกร็ด) • กรุงเทพฯ (ภูเก็ต)



# กาญจนบุรี

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการเปิดพื้นที่ศิลปะวัฒนธรรม การดนตรีและการแสดงพื้นบ้าน เพื่อการฟื้นฟูอนุรักษ์ สืบสานและพัฒนา ทุนทางวัฒนธรรมชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ถนนปากแพรก และตลาดไทย ตลาดธรรม วัดไชยชุมพลชนะสงคราม ตำบลบ้านใต้ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

### บริบทพื้นที่:

วัดไชยชุมพลชนะสงคราม (วัดใต้) เป็นวัดที่เก่าแก่คู่บ้านคูเมืองของชาวจังหวัดกาญจนบุรีวัดหนึ่ง อยู่ริมฝั่งตะวันออกของแม่น้ำแม่กลอง เดิมที่ตั้งวัดนี้เรียกว่าตำบลปากแพรก ที่แม่น้ำ 2 สาย คือ แม่น้ำแควน้อย (ไทรโยค) กับแม่น้ำแควใหญ่ (ศรีสวัสดิ์) ไหลมาบรรจบรวมเป็นแม่น้ำแม่กลอง เป็นวัดสำคัญทางประวัติศาสตร์ระหว่างสงครามไทยรบกับพม่า มาแต่โบราณ ท้าพม่ามักจะยกทัพมาทางด้านพระเจดีย์ 3 องค์ ผ่านจังหวัดกาญจนบุรีแทบทุกครั้ง และกองทัพไทยที่ยกออกไปต่อต้านทัพพม่าก็ต้องมาพักแรมประชุมพลที่ตำบลปากแพรก หรือบริเวณอาณาเขตวัดไชยชุมพลชนะสงครามแทบทุกครั้งไป กองทัพไทยได้ตั้งศาลเพียงตาบวงสรวงเทพารักษ์ทางไสยศาสตร์ก่อนที่จะออกไปรบกับเหล่าศัตรู ณ ตรงที่ตั้งพระเจดีย์เก่าแก่อยู่ใกล้พระอุโบสถหลังเก่า แล้วยกออกไปรบกับพม่าข้าศึกได้ชัยชนะมาทุกครั้ง จึงได้สร้างพระเจดีย์ขึ้นไว้เพื่อเป็นนิมิตฉลองชัย แสดงว่าพระเจดีย์นี้สร้างขึ้นในที่ชุมพล มิใช่สร้างขึ้นที่รบชนะเหมือนพระเจดีย์ยุทธหัตถี

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

วัดไชยชุมพลชนะสงคราม (วัดใต้) ประชาคมวัฒนธรรม จังหวัดกาญจนบุรี วัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

องค์การบริหารส่วนจังหวัดกาญจนบุรี การท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 47 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

66 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 57 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 4 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 5 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 51.7 เครื่องแต่งกายร้อยละ 13.3

ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 13.3

เครื่องดื่มร้อยละ 8.3 สินค้าเกษตรร้อยละ 6.7

งานฝีมือร้อยละ 1.7 และอื่น ๆ ร้อยละ 5.0

รายได้รวม : 4,088,530 บาท

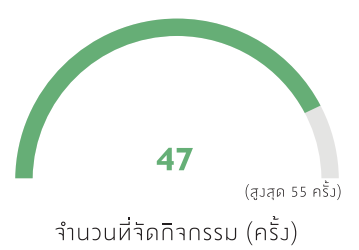
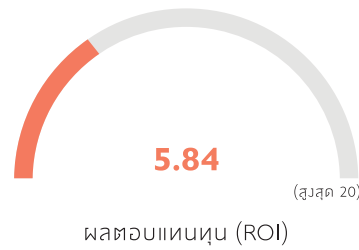
การกระจายรายได้ (ค่าเช่าใกล้ 0

แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.279

ผลตอบแทนทุน : 5.84



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 5.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม

# สุพรรณบุรี

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการพัฒนาพื้นที่วิถีชุมชน อาหารริมทางและการละเล่นพื้นบ้าน ด้วยทุนทางวัฒนธรรมชุมชนเมืองสุพรรณบุรี

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ถนนอาทิวราห์ ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

