



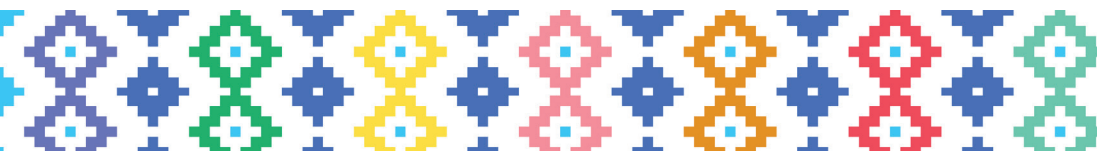
มหาวิทยาลัย
กับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4:
**บทสังเคราะห์
การพัฒนาพื้นที่ด้วย
ทุนทางวัฒนธรรม**



มหาวิทยาลัย
กับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4:

บทสังเคราะห์ การพัฒนาพื้นที่ ด้วยทุนทางวัฒนธรรม

วศิน โทมุก สิริวิฑ อัสโร และคณะ



มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4:

บทสังเคราะห์การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรม

พิมพ์ครั้งแรก กุมภาพันธ์ 2569 จำนวน 400 เล่ม

ผู้เขียน

วศิน โกมพ, สิริวิทย์ อิศโร, คำล่ำ มุสิกภา, ฉัตรฤดี ศิริล่ำควน, ชนกฤต มิตรสงเคราะห์, พนิดา ผาคโสมศ, พลเดช เขาวรัตน์, วรงค์ นัยวินิจ, วิทวัส เหมทานนท์, ศศิพัชร์ สันกลกิจ, สุทัศน์ กำมณี, สุวีรรณ แจ็งจิตร, อิศรา กันแดง, อัมเคีย มุคอ

บรรณาธิการ

วศิน โกมพ, สิริวิทย์ อิศโร

ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.วิฑูรย์ เหลียวรุ่งเรือง

จัดทำโดย

โครงการบริหารชุดโครงการจัดการทุนทางวัฒนธรรม

เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนึกท้องถิ่น ปีงบประมาณ 2567

Program Management for "Cultural Capital Management to Strengthen the Community Economy and Local Consciousness" Fiscal Year 2024

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 85 ถนนสดลมารักษ์ ตำบลเมืองศรีไค

อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

E-mail: pmucultural@gmail.com

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

National Library of Thailand Cataloging in Publication data

มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4: บทสังเคราะห์การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรม.-- อุบลราชธานี : โครงการบริหารชุดโครงการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนึกท้องถิ่น ปีงบประมาณ 2567 มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2569.

212 หน้า.

1. วัฒนธรรม. 2. ทุนทางวัฒนธรรม. 3. การพัฒนาชุมชน. I. วศิน โกมพ. II. ชื่อเรื่อง.

306

ISBN 978-974-523-429-1

หนังสือเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสังเคราะห์องค์ความรู้จากโครงการวิจัยและการดำเนินงานด้านทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ เนื้อหาในหนังสือสะท้อนมุมมองของผู้เขียนและบรรณาธิการ

ออกแบบปก

วัฒน์สินธ์ สุวรรณ์นันท

พิมพ์ที่

บริษัท มาคา การพิมพ์ จำกัด 77/261 หมู่ 4 ตำบลบางคูวัด

อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110 โทรศัพท์ 02-9235725, 089-7759892

E-mail: teerasarn2552@gmail.com

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ. 2558 ห้ามคัดลอก
ถ่ายเอกสารหรือพิมพ์ หรือนำไปเก็บไว้ในระบบที่สามารถถ่ายข้อมูลได้ไม่ว่าบางส่วนหรือ
ทั้งหมดของหนังสือนี้ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางผู้จัดทำเป็นลายลักษณ์อักษร

คำนำ

ตลอดทศวรรษที่ผ่านมา บทบาทของมหาวิทยาลัยไทยได้ขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญ จากสถาบันผลิตบัณฑิตและองค์ความรู้ ไปสู่การเป็นกลไกสำคัญในการร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในมิติต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "พันธกิจที่ 4" ของมหาวิทยาลัย ซึ่งมุ่งเน้นการทํานุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม และการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างสมดุลและยั่งยืน

หนังสือเล่มนี้จัดทำขึ้นภายใต้ความตระหนักว่า "ศิลปะและวัฒนธรรม" มิได้เป็นเพียงมรดกที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ หากแต่เป็น "ทุนทางวัฒนธรรม" ที่สามารถบริหารจัดการ สกัดคุณค่า และต่อยอดสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสำนึกท้องถิ่นได้อย่างเป็นระบบ เมื่อมีการบูรณาการองค์ความรู้ทางวิชาการเข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของภาคีในพื้นที่

เนื้อหาในหนังสือเล่มนี้เป็นการสังเคราะห์พัฒนาการของกรอบวิจัยและการดำเนินงานด้านทุนทางวัฒนธรรมในช่วง พ.ศ. 2559–2567 ซึ่งเกิดขึ้นภายใต้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องของ "หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)" และมีได้มุ่งนำเสนอเพียงผลลัพธ์ของโครงการหรือกิจกรรม หากแต่ต้องการถ่ายทอด "บทเรียนเชิงโครงสร้าง" และ "องค์ความรู้เชิงกระบวนการ" ที่เกิดจากการทำงานร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน ภาคีเครือข่าย ศิลปิน ช่างฝีมือผู้ประกอบการ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านทุนทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นฐานความรู้สำหรับการพัฒนาเชิงพื้นที่ในบริษัทที่หลากหลายทั่วประเทศ



คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือ มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนพันธกิจ
ที่ 4: บทสังเคราะห์การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรม เล่มนี้ จะเป็นทั้งแหล่ง
อ้างอิงทางวิชาการ แนวทางเชิงนโยบาย และแรงบันดาลใจให้แก่มหาวิทยาลัย หน่วยงาน
ที่เกี่ยวข้อง และผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ ในการร่วมกันขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม
ให้เป็นพลังสำคัญของการพัฒนาประเทศที่เคารพคุณค่า ความหลากหลาย และ
อัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างแท้จริง

วศิน โกมุท สิรวิฑ อิศโร และคณะ



สารบัญ

คำนำ	3
บทนำ	9
บทที่ 1 จากพันธกิจที่ 4 สู่กรอบวิจัยด้านคุณทางวัฒนธรรม	17
บทที่ 2 พัฒนาการของกรอบวิจัยด้านคุณทางวัฒนธรรม: จากการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมสู่การจัดการ คุณทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน	25
2.1 ระยะตั้งต้น: จากศิลปะและวัฒนธรรมสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่ (พ.ศ. 2559–2563)	28
2.2 ระยะเปลี่ยนผ่าน: จากคุณค่าทางวัฒนธรรมสู่ทุนทางวัฒนธรรม (พ.ศ. 2564–2565)	29
2.3 ระยะตอบสนองบริบทสังคม: ทุนทางวัฒนธรรม กับการฟื้นฟูชุมชน หลังโควิด-19 (พ.ศ. 2565–2566)	31
2.4 ระยะการจัดการเชิงระบบ: การยกระดับเศรษฐกิจชุมชน และสำนึกท้องถิ่น (พ.ศ. 2566–2567)	32
2.5 ระยะต่อยอดขั้นก้าวหน้า: ระบบข้อมูล เทคโนโลยี และความร่วมมือระดับประเทศ (Advance Track) (พ.ศ. 2567–2568)	33



บทที่ 3	กลไกภาคีเครือข่ายการทำงานมหาวิทยาลัย กับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4	37
3.1	กลไกการทำงานของภาคีเครือข่ายเชิงกระบวนการ	42
3.2	กลไกภาคีเครือข่ายการจัดการทุนทางวัฒนธรรม กับการพัฒนาเชิงพื้นที่	43
3.3	การยกระดับพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทย ผ่านกลไก ภาคีเครือข่ายบนฐานทฤษฎี Helix และ Network Governance	45
บทที่ 4	การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากผ่านผู้ประกอบการ ทางวัฒนธรรม	51
บทที่ 5	การหนุนเสริมมหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ผ่านการเสริมแรง (Reinforcement)	63
5.1	หลักการเชิงนโยบายของการเสริมแรง	63
5.2	กลไกการเสริมแรงเชิงระบบ	65
5.3	ตัวอย่างกิจกรรมเสริมแรง (Reinforcement) ในฐานะกลไก เชิงนโยบาย	66
บทที่ 6	ระบบแผนที่วัฒนธรรมกับการกำนุบำรุงศิลปะ และวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยไทย	81
6.1	ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทย	83
6.2	ความหมายเชิงระบบของแผนที่วัฒนธรรมในบริบทงานวิจัย และพัฒนาพื้นที่	88
6.3	พฤติกรรมผู้ใช้และความหมายเชิงยุทธศาสตร์ของข้อมูลการเข้าชม	91
6.4	Cultural Metaverse Thailand และ Web Stock	95
6.5	Data Quality Control และความหมายเชิงลึกของคุณภาพ ข้อมูลวัฒนธรรม	99
6.6	การเชื่อมโยงระหว่างแผนที่วัฒนธรรม และพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทย	103
6.7	ข้อเสนอเชิงระบบเพื่ออนาคต	107
6.8	บทสรุป	111



บทที่ 7	การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคม จากการลงทุนโครงการวิจัยทางวัฒนธรรม	115
7.1	ระบบประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน เพื่อการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4	117
7.2	ระเบียบวิธีวิจัย	119
7.3	แนวทางการสร้างความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง ของผลการประเมิน	120
7.4	ผลการประเมินโครงการค้ำทุนทางวัฒนธรรม	124
7.5	การสังเคราะห์ผลการศึกษา	126
7.6	บทเรียน ข้อค้นพบ และทิศทางในอนาคตของการวิจัย	127
7.7	บทสรุป	130
บทที่ 8	วัฒนธรรมสร้างสรรค์ใหม่: การออกแบบระบบ ดิจิทัลเพื่อสืบทอดทุนทางวัฒนธรรม ในศตวรรษที่ 21	131
8.1	โครงการอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer)	132
8.2	โครงการแฮกกาธอน (Hackathon)	136
บทที่ 9	Culture Connex : กลไกการเชื่อมต่อกันทางวัฒนธรรม จากงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงสังคม เศรษฐกิจ และการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน	143
บทที่ 10	มหรรมทุนทางวัฒนธรรม: กลไกการแปลงงานวิจัย สู่การใช้ประโยชน์เชิงสังคมและนโยบาย	149
10.1	มหรรมทุนทางวัฒนธรรมพื้นใจเมือง: จากงานวิจัยสู่ การพัฒนาพื้นที่ (Expo on Cultural Capital to Revitalize the City: from Research to Area Development)	150
10.2	มหรรมทุนวัฒนธรรม "สืบสาน สร้างสรรค์พลังทุนวัฒนธรรม สู่เศรษฐกิจยั่งยืน" (The Power of Culture: Driving to Economic Sustainability) ในงาน อว.แฟร์	155
10.3	ปัจจัยความสำเร็จในการจัดงานมหรรมทุนทางวัฒนธรรม	159



บทที่ 11	มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4: บทสังเคราะห์การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรม และข้อเสนอเชิงนโยบาย	163
11.1	การจัดการทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทยภายใต้ Engage Enrich Enhance (3-E) Approach	164
11.2	บทบาทของมหาวิทยาลัยกับการวิจัย และพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม	168
11.3	บทสังเคราะห์การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรม ภายใต้พันธกิจที่ 4 ในเชิงโครงสร้าง กระบวนการ และนโยบาย	174
11.4	ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการยกระดับพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทย	179
ภาคผนวก		185
ภาคผนวก ก	คำนิยามของหมวดหมู่วัฒนธรรม	186
ภาคผนวก ข	Hall of Fame	194
ภาคผนวก ค	ผลลัพธ์เชิงระบบจากการขับเคลื่อนโครงการวิจัย ภายใต้กรอบการจัดการทุนทางวัฒนธรรม	199



บทนำ

การพัฒนาประเทศในศตวรรษที่ 21 เผชิญความท้าทายเชิงโครงสร้างที่ซับซ้อน ทั้งความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ ความเปราะบางของเศรษฐกิจฐานราก และการเสื่อมถอยของทุนทางสังคมและวัฒนธรรม แนวทางการพัฒนาแบบรวมศูนย์และการลงทุนเชิงอุตสาหกรรมเพียงอย่างเดียวไม่สามารถตอบโจทย์ดังกล่าวได้อย่างยั่งยืน ในบริบทนี้ "พันธกิจที่ 4 การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม" ของมหาวิทยาลัยไทย ซึ่งเป็นภารกิจเฉพาะที่ไม่มีในระบบอุดมศึกษาของประเทศอื่น กลับกลายเป็นทรัพยากรเชิงนโยบายที่มีศักยภาพสูง หากได้รับการออกแบบและใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม

หนังสือ มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4: บทสังเคราะห์การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสังเคราะห์พัฒนาการ แนวคิด กระบวนการ และบทเรียนเชิงโครงสร้างของการขับเคลื่อน "พันธกิจที่ 4 การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม" ของมหาวิทยาลัยไทย ภายใต้การสนับสนุนที่เริ่มต้นจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สู่หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ที่นำเสนอให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของมหาวิทยาลัยจากบทบาทเชิงกิจกรรมและการอนุรักษ์ ไปสู่การเป็นกลไกสำคัญของการพัฒนาเชิงพื้นที่บนฐานทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ

เนื้อหาของหนังสือสะท้อนให้เห็นว่า พันธกิจที่ 4 เป็นภารกิจที่มีลักษณะเฉพาะของระบบอุดมศึกษาไทย และมีศักยภาพสูงในการเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิชาการเข้ากับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของพื้นที่ เมื่อได้รับการออกแบบให้ทำงานผ่านกลไกภาคีเครือข่าย (Network-based Approach) และการจัดการเชิงระบบ (Systemic Management) แทนการดำเนินงานแบบแยกส่วนหรือเชิงโครงการระยะสั้น

ผลการสังเคราะห์พัฒนาการของกรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมในช่วง พ.ศ. 2559–2567 ซึ่งให้เห็นการเปลี่ยนผ่านเชิงกระบวนการที่ค่อนข้างชัดเจน จากการมอง "ศิลปะและวัฒนธรรม" ในฐานะมรดกที่ต้องรักษา ไปสู่การมอง "ทุนทางวัฒนธรรม" ในฐานะทรัพยากรเชิงยุทธศาสตร์ที่สามารถจัดการ สร้างคุณค่า และต่อยอดสู่เศรษฐกิจฐานราก สำนึกท้องถิ่น และนวัตกรรมเชิงสังคมได้ โดยมีมหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็นกลไกกลางในการเชื่อมโยงความรู้ ข้อมูล เทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของภาคีในพื้นที่

หนังสือเล่มนี้เสนอให้เห็นบทบาทใหม่ของมหาวิทยาลัยไทยในฐานะ "ผู้จัดการระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรมในระดับพื้นที่" (Area-based Cultural Capital Ecosystem Manager) ซึ่งทำหน้าที่มากกว่าการถ่ายทอดความรู้ ได้แก่ การออกแบบระบบนิเวศ การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างภาคี การหล่อหลอมผู้ปฏิบัติการหลัก ด้านทุนทางวัฒนธรรมในระดับพื้นที่ และการสร้างเงื่อนไขให้ชุมชนสามารถเป็นเจ้าของกระบวนการพัฒนาได้อย่างแท้จริง

ในเชิงกลไก หนังสือสะท้อนให้เห็นความสำคัญของเครื่องมือเชิงระบบ อาทิ แผนที่ทางวัฒนธรรม (Cultural Mapping) ในฐานะโครงสร้างพื้นฐานข้อมูล การพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม (Cultural Entrepreneur) การสร้างพื้นที่ทดลองทางวัฒนธรรม (Creative Lab / Cultural Park) และการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคม (ROI / SROI) ซึ่งช่วยให้การขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 เชื่อมโยงกับการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรมและตรวจสอบได้

ในเชิงทฤษฎี หนังสือได้สังเคราะห์บทเรียนผ่านกรอบ Triple Helix, Quadruple Helix และ Network Governance เพื่อชี้ให้เห็นว่า นวัตกรรมที่เกิดจากพันธกิจที่ 4 มีใช้นวัตกรรมเชิงเทคโนโลยีเป็นหลัก หากแต่เป็นนวัตกรรมเชิงวัฒนธรรมและสังคม (Cultural and Social Innovation) ที่ตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย รัฐ ชุมชน และภาคเศรษฐกิจฐานราก โดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลางเชิงสาระของระบบ

ทั้งนี้ สารสำคัญในแต่ละบท ประกอบด้วย

บทที่ 1 ฐานความคิดเชิงนโยบายเกี่ยวกับพันธกิจที่ 4 โดยชี้ให้เห็นว่าการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมในระบบอุดมศึกษาไทยมิได้เป็นเพียงกิจกรรมเสริม หากแต่เป็นภารกิจที่ถูกกำหนดไว้ในกฎหมายการศึกษาและสะท้อนความหมายของ "การศึกษา" ที่ผสมผสานมิติทางสังคมและวัฒนธรรมเข้ากับการพัฒนาคนและประเทศ บทนี้ชี้ให้เห็นความแตกต่างเชิงโครงสร้างของอุดมศึกษาไทยเมื่อเทียบกับนานาชาติ และเสนอให้รัฐมองพันธกิจที่ 4 เป็นจุดแข็งเชิงนโยบาย (Policy Leverage Point) ในการพัฒนาเชิงพื้นที่

บทที่ 2 พัฒนาการของกรอบวิจัยค่านุทางวัฒนธรรม แสดงให้เห็นการเปลี่ยนผ่านจากการทำงานด้านศิลปะและวัฒนธรรมเชิงกิจกรรม ไปสู่การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเชิงระบบในระดับพื้นที่และระดับประเทศ

บทที่ 3 กลไกภาคีเครือข่ายและการยกระดับพันธกิจที่ 4 แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรมไม่สามารถขับเคลื่อนผ่านโครงสร้างการสั่งการแบบลำดับชั้น หากแต่ต้องอาศัยกลไกภาคีเครือข่าย (Network Governance) มหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชิงยุทธศาสตร์ และผู้นำเชิงความสัมพันธ์ โดยจัดการความร่วมมือ ความรู้ และความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างภาคี