### บริบทพื้นที่:

จังหวัดสุพรรณบุรีมีน้ำท่าอุดมสมบูรณ์ ได้ชื่อว่าเป็นเมืองอู่ข้าวอู่น้ำ นอกจากแหล่งน้ำตามธรรมชาติแล้ว ยังมีการขุดคลองชลประทานเพื่อผันน้ำไปหล่อเลี้ยงพื้นที่การเกษตรอย่างทั่วถึง อีกทั้งยังเป็นถิ่นรวมของกลุ่มชนชาติพันธุ์ต่างๆ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐาน ซึ่งก็คือบรรพบุรุษส่วนหนึ่งของชาวสุพรรณบุรีที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรีให้เจริญก้าวหน้ามาจวบจนทุกวันนี้ ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่เอื้อต่อการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลักษณะของชุมชนโบราณซึ่งมีคูน้ำและคันดินล้อมรอบ จากการสำรวจพบว่าจังหวัดสุพรรณบุรีมีชุมชนโบราณกระจายตัวอยู่ทั่วทั้งจังหวัดถึง 19 แห่ง ตำแหน่งที่ตั้งของชุมชนโบราณดังกล่าว ส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำหรือลำน้ำ ซึ่งเอื้อต่อการดำรงชีวิตของผู้คน ไม่ว่าจะเป็นการอุปโภคบริโภค การเกษตรกรรมและการคมนาคมติดต่อกับชุมชนภายนอก

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมจังหวัดสุพรรณบุรี เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 20 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

219 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 180 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 38 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 1 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 59.3 เครื่องแต่งกายร้อยละ 22.0

เครื่องตุ้มร้อยละ 11.9

ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 5.1

และสินค้าเกษตรร้อยละ 1.7

รายได้รวม : 5,875,830 บาท

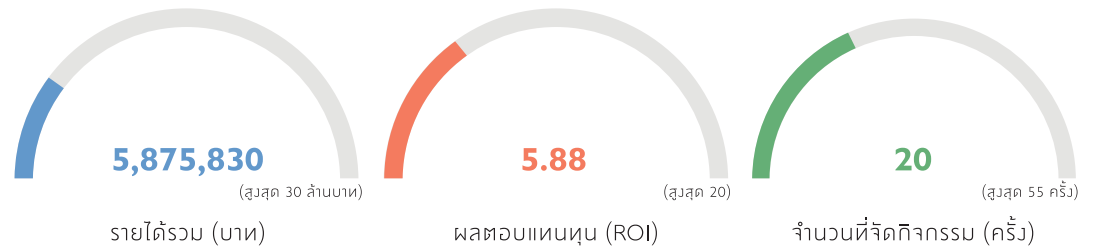
การกระจายรายได้ (ค่าเข้าใกล้ 0

แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.391

ผลตอบแทนทุน : 5.88



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 6.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม

# ชลบุรี (เกาะสีชัง)

พื้นที่ทางวัฒนธรรมของพื้นที่อนุรักษ์  
และพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสีชัง  
ด้วยทุนทางวัฒนธรรมชุมชน จังหวัดชลบุรี

## พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ตลาดวัฒนธรรมเกาะสีชัง ถนนอักษะงามค์ อำเภอสีชัง จังหวัดชลบุรี

## บริบทพื้นที่:

ในช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์เกาะสีชังเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางเดินเรือสินค้าชายฝั่งทะเลตะวันออกเชื่อมโยงการค้าสำเภาในทะเลจีนใต้ โดยเป็นที่พักเรือสินค้าและเรือโดยสารในแถบนี้ นายจอห์น ครอฟอร์ด (John Crawford) ราชทูตอังกฤษและคณะได้สำรวจและบันทึกสภาพภูมิประเทศ พันธุ์พืช สัตว์ ธรณีสัณฐาน ตลอดจนชุมชนของเกาะสีชังเป็นชุมชนขนาดเล็ก มีแหล่งน้ำจืดจำกัดชาวบ้านส่วนใหญ่ทำไร่ปลูกพริก คราม ข้าวโพด มัน มันฝรั่ง แดงกวา ถั่ว และทำประมงเพื่อค้าขายเป็นเสบียงให้เรือสินค้า ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในช่วงปี พ.ศ. 2431 เกาะสีชังมีชื่อเสียงในฐานะแหล่งพักผ่อนตากอากาศและแหล่งพักผ่อนของพระราชวงศ์และขุนนางจนเกิดการพัฒนาก่อตั้งโรงแรมและรีสอร์ทต่าง ๆ กระทั่งเกิดกรณีพิพาทระหว่างไทยกับฝรั่งเศส พ.ศ. 2436 หรือเหตุการณ์ ร.ศ. 112 บทบาทของเกาะสีชังในฐานะแหล่งพักผ่อนตากอากาศจึงลดบทบาทกลายเป็นแหล่งชุมชนประมง

## กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเกาะสีชัง เทศบาลตำบลเกาะสีชัง

## กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 22 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

77 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 67 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 10 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 80.0 เครื่องแต่งกายร้อยละ 8.6

เครื่องตุ้มร้อยละ 4.3 ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 2.9

และอื่น ๆ ร้อยละ 4.3

รายได้รวม : 2,119,830 บาท

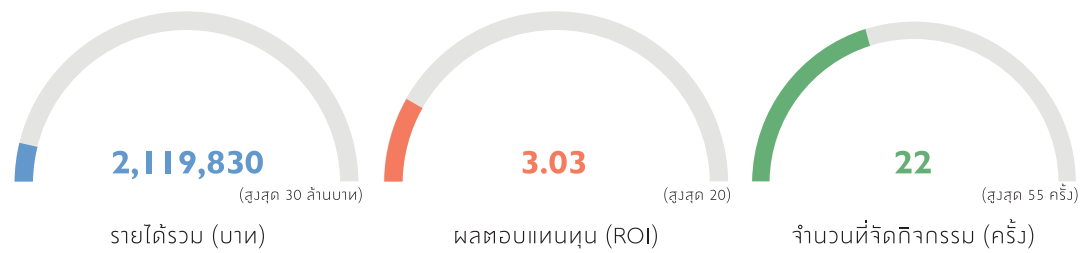
การกระจายรายได้ (ค่าเข้าใกล้ 0

แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.345

ผลตอบแทน : 3.03



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม)



ภาพที่ 8.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม

# นนทบุรี (ปากเกร็ด)

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของพื้นที่วิถีพุทธวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาชุมชนเมือง อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ตลาดวัฒนธรรมชุมชนปากเกร็ด ทำนน้ำปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรี

### บริบทพื้นที่:

ตำบลปากเกร็ดเคยเป็นที่ตั้งของด่านขนอนและแหล่งค้าขายเรือแพขนาดใหญ่ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ ต่อมาเมื่อด่านขนอนถูกยกเลิกไปบทบาทของกาารเป็นตลาดยังคงอยู่และสืบทอดเป็นตลาดขนาดใหญ่ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ชุมชนดั้งเดิมของบ้านปากเกร็ดเป็นชุมชนริมน้ำและเป็นชุมชนการค้าตลาดเรือแพขนาดใหญ่จึงมีความหลากหลายของผู้คน ทั้งคนไทย คนจีน คนมอญ คนญวน และคนมุสลิม ปัจจุบันตำบลปากเกร็ดเป็นชุมชนย่านการค้าที่สำคัญของเทศบาลนครปากเกร็ดและพื้นที่โดยรอบ ร่วมกับการเป็นแหล่งชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนในลัดเกร็ดเป็นถิ่นที่อยู่ของคนไทยและคนมอญ ซึ่งมีชุมชนย่อย 2 แห่ง คือ บ้านตากแดดและบ้านไฟไหม้ ชุมชนตลาดปากเกร็ด (ตลาดขนาดใหญ่) ชุมชนตลาดหัวถนน (จุดเริ่มต้นถนนแจ้งวัฒนะ) ชุมชนคานเรือ (ชุมชนชาวจีน) ชุมชนบ้านหาด ชุมชนบ้านวัดป่อ (ชุมชนไทย จีน และมอญ) และชุมชนบ้านศาลาซิปัด (เป็นชุมชนที่เคยมีศาลาเป็นพื้นที่สาธารณะในการพูดคุยเรื่องราวต่างๆ และพบปะสังสรรค์)

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมนครปากเกร็ด เทศบาลนครปากเกร็ด

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 14 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

77 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 67 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 10 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 75.0 เครื่องดื่มร้อยละ 5.0

ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 10.0

งานฝีมือร้อยละ 7.5 และเครื่องแต่งกายร้อยละ 2.5

รายได้รวม : 1,795,030 บาท

การกระจายรายได้ (ค่าเช่าใกล้ 0

แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.342

ผลตอบแทนทุน : 2.99





**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 8.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม



# กรุงเทพฯ (กุฎีจีน)

พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการฟื้นฟูทางวัฒนธรรมชุมชน  
เพื่อพัฒนาพื้นที่พหุวัฒนธรรมกุฎีจีน  
เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

## พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ชุมชนกุฎีจีน ชุมชนวัดประยุรวงศ์ ชุมชนวัดกัลยาณ์ ชุมชนบุปผาราม  
ชุมชนกุฎีขาว และชุมชนโรงคราม เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

## บริบทพื้นที่:

พื้นที่ชุมชนย่านกุฎีจีนมีศักยภาพด้านสถานที่ตั้ง โดยพื้นที่ตั้ง  
ด้านหน้าติดแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านซ้ายเป็นคลองบางหลวง  
คลองวัดดอกไม้ คลองวัดประยุรวงศ์และมีคลองซอยต่างๆ  
มากมาย พื้นที่บริเวณชุมชนย่านกุฎีจีนมีวัดสำคัญๆ ถึง 3 วัด  
ได้แก่ วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร  
และวัด บุปผารามวรวิหาร มีโบสถ์ซางตาครูส หรือ วัดกุฎีจีน  
(Santa Cruz Church) เป็นโบสถ์คริสต์นิกายโรมันคาทอลิก  
ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีมัสยิดบางหลวง หรือ กุฎีโต๊ะหยี หรือ  
กุฎีขาว ซึ่งเป็นมัสยิดทรงไทย ตั้งอยู่บริเวณชุมชนริมคลองบาง  
หลวง มีศาลเจ้าเกียนอันเกง (ศาลเจ้าแม่กวนอิม) เป็นศาลเจ้า  
จีนเก่าแก่ของชุมชนกุฎีจีน ตั้งอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา  
แขวงวัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร และมรดกวัฒนธรรมอีกหลากหลาย  
ประเภท โดยเฉพาะวิถีชีวิตการอยู่ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์ที่  
นับถือศาสนาต่างกัน มีประเพณีและวัฒนธรรมต่างกัน แต่อยู่ร่วมกัน  
อย่างสันติสุขมีความสามัคคีและเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน

## กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมชุมชนกุฎีจีน

## กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

เขตธนบุรี วัดบุปผาราม วัดกัลยาณมิตรวรมหาวิหาร วัดประยุร-  
วงศาวาสวรวิหาร โบสถ์ซางตาครูส มัสยิดกุฎีขาว การท่องเที่ยว  
แห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 16 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

60 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 30 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 30 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 87.2 เครื่องแต่งกายร้อยละ 10.3

และของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 2.6

รายได้รวม : 1,564,550 บาท

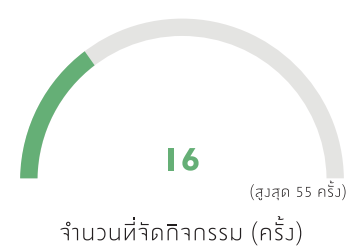
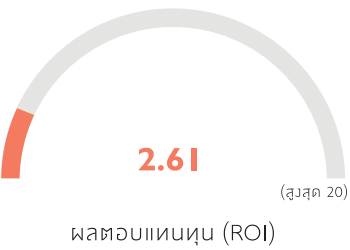
การกระจายรายได้ (ค่าเช่าใกล้ 0

แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.381

ผลตอบแทนทุน : 2.61



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 9.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม



# 4

## ภาคใต้

---

นครศรีธรรมราช (อ.ทุ่งสง) • ปูเก็ต  
ยะลา • ปัตตานี

# นครศรีธรรมราช (อ.ทุ่งสง)

พื้นที่ทางวัฒนธรรมของชุมชนทางผลิตภัณฑ์สินค้า  
เชิงวัฒนธรรมภาคใต้ เพื่อการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจ  
วัฒนธรรมเมืองทุ่งสง

## พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

หลายชุมชนทางทุ่งสง ถนนชนปรีดา ตำบลปากแพรก อำเภอทุ่งสง  
จังหวัดนครศรีธรรมราช

## บริบทพื้นที่:

ชุมชนโบราณย่านทุ่งสง เป็นชุมชนขนาดเล็กที่มีอยู่ก่อนการตั้งเมือง  
นครศรีธรรมราช เมื่อราว 1,700 ปีก่อน (พระเจ้าศรีธรรมโศกราช)  
โดยเติบโตจากการเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่มีชุมชนริมน้ำ เป็นเมือง  
ท่าค้าขายย่อยร่วมอยู่ในเส้นทางเดินเรือของชนชาติต่างๆ ที่ใช้แ  
มน้ำในย่านทุ่งสงเป็นทางลัดผ่านระหว่าง 2 คาบสมุทรโดยไม่ต้อง  
ผ่านช่องแคบมะละกา พลเมืองที่อาศัยอยู่ในเมืองทุ่งสงส่วนใหญ่  
มีเชื้อสายจีนมาจากจังหวัดตรังและเชื้อสายคนไทยมาจากจังหวัด  
พัทลุง สายในสมัยรัชกาลที่ 6 ได้เลือกทุ่งสง (ตำบลปากแพรก) เป็น  
สถานที่ชุมทางรถไฟใหญ่แยกไปยังส่วนต่างๆ ของภาค ได้เป็นผล  
ให้เกิดการค้าและการบริการตามมา ในระยะหลังการเป็นชุมทาง  
รถไฟลดบทบาทความสำคัญลงบ้างเนื่องจากการเปิดเส้นทางการค  
มนาคมนาคมทางบกสายใหม่ๆ หลังจากปีพ.ศ.2517 เป็นต้นมาชุมชนแ  
ห่งนี้เป็นชุมชนทางรถยนต์ที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช  
สามารถติดต่อกับพื้นที่จังหวัดทางฝั่งทะเลด้านตะวันตกของภาคได้  
เป็นเมืองศูนย์กลางการคมนาคมและเป็นชุมทางรถไฟการคมนาคม  
ทางรถยนต์ที่สะดวก

## กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมชุมทางการค้าผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมทุ่งสง  
เทศบาลเมืองทุ่งสง

## กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

อำเภอทุ่งสง กลุ่มรักทุ่งสง กลุ่มศิลปินทุ่งสง ชุมชนเขาปรีดี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย นครศรีธรรมราช  
วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ เอสเทค โรงเรียนมัธยมเทศบาลวัดท่าแพ  
โรงเรียนศิลปะบ้านครูใหญ่ โรงเรียนเทศบาลวัดชัยชุมพล  
โรงเรียนสตรีทุ่งสง บริษัทยิบอินซอย กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยแ  
ละสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 55 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

258 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 144 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 105 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 9 ราย

ประเภทสินค้า : อาหารร้อยละ 76.8

สินค้าเกษตรร้อยละ 14.2 เครื่องดื่มร้อยละ 3.9

งานฝีมือร้อยละ 2.6

ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 1.9

และเครื่องแต่งกายร้อยละ 0.6

รายได้รวม : 26,830,710 บาท

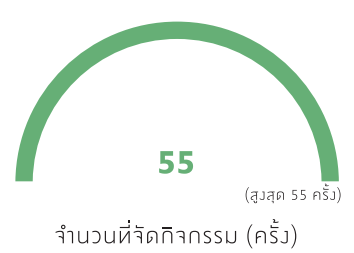
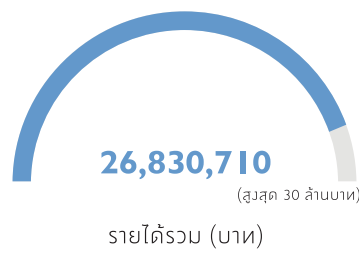
การกระจายรายได้ (ค่าเช่าใกล้ 0

แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.332

ผลตอบแทน : 17.54



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม)



ภาพที่ 9.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม

# ภูเก็ต

## พื้นที่ทางวัฒนธรรมของการสร้างพื้นที่ เศรษฐกิจทางวัฒนธรรมชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการท่องเที่ยวเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

### พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ตลาดคอกจัน ณ คลองบางใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

### บริบทพื้นที่:

จากบันทึกและแผนที่การเดินทางเรือมาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของชาติยุโรประหว่าง พ.ศ.2054-2397 เรียกผืนดินนี้ว่า จังซีลอน มีหลักฐานการเรียกชื่อผืนดินนี้ของชาวทมิฬ ในปี พ.ศ.1568 ว่า มณีคราม หมายถึง เมืองแก้ว ซึ่งมีความหมายตรงกับชื่อภูเก็ต ที่ปรากฏในจดหมายเหตุเมืองกลาง ฉบับที่ 1 ปี พ.ศ.2328 และได้มีการเรียกขานเรื่อยๆ จนกลายเป็น ภูเก็ต ซึ่งได้ปรากฏในราชกิจจานุเบกษา มาตั้งแต่ พ.ศ.2450 เป็นต้นมา ชุมชนบ้านบางเหนียว เป็นชุมชนที่เกิดจากการผสมผสานของชาวภูเก็ตดั้งเดิมกับชาวจีนฮกเกี้ยนที่อพยพมาจากเมืองปีนัง ประเทศมาเลเซีย มีอาชีพการหาปลา ซึ่งเครื่องมือที่สำคัญคือ เรือกอจัน แหและอวนสำหรับการหาปลา ภาษาจีนฮกเกี้ยนเรียกว่า “บ้านปางเหลียว” ซึ่ง “ปาง” หมายถึง มุ้งแห หรืออวน “เหลียว” หมายถึง ตาก รวมความว่า ที่ตากแห ตากอวน ปัจจุบันเพี้ยนมาเป็นบางเหนียว

### กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมนครภูเก็ต เทศบาลนครภูเก็ต

### กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 16 ครั้ง

ผู้ประกอบการเออีวีวัฒนธรรม :

185 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 115 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 65 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 5 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 78.3 เครื่องดื่มร้อยละ 10.6

ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 5.6

สินค้าเกษตรร้อยละ 3.3 เครื่องแต่งกายร้อยละ 1.1

และอื่นๆ ร้อยละ 1.1

รายได้รวม : 4,954,300 บาท

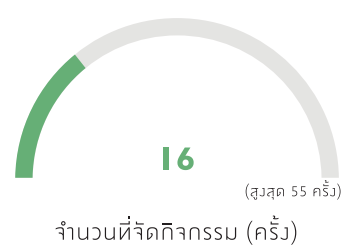
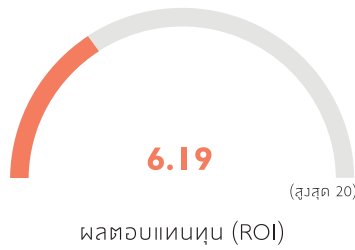
การกระจายรายได้ (ค่าเข้าใกล้ 0

แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.394

ผลตอบแทนทุน : 6.19



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม)



ภาพที่ 16.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม



# ยะลา

พื้นที่ทางวัฒนธรรมของพื้นที่พหุวัฒนธรรม  
กับการจัดการทุนทางวัฒนธรรมชุมชน  
เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองยะลา จังหวัดยะลา

## พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ตลาดท่าแพ ท่าสาป ริมแม่น้ำปัตตานี ตำบลท่าสาป อำเภอเมือง  
จังหวัดยะลา

## บริบทพื้นที่:

ในอดีตยะลาในฐานะเป็นเพียงส่วนหนึ่งของมณฑลปัตตานี ซึ่งมีประ  
วัติที่ยาวเนิ่นนานมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เปลี่ยนแปลงแ  
และพัฒนาเป็นอาณาจักรลังกาสุกะ อาณาจักรปาตานีดารุสสลาม  
นครรัฐปาตานี มณฑลปัตตานี จนกระทั่งเป็นจังหวัดปัตตานี ซึ่งในข  
ณะเดียวกันยะลาที่ถูกตั้งขึ้นเป็นจังหวัดยะลา ท่าสาปเป็นศูนย์กลาง  
การคมนาคมทางน้ำเพื่อการขนส่งแร่ดีบุกจากเมืองยาลอ เมืองยะหา  
รามัน และบันนังสตา ไปยังปัตตานี เพื่อส่งต่อไปยังสงขลาและสิงค์  
โปร์ต่อไป มีผู้คนเข้ามาทำมาหากินกันมากมายทั้งคนไทยพุทธ ไทยจีน  
ไทยมุสลิมที่อาศัยอยู่ดั้งเดิม เกิดสังคมพหุวัฒนธรรมของท่าสาป  
ตำนานท้องถิ่นของท่าสาปนั้นมีอยู่มากมายหลากหลายเรื่อง  
ด้วยกัน ทั้งฝ่ายไทยพุทธ และไทยมลายู เช่น คือเรื่องดูเวยอ  
เจ้าเมืองโกตาบารู เรื่องการเล่นหมากรุกจาโต ตำนานทวดกูหล่า  
ตำนานมะโย่งตำนานเรื่องโต๊ะนิ ตำนานเรื่องหลวงพ่อไกร  
ตำนานเรื่องคนธรรพ์ เป็นต้น

## กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมท่าสาป เทศบาลตำบลท่าสาป

## กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

เทศบาลนครยะลา กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 15 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