บทที่ 4 ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจฐานราก ชี้ให้เห็นว่า เศรษฐกิจฐานรากที่ขับเคลื่อนด้วยวัฒนธรรมไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากการอุดหนุนรายได้เพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องอาศัยการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในฐานะผู้สืบทอด ผู้สื่อความหมาย และผู้สร้างนวัตกรรมเชิงวัฒนธรรม

บทที่ 5 การเสริมแรงมหาวิทยาลัยกับพันธกิจที่ 4 แสดงให้เห็นความสำคัญของกลไกการเสริมแรง (Reinforcement) ทั้งในเชิงนโยบายและเชิงระบบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 กลไกดังกล่าวครอบคลุมการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ระบบสนับสนุน และเวทีการเรียนรู้ร่วม

บทที่ 6 แผนที่วัฒนธรรมในฐานะโครงสร้างพื้นฐานข้อมูล ยกย่องบทบาทของแผนที่วัฒนธรรมจากเครื่องมือรวบรวมข้อมูล ไปสู่โครงสร้างพื้นฐานของการจัดการทุนทางวัฒนธรรมระดับประเทศ แผนที่วัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นภาษากลาง เชื่อมโยงชุมชน มหาวิทยาลัย และนโยบาย และเป็นฐานข้อมูลร่วมที่รองรับการตัดสินใจเชิงระบบ

บทที่ 7 การประเมินผลตอบแทนจากการลงทุนทางวัฒนธรรม แสดงให้เห็นความเป็นไปได้ในการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุนด้านทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้กำหนดนโยบายและสังคมว่า การลงทุนด้านวัฒนธรรมมีใช้ต้นทุนสูงมูลค่า การมีระบบประเมินผลที่เหมาะสมจะช่วยให้การตัดสินใจเชิงนโยบายด้านวัฒนธรรมมีความโปร่งใสและยั่งยืนมากขึ้น

บทที่ 8–9 นวัตกรรมดิจิทัลและกลไกการเชื่อมโยงสู่การใช้ประโยชน์ แสดงให้เห็นบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและกลไก Culture Connex ในการเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมจากงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคม

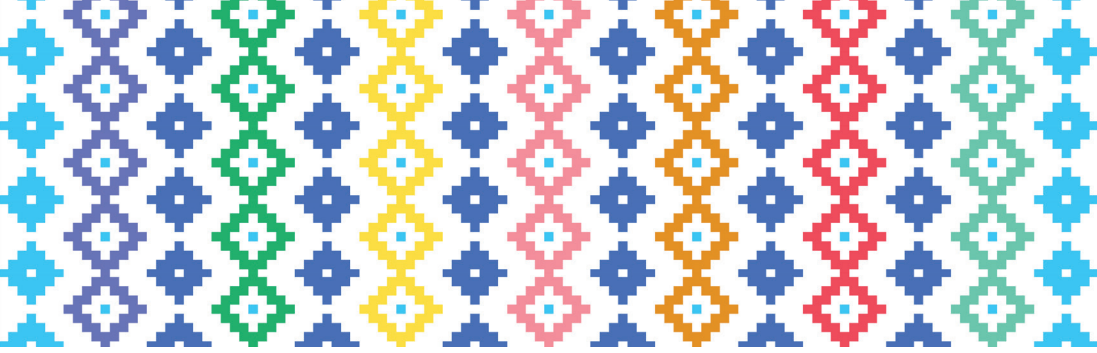
บทที่ 10 มหกรรมทุนทางวัฒนธรรม: กลไกการแปลงงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงสังคมและนโยบาย สะท้อนให้เห็นว่า มหกรรมเป็นส่วนหนึ่งของระบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ที่ต้องอาศัยบทบาทเชิงระบบของมหาวิทยาลัย การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย การออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับบริบท และการประเมินผลกระทบอย่างเป็นรูปธรรม เมื่อปัจจัยเหล่านี้ทำงานร่วมกัน มหกรรมทุนทางวัฒนธรรมจึงสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัย

บทที่ 11 บทสังเคราะห์และข้อเสนอเชิงนโยบาย สังเคราะห์ภาพรวมเชิงโครงสร้าง และเสนอแนวทางนโยบายเพื่อยกระดับพันธกิจที่ 4 ให้เป็นหัวใจของการพัฒนาเชิงพื้นที่

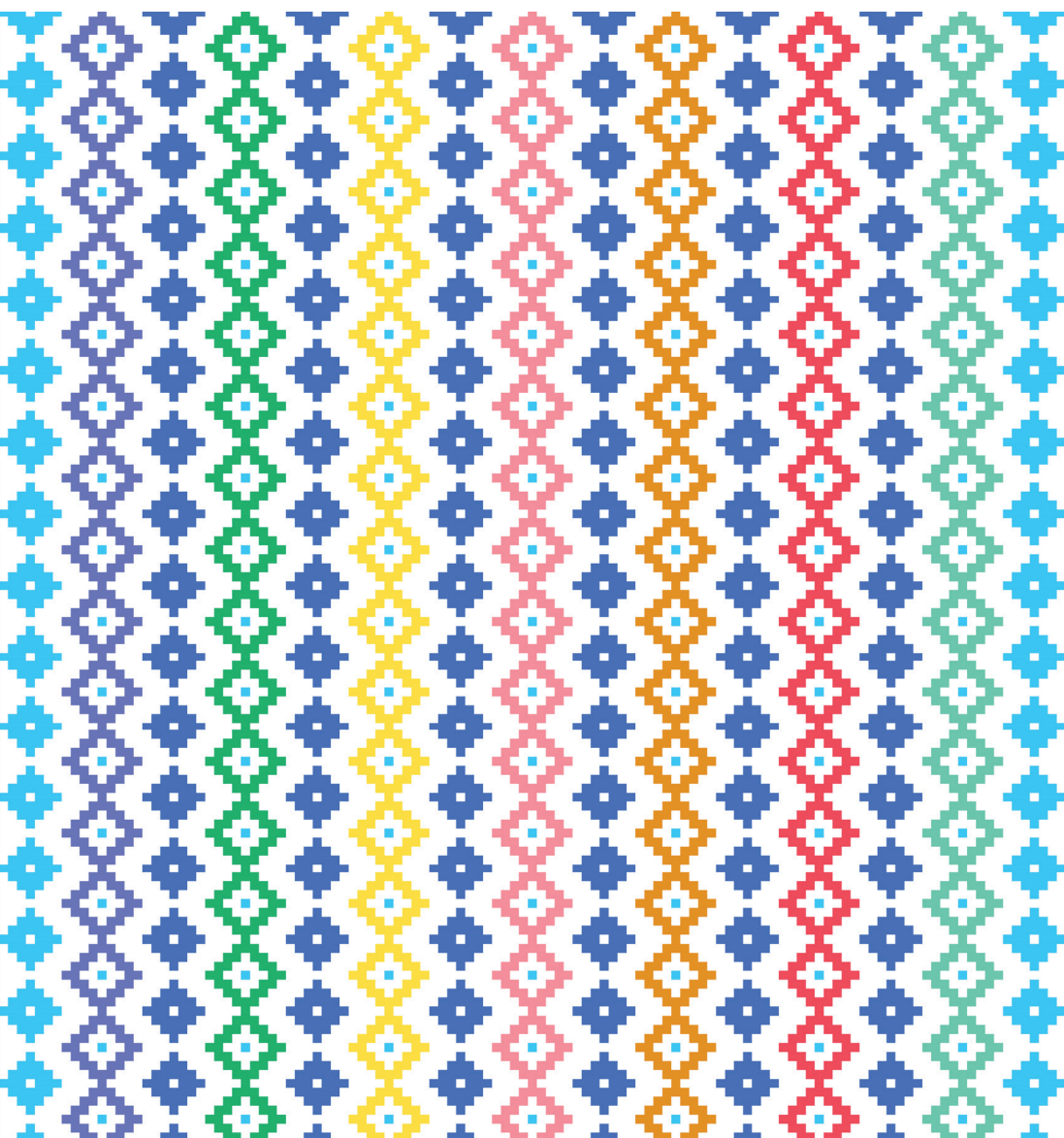
โดยภาพรวมแล้ว หนังสือเล่มนี้พยายามชี้ให้เห็นว่า พันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยมิใช่ภารกิจรองหรือภารกิจเชิงสัญลักษณ์ หากแต่เป็นโครงสร้างการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการตอบโจทย์การพัฒนาประเทศในบริบทของความหลากหลาย ความเหลื่อมล้ำ และความเปลี่ยนแปลงทางสังคมในศตวรรษที่ 21

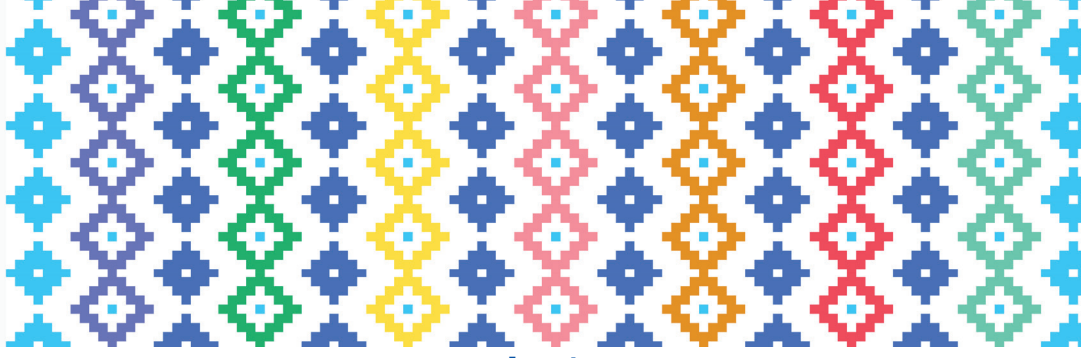
การยกระดับพันธกิจที่ 4 ให้ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงระบบ จำเป็นต้องอาศัยการตัดสินใจเชิงนโยบายที่มองไกลกว่าการสนับสนุนโครงการระยะสั้น ไปสู่การลงทุนในโครงสร้างข้อมูล กลไกภาคีเครือข่าย การเสริมสร้างศักยภาพมหาวิทยาลัย และการรับรองบทบาทของชุมชนในฐานะเจ้าของทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม การตัดสินใจในระดับนี้จะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรมก้าวจากระดับการทดลอง ไปสู่การเป็นกลไกหลักของการพัฒนาประเทศ

ในระยะยาว หากรัฐสามารถบูรณาการพันธกิจที่ 4 เข้ากับกรอบนโยบายการพัฒนาประเทศด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมได้อย่างเป็นระบบ มหาวิทยาลัยไทยจะสามารถทำหน้าที่เป็น "ผู้จัดการระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรม" ในระดับพื้นที่และระดับประเทศได้อย่างเต็มศักยภาพ อันจะนำไปสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่ที่สมดุล เคารพอัตลักษณ์ และสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานรากและสังคมไทยอย่างยั่งยืน

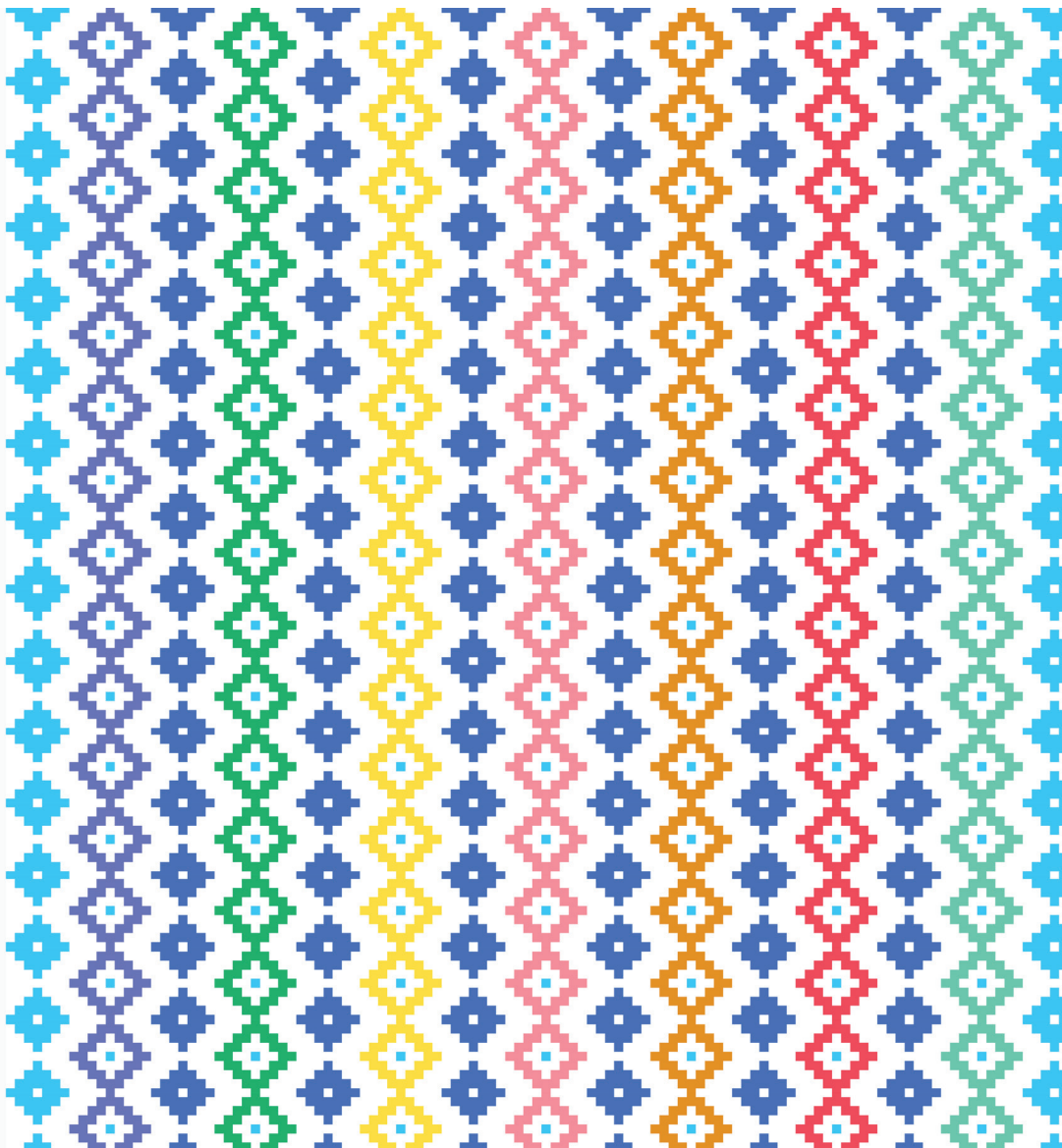


มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4:





บทสังเคราะห์การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรม





บทที่ 1

จากพันธกิจที่ 4

สู่กรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรม

การทำความเข้าใจ "พันธกิจที่ 4: การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม" ของมหาวิทยาลัยไทย มีอาจพิจารณาเพียงในฐานะภารกิจเชิงกิจกรรมหรือการดำเนินงานตามประเพณีนิยม หากแต่ต้องพิจารณาในฐานะกรอบเชิงโครงสร้างที่ฝังรากอยู่ในระบบอุดมศึกษาของประเทศ และมีความเฉพาะตัวในระดับสากล พันธกิจดังกล่าวมิได้เป็นเพียงบทบาทเสริมของมหาวิทยาลัย หากแต่เป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิชาการเข้ากับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และพื้นที่ของประเทศอย่างลึกซึ้ง

ภายใต้กรอบกฎหมายและนโยบายด้านการศึกษา พันธกิจที่ 4 ได้เปิดพื้นที่ให้มหาวิทยาลัยไทยพัฒนาแนวทางการทำงานด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่ก้าวข้ามการอนุรักษ์เชิงสัญลักษณ์ ไปสู่การวิเคราะห์ สังเคราะห์ และบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับการเรียนการสอน การวิจัย และการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างเป็นระบบ แนวคิดดังกล่าวจึงเป็นจุดตั้งต้นสำคัญของการพัฒนากรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งมุ่งยกระดับบทบาทของมหาวิทยาลัยจาก "ผู้ดำเนินกิจกรรมทางวัฒนธรรม" ไปสู่ "กลไกขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรมทางวัฒนธรรม"

จากการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับ **พันธกิจที่ 4 การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม** ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศต่าง ๆ ทั่วทุกทวีปในโลก กล่าวได้ว่า มีเพียงประเทศไทยเท่านั้นที่มีพันธกิจนี้ คำถามต่อมาคือ *เกิดขึ้นเมื่อใดอย่างเป็นทางการ*

พบว่าใน พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของคำว่า "การศึกษา" ไว้ดังนี้¹ "การศึกษา" หมายความว่า กระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคมโดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้ อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคล เรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต พระราชบัญญัตินี้ส่งผลให้มี ประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่อง มาตรฐานการศึกษาระดับอุดมศึกษา ลงวันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2549 กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษามีพันธกิจหลัก 4 ประการ โดยประการที่ 4 คือ การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม นับเนื่องต่อมาจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าสถาบันอุดมศึกษาไทยจะย้ายสังกัดจากกระทรวงศึกษาธิการมาอยู่ในกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแล้ว พันธกิจนี้ยังคงอยู่ในบทบัญญัติกำหนดหน้าที่ของมหาวิทยาลัยใน พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 หรือกฎหมายว่าด้วยการอุดมศึกษา หมวด 4 หน้าที่และอำนาจของสถาบันอุดมศึกษา โดยระบุรายละเอียดไว้ดังนี้

² ส่วนที่ 5 การทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

มาตรา 41 สถาบันอุดมศึกษามีหน้าที่ในการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยการอนุรักษ์ พื้นฟู สืบสาน และเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นและของชาติ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการวิเคราะห์ สังเคราะห์และบูรณาการการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมกับการเรียนการสอนและกิจกรรมของผู้เรียน

¹ <https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2542/A/074/1.PDF>, พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542, หน้า 2

² <https://www.mhesi.go.th/images/2563/pusit/legal-all/1p2562.pdf>, หน้า 11.