45 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 29 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 12 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4 ราย

ประเภทสินค้า :

อาหารร้อยละ 87 เครื่องดื่มร้อยละ 8.7

และเครื่องแต่งกายร้อยละ 4.3

รายได้รวม : 342,700 บาท

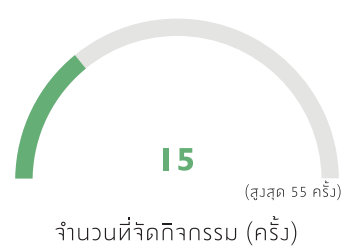
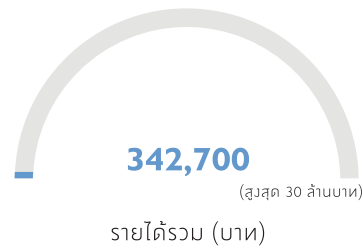
การกระจายรายได้ (ค่าเข้าใกล้ 0

แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.356

ผลตอบแทนทุน : 0.38



**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม



ภาพที่ 17.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม

# ปัตตานี

พื้นที่ทางวัฒนธรรมของพื้นที่การฟื้นฟู  
ทางวัฒนธรรมการค้าชุมชนดั้งเดิม  
เพื่อการพัฒนาเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี

## พื้นที่ทางวัฒนธรรม :

ตลาดหัวตลาด บริเวณศาลเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยวปัตตานี ถนน  
อาเนาะรู ตำบลอาเนาะรู อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี

## บริบทพื้นที่:

ชุมชนจีนกือดาจีนอ (ชุมชนหัวตลาด) เกิดขึ้นจากคำ 2 คำคือ กือดา  
แปลว่า ตลาด จีนอ แปลว่า จีน ในแถบชุมชนแห่งนี้ประกอบไปด้วย  
ถนนสายสำคัญ 3 สาย ในปัจจุบันนี้มีชื่อว่า ถนนปัตตานีภิรมย์  
ถนนอาเนาะรู และถนนฤดี ที่เชื่อมต่อกันและยังคงแสดงถึงเอ  
กลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนจีนนั่นก็คือ สถาปัตยกรรม อาชีพ  
และวัฒนธรรมประเพณี ย้อนกลับไปเมื่อครั้งที่ชาวจีนเข้ามาตั้งร  
ราก บรรดาชาวต่างชาติที่เข้ามาทำการค้าในปัตตานี คงปฏิเสธไม่ได้  
ว่าชาติที่มีบทบาททางการค้าในปัตตานีเป็นอย่างมาก คือ ชาวจีน  
การค้าไม่ว่าจะเป็นกับบริวารหรือผู้ป้อนต่างมีชาวจีนในปัตตานีเป็นค  
นกลางในการติดต่อ ช่วงศตวรรษที่ 16 - 17 มีชาวจีนฮกเกี้ยนแล  
ะกวางตุ้งเป็นจำนวนมากเข้ามาในปัตตานี บางรายมาทำการค้าห  
รือมาตั้งรกรากถาวรก็มี

## กลไกหลักขับเคลื่อนพื้นที่ :

ประชาคมวัฒนธรรมเมืองปัตตานี เทศบาลเมืองปัตตานี

## กลไกเสริมขับเคลื่อนพื้นที่ :

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

การจัดกิจกรรมในพื้นที่ : 10 ครั้ง

ผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรม :

70 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการเดิม 35 ราย

ผู้ประกอบการใหม่ 30 ราย

และผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 5 ราย

ประเภทสินค้า : อาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 42.9

ของใช้/ของที่ระลึกร้อยละ 42.9

และอื่นๆ ร้อยละ 14.3

รายได้รวม : 467,480 บาท

การกระจายรายได้ (ค่าเช่าใกล้ 0

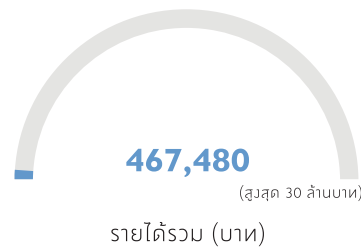
แสดงถึงการกระจายรายได้ดี) : 0.299

ผลตอบแทนทุน : 0.67





**หมายเหตุ :**  
กราฟแสดง  
ค่าระหว่าง  
ค่าเริ่มต้นจาก 0  
และค่าสูงสุดที่  
ได้จากการ  
จัดกิจกรรม)



ภาพที่ 18.1 แสดงรายได้รวม ผลตอบแทนและจำนวนที่จัดกิจกรรม







# รายชื่อนักวิจัยหลัก และนักวิจัยในพื้นที่

โครงการวิจัยการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมชุมชน  
ผ่านกลไกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาสังคม  
เพื่อเพิ่มศักยภาพและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่