และมีรายละเอียดระบุไว้ใน กฎกระทรวง ว่าด้วย มาตรฐานการจัดการศึกษา
ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ³

⁴ ข้อ 15 สถาบันอุดมศึกษาต้องดำเนินการด้านการทะนุบำรุงศิลปะ
และวัฒนธรรม ดังต่อไปนี้

(1) กำหนดนโยบายและทิศทางการส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม
ของท้องถิ่นและของชาติ เพื่อการอนุรักษ์ สืบสาน เผยแพร่ศิลปะและ
วัฒนธรรมไทยหรือการพัฒนา ต่อยอด และสร้างคุณค่าใหม่ ทั้งนี้ ตาม
ความเชี่ยวชาญและอัตลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษา

(2) จัดให้มีรายวิชาในหลักสูตรการศึกษาและกิจกรรมที่สร้างความ
รู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม และประเพณี
ที่หลากหลายของท้องถิ่นและของชาติ

เมื่อพิจารณาบทบัญญัติและข้อกำหนดข้างต้นพบว่า บทบาทของมหาวิทยาลัย
ไทยต่อการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมไม่ได้จำกัดอาณาบริเวณไว้แต่เพียงการจัด
งานบุญประเพณีตามเทศกาลหรือจัดการเรียนการสอนนักศึกษาเท่านั้น แต่ยัง
ครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ สืบสาน พื้นฟู วิเคราะห์ สังเคราะห์ไปถึงระดับนโยบาย
และส่งเสริมจากระดับท้องถิ่นไปถึงระดับชาติอีกด้วย อนึ่ง ความพิเศษของพันธกิจ
ที่ 4 ที่มีการตราไว้ในกฎหมายการศึกษาของไทย และไม่มีประเทศใดเสมอเหมือน

³ https://www.mhesi.go.th/images/2565/T_1390003.PDF , หน้า 6.

หมวด ๒ มาตรฐานการดำเนินการตามหน้าที่และอำนาจของสถาบันอุดมศึกษา

ข้อ ๑๑ มาตรฐานการดำเนินการตามหน้าที่และอำนาจของสถาบันอุดมศึกษา เป็นมาตรฐาน
เพื่อให้การดำเนินการตามภาระหน้าที่หลักเป็นไปอย่างครบถ้วนและเป็นไปตามวัตถุประสงค์
ของการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา ประกอบด้วย (๑) ด้านการจัดการเรียนการสอน (๒)
ด้านการวิจัยและการสร้างนวัตกรรม (๓) ด้านการบริการวิชาการแก่สังคม (๔) ด้านการ
ทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

⁴ เรื่องเดียวกัน, หน้า 8.

นับเป็น **จุดแข็งของอุดมศึกษาไทย** ที่ทำให้มหาวิทยาลัยเข้าใกล้ประชาชน และเข้าใจบริบทของประเทศมากขึ้น ช่วยให้การนำองค์ความรู้มาใช้สังคมจะเหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่ได้ดียิ่งขึ้น

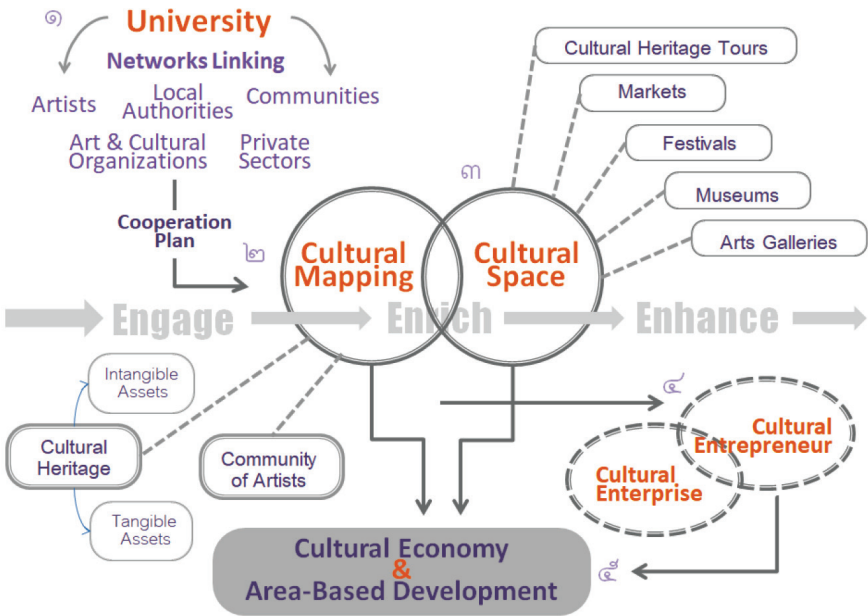
ด้วยต้นทุนมหาศาลของศิลปะและวัฒนธรรมอันก่อปรคัวย ศิลปะแขนงต่าง ๆ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ประเพณี วิถีและวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชนที่แตกต่างกันไปตามประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ศาสนา รากวัฒนธรรม และที่สำคัญคือ เกี่ยวข้องกับความ เป็นอยู่ ความเชื่อ และวิถีปฏิบัติของมนุษย์ในสังคมนั้น เกิดเป็น "สมมติฐานการวิจัย" เพื่อตอบโจทย์พันธกิจที่ 4 ที่จะสามารถยกระดับบทบาทของมหาวิทยาลัยจาก **"ผู้ปฏิบัติค่านิยมบุญประเพณี"** ไปสู่การเป็น **"ผู้นำนวัตกรรมทางวัฒนธรรม"** หากเมื่อผนวกรวมกับการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อเป้าหมายปลายทางที่มากกว่าการดำรงรักษาศิลปะและวัฒนธรรมแต่เพียงประการเดียว การวิจัยที่พิจารณาถึงห่วงโซ่คุณค่าทั้งระบบของการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ผลลัพธ์ที่จะได้จากการวิจัยนี้คือจักรกลทางวัฒนธรรมที่ขับเคลื่อนประเทศไปสู่ **ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน** ได้

สมมติฐานดังกล่าวข้างต้น ย้อนรอยไปเมื่อระหว่างปี พ.ศ. 2558-2559 จากการทบทวนประสบการณ์ของมหาวิทยาลัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเกี่ยวกับการวิจัยเพื่อพัฒนาค่านิยมศิลปะและวัฒนธรรมของชุมชนโดย **สถาบันคลังสมองของชาติ** ซึ่งเป็นนิติบุคคลภายใต้ **มูลนิธิส่งเสริมทบวงมหาวิทยาลัย** มีภารกิจในการหนุนเสริมความเข้มแข็งในทุกพันธกิจของสถาบันอุดมศึกษาไทยทั้งการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยมีศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ปิยะวัติ บุญ-หลง เป็นผู้อำนวยการสถาบัน ด้วยภารกิจดังกล่าวของสถาบันฯ จึงได้พัฒนากรอบการวิจัย **"มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่"** ขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อทดลองสมมติฐานดังกล่าว และได้รับความสนใจจาก หน่วยบูรณาการการวิจัยและความร่วมมือเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สนับสนุนทุนวิจัยในลักษณะชุดโครงการ โดยสนับสนุนให้สถาบันคลังสมองของชาติประสานงานชุดโครงการ และสนับสนุนทุนวิจัยให้แก่มหาวิทยาลัย

กรอบการวิจัย "มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่" แสดงดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 1-1

กรอบวิจัย "มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่" โดย สถาบันคลังสมองของชาติ



แนวคิดหลัก (Core Concept) ของกรอบวิจัยข้างต้นตั้งอยู่บนฐานคิดและปฏิบัติ 3 ประการคือ

1) **สาน (Engage)** สานความร่วมมือเครือข่ายต่าง ๆ ในพื้นที่ที่ชุมชน ศิลปิน พื้นบ้าน ช่างฝีมือท้องถิ่น หน่วยงานท้องถิ่น และภาคเอกชน เพื่อให้เกิด "กลไกความร่วมมือ" และ "การเรียนรู้ร่วมกัน" ให้เกิดการทำงานแบบเสริมแรงระหว่างฝ่าย

ที่มีจุดเด่นและจุดแข็งแตกต่างกัน รู้ข้อมูลชุดเดียวกันจากกระบวนการจัดทำแผนที่วัฒนธรรม (Cultural map) เช่นเดียวกัน การสานความเชี่ยวชาญระหว่างนักวิจัยที่มีเงื่อนไขการรับทุนสนับสนุนกำหนดไว้ว่า ต้องมีนักวิจัยที่มาจากศาสตร์ต่าง ๆ บูรณาการการทำงานร่วมกัน ร่วมกันแก้ไขข้อสงสัย หาคำตอบ ออกแบบแนวทางการทำงานร่วมกัน ไม่ใช่ต่างฝ่ายต่างทำ แล้วนำรายงานมาประกอบร่างเป็นเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์ เพราะการรอบการวิจัยนี้ไม่ใช่ "การวิจัยเชิงเดี่ยว" แต่เป็น "การวิจัยเชิงซ้อน" ที่มุ่งหวังให้เกิดสภาวะการถักทอองค์ความรู้ที่หลากหลายเพื่อตอบโจทย์ความคาดหวังของผลลัพธ์การวิจัยที่มีเป้าหมายทั้งในด้านเศรษฐกิจ (เศรษฐกิจฐานวัฒนธรรม) ความเข้มแข็งของชุมชน และการสืบสานต่อยอดค่านิยมวัฒนธรรม

2) สร้าง (Enrich) สร้างคุณค่าความหมายของข้อมูลด้านศิลปะและวัฒนธรรมที่สำรวจได้ในพื้นที่ เพื่อให้สมาชิกในชุมชนและเครือข่ายในพื้นที่เล็งเห็นถึงฐานทุนทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่พวกเขามีอยู่ เป็นคลังสมบัติของพื้นที่ที่ไม่ต้องซื้อหา แต่เป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษของพวกเขาที่ได้สั่งสมภูมิปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ นำสู่วิถีปฏิบัติมายาวนาน เป็นคุณค่าเฉพาะของพื้นที่ นำมาซึ่งตัวตนของพวกเขาในปัจจุบัน เพื่อให้พวกเขาส่งต่อไปยังคนรุ่นต่อไป การสร้างคุณค่าความหมายไม่ใช่เพียงการบันทึกลงในระบบแผนที่วัฒนธรรม แต่ทำให้รู้มรรยขึ้นจากการนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการสร้างพื้นที่วัฒนธรรม (Cultural Space) เป็นสิ่งปกคิธรรมคาที่สมาชิกในชุมชนอยู่กับวิถีชีวิตที่พวกเขาคุ้นชินมายาวนาน และอาจไม่มีข้อมูลว่าสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นในพื้นที่ของพวกเขาอย่างไร มีประวัติความเป็นมาอย่างไร มีคุณค่าความหมายอย่างไร ผู้วิจัยจึงมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลหรือมุมมองของคนในพื้นที่ที่บ่งชี้คุณค่าความหมาย ที่สมาชิกในชุมชนอาจไม่ได้ตระหนักถึงมาก่อน

3) เสริม (Enhance) การเสริมแรงด้วยทักษะหรือองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่ไปสู่เป้าหมาย อาทิ การอบรมด้านธุรกิจ เทคโนโลยี การสื่อสาร การออกแบบ ฯ ทั้งนี้ ผู้วิจัยอาจจัดการอบรมด้วยตนเอง หรือแสวงหาความเชี่ยวชาญจากคณะวิชาในมหาวิทยาลัย หรือแม้แต่การประสาน


ความร่วมมือกับเครือข่ายหรือหน่วยงานองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางก็เป็นได้ ในส่วนนี้มีความสำคัญต่อการสร้างแรงกระตุ้นในการขับเคลื่อนการพัฒนาให้ไปสู่เป้าหมายได้จริง เป็นการคิดตั้งทักษะองค์ความรู้ให้แก่พื้นที่ นอกเหนือไปจากการข้อมูลการสำรวจถึงคลังสมบัติของพื้นที่ นอกจากทักษะองค์ความรู้แล้ว การเสริมแรงด้วยการนำพาชุมชนไปสัมผัสกับพื้นที่ที่มีวิถีปฏิบัติที่ดีหรือประสบความสำเร็จ เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทำให้เครือข่ายหรือสมาชิกในชุมชนมองเห็นรูปธรรมของความสำเร็จ และในบางคราวก็เป็น "ทางลัด" ให้พวกเขาเล็งเห็นหนทางไปสู่ความสำเร็จได้

แนวคิดหลักในการดำเนินงานทั้ง 3 คือ สาน สร้าง เสริม นี้ ย่อมดำเนินไปพร้อม ๆ กัน ไม่อาจแยกส่วนหรือลำดับก่อนหลังได้

จากกรอบวิจัยข้างต้น ในปี พ.ศ. 2559 ได้มี มหาวิทยาลัย 13 แห่ง ส่งข้อเสนอโครงการเข้ารับการพิจารณา และมี 4 โครงการผ่านการพิจารณา นับเป็นรุ่นบุกเบิกของกรอบวิจัยนี้ คือ

- 1) โครงการ "การจัดทำแผนที่ทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนเมืองเชียงใหม่เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน)" โดย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 2) โครงการพัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านทรัพยากรทางศิลปะและวัฒนธรรมเมืองแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
- 3) โครงการวิจัย "การขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี โดย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- 4) โครงการ "การขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมชุมชนเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี" โดย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

จากจุดเริ่มต้นที่สถาบันคลังสมองของชาติมีเป้าหมายในการสร้างความเข้มแข็งของสถาบันอุดมศึกษาไทยด้านการตอบโจทย์พันธกิจการทำงานนำร่องศิลปะและวัฒนธรรม และได้รับการสนับสนุนจากแหล่งทุนอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน แม้จะ



ยังไม่ม้งานวิจัยหรืองานสำรวจถึงความเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายของสถาบัน
อุดมศึกษาต่อพันธกิจที่ 4 การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ที่เป็นผลกระทบโดยตรง
จากกรอบวิจัยนี้ ผนวกกับนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับ "ทุนทางวัฒนธรรม"
จนถึงนโยบาย "ซอฟต์พาวเวอร์" ส่งผลให้การวิจัยด้านนี้มีความตึกคักและได้รับ
ความสำคัญจากแหล่งทุนต่าง ๆ รวมถึงหลาย ๆ มหาวิทยาลัยที่มีนโยบายชัดเจนขึ้น
สำหรับพันธกิจที่ 4 เปลี่ยนบทบาทจากผู้ปฏิบัติตามงานบุญประเพณีมาสู่การเป็น ผู้นำ
นวัตกรรมทางวัฒนธรรม

บทที่ 2

พัฒนาการของกรอบวิจัย ด้านทุนทางวัฒนธรรม:

จากการกำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมสู่การจัดการ
ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิดเรื่อง "ศิลปะและวัฒนธรรม" ในสังคมไทย ได้พัฒนาและขยายกรอบความหมายอย่างมีนัยสำคัญ จากเดิมที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ การสืบสาน และการทำนุบำรุงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม สู่การมองวัฒนธรรมในฐานะ "ทุน" ที่สามารถบริหารจัดการ สร้างคุณค่า และต่อยอดเป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่ เศรษฐกิจชุมชน และสำนึกท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

พัฒนาการดังกล่าวสะท้อนผ่านกรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมที่มหาวิทยาลัยไทย และเครือข่ายมหาวิทยาลัยในภูมิภาค ได้มีบทบาทสำคัญในการริเริ่ม ทดลอง และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การสนับสนุนของหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) กรอบวิจัยเหล่านี้ไม่เพียงเปลี่ยนบทบาทของมหาวิทยาลัยจาก "ผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้" ไปสู่ "กลไกการขับเคลื่อนพื้นที่" แต่ยังช่วยหล่อหลอมผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปะ วัฒนธรรม และการจัดการทุนทางวัฒนธรรมในระดับพื้นที่

เนื้อหาส่วนนี้มุ่งเรียบเรียงและวิเคราะห์พัฒนาการของกรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมในช่วง พ.ศ. 2559–2567 เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงวิวัฒนาการของแนวคิด กระบวนการ และบทบาทของมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม จากระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน สู่การจัดการเชิงระบบและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ภาพที่ 2-1

พัฒนาการของกรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรม พ.ศ.2559-2567



2559-2563 ระยะตั้งต้น (Starting)

จากศิลปะและวัฒนธรรม

สู่การใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาพื้นที่



Key สำคัญ

- Cultural Mapping
- Cultural Heritage (Tangible / Intangible)
- Cultural Space
- Community Participation

ทบวงการชววิทยาลัย:

ผู้อำนวยการความร่วมมือ (Coordinator)



Key สำคัญ

- Collaboration Mechanism
- Cooperation Plan
- Cultural Entrepreneur

ทบวงการชววิทยาลัย:

กลไกกลางบูรณาการองค์ความรู้
(Knowledge Integrator)

2564-2565 ระยะเปลี่ยนผ่าน (Transition)

ยกระดับจาก “คุณค่า” สู่ “ทุนทางวัฒนธรรม”
ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ





2565-2566 ระยะตอบสนอง (Response)

ฟื้นฟูหลังโควิด-19 และสร้างความมั่นคง



Key สำคัญ

- Cultural Capital
- Cultural Co-creation
- Local Consciousness

บทบาทมหาวิทยาลัย:

ผู้สร้างพื้นที่ทดลอง
(Sandbox Facilitator)



2567-2568

ระยงต่อยอดขั้นก้าวหน้า (Advance Track)

Culture Connect เชื่อมโยงระบบนิเวศ
ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม



Key สำคัญ

- Cultural Connect Network Mechanism
- Cultural Park
- Creative Cultural Capital

บทบาทมหาวิทยาลัย:

ผู้จัดการระบบนิเวศ
กุนทางวัฒนธรรมในระดับพื้นที่
(Area-based Creative
Cultural Ecosystem
Manager)



Key สำคัญ

- Cultural Capital Value Chain
- Network Mechanism
- Creative Lab

บทบาทมหาวิทยาลัย:

ผู้ออกแบบระบบนิเวศกุนทางวัฒนธรรม
(Ecosystem Designer)

2566-2567 ระยะจัดการเชิงระบบ (Value Chain)

อย่างครบวงจรเพื่อยกระดับเศรษฐกิจ



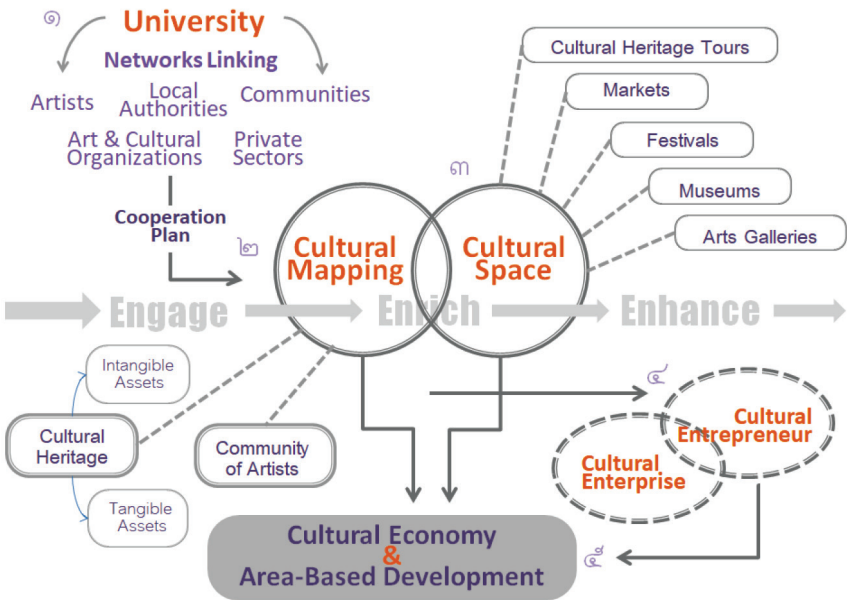
2.1 ระยะตั้งต้น:


จากศิลปะและวัฒนธรรมสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่ (พ.ศ. 2559-2563)

พัฒนาการของกรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมในประเทศไทย เริ่มต้นจากกรอบแนวคิด "มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่" ซึ่งเป็น Mastermind Concept สำคัญที่สถาบันคลังสมองของชาติร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ผลักดันให้มหาวิทยาลัยไทยทดลองบทบาทใหม่ตามพันธกิจที่ 4 คือ การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

ภาพที่ 2-2

กรอบวิจัย "มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่" Mastermind Concept โดย สถาบันคลังสมองของชาติ





ในช่วงเวลานั้น "ศิลปะและวัฒนธรรม" ยังถูกมองในฐานะทรัพยากรทางสังคมและอัตลักษณ์ มากกว่าทุนทางเศรษฐกิจ กรอบวิจัยจึงมุ่งเน้น การทำแผนที่วัฒนธรรม (Cultural Mapping) ร่วมกับชุมชน เพื่อสำรวจมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ และส่งเสริมการสร้าง "พื้นที่ทางวัฒนธรรม" เช่น เทศกาล ตลาดวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ หรือหอศิลป์ โดยมหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็น "ผู้อำนวยความสะดวก" (Coordinator) ระหว่างชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคีในพื้นที่ สาระสำคัญของระยะนี้คือการ "Engage" หรือการมีส่วนร่วม เพื่อวางรากฐานความร่วมมือและสร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าทางวัฒนธรรม ก่อนจะขยับไปสู่การต่อยอดเชิงเศรษฐกิจในระยะถัดไป

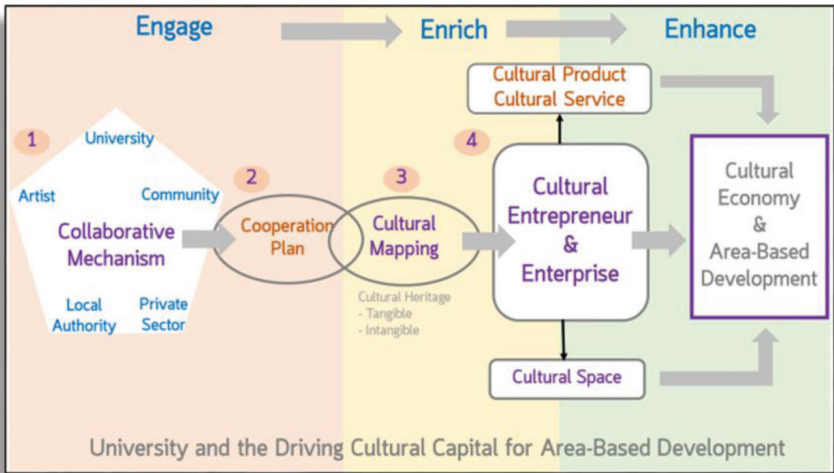
2.2 ระยะเปลี่ยนผ่าน: จากคุณค่าทางวัฒนธรรมสู่ทุนทางวัฒนธรรม (พ.ศ. 2564–2565)

การเปลี่ยนผ่านเชิงแนวคิดเกิดขึ้นอย่างชัดเจนในกรอบวิจัย **"มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่"** ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ดำเนินการภายใต้การสนับสนุนของหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) และ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

ในระยะนี้ "วัฒนธรรม" ถูกยกระดับจากทรัพยากรเชิงคุณค่าไปสู่ **"ทุนทางวัฒนธรรม"** ที่สามารถจัดการ สร้างมูลค่า และก่อให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างเป็นระบบ กรอบวิจัยจึงขยายจากการทำแผนที่วัฒนธรรมไปสู่การสร้าง **ฐานข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม** การพัฒนาผู้ประกอบการวัฒนธรรม (Cultural Entrepreneur) และ วิสาหกิจวัฒนธรรม (Cultural Enterprise) ภายใต้แผนความร่วมมือ (Cooperation Plan) ของภาคีเครือข่ายต่าง ๆ อาทิ ศิลปิน ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน

ภาพที่ 2-3

กรอบวิจัย “มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่”
ภายใต้การสนับสนุนของหน่วย บพท.



มหาวิทยาลัยเริ่มทำหน้าที่เชิงรุกมากขึ้นในฐานะ **กลไกกลางบูรณาการองค์ความรู้ (Knowledge Integrator)** ระหว่างความรู้ทางวิชาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อ **"Enrich"** หรือเพิ่มพูนคุณค่าของทุนวัฒนธรรมให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมและการพัฒนาคนในชุมชน

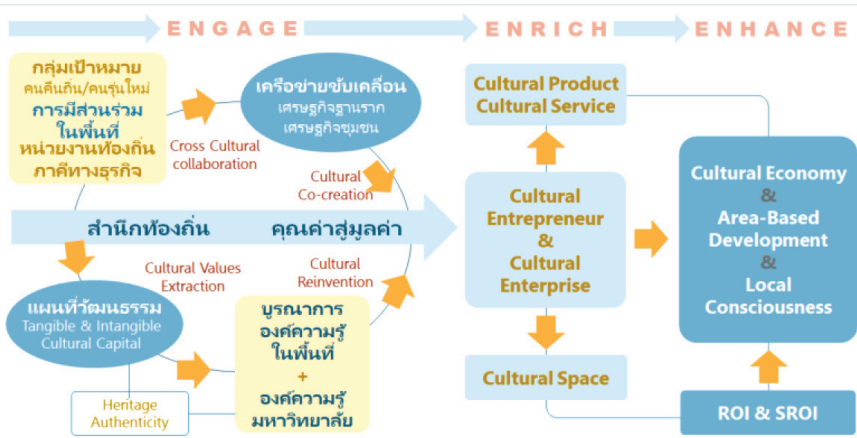
2.3 ระยะตอบสนองบริบทสังคม:

บทบาทวัฒนธรรมกับการฟื้นฟูชุมชนหลัง โควิด-19 (พ.ศ. 2565-2566)

สถานการณ์โควิด-19 เป็นจุดเร่งสำคัญให้กรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรม ขยับจากการสร้างรายได้ ไปสู่การเสริม **สำนึกท้องถิ่นและความมั่นคงทางสังคม** กรอบวิจัยในช่วงนี้มุ่งสนับสนุนกลุ่ม **"คนคืนถิ่น ช่างฝีมือ และคนรุ่นใหม่"** ให้ใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นฐานในการสร้างอาชีพและคุณค่าทางสังคมควบคู่กัน และเน้นให้เกิดสำนึกท้องถิ่น (Local Consciousness) ภายใต้ความจริงแท้ของมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage Authenticity) การสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ (ROI) และคุณค่าทางสังคม (SROI) ไปพร้อมกัน โดยมีมหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็น "ผู้สร้างพื้นที่ทดลองเชิงสร้างสรรค์" (Sandbox Facilitator) ที่จะทำให้นักคืนถิ่น และคนรุ่นใหม่ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 หวนกลับมามีบทบาทและมีศักยภาพในการดำรงชีพในบ้านเกิดต่อไปผ่านการจัดการทุนทางวัฒนธรรม

ภาพที่ 2-4

กรอบวิจัย "มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่" ปีงบประมาณ 2565 ภายใต้การสนับสนุนของหน่วย บพข.



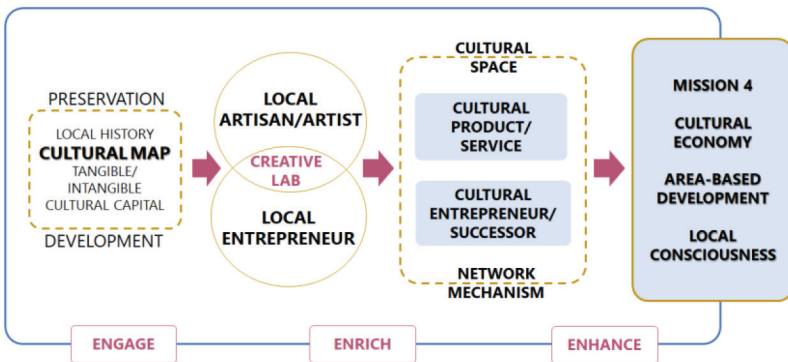
2.4 ระยะการจัดการเชิงระบบ:

การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนึกท้องถิ่น (พ.ศ. 2566–2567)

กรอบวิจัย "การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนึกท้องถิ่น" สะท้อนการพัฒนาเชิงระบบของแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมอย่างชัดเจน โดยเน้น **ห่วงโซ่คุณค่าทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital Value Chain)** ตั้งแต่การสืบค้นข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ (Local History) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาด การสร้างเครือข่ายและพื้นที่ที่แสดงออกทางวัฒนธรรม รวมถึงการพัฒนาพื้นที่ทดลองทางวัฒนธรรม (Creative Lab) เพื่อให้ชุมชนได้ร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการวัฒนธรรม ผ่านการกระตุ้นของมหาวิทยาลัย ในระยะนี้ มหาวิทยาลัยไม่ใช่เพียงผู้สนับสนุนความรู้ แต่เป็น **ผู้ออกแบบระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรม (Ecosystem Designer)** ที่เชื่อมโยงภาคีหลากหลาย และหล่อหลอม "ผู้ปฏิบัติกรหลักด้านทุนทางวัฒนธรรมในระดับพื้นที่" ทั้งในฐานะผู้นำชุมชน ช่างฝีมือ ศิลปิน และผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังตั้งเป้าหมายให้เกิดผู้สืบทอดทางวัฒนธรรม (Cultural Successor) ซึ่งเป็นคำสำคัญที่เกิดขึ้นภายใต้กรอบวิจัยนี้ด้วย

ภาพที่ 2-5

กรอบวิจัย "การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน และสำนึกท้องถิ่น" ปีงบประมาณ 2566 ภายใต้การสนับสนุนของหน่วย บพข.



2.5 ระยะต่อยอดขั้นก้าวหน้า:

ระบบข้อมูล เทคโนโลยี และความร่วมมือระดับประเทศ (Advance Track) (พ.ศ. 2567–2568)

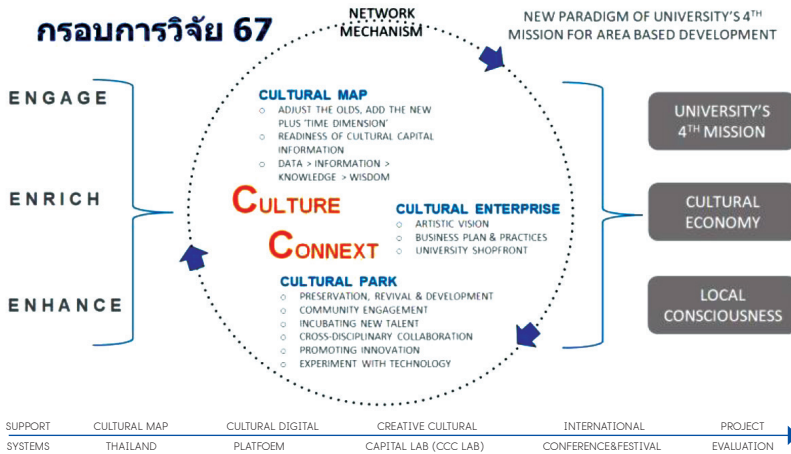
ภายหลังการพัฒนากรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมในระยะก่อนหน้า ซึ่งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทำหน้าที่สังเคราะห์แนวคิดและกลไกการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ ปีงบประมาณ 2567 ได้ขยายการขับเคลื่อน โดยมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการต่อยอดการพัฒนากรอบแนวคิดเพื่อถ่ายทอดไปสู่โครงการวิจัยต่าง ๆ ภายใต้การสนับสนุนจากหน่วย บพท.

กรอบการวิจัยประจำปีงบประมาณ 2567 ได้สะท้อนการสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านทุนทางวัฒนธรรมในระดับที่เป็นระบบมากขึ้น ผ่านแนวคิด Culture Connect ซึ่งทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการเชื่อมโยง การทำแผนที่วัฒนธรรม (Cultural Mapping) การพัฒนาวิสาหกิจวัฒนธรรม (Cultural Enterprise) และอุทยานวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ (Cultural Park) เข้าด้วยกันภายใต้กลไกเครือข่าย (Network Mechanism) และการผลักดันผ่านห้องปฏิบัติการทุนทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Cultural Capital Lab: CCC Lab)

กรอบดังกล่าวขยายบทบาทของมหาวิทยาลัยจากการสนับสนุนเชิงโครงการไปสู่การเป็น *ผู้จัดการระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรมในระดับพื้นที่ (Area-based Cultural Capital Ecosystem Manager)* ที่บูรณาการมิติข้อมูล ความรู้ เทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของภาคีในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งสร้างผลลัพธ์ร่วมทั้งสามมิติ ได้แก่ **เศรษฐกิจวัฒนธรรม (Cultural Economy) สำนักท้องถิ่น (Local Consciousness)** และ **กระบวนทัศน์ใหม่ของพันธกิจที่ 4** ของมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ อย่างเป็นรูปธรรม

ภาพที่ 2-6

กรอบวิจัย “การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน และสำนึกท้องถิ่น” ปีงบประมาณ 2567 ภายใต้การสนับสนุนของหน่วย บพท.

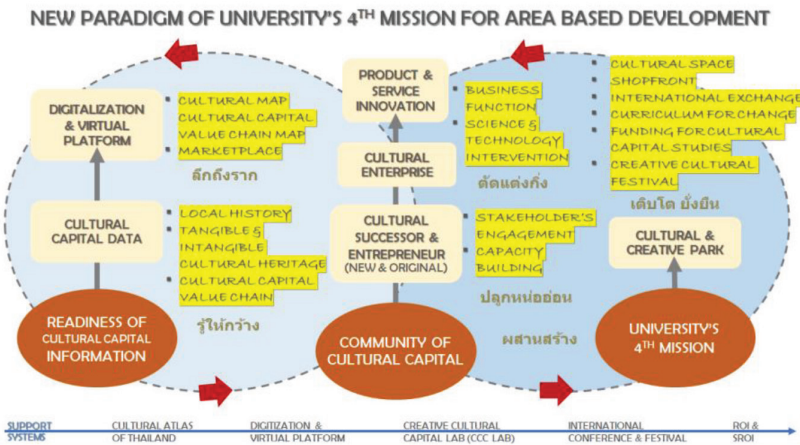


ในขณะเดียวกัน แม้จะเริ่มต้นก่อรากตั้งแต่ปีงบประมาณ 2566 แต่การขยายผลที่มีผลจนถึงปีงบประมาณ 2568 ภายใต้ระยะเวลา 18 เดือน ทำให้ "กรอบการวิจัยด้านการจัดการทุนทางวัฒนธรรมแทร็คต่อยอด (Advance Track)" ซึ่งมุ่งเน้นโครงการวิจัยที่ได้รับทุนวิจัยอย่างต่อเนื่องมากกว่า 2 ระยะ ได้พัฒนาถึงลงสู่ระดับโครงสร้างระบบ โดยมุ่งยกระดับความพร้อมของข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม (Readiness of Cultural Capital Information) ผ่านการจัดการข้อมูล มรดกวัฒนธรรม และห่วงโซ่คุณค่าทุนทางวัฒนธรรมควบคู่กับแพลตฟอร์มดิจิทัลและพื้นที่เสมือนจริง กรอบนี้เน้นการบ่มเพาะ "ชุมชนทุนทางวัฒนธรรม (Community of Cultural Capital)" การพัฒนาผู้สืบทอดและผู้ประกอบการวัฒนธรรมรุ่นใหม่ การขยายความร่วมมือกับต่างประเทศ ตลอดจนการบูรณาการองค์ความรู้ด้านธุรกิจ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีเพื่อให้ทุนวัฒนธรรมสามารถต่อยอดเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างยั่งยืน

การเชื่อมโยงพื้นที่ปฏิบัติการ เช่น Creative Cultural Capital Lab และ Cultural & Creative Park ยิ่งช่วยเสริมบทบาททำให้มหาวิทยาลัยขับเคลื่อนสู่การเป็น "ผู้จัดการระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรม" ที่หลอมรวมเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรม สำคัญท้องถิ่น และพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยเข้าไว้ในกระบวนการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม และเด่นชัดมากขึ้น อาทิ การพัฒนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรม การมีร้านจำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรม การเชื่อมโยงความร่วมมือด้านวัฒนธรรมกับนานาชาติ การเป็นแหล่งทุน (Funding) สำหรับงานศึกษาด้านวัฒนธรรม การจัดเทศกาลทางวัฒนธรรม เป็นต้น

ภาพที่ 2-7

กรอบวิจัย "การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน และสำนึกท้องถิ่น" (เทริกต้อยอด) ภายใต้การสนับสนุนของหน่วย บพท.



จากการพิจารณาพัฒนาการของกรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมตลอดช่วง พ.ศ. 2559-2567 จะเห็นได้ว่า แนวคิดด้านวัฒนธรรมของประเทศไทยได้เปลี่ยนผ่านจากกรอบ "การอนุรักษ์และทำนุบำรุง" ไปสู่กรอบ "การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเชิง

ระบบ" อย่างชัดเจน วัฒนธรรมไม่ถูกมองเป็นเพียงมรดกที่ต้องรักษาไว้ หากแต่เป็นทรัพยากรเชิงคุณค่า ที่สามารถสกัด สร้างมูลค่า และนำไปใช้พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของชุมชนในระยะยาว

บทบาทของมหาวิทยาลัยในกระบวนการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในฐานะกลไกกลางที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิชาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เชื่อมโยงภาคีเครือข่ายในพื้นที่ และบ่มเพาะผู้ทรงคุณวุฒิค้ำคูณทางวัฒนธรรม ทั้งในบทบาทศิลปิน ช่างฝีมือผู้ประกอบการ และผู้นำชุมชน กรอบวิจัยที่พัฒนาขึ้นจึงไม่เพียงสร้างผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ แต่ยังเสริมสร้างสำนึกท้องถิ่น ความภาคภูมิใจในรากเหง้า และความเข้มแข็งของสังคมฐานราก

ในภาพรวม พัฒนาการของกรอบวิจัยค้ำคูณทางวัฒนธรรมสะท้อนกระบวนการทัศน์ใหม่ของพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัย ซึ่งไม่ได้หยุดอยู่ที่การบริการวิชาการหรือการอนุรักษ์วัฒนธรรม หากแต่ก้าวไปสู่การเป็น **"สถาปนิกของระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรม"** เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างสมดุล เติบโต และยั่งยืน อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศที่เคารพคุณค่า ความหลากหลาย และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นในระยะยาว

บทที่ 3

กลไกภาคีเครือข่ายการทำงาน มหาวิทยาลัย กับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4

การขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยให้ก้าวพ้นจากการดำเนินงานเชิงกิจกรรมหรือเชิงสัญลักษณ์ ไปสู่การเป็นกลไกการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างแท้จริง จำเป็นต้องอาศัยรูปแบบการทำงานที่ซับซ้อนและยืดหยุ่นมากกว่าการดำเนินงานโดยองค์กรใดองค์กรหนึ่งเพียงลำพัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายระดับ ตั้งแต่หน่วยงานเชิงนโยบาย มหาวิทยาลัย ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไปจนถึงภาคเอกชนและภาคประชาชนในพื้นที่

บทเรียนจากการดำเนินงานชุดโครงการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนึกท้องถิ่น ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ความสำเร็จของการพัฒนาเชิงพื้นที่บนฐานทุนทางวัฒนธรรมมิได้เกิดจาก "โครงการเดี่ยว" หรือ "การนำความรู้จากภายนอกไปถ่ายทอด" หากแต่เกิดจากการออกแบบและบริหาร กลไกภาคีเครือข่ายการทำงาน ที่เอื้อให้เกิดการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมลงมือทำ และร่วมเป็นเจ้าของผลลัพธ์ของทุกภาคส่วน โดยมีมหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชิงยุทธศาสตร์ในระบบความสัมพันธ์ดังกล่าว

เนื้อหาในส่วนนี้จึงมุ่งนำเสนอภาพรวมของกลไกภาคีเครือข่ายในการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัย ผ่านการวิเคราะห์โครงสร้างภาคีหลายระดับ กระบวนการทำงานเชิงมีส่วนร่วม และบทบาทที่เปลี่ยนผ่านของมหาวิทยาลัยจากผู้นำ

เชิงสถาบันไปสู่ผู้นำเชิงความสัมพันธ์ ตลอดจนการเชื่อมโยงข้อค้นพบเชิงปฏิบัติกับกรอบแนวคิดทางทฤษฎี เพื่อสะท้อนให้เห็นว่า พันธกิจที่ 4 สามารถถูกยกระดับให้เป็นโครงสร้างการกำกับดูแลการพัฒนาเชิงพื้นที่บนฐานทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ทั้งนี้ การดำเนินงานโครงการวิจัยของโครงการบริหารชุดโครงการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนึกท้องถิ่น สามารถมองกลไกภาคีเครือข่ายเป็นเครือข่ายหลายระดับ โดยมีภาคีสำคัญ 6 กลุ่ม ดังนี้

(1) หน่วยสนับสนุนนโยบายและทุนวิจัย ประกอบด้วย หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ที่มีพันธกิจสำคัญ คือ การจัดสรรทุนวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่การพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่นที่มีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายใหม่ธุรกิจขนาดจิ๋ว วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับพื้นที่ โดยมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานกำหนดกรอบยุทธศาสตร์โจทย์วิจัย ภายใต้ฝ่ายวิจัยและนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการสร้างเศรษฐกิจฐานรากและความเข้มแข็งของชุมชน (ฝ่าย 2) ทำหน้าที่มอบทิศทางเชิงนโยบายและให้การสนับสนุนงบประมาณ ตลอดจนเชื่อมโยงผลวิจัยสู่การพัฒนาระดับประเทศ

(2) โครงการบริหารชุดโครงการ (Program Management) โดยมีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่รับผิดชอบบริหารจัดการระหว่างปี พ.ศ. 2564-2567 และมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีรับผิดชอบบริหารจัดการระหว่างปี พ.ศ. 2567-2568 ทำหน้าที่เป็นทีมประสานงานกลาง ออกแบบและนำเสนอกรอบแนวคิดของแผนงานวิจัยต่อหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) และมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการชุดโครงการ ดังนี้

1) การกำกับติดตาม เป็นการติดตามความก้าวหน้า ปัญหา อุปสรรค และ แนวทางการพัฒนาพื้นที่ด้วยฐานทุนทางวัฒนธรรมของโครงการวิจัยที่ได้รับทุน รวมถึงการประสานงานให้มหาวิทยาลัยที่ได้รับทุนส่งรายงานตามข้อกำหนดของทุน โดยเน้นการลงพื้นที่ เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักวิจัย

2) การเสริมแรง เป็นกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพของนักวิจัยให้สามารถ ดำเนินการวิจัยได้อย่างราบรื่น ประสบสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายของกรอบวิจัย โดย ประกอบด้วยกิจกรรมปฐมนิเทศ กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ การพัฒนาระบบ สนับสนุน 3 ระบบ ได้แก่ (1) แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map Thailand) และระบบสารสนเทศสนับสนุนงานวิจัย (Research Information System) (2) วัฒนธรรมสร้างสรรค์ใหม่ (Cultural Recreation) และ (3) ระบบการศึกษา ผลกระทบจากการลงทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Impact: CI) นอกจากนี้ ยังประกอบด้วยการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ระหว่าง ผู้เชี่ยวชาญ (Research Cluster) และการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management)

3) การประสานงาน เชื่อมโยงหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนา ระดับพื้นที่ (บพท.) กับโครงการวิจัยที่ได้รับทุนวิจัย และส่งเสริมการดำเนินงานของ Culture Connex (CCX) ซึ่งเป็นพื้นที่กลางสำหรับบริหารการจัดแสดงและจำหน่าย สินค้าทางวัฒนธรรม การจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ ทางวัฒนธรรมที่มาจากโครงการวิจัย ตลอดจนการสานความร่วมมือกับภาคที่เกี่ยวข้อง และมีศักยภาพทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดพลังในการขับเคลื่อนทุนทาง วัฒนธรรมสู่ Soft Power ระดับประเทศ โดยเฉพาะการจัดมหกรรมทุนทางวัฒนธรรม พื้นที่เมือง: จากงานวิจัยสู่การพัฒนาพื้นที่" ใน 4 ภูมิภาค ประกอบด้วย ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคกลาง ในเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2566 และการจัดงานมหกรรมทุนวัฒนธรรม National Cultural Symposium "สืบสาน สร้างสรรค์พลังทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจยั่งยืน" The Power of Culture: Driving to Economic Sustainability ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในงาน อว. FAIR Creatures

of Tomorrow 2025 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ระหว่างวันที่ 9-17 สิงหาคม พ.ศ. 2568

4) การสังเคราะห์ ได้แก่ การศึกษาผลการวิจัย การศึกษาคุณงานจากพื้นที่ และการจัดเวทีพัฒนาโจทย์/กรอบวิจัย ตลอดจนการถอดบทเรียนมหาวิทยาลัยกับ พันธกิจที่ 4 การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่

(3) มหาวิทยาลัยที่ได้รับทุนวิจัยเพื่อดำเนินงานโครงการวิจัยในพื้นที่ มีมหาวิทยาลัยจำนวน 67 แห่ง ได้ดำเนินโครงการวิจัย 117 โครงการระหว่าง ปี พ.ศ. 2564-2567 โดยมีบทบาทสำคัญในการเป็น "ผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่" ทำหน้าที่บูรณาการพันธกิจที่ 4 ผ่านกระบวนการทำงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ร่วมกับชุมชน เชื่อมโยงองค์ความรู้สหสาขาวิชากับการปฏิบัติงานในพื้นที่ โดยในมหาวิทยาลัยมีการสร้างเครือข่ายการทำงานระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการวิจัยและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และคณะต่างๆ ในมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้ บทบาทของมหาวิทยาลัย ได้ถูกปรับเปลี่ยนจาก Institutional Leader ไปสู่ Relational Leader กล่าวคือ มหาวิทยาลัยเป็นผู้จัดการความสัมพันธ์ระหว่างภาคี เครือข่าย เป็นผู้รักษาสมดุลอำนาจในเครือข่าย และเป็นผู้เชื่อมโยงความรู้เชิงวิชาการ กับการปฏิบัติจริง บทบาทดังกล่าวช่วยลดความตึงเครียดระหว่างรัฐและชุมชน และเพิ่มความสามารถของพื้นที่ในการกำหนดอนาคตของตนเอง ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(4) ชุมชนและภาคประชาชนในพื้นที่ เป็นภาคีที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานในพื้นที่ ชุมชนมิได้ถูกจำกัดบทบาทไว้ที่การเป็นผู้รับประโยชน์ แต่ทำหน้าที่เป็นเจ้าของทุนทางวัฒนธรรม ผู้ร่วมกำหนดคุณค่า ความหมาย และทิศทางการพัฒนา และผู้ร่วมสร้างนวัตกรรมทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ศิลปิน ช่างฝีมือ ผู้สืบทอด วัฒนธรรม ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม และชุมชนวัฒนธรรม เปลี่ยนสถานะจาก ผู้ให้ข้อมูลเป็นภาคีที่มีส่วนร่วมสำคัญในการทำงาน มีบทบาทหน้าที่ร่วมค้นหา วิเคราะห์ และจัดการทุนทางวัฒนธรรม การพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม

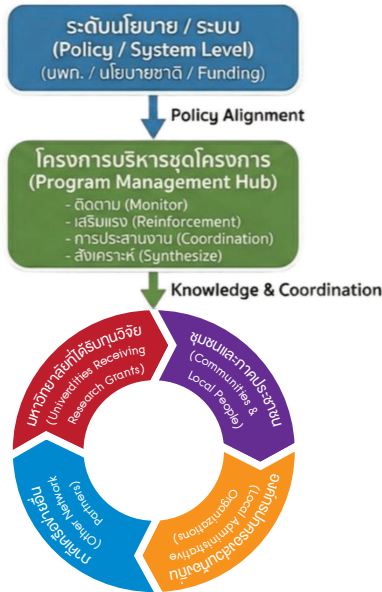
การพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม ตลอดจนร่วมขับเคลื่อนกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น เทศกาลวัฒนธรรม อุทยานวัฒนธรรม สร้างสรรค์ ฯลฯ

(5) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์กรการบริหารส่วนตำบล เทศบาล องค์กรการบริหารส่วนจังหวัด กรุงเทพมหานคร เป็นองค์กรภาครัฐระดับพื้นที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงการพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนวัฒนธรรมด้วยการสนับสนุนทรัพยากรด้านต่าง ๆ ในการพัฒนาพื้นที่ ทั้งทรัพยากรบุคคล อุปกรณ์ในการดำเนินงาน งบประมาณ ตลอดจนการขยายผลและสร้างความยั่งยืนหลังโครงการวิจัยดำเนินการแล้วเสร็จในพื้นที่ ผ่านนโยบายสาธารณะกับแผนพัฒนาท้องถิ่น

(6) ภาคิเครือข่ายอื่น ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ อาทิ สำนักงานวัฒนธรรม สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และภาคเอกชนในพื้นที่ ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานพัฒนาพื้นที่ตามภารกิจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกับชุมชนและภาคประชาชนในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และมหาวิทยาลัย

ภาพที่ 3-1

กลไกภาคีเครือข่ายในการจัดการทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภายใต้กรอบวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรม



3.1 กลไกการทำงานของภาคีเครือข่ายเชิงกระบวนการ

จากการดำเนินงานของภาคีเครือข่าย สามารถมองในรูปแบบกระบวนการได้ 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 "ตั้งโจทย์ร่วม" (Co-framing the Problem) โดยมีภาคีที่ทำงานร่วมกัน ได้แก่ นักวิจัยมหาวิทยาลัย แกนนำชุมชน ประชาชนท้องถิ่น และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานในพื้นที่ โดยใช้กลไกการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ตั้งแต่ต้น โดยวิเคราะห์ ทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่จริง ผ่านการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน ความทรงจำร่วม เปิดพื้นที่ให้ชุมชนเลือกโจทย์ร่วมในการทำงานของพื้นที่

ระยะที่ 2 "แปลงทุนวัฒนธรรมเป็นข้อมูลร่วม" (Shared Cultural Mapping) โดยมีภาคีที่ทำงานร่วมกัน ได้แก่ ชุมชน นักวิจัย และโครงการบริหารชุดโครงการ โดยใช้กลไกร่วมกันจัดเก็บทุนวัฒนธรรมของพื้นที่ลงในระบบ Cultural Map Thailand เป็นข้อมูลร่วมกันระหว่างชุมชนและโครงการวิจัย และสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนวัฒนธรรมได้

ระยะที่ 3 "ร่วมทดลองและสร้างนวัตกรรม" (Co-creation & Prototyping) ภาคีที่ทำงานร่วมกัน ได้แก่ ศิลปิน ช่างฝีมือ ผู้ประกอบการวัฒนธรรม มหาวิทยาลัย และภาคเอกชนในบางพื้นที่ โดยใช้กลไกการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม การพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม ห้องทดลองปฏิบัติการทุนวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Cultural Capital Lab) และการทดลองจัดกิจกรรมวัฒนธรรม เทศกาลวัฒนธรรม ตลอดจนอุทยานวัฒนธรรมสร้างสรรค์

ระยะที่ 4 "ขยายผลผ่านเครือข่าย" (Network Scaling) ภาคีที่ทำงานร่วมกัน ได้แก่ เครือข่ายโครงการวิจัย เครือข่ายมหาวิทยาลัย โครงการบริหารชุดโครงการ และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) โดยใช้กลไกเวทีแลกเปลี่ยนข้ามพื้นที่ Research Cluster การศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศ และการถอดบทเรียนเชิงระบบ

3.2 กลไกภาคีเครือข่ายการจัดการทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาเชิงพื้นที่

จากการดำเนินงานทำให้ได้ข้อค้นพบของการจัดการทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านกลไกภาคีเครือข่าย ดังนี้

1. การเปลี่ยนกระบวนทัศน์จาก "โครงการเดี่ยว" สู่ "เครือข่ายการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่"

ผลการสังเคราะห์ชุดโครงการสะท้อนให้เห็นว่า ความสำเร็จของการจัดการทุนทางวัฒนธรรมมิได้เกิดจากการดำเนินงานของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง หากแต่เกิดจาก กลไกภาคีเครือข่าย (Networked Governance) ที่เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายระดับเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ แตกต่างจากการพัฒนาที่รัฐหรือมหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็น "ผู้กำหนด" (Top-Down) โครงการนี้แสดงให้เห็นการเปลี่ยนผ่านสู่การกำกับดูแลเชิงเครือข่าย (Network-Based Governance) ซึ่งเน้นการกระจายอำนาจการตัดสินใจ การร่วมออกแบบ และการเป็นเจ้าของผลลัพธ์ร่วมกันของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะชุมชนในฐานะเจ้าของทุนทางวัฒนธรรม

2. มหาวิทยาลัยในบทบาท "ตัวกลางเชิงกลยุทธ์" (Strategic Intermediary)

มหาวิทยาลัยเปลี่ยนบทบาทของมหาวิทยาลัยจาก "ผู้ผลิตองค์ความรู้" ไปสู่ "ผู้จัดการกระบวนการและความสัมพันธ์" โดยมหาวิทยาลัยทำหน้าที่อำนวยความสะดวกมีส่วนร่วม (Facilitator) ในฐานะหน่วยงานที่ได้รับความไว้วางใจจากชุมชน ทำหน้าที่ร่วมจัดการข้อมูลทุนวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน เชื่อมโยงความรู้จากมหาวิทยาลัยสู่ชุมชน ตลอดจนเชื่อมโยงการปฏิบัติในพื้นที่กับกรอบนโยบายระดับชาติ บทบาทดังกล่าวทำให้มหาวิทยาลัยกลายเป็น แกนกลางของเครือข่าย (Network Hub) ที่ช่วยลดช่องว่างระหว่างความรู้เชิงวิชาการกับการพัฒนาเชิงพื้นที่จริง

3. ชุมชนจาก "ผู้ให้ข้อมูล" สู่ "หุ้นส่วนการเปลี่ยนแปลง"

ผลการดำเนินงานชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ชุมชนไม่ได้ถูกทำให้เป็นเพียงแหล่งข้อมูลหรือพื้นที่ที่ทดลอง แต่ถูกยกระดับเป็น ภาวการณ์หลักในการกำหนดทิศทางการพัฒนาพื้นที่ผ่านทุนวัฒนธรรม โดยใช้เครื่องมือ เช่น การเล่าเรื่อง (Storytelling) แผนที่วัฒนธรรม การพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม การพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม ตลอดจนจับเคลื่อนกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น เทศกาลวัฒนธรรม อุทยานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเอง มีความรู้สึกเป็นเจ้าของกระบวนการ และสามารถต่อยอดทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จุดนี้สะท้อนแนวคิด Co-Creation และ Empowerment-Based Development อย่างเป็นรูปธรรม