- |                                |  |
|--------------------------------|--|
| 1. รศ.ดร.สุพรรณณี ฉายะบุตร     | หัวหน้าโครงการ   |
| 2. ดร.ธนภณ วัฒนกุล             | นักวิจัยหลัก   |
| 3. ดร.จنگล คำไล่               | นักวิจัยหลัก   |
| 4. ดร.พีรพัฒน์ วงศ์ชัยวัฒน์    | นักวิจัยหลัก   |
| 5. นางสาวอาร์จนา ปานกาญจโนภาส  | นักวิจัยหลัก   |
| 6. นางสาวกาญจนา จันทระชิต      | นักวิจัยหลัก   |
| 7. นางสาวอรอุมา หนูช่วย        | นักวิจัยหลัก   |
| 8. นางสาวณัฐธิดา จันทักดี      | นักวิจัยหลัก   |
| 9. นางสาวสลิลา พึ่งวัฒนานุกูล  | นักวิจัยหลัก   |
| 10. นางสาววรรณภา อภัยบัณฑิตกุล | นักวิจัยหลัก   |
| 11. นายภทรณชล ตะนัย            | นักวิจัยหลัก   |
| 12. นางสาวจันทร์เพ็ญ แพงผล     | นักวิจัย   |
| 13. นางสาวสิริลักษณ์ นิมนวล    | นักวิจัย   |
| 14. นางสาวศรินยา ปานมณี        | นักวิจัย   |
| 15. นาย ณ ชัย ชูโชติแก้ว       | นักวิจัย   |
| 16. นายปณิธาน ประมูล           | นักวิจัยในพื้นที่ อ.เชียงคำ จ.พะเยา  |
| 17. นางสาวลักขมี ศรีสมเพชร     | นักวิจัยในพื้นที่ บ้านทุ่งเสี้ยว บ้านต้นกอกและ<br>บ้านท่ากาน อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ |
| 18. นางคนธาภรณ์ เมียร์แมน      | นักวิจัยในพื้นที่ บ้านทุ่งเสี้ยว บ้านต้นกอกและ<br>บ้านท่ากาน อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ |



# รายชื่อนักวิจัยหลัก และนักวิจัยในพื้นที่

19. นางปิยนันท์ ราชธานี
20. นางสาวสิริกร สมควร
21. นางสาวเอื้องฟ้า ถาวรรักษ
22. ดร.พรธมมาศ พรหมพิลา
23. ดร.สยามล เทพทา
24. ดร.วิลาศ เทพทา
25. นางปิ่นทอง วงษ์สกุล
26. นางณัฐอร วงศ์ศรีดา
27. นางพัชรินทร์ พิมพะจันทร์
28. นางสาวณัฐฤทิษา ราชแข็ง
29. นางวิภาพร อีระธรรม
30. ผศ.(พิเศษ) ดร.สาธิต กฤตลักษณ์
31. นางพรพรรณ ชลประทาน
32. นางสาวพัชรา ฝานิบุศย์
33. นางปิยะนาถ กลิ่นภักดี
34. นางสาวอรรธยา แก้วพิทักษ์
35. ดร.น้ำทิพย์ อักษรกุล
36. นางสาวชูไฮดา มูซา
37. นางเรณู บุบผะธัญ

- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.ลำพูน
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.กาญจนบุรี
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เกาะสีชัง จังหวัดชลบุรี
- นักวิจัยในพื้นที่ชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.สกลนคร
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.อุดรธานี
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.อุดรธานี
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.หนองคาย
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.หนองคาย
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.ทุ่งส จ.นครศรีธรรมราช
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.ภูเก็ต
- นักวิจัยในพื้นที่ ต.ท่าสาป อ.เมือง จ.ยะลา
- ผู้ช่วยนักวิจัยในพื้นที่ ต.ท่าสาป อ.เมือง จ.ยะลา
- นักวิจัยในพื้นที่ อ.เมือง จ.ปัตตานี





**สนับสนุนโดย** แผนงานพัฒนาภูมิภาคและจังหวัด 4.0 (SIP)  
 ผ่านสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