4. กลไก "ติดตาม—เสริมแรง—สังเคราะห์" ในฐานะโครงสร้างการเรียนรู้ของเครือข่าย

กลไกการบริหารชุดโครงการมิได้ทำหน้าที่ควบคุม แต่ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างการเรียนรู้ของเครือข่าย โดยการติดตามทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมและการปรับตัวตามบริบท การเสริมแรงช่วยพัฒนาศักยภาพของนักวิจัยและภาคีให้ทำงานร่วมกันได้จริง และการสังเคราะห์เปลี่ยนประสบการณ์พื้นที่ให้กลายเป็นองค์ความรู้เชิงนโยบายและเชิงระบบ กระบวนการดังกล่าวทำให้เครือข่ายไม่หยุดอยู่ที่ผลลัพธ์เฉพาะพื้นที่ แต่สามารถยกระดับเป็น บทเรียนเชิงโครงสร้าง ที่ขยายผลได้ในระดับประเทศ

การจัดการทุนทางวัฒนธรรมจะนำไปสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนได้ จำเป็นต้องอาศัย กลไกภาคีเครือข่ายที่มีโครงสร้างการเรียนรู้ร่วม มีตัวกลางเชิงกลยุทธ์ และมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง มิใช่การดำเนินงานแบบแยกส่วนหรือโครงการระยะสั้น โมเดลกลไกภาคีเครือข่ายที่พัฒนาขึ้นจากชุดโครงการนี้ จึงสามารถใช้เป็นกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) สำหรับการออกแบบนโยบาย การพัฒนาพื้นที่ และการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยในอนาคตได้อย่างมีนัยสำคัญ

3.3 การยกระดับพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยผ่านกลไก ภาคีเครือข่ายบนฐานทฤษฎี Helix และ Network Governance

การขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยในบริบทปัจจุบัน จำเป็นต้องก้าวข้ามกรอบความเข้าใจเดิมที่มองการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมเป็นงานเชิงกิจกรรมหรือเชิงสัญลักษณ์ ไปสู่การมองพันธกิจดังกล่าวในฐานะ "กลไกเชิงโครงสร้าง" ที่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยเข้ากับการพัฒนาเชิงพื้นที่ เศรษฐกิจชุมชน และสำนึกท้องถิ่นได้อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ เพราะทุนทางวัฒนธรรมมิได้ดำรงอยู่โดดเดี่ยว แต่ฝังอยู่ในความสัมพันธ์ของผู้คน สถาบัน และระบบการกำกับดูแลในพื้นที่ ซึ่งต้องอาศัยรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นและร่วมสร้างมากกว่าการสั่งการแบบลำดับชั้น

ในส่วนนี้จึงจะนำเสนอการทบทวนและสังเคราะห์ข้อค้นพบผ่าน 5 ประเด็นหลัก ได้แก่ การตีความพันธกิจที่ 4 ในฐานะแพลตฟอร์มบูรณาการพันธกิจของมหาวิทยาลัย การขยายความหมายของวัตรกรรมภายใต้กรอบ Triple Helix การยกระดับชุมชนภายใต้ Quadruple Helix การกำกับดูแลเชิงเครือข่ายแบบ Network Governance และบทบาทผู้นำเชิงความสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย เพื่อชี้ให้เห็นว่า พันธกิจที่ 4 สามารถเป็นหัวใจของการปรับบทบาทมหาวิทยาลัยไทยในศตวรรษที่ 21 ในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนได้อย่างไร

1. การทบทวนเชิงทฤษฎีของพันธกิจที่ 4 (Mission 4) ในบริบทมหาวิทยาลัยไทย

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า พันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทย (การทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม) สามารถถูกยกระดับจากบทบาทเชิงกิจกรรมหรือเชิงสัญลักษณ์ ไปสู่ "กลไกเชิงโครงสร้างของการพัฒนาเชิงพื้นที่" (Area-based Development) ได้อย่างมีนัยสำคัญ หากได้รับการออกแบบให้ทำงานผ่านระบบภาคีเครือข่าย

ในอดีต พันธกิจที่ 4 มักถูกจำกัดอยู่ในกรอบของการอนุรักษ์ การจัดงานประเพณี หรือการเผยแพร่วัฒนธรรมภายในสถาบัน แต่ผลจากชุดโครงการนี้สะท้อนการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) ที่ทำให้ พันธกิจที่ 4 ทำหน้าที่เป็น "แพลตฟอร์มบูรณาการพันธกิจทั้งหมดของมหาวิทยาลัย" เข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรมของพื้นที่

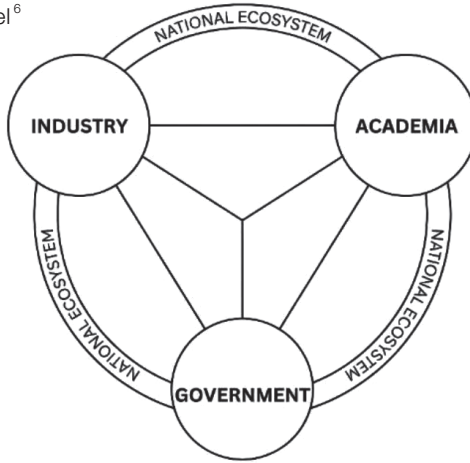
2. พันธกิจที่ 4 กับกรอบ Triple Helix: การขยายความหมายของนวัตกรรม

เมื่อพิจารณาผ่านกรอบ Triple Helix (มหาวิทยาลัย-รัฐ-ภาคอุตสาหกรรม) ตามแนวคิดของ Henry Etzkowitz และ Loet Leydesdorff (1995)⁵ แนวปฏิบัติของ Mission 4 ในโครงการนี้สะท้อนการปรับใช้ทฤษฎีดังกล่าวให้เหมาะสมกับบริบทไทยอย่างชัดเจน โดยรัฐและหน่วยสนับสนุนนโยบาย เช่น บพข. ทำหน้าที่เป็น รัฐผู้เอื้ออำนวย (Enabling State) มากกว่าผู้สั่งการ มหาวิทยาลัย ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชิงองค์ความรู้และกระบวนการ และผู้ประกอบการวัฒนธรรมและเศรษฐกิจฐานราก ทำหน้าที่เป็นกลไกทางเศรษฐกิจของพื้นที่ ความโดดเด่นคือ นวัตกรรมที่เกิดขึ้นไม่ใช่ นวัตกรรมเทคโนโลยี หากแต่เป็น นวัตกรรมเชิงวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งเกิดจากการตีความและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมในบริบทเฉพาะพื้นที่ พันธกิจที่ 4 จึงทำหน้าที่เป็น "พื้นที่ทดลองนวัตกรรม" ที่สอดคล้องกับชีวิตจริงของชุมชน มากกว่าการถ่ายโอนโมเดลอุตสาหกรรมจากภายนอก

⁵ Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix—University—Industry—Government Relations: A Laboratory for Knowledge-Based Economic Development. *EASST Review* 14, 14-19.

ภาพที่ 3-2

The Triple Helix Model⁶



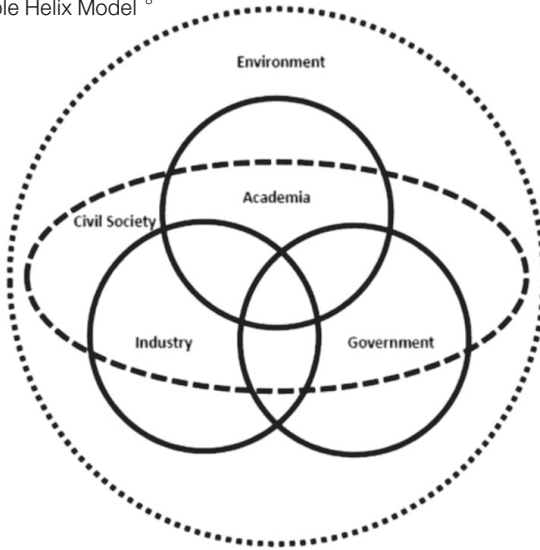
3. พันธกิจที่ 4 กับ Quadruple Helix: ชุมชนในฐานะศูนย์กลางเชิงสาระ

ข้อค้นพบที่สำคัญที่สุดของการศึกษา คือ บทบาทของ ชุมชนและภาคประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับกรอบ Quadruple Helix⁷ ที่เพิ่มมิติของสังคม วัฒนธรรม และพลเมืองเข้าไปในระบบนวัตกรรมในชุดโครงการนี้ ชุมชนไม่ได้เป็นเพียง "ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย" แต่เป็นเจ้าของทุนทางวัฒนธรรม ผู้ร่วมกำหนดคุณค่า ความหมาย และทิศทางการพัฒนา และผู้ร่วมผลิตองค์ความรู้เชิงปฏิบัติ

⁶ Loh, C. H. (2024, December 17). The Triple Helix Model [Image]. C. H. Loh's Game-changing Solutions for Empowering Research & Innovation in Developing Countries. <https://www.chloh.com/?p=51>

⁷ Carayannis, Elias G.; Campbell, David F.J. (2009). "'Mode 3' and 'Quadruple Helix': toward a 21st century fractal innovation ecosystem". *International Journal of Technology Management*. 46 (3/4): 201. doi:10.1504/IJTM.2009.023374

The Quadruple Helix Model ⁸



เครื่องมือของการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 เช่น แผนที่วัฒนธรรม การเล่าเรื่อง อัตลักษณ์ เทศกาลวัฒนธรรม และอุทยานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ทำหน้าที่เป็น **"ตัวกลางเชิงความหมาย"** (Boundary Objects) ที่เชื่อมโยงภาษาและตรรกะของชุมชน มหาวิทยาลัย และนโยบายเข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ

4. พันธกิจที่ 4 ภายใต้กรอบ Network Governance

ในเชิงการกำกับดูแล ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิด Network Governance ซึ่งมองว่าการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่มีความซับซ้อน ไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยโครงสร้างแบบลำดับชั้นหรือกลไกตลาดเพียงอย่างเดียว พันธกิจที่ 4 จึงถูกขับเคลื่อนผ่านการสร้างความไว้วางใจระหว่างภาคี การเรียนรู้ร่วมอย่างต่อเนื่อง และการเจรจาต่อรอง

⁸ HandWiki. (2022, November 22). Quadruple and Quintuple Innovation Helix (Q2IH) Framework. In Encyclopedia. <https://encyclopedia.pub/entry/35805>

ความหมายและคุณค่า บทบาทของโครงการบริหารชุดโครงการสะท้อนลักษณะของ Meta-governance ที่ทำหน้าที่ออกแบบ "เงื่อนไขการทำงานร่วม" มากกว่าการควบคุมผลลัพธ์ ทำให้เครือข่ายสามารถปรับตัวตามบริบทวัฒนธรรมและสังคมของแต่ละพื้นที่ได้

5. มหาวิทยาลัยไทยในบทบาทผู้นำเชิงความสัมพันธ์ (Relational Leadership)

ภายใต้พันธกิจที่ 4 บทบาทของมหาวิทยาลัยไทยจึงมิได้จำกัดอยู่กับการถ่ายทอดความรู้หรือการกำหนดทิศทางการพัฒนา หากแต่พัฒนาไปสู่การเป็น ผู้นำเชิงความสัมพันธ์ (Relational Leadership) ที่สามารถจัดการความสัมพันธ์เชิงอำนาจอย่างอ่อนไหว เชื่อมโยงองค์ความรู้เชิงวิชาการกับวิถีชีวิตของชุมชน และรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ทางวัฒนธรรมอย่างรับผิดชอบ

บทบาทดังกล่าวทำให้มหาวิทยาลัยกลายเป็น "ตัวกลางที่น่าเชื่อถือ" ในระบบภาคีเครือข่ายการพัฒนาเชิงพื้นที่ ช่วยสร้างความไว้วางใจ การเรียนรู้ร่วม และความ เป็นเจ้าของกระบวนการพัฒนาของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในบริบทสังคมไทยที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ประวัติศาสตร์ และอัตลักษณ์ ในความหมายนี้พันธกิจที่ 4 จึงมิใช่พันธกิจรองของมหาวิทยาลัย หากแต่เป็น หัวใจของการปรับบทบาทมหาวิทยาลัยไทยในศตวรรษที่ 21 ในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน



บทที่ 4

การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก ผ่านผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม

การส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากผ่านผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม เป็นหนึ่งในผลลัพธ์สำคัญของการดำเนินงานวิจัยเชิงพื้นที่ (Area-based Research) ที่มุ่งเชื่อมโยงการแก้ปัญหาและการพัฒนาพื้นที่เข้ากับบริบทจริงของชุมชน งานวิจัยลักษณะนี้มีได้มุ่งเพียงการสร้างองค์ความรู้เชิงวิชาการ หากแต่ให้ความสำคัญกับการลงมือปฏิบัติร่วมกับผู้คนในพื้นที่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นเจ้าของทุนทางวัฒนธรรมและเป็นกำลังหลักของเศรษฐกิจชุมชน

ภายใต้กรอบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) มหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการบ่มเพาะและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม ตลอดจนการเชื่อมโยงตลาดและเครือข่าย ผลลัพธ์ที่มุ่งหวังของกรอบวิจัยดังกล่าว คือการเพิ่มรายได้ของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมและชุมชนอย่างน้อยร้อยละ 15 ซึ่งสะท้อนการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากควบคู่กับการรักษาอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของพื้นที่

เนื้อหาในบทนี้จึงมุ่งนำเสนอแนวคิด กระบวนการ และบทเรียนจากการดำเนินงานวิจัยเชิงพื้นที่ที่ใช้ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก พร้อมทั้งสังเคราะห์องค์ความรู้เชิงปฏิบัติที่สามารถถอดบทเรียนเป็นแนวทาง "สิ่งที่ควรทำ" และ "สิ่งที่ไม่ควรทำ" เพื่อใช้เป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนาพื้นที่อื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกันในอนาคต

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น มหาวิทยาลัยของประเทศไทย มีพันธกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางวัฒนธรรม คือ พันธกิจที่ 4 การทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ซึ่งเดิมมักถูกตีความว่าเป็นเพียงการอนุรักษ์หรือการจัดกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ข้อเท็จจริง คือพันธกิจที่ 4 เดิมส่วนใหญ่ไม่ได้ถูกดำเนินการในเชิงเศรษฐกิจนิเวศวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม พันธกิจที่ 4 ได้ถูกขยายความหมายใหม่ผ่านกรอบวิจัยทางวัฒนธรรมที่เข้ามาสนับสนุนงบประมาณและกระบวนการทำงานเชิงพื้นที่ ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถทำงานร่วมกับชุมชนอย่างแท้จริง โดยให้ชุมชนดำเนินการหรือเป็นตัวแสดงหลักและมหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็นผู้ประสานและผู้สนับสนุน เพื่อดึงศักยภาพของพื้นที่ทางวัฒนธรรมออกมาใช้ในการสร้างเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรม ซึ่งการดำเนินงานเช่นนี้ไม่เพียงแต่รักษาและฟื้นฟูวัฒนธรรม แต่ยังนำไปสู่การสร้างระบบนิเวศวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน ภายใต้การจัดการองค์ความรู้ การสร้างพื้นที่วัฒนธรรม การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ รวมถึงการบ่มเพาะผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมรุ่นใหม่ ผลลัพธ์คือการเพิ่มรายได้ การเสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ และการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคีหลากหลาย ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนว่าพันธกิจที่ 4 ได้ถูกตีความใหม่ให้เป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

หากพิจารณาเฉพาะการดำเนินการของมหาวิทยาลัย พบว่า **ตัวแปรสำคัญ** คือ หน่วยสนับสนุนงบประมาณที่ให้ความสำคัญกับการวิจัยการจัดการทุนทางวัฒนธรรมงบประมาณสนับสนุน → ทำให้มหาวิทยาลัยมีโอกาสสร้างกิจกรรมใหม่ร่วมกับชุมชน **ผลลัพธ์ขั้นต้น** คือ พันธกิจที่ 4 ถูก "ตีความใหม่" ให้เป็น ยุทธศาสตร์การสร้างนิเวศวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน และการสร้างหรือยกระดับผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม → ก่อให้เกิด **ผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย** คือ เศรษฐกิจฐานรากได้รับการพัฒนาจากการส่งเสริมผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม → นำไปสู่ **เศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมที่มั่นคงและยั่งยืน**

“สร้างระบบนิเวศวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน เพื่อเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมยั่งยืน”

โดย ชุมชนเป็นตัวแสดง มหาวิทยาลัยร่วมสนับสนุน
ให้เกิดวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

- ① จุดเริ่มต้น**
ระบบนิเวศวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน: พันธกิจที่ 4 ในมิติใหม่
➔ การตีความพันธกิจที่สี่ใหม่ → จากการอนุรักษ์เชิงสัญลักษณ์
สู่การสร้างระบบนิเวศวัฒนธรรมที่ชุมชนมีบทบาทนำ
- ② การขับเคลื่อนของชุมชน**
ชุมชนลุกขึ้นฟื้นฟู อนุรักษ์ สร้างสรรค์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยร่วมหนุนพลัง
การขับเคลื่อนของชุมชน
➔ ชุมชนเป็นตัวแสดงหลักในการฟื้นฟูและสร้างสรรค์วัฒนธรรม
โดยมหาวิทยาลัยทำหน้าที่เชื่อมโยงและสนับสนุน
- ③ การต่อยอดทุนวัฒนธรรม**
ทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจฐานราก ด้วยการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
และเกิดความยั่งยืน
➔ ทุนวัฒนธรรมถูกต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ
เกิดผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมรุ่นใหม่ และสร้างรายได้ให้ชุมชน

ผลลัพธ์ร่วม

ระบบนิเวศวัฒนธรรมหล่อเลี้ยงเศรษฐกิจฐานราก
สำนักก่อตั้งเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมที่ยั่งยืน
กล่าวได้ว่า วัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นทุน ขณะที่เศรษฐกิจเป็นผลลัพธ์
ของกระบวนการร่วมสร้างของชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรม

“พันธกิจที่ 4 → ระบบนิเวศวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน → ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม
→ เศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมยั่งยืน”

สิ่งที่กล่าวข้างต้น การดำเนินการจัดการทางวัฒนธรรมในพื้นที่สามารถปรัปรองค
เป็นองค์ความรู้ต้นแบบ ซึ่งจะนำไปสู่ สูตรสำเร็จ (สิ่งที่ควรทำ) และสูตรไม่สำเร็จ (สิ่ง
ที่ไม่ควรทำ) และใช้ต่อยอด ทำซ้ำในพื้นที่อื่นๆ ที่ลักษณะคล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ จากการ
ดำเนินการของโครงการวิจัยที่ได้รับสนับสนุนงบประมาณ สามารถสรุปตัวอย่าง
กระบวนการดำเนินการที่เป็นสิ่งควรทำ ดังนี้

ตารางที่ 4-1

การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างนิเวศวัฒนธรรม

แหล่งทุนสนับสนุนงบประมาณ + พันธกิจที่ 4 เพื่อจัดการทุนทางวัฒนธรรม			
ขั้นตอน	หลักการ	การดำเนินการ	
การดำเนินการขั้นต้น จุดเริ่มต้น: เชื่อมโยงภาคี	การตีความ พันธกิจที่ 4 ใหม่	สร้างกรอบแนวคิด เชื่อมโยงมหาวิทยาลัย— ชุมชน: สร้างภาคีเครือข่าย— -ความไว้วางใจ-การมีส่วนร่วม	สร้างนิเวศวัฒนธรรม
การดำเนินการขั้นกลาง การขับเคลื่อนของชุมชน	ชุมชนเป็น ตัวแสดงหลัก	ดึงศักยภาพทุนทางวัฒนธรรม มาใช้จริง - สร้าง/เปิดพื้นที่วัฒนธรรม: จัดการข้อมูล สร้างกิจกรรม ส่งเสริมการสร้างสรรค์และ พื้นที่ฟูวัฒนธรรม	
การดำเนินการขั้นกลาง การต่อยอดทุน วัฒนธรรม	ทุนวัฒนธรรมสู่ เศรษฐกิจ	บ่มเพาะผู้ประกอบการ - ออกแบบผลิตภัณฑ์/บริการ วัฒนธรรม เสริมพลังให้ชุมชน มีศักยภาพในการผลิตและ บริการ	
		การผลิต/บริการ-การตลาดที่ สร้างคุณค่าวัฒนธรรม - เปลี่ยนรูปผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับ ความต้องการของตลาด - สร้าง/ปรับปรุงบริการให้ ดึงดูดผู้คน	

แหล่งทุนสนับสนุนงบประมาณ + พันธกิจที่ 4 เพื่อจัดการทุนทางวัฒนธรรม		
ขั้นตอน	หลักการ	การดำเนินการ
การดำเนินการขั้นสุดท้าย การเสริมพลังให้ชุมชน ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	สร้างความยั่งยืน <i>เศรษฐกิจฐานราก</i> <i>ยั่งยืนด้วยทุนทางวัฒนธรรม</i>	เครือข่ายภาคีหลากหลายเข้า มาสนับสนุน → ความต่อเนื่อง และยั่งยืน
U เสริมความไว้วางใจและการมีส่วนร่วม U ย้อนกลับไปเสริมพันธกิจที่ 4 (ตีความใหม่เชิงกลยุทธ์)		
ผลลัพธ์ร่วม	รายได้-งาน- ภาคภูมิใจ (เพิ่มขึ้น)	ยกระดับเศรษฐกิจฐานราก และสำนึกท้องถิ่น

ข้อมูลข้างต้น อธิบายการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างนิเวศวัฒนธรรม เริ่มต้นจากการ **ตีความพันธกิจที่ 4 ใหม่** ให้เป็นกรอบแนวคิดเชิงกลยุทธ์ โดยเน้น การเชื่อมโยงระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน การสร้างภาคีเครือข่ายที่ตั้งอยู่บน ความไว้วางใจและการมีส่วนร่วม ถือเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานมี ฐานที่มั่นคงและได้รับการสนับสนุนจากแหล่งทุนและงบประมาณที่หลากหลาย

เมื่อเข้าสู่ขั้นกลาง ชุมชนจะกลายเป็นตัวแสดงหลักในการขับเคลื่อนในการคิ่ งศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมมาใช้จริง ผ่านการสร้างหรือเปิดพื้นที่วัฒนธรรม การ จัดการข้อมูล และการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการสร้างสรรคและการฟื้นฟูวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้ช่วยให้ชุมชนมีบทบาทเชิงรุกและสามารถใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาได้อย่างแท้จริง

ต่อมาเป็นการ **ต่อยอดทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจ** โดยบ่มเพาะผู้ประกอบการให้ สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่มีรากฐานจากวัฒนธรรม เสริมพลังให้ชุมชน มีศักยภาพในการผลิตและบริการที่สร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งปรับรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด และพัฒนาบริการให้ดึงดูดผู้คนมากขึ้น

กระบวนการนี้ทำให้ทุนวัฒนธรรมไม่เพียงแต่เป็นมรดกทางสังคม แต่ยังคงกลายเป็น
ฐานเศรษฐกิจที่จับต้องได้

ในขั้นสุดท้ายคือการ **เสริมพลังให้ชุมชนดำเนินการอย่างต่อเนื่อง** เพื่อสร้าง
ความยั่งยืน เศรษฐกิจฐานรากที่ตั้งอยู่บนทุนทางวัฒนธรรมจะได้รับการสนับสนุนจาก
เครือข่ายภาคีที่หลากหลาย ทำให้เกิดความต่อเนื่องและความมั่นคง พร้อมทั้ง
ย้อนกลับไปเสริมพันธกิจที่ 4 อีกครั้งในเชิงกลยุทธ์ เพื่อรักษาความไว้วางใจและการ
มีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

ประเด็นสำคัญที่ค้นพบคือ กระบวนการทั้งหมดนี้ **ไม่จำเป็นต้องดำเนินไปตาม
ลำดับขั้นตอนแบบตายตัว** แต่มีความยืดหยุ่น สามารถทำไปพร้อมกันหรือสลับบางขั้น
ตอนตามบริบทและความพร้อมของชุมชนและภาคีเครือข่ายได้ การปรับเปลี่ยนเช่นนี้
ช่วยให้การจัดการทุนทางวัฒนธรรมตอบสนองต่อสถานการณ์จริงและสร้างผลลัพธ์ที่
เหมาะสมที่สุด

เมื่อพิจารณา การดำเนินการโดยเชื่อมโยงกับ 3E สามารถสรุปข้อมูลได้ ดังนี้

ตารางที่ 4-1

การจัดการทุนทางวัฒนธรรมกับการดำเนินการตามกรอบ 3E (Engage-Enrich-Enhance)

ขั้นตอน การดำเนินการ	หลักการ	การดำเนินการ	การดำเนินการ ตามกรอบ 3E
การดำเนินการ ขั้นต้น จุดเริ่มต้น: เชื่อมโยงภาคี	การตีความ พันธกิจ ที่ 4 ใหม่ สร้างกรอบ แนวคิด	เชื่อมโยงมหาวิทยาลัย -ชุมชน สร้างภาคี เครือข่าย-ความ ไว้วางใจ-การมีส่วนร่วม	Engage → การมีส่วน ร่วมของภาคีเครือข่าย, การสร้างควมไว้วางใจ, การเปิดพื้นที่การสื่อสาร

ขั้นตอน การดำเนินการ	หลักการ	การดำเนินการ	การดำเนินการ ตามกรอบ 3E
การดำเนินการ ขั้นกลาง การขับเคลื่อน ของชุมชน	ชุมชนเป็นตัว แสดงหลัก มหาวิทยาลัย เป็นที่เลี้ยง	ดึงศักยภาพทุนทาง วัฒนธรรมมาใช้จริง - สร้าง/เปิดพื้นที่ วัฒนธรรม - จัดการข้อมูล - สร้างกิจกรรม ส่งเสริมการสร้างสรรค และฟื้นฟูวัฒนธรรม	Enhance → การเสริม ศักยภาพชุมชน การใช้ทุน วัฒนธรรมจริง การสร้าง พื้นที่เรียนรู้และกิจกรรม (กระบวนการ co-cre- ation, co-production, co-design และ critical thinking)
การดำเนินการ ขั้นกลาง การต่อยอดทุน วัฒนธรรม	ทุนวัฒนธรรม สู่เศรษฐกิจ	บ่มเพาะผู้ประกอบการ - ออกแบบผลิตภัณฑ์/ บริการวัฒนธรรม - เสริมพลังให้ชุมชนมี ศักยภาพในการผลิต และบริการ - การตลาดที่สร้าง คุณค่าวัฒนธรรม - ปรับผลิตภัณฑ์/ บริการให้ตรงกับตลาด	Enrich → การสร้าง คุณค่าและความมั่งคั่ง การบ่มเพาะผู้ประกอบการ การต่อยอดทุนวัฒนธรรม สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
การดำเนินการ ขั้นสุดท้าย การเสริมพลัง ให้ชุมชน	ดำเนินการ อย่างต่อเนื่อง สร้างความ ยั่งยืน	เศรษฐกิจฐานรากยั่งยืน ด้วยทุนทางวัฒนธรรม เครือข่ายภาคีหลากหลาย เข้ามาสนับสนุน ✔ เสริมความไว้วางใจ และการมีส่วนร่วม ✔ ย้อนกลับไปเสริม พันธกิจที่ 4 (ศึความ ใหม่เชิงกลยุทธ์)	Engage + Enhance + Enrich (บูรณาการ) → ความต่อเนื่องและยั่งยืน ระบบนิเวศวัฒนธรรมที่ หมุนเวียนและพัฒนาได้ ตลอดเวลา
ผลลัพธ์ร่วม	รายได้ - งาน - ภูมิใจ (เพิ่มขึ้น)	ยกระดับเศรษฐกิจ ฐานราก และสำนึก ท้องถิ่น	3E ครบวงจร → รายได้จริง สร้างงาน ความภาคภูมิใจใน อัตลักษณ์ท้องถิ่น

พันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยได้ขยายบทบาทโดยปรับเปลี่ยนจากการจัดกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ ไปสู่การสร้างระบบวัฒนธรรมที่มีชีวิต เชื่อมโยงองค์ความรู้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความยั่งยืนของชุมชนอย่างเป็นระบบ มหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็น "ตัวกลาง" ที่ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมสามารถขับเคลื่อนสังคมได้จริงในระยะยาว

1 มหาวิทยาลัยในฐานะผู้ฟื้นฟูองค์ความรู้

มหาวิทยาลัยทำหน้าที่สืบค้น รวบรวม และจัดระบบข้อมูลวัฒนธรรมอย่างเป็นวิชาการ เช่น แผนที่วัฒนธรรม การถอดรหัสลายผ้า และการเปิดเผยมรดกทางาวคดี ทำให้พันธกิจด้านศิลปวัฒนธรรมตั้งอยู่บนฐานความรู้ที่ลึกและเป็นระบบ ไม่ใช่เพียงการอนุรักษ์เชิงสัญลักษณ์

2 มหาวิทยาลัยในฐานะผู้เชื่อมโยงวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจร่วมสมัย

การทำงานร่วมกับชุมชนทำให้ศิลปะดั้งเดิมถูกแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมร่วมสมัย เช่น มวยโคราชสู่สื่อดิจิทัล มวยไทยเมืองลุงสู่พิธีกรรม และศิลปะทวารวดีสู่ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย การสืบทอดและสร้างสรรค์เทศกาลจากประเพณีท้องถิ่นด้วยการ Branding เมืองหรือชุมชน บทบาทนี้ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่สร้างรายได้จริง

3 มหาวิทยาลัยในฐานะผู้ผลิต ผู้สืบทอด

มหาวิทยาลัยทำหน้าที่บ่มเพาะคนรุ่นใหม่ ทั้งช่างศิลป์ ดีไซน์เนอร์ นักสร้างสรรค์ และผู้นำวัฒนธรรมในสาขาต่าง ๆ ทำให้เกิด "กำลังคนวัฒนธรรม" ที่สามารถสืบทอดและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน

4 มหาวิทยาลัยในฐานะผู้สร้างพื้นที่วัฒนธรรมร่วมสมัย

การสถาปนาพื้นที่ เช่น ศูนย์หัวโชน ย่านเมืองเก่า พื้นที่รอบวัดเจดีย์ และพื้นที่ศิลปะทวารวดี ทำให้มหาวิทยาลัยเป็นผู้สร้างโครงสร้างพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่รองรับ

กิจกรรม เศรษฐกิจ และการเรียนรู้ในระดับชุมชนวัฒนธรรม ที่สามารถสืบทอดและ
ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน

การผสมผสานพันธกิจที่ 4 เข้ากับกรอบ Engage—Enrich—Enhance และการทำงาน
ร่วมกับชุมชน ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถสร้างระบบนิเวศวัฒนธรรมที่ไม่เพียงแต่
รักษาและฟื้นฟูวัฒนธรรม แต่ยังสร้างผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมรุ่นใหม่ สร้าง
รายได้และงาน เสริมพลังและแรงบันดาลใจในการสืบสานต่อ จนนำไปสู่การยกระดับ
เศรษฐกิจฐานรากอย่างมั่นคงและยั่งยืน


จุดร่วมที่สำคัญและปัจจัยที่เสริมแรงและส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมาย พบว่า
นักวิจัยทำหน้าที่เสมือน **สถาปนิกทางสังคม** ที่ช่วยอำนวยความสะดวก ประสาน เชื่อมโยง
การนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ ดังที่เรียกว่า การสร้างนิเวศวัฒนธรรม
โดยอาศัยเครือข่ายและการมีส่วนร่วม (ระดับสูง) เพื่อฟื้นฟู สืบสาน เผยแพร่และ
ต่อยอดวัฒนธรรมรวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการวัฒนธรรม ที่ดึงดูดผู้ใช้/ผู้ชม และ
ผู้ร่วมดำเนินการทุกวัย ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ **ความเชื่อถือ-ไว้วางใจ-การยอมรับ
มหาวิทยาลัย** ผลของความสำเร็จจากการนำวัฒนธรรมที่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์
มาใช้ทำกิจกรรมจริง ทำให้เห็น-ทำให้รู้ นั้นช่วยกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจในการ
ร่วมทำ **เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ** ซึ่งส่งผลให้เกิดความต่อเนื่อง และหล่อเลี้ยงให้
ความภาคภูมิใจหรือสำนึกท้องถิ่นเพิ่มขึ้นและย้อนกลับไปฟื้นฟูวัฒนธรรมอีกครั้ง
และสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งแต่ละโครงการอาศัยภาคีที่เชื่อมโยง
กัน ได้แก่ บ้าน-วัด-โรงเรียน หรือ รัฐ-ราษฎร์-วัด-โรงเรียน หรือ ตัวแบบอื่น ๆ
ที่ใช้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง เป็นผู้กำหนดความต้องการและมีส่วนร่วมโดยตรง การเสริม
แรงให้บทบาทเยาวชนเป็นผู้สืบทอด รวมถึงการดำเนินการค้ำจุนและสื่อสารอย่าง
ต่อเนื่อง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Genuine Participation) และนักวิจัย
ควรตระหนักถึงความสำคัญและสามารถสังเกตเห็น เพื่อระบุได้ว่า การมีส่วนร่วมเป็น
แบบปลอม (Tokenism) หรือการมีส่วนร่วมที่แท้จริง โดยพึงระวังการจัดการแบบ
เบ็ดเสร็จ หรือการกำหนดบทบาทให้คนในชุมชนเป็นเพียงแค่ผู้ให้ข้อมูล หรือเพียงแค่
ร่วมให้ความคิดและให้คำปรึกษาเท่านั้น สามารถสรุปได้ ดังตาราง

ตารางที่ 4-3

ข้อค้นพบสำคัญ ประเด็นหลัก และผลลัพธ์ที่มีจากการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมผ่านมหาวิทยาลัย

ข้อค้นพบสำคัญ	ประเด็นหลัก	ผลลัพธ์
พันธกิจที่ 4 ถูกตีความใหม่จากการอนุรักษ์เชิงสัญลักษณ์ สู่อการสร้างระบบนิเวศวัฒนธรรม	มหาวิทยาลัยเป็น "ตัวกลาง" เชื่อมโยงองค์ความรู้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และชุมชน	ระบบนิเวศวัฒนธรรมที่มีชีวิตและยั่งยืน
ชุมชนเป็นเจ้าของกระบวนการ มหาวิทยาลัยทำหน้าที่สนับสนุนและประสาน	การมีส่วนร่วมจริง (Genuine Participation) ต้องเกิดขึ้น ไม่ใช่แบบปลอม (Tokenism)	ความไว้วางใจและการยอมรับมหาวิทยาลัย
กระบวนการมีความยืดหยุ่น ไม่จำเป็นต้องเรียงลำดับตายตัว	ใช้กรอบ 3-E (Engage—Enrich—Enhance)	ความต่อเนื่องและการปรับตัวตามบริบทจริง
นักวิจัยทำหน้าที่เสมือนสถาปนิกทางสังคม	อำนาจการ ประสาน และเชื่อมโยงทรัพยากรทางวัฒนธรรม	การฟื้นฟู สืบสาน และต่อยอดวัฒนธรรม
การสร้างเครือข่ายภาคี (บ้าน—วัด—โรงเรียน, รัฐ—ราษฎร์—วัด—โรงเรียน ฯลฯ)	ชุมชนเป็นศูนย์กลาง กำหนดความต้องการ และมีส่วนร่วมโดยตรง	บทบาทเยาวชนและการสืบทอดทุนวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น
การต่อยอดทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจ	การบ่มเพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่	รายได้ งาน และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น

กล่าวโดยสรุป การจัดการทุนทางวัฒนธรรมภายใต้พันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทย ได้ถูกขยายความหมายใหม่จากการอนุรักษ์เชิงสัญลักษณ์ ไปสู่การสร้างระบบนิเวศวัฒนธรรมที่มีชีวิต โดยชุมชนเป็นเจ้าของกระบวนการ และมหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนและเชื่อมโยงทรัพยากรทางวัฒนธรรมเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระบวนการนี้มีความยืดหยุ่น สามารถดำเนินไปพร้อมกันหรือสลับขั้นตอนตามบริบท



และความพร้อมของชุมชนและภาคีเครือข่าย ทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องกับสถานการณ์จริง

กรอบ 3E (Engage—Enrich—Enhance) เป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงาน เริ่มจากการสร้างความไว้วางใจและการมีส่วนร่วมของภาคี (Engage) การต่อยอดทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านการบ่มเพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Enrich) และการเสริมศักยภาพชุมชนและการใช้ทุนวัฒนธรรมจริง (Enhance) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือการสร้างรายได้ งาน และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งนำไปสู่การยกระดับเศรษฐกิจฐานรากอย่างมั่นคงและยั่งยืน

สิ่งสำคัญที่สุดคือการสร้าง **การมีส่วนร่วมที่แท้จริง (Genuine Participation)** ซึ่งช่วยเสริมพลังให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ เกิดแรงบันดาลใจในการสืบสานและต่อยอดวัฒนธรรม พร้อมทั้งสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมที่แท้จริง เช่นนี้คือพลังบวกที่หล่อเลี้ยงระบบนิเวศวัฒนธรรมให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง และสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน



บทที่ 5

การหนุนเสริมมหาวิทยาลัย กับการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ผ่านการเสริมแรง (Reinforcement)

การเสริมแรง (Reinforcement) เป็นกลไกเชิงนโยบายที่ออกแบบขึ้นเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของนักวิจัยและชุดโครงการให้สามารถดำเนินงานวิจัยเชิงพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรมภายใต้พันธกิจที่ 4 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับเป้าหมายของกรอบวิจัย และสนับสนุนทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเชิงระบบ ซึ่งในการดำเนินงานของโครงการบริหารชุดโครงการฯ ได้ยึดหลักการและแนวทางการเสริมแรง ดังนี้

5.1 หลักการเชิงนโยบายของการเสริมแรง

การเสริมแรงตั้งอยู่บนหลักการสำคัญ 3 ประการ ซึ่งทำหน้าที่เป็นกรอบกำกับทิศทางการพัฒนางานวิจัยทุนทางวัฒนธรรมให้เกิดผลในเชิงระบบและเชิงนโยบาย ดังนี้

หลักการที่ 1 การพัฒนาศักยภาพนักวิจัยเพื่อการขับเคลื่อนงานวิจัยเชิงพื้นที่ อย่างเป็นองค์รวม

การเสริมแรงมุ่งยกระดับศักยภาพของนักวิจัยให้มีความเข้าใจเชิงลึกต่อแนวทางของงานวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยเชิงวิชาการทั่วไป โดยเน้นการมองพื้นที่เป็น "ระบบความสัมพันธ์" ที่เชื่อมโยงผู้คน ทุนทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมเข้าด้วยกัน นักวิจัยจึงต้องมีความสามารถในการ

ทำงานแบบบูรณาการศาสตร์ การประสานความร่วมมือกับภาคีในพื้นที่ และการปรับ
กระบวนการวิจัยให้สอดคล้องกับบริบทจริงของชุมชน เพื่อให้งานวิจัยสามารถนำไป
ใช้ประโยชน์ได้จริงและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

หลักการที่ 2 การเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิชาการกับทุนทางวัฒนธรรมและ บริบทพื้นที่

หลักการสำคัญของการเสริมแรง คือ การทำให้องค์ความรู้ทางวิชาการไม่แยก
ขาดจากทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และ
วัฒนธรรมของพื้นที่ การวิจัยจึงมิใช่เพียงการศึกษาหรือจัดเก็บข้อมูล แต่เป็น
กระบวนการร่วมกันในการสกัดคุณค่า ความหมาย และศักยภาพของทุนทาง
วัฒนธรรม เพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์ ฟื้นฟู และต่อยอดเชิงสร้างสรรค์อย่างเหมาะสม
กับพื้นที่ หลักการนี้ช่วยให้การใช้ทุนทางวัฒนธรรมไม่ถูกลดทอนเป็นเพียงทรัพยากร
ทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงรักษามิติคุณค่า อัตลักษณ์ และความยั่งยืนทางวัฒนธรรม
ควบคู่กันไป

หลักการที่ 3 การสร้างความสอดคล้องประสานระหว่างงานวิจัยเชิงพื้นที่กับเป้าหมาย เชิงนโยบายระดับประเทศ

การเสริมแรงทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมโยงงานวิจัยระดับพื้นที่เข้ากับเป้าหมาย
การพัฒนาระดับประเทศ โดยเฉพะนโยบายด้านเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมและการ
ส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมของประเทศ หลักการนี้มุ่งให้งานวิจัยสามารถสะท้อน
บทเรียนเชิงนโยบาย ขยายผลแนวปฏิบัติที่ดี และสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายจากพื้นที่
จริง เพื่อสนับสนุนการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะยาว อันจะนำไปสู่
การเพิ่มประสิทธิภาพของการลงทุนด้านทุนทางวัฒนธรรม และการใช้ประโยชน์จาก
งานวิจัยในเชิงยุทธศาสตร์มากกว่าการเป็นผลลัพธ์เชิงโครงการรายพื้นที่

5.2 กลไกการเสริมแรงเชิงระบบ

การเสริมแรงดำเนินการในลักษณะของ "ระบบสนับสนุนการวิจัย" ที่มุ่งเสริมความพร้อมของชุดโครงการในหลายมิติ ได้แก่

1. การสร้างความเข้าใจร่วมในกรอบวิจัย แนวคิด วิธีวิทยา และความคาดหวังของแหล่งทุน
2. การพัฒนาขีดความสามารถในการสกัด วิเคราะห์ และจัดการทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ
3. การเสริมการใช้เครื่องมือและฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ เพื่อสนับสนุนการวางแผนการตัดสินใจ และการติดตามผลลัพธ์และผลกระทบจากการลงทุนทางวัฒนธรรม
4. การสนับสนุนการทำงานแบบบูรณาการศาสตร์และการประสานความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน ภาคีในพื้นที่ และผู้ทรงคุณวุฒิ

การเสริมแรงมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนบทบาทของมหาวิทยาลัยจากผู้ผลิตองค์ความรู้เชิงวิชาการ ไปสู่การเป็น "กลไกกลาง" ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นฐาน ทั้งในมิติของการอนุรักษ์ พื้นฟู และการต่อยอดเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ก่อให้เกิดผลเชิงนโยบายใน 4 ระดับ ได้แก่

ระดับนักวิจัย: นักวิจัยมีความเข้าใจชัดเจนในกระบวนการวิจัยเชิงพื้นที่ สามารถออกแบบและดำเนินงานวิจัยได้อย่างมีทิศทางและสอดคล้องกับกรอบนโยบาย

ระดับโครงการ: โครงการวิจัยมีความเชื่อมโยงกันในเชิงระบบ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และยกระดับคุณภาพงานวิจัยทั้งชุดโครงการ

ระดับพื้นที่: พื้นที่วิจัยสามารถใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เสริมสร้างสำนึกท้องถิ่น และความเข้มแข็งของภาคีเครือข่าย

ระดับประเทศ: งานวิจัยสนับสนุนเป้าหมายเชิงนโยบายด้านเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรม และการขับเคลื่อน Soft Power ของประเทศอย่างเป็นรูปธรรม

5.3 ตัวอย่างกิจกรรมเสริมแรง (Reinforcement) ในฐานะกลไกเชิงนโยบาย

การเสริมแรง (Reinforcement) ถูกออกแบบให้เป็นชุดของกลไกเชิงนโยบาย (Policy Instruments) ที่ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ เพื่อแปลงกรอบแนวคิดเชิงนโยบายด้านทุนทางวัฒนธรรมไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ โดยแต่ละด้านมีบทบาทเฉพาะ แต่เกี่ยวพันซึ่งกันและกัน ดังนี้

5.3.1 การปฐมนิเทศและเวทีสร้างความเข้าใจเชิงนโยบาย (Kick-off & Policy Alignment Mechanism)

กิจกรรมการปฐมนิเทศและเวทีสร้างความเข้าใจ ทำหน้าที่เป็นกลไกตั้งต้น (Foundational Mechanism) ของการเสริมแรง โดยมุ่งสร้าง ความเข้าใจร่วมเชิงนโยบาย (Shared Policy Understanding) ระหว่างแหล่งทุน บพท. คณะผู้ประสานงานกลาง และนักวิจัยในชุดโครงการ การเสริมแรงในมิตินี้ช่วยกำหนด "กรอบการมองงานวิจัย" ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ลดความเสี่ยงของการดำเนินงานวิจัยแบบแยกส่วนหรือไม่สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์

ตารางที่ 5-1

กิจกรรมปฐมนิเทศของนักวิจัย



ณ จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดศรีสะเกษ

นอกจากนี้ ยังมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์จากโครงการวิจัย ซึ่งมีผลงานวิจัยที่ประสบความสำเร็จที่ผ่านมา เช่น ผลงานของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ทำให้นักวิจัยเข้าใจแนวความคิด กระบวนการทำงานทั้งหมด รวมทั้งตัวอย่างผลงานที่ดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการวัฒนธรรม รวมทั้งได้สอบถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับวิทยากร ทำให้เกิดความเข้าใจและมั่นใจในการทำงานของตนมากขึ้น

ในเชิงนโยบาย กิจกรรมลักษณะนี้ช่วยเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักวิจัยจาก "ผู้ดำเนินโครงการ" ไปสู่ "ผู้ขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area-based Change Agent)" และทำให้นักวิจัยถูกออกแบบโดยคำนึงถึงผลลัพธ์เชิงนโยบาย (Policy Outcome) ตั้งแต่ต้นทาง

5.3.2 การเรียนรู้จากพื้นที่จริงและกรณีตัวอย่าง (Study Visit & Experiential Policy Learning)

การเสริมแรงผ่านการเรียนรู้จากพื้นที่จริง ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Mechanism) ที่ช่วยให้นักวิจัยเข้าใจพลวัตของการจัดการทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital Dynamics) ในบริบทจริงของชุมชน โดยเชื่อมโยงระหว่างหลักการเชิงทฤษฎี วิทยาการวิจัย และการนำไปใช้จริง

การศึกษาฐานโครงการทุนทางวัฒนธรรมสี่เผ่าไทโพธิ์บาง คำนิน โครงการโดย มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

สี่เผ่าไทโพธิ์บาง คือพื้นที่วัฒนธรรมในอำเภอโพธิ์บาง จังหวัดศรีสะเกษ ที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ดั้งเดิมอยู่ร่วมกัน 4 กลุ่ม ได้แก่ กูย/ส่วย เขมร ลาว และเยอ ซึ่งแต่ละกลุ่มมีภาษา การแต่งกาย ความเชื่อ พิธีกรรม และประเพณีเฉพาะของตนเอง ทำให้โพธิ์บางกลายเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเกิดการผสมผสานทั้งด้านวิถีชีวิตและงานบุญประเพณีต่าง ๆ ของชุมชน โดยมีการนำอัตลักษณ์ของทั้ง 4 เผ่ามาใช้สร้างภาพลักษณ์ "เมืองสี่เผ่าไท" ผ่านงานเทศกาล ขบวนแห่ และการแสดงศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น

ภาพที่ 5-2

การศึกษาฐานงานโครงการทุนทางวัฒนธรรมสี่เผ่าไทโพธิ์
ดำเนินโครงการโดย มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ



มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษได้เข้าไปทำงานพัฒนาในพื้นที่สี่เผ่าไทโพธิ์ดำเนินทั้งด้านวิชาการและด้านวัฒนธรรม เช่น การจัดทำแผนที่สี่เผ่าไทโพธิ์ดำเนินเพื่อสำรวจและบันทึกการกระจายตัวของชุมชนญาย/ส่วย เขมร ลาว และเยอ เป็นฐานข้อมูลด้านชาติพันธุ์และทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากนี้ยังทำงานวิจัยและสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับประวัติ ความเชื่อ และภูมิปัญญาของทั้ง 4 เผ่า แล้วยนำมาพัฒนาต่อยอดเป็นศิลปะการแสดงร่วมสมัยและชุดการแสดงประจำเผ่า เช่น ชุดรำหรือเซิ้งที่คึงท่าทาง เครื่องแต่งกาย และดนตรีท้องถิ่นมาใช้ รวมถึงการสนับสนุนงานเทศกาลสำคัญของจังหวัดและอำเภอ เช่น เทศกาลบั้งอ้อกเปรี๊ยะแคว งานดอกกล้าควนบาน งานของคี่สี่เผ่าไทโพธิ์ดำเนิน โดยช่วยออกแบบขบวนวัฒนธรรม การแสดง และกิจกรรมเรียนรู้ เพื่อให้ชุมชนใช้ทุนวัฒนธรรมของตนเองไปเชื่อมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการสืบสานอัตลักษณ์ของทั้งสี่เผ่าให้เข้มแข็งขึ้นต่อไป

การเรียนรู้จากงานประเพณีแห่มาลัยข้าวตอก จังหวัดยโสธร

งานประเพณีแห่มาลัยข้าวตอกที่อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร เป็นเวทีเรียนรู้เรื่องศรัทธา ความเพียร และภูมิปัญญาชาวบ้านผ่านกระบวนการทำ "มาลัยข้าวตอก" ตั้งแต่การคัดเลือกเมล็ดข้าว การคว่ำให้แตกเป็นข้าวตอก แล้วร้อยทีละเม็ดเป็นสายต่าง ๆ จนกลายเป็นต้นมาลัยที่สูงใหญ่และงดงาม กลายเป็นงานเทศกาลระดับอำเภอ ซึ่งต้องอาศัยความสามัคคีของทั้งชุมชนในการช่วยกันทำและช่วยกันแห่ไปถวายวัดในวันมาฆบูชา การมีส่วนร่วมของเด็ก เยาวชน และคนทุกวัยในหมู่บ้าน ทำให้เกิดการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง ทั้งเรื่องทักษะช่างฝีมือ การทำงานเป็นทีม การเคารพผู้รู้ในชุมชน และการซึมซับคุณค่าทางพุทธศาสนา เช่น การทำบุญอุทิศส่วนกุศล และการระลึกถึงความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ นอกจากนี้ งานประเพณียังเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะชุมชนใช้โอกาสนี้ในการจำหน่ายสินค้า อาหารพื้นบ้าน และจัดแสดงวิถีชีวิต ทำให้คนในพื้นที่เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ประเพณีไปพร้อมกับการพัฒนารายได้ของชุมชน

ภาพที่ 5-3

การเรียนรู้จากงานประเพณีแห่มาลัยข้าวตอก จังหวัดยโสธร



5.3.3 ห้องปฏิบัติการทุนทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Cultural Capital Lab: CCC Lab)

ห้องปฏิบัติการทุนทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงนโยบายในการยกระดับงานวิจัยจากการ **"ทำความเข้าใจทุนทางวัฒนธรรม"** ไปสู่การ **"ออกแบบการใช้ประโยชน์เชิงสร้างสรรค์"** (Creative Utilization) โดยทำหน้าที่เป็น "ห้องเรียนเคลื่อนที่" (Mobile Learning Space) ที่พาผู้เรียนไปสัมผัสบริบทจริงของทุนทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความยั่งยืน ผ่านการพบเห็นของจริง ทั้งผู้คน สถานที่ ผลงาน กระบวนการทำงาน และบรรยากาศของพื้นที่ โดยมีตัวอย่างกิจกรรมเสริมแรง ดังนี้

ภาพที่ 5-4

บรรยากาศการเรียนรู้นอกห้องปฏิบัติการทุนทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Cultural Capital Lab: CCC Lab)



การเรียนรู้จากระบบนิเวศสร้างสรรค์ของจังหวัดเชียงใหม่ (Chiang Mai Creative Ecosystem)

จังหวัดเชียงใหม่ได้รับการยอมรับในฐานะพื้นที่ต้นแบบของระบบนิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem) ที่มีความเข้มแข็งและหลากหลาย โดยมีทุนทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์เมือง เครือข่ายผู้สร้างสรรค์ และโครงสร้างสนับสนุนด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง การเรียนรู้จากระบบนิเวศสร้างสรรค์ของจังหวัดเชียงใหม่จึงมีความสำคัญในเชิงนโยบาย ในฐานะกรณีศึกษาที่สะท้อนการเชื่อมโยงระหว่างทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Cultural Capital) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เทคโนโลยี (Technology) และความยั่งยืน (Sustainability) เข้าด้วยกันอย่างเป็นรูปธรรม

1) จริงใจ มาร์เก็ต (Jing Jai Market): ตลาดสร้างสรรค์และเศรษฐกิจแบ่งปันคุณค่า (Eco-friendly & Creating Shared Value: CSV) การเรียนรู้จากพื้นที่ "จริงใจ มาร์เก็ต" ทำหน้าที่เป็นกรณีตัวอย่างเชิงนโยบายของการใช้พื้นที่ตลาดเป็นแพลตฟอร์มเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ภาพที่ 5-5

บรรยากาศการเรียนรู้จากระบบนิเวศสร้างสรรค์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่จริงใจ มาร์เก็ต



(Creative Economy Platform) โดยสะท้อนแนวคิดการพัฒนาแบบรักษ์ โลก (Eco-friendly) และการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value: CSV) ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงทั้งผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและประโยชน์ที่เกิดกับชุมชนและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน

ผู้เข้าร่วมได้เห็นการจัดการพื้นที่ที่รวบรวมอาหารสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น งานศิลปะ งานออกแบบ และงานหัตถกรรมของผู้ประกอบการรายย่อย การเดินสำรวจ พูดคุยกับผู้ขาย ช่วยให้เข้าใจบทบาทของการออกแบบตลาด (Market Design) การคัดเลือกสินค้า (Curation) และการเล่าเรื่อง (Storytelling) ในการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้าและพื้นที่ จนตลาดกลายเป็นกลไกเชื่อมโยงคนเมืองกับชุมชน และเป็นพื้นที่ทดลองแนวคิดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความยั่งยืนที่จับต้องได้

2) สังกะสี สเปซ: งานผ้า งานคราฟต์ และการสืบทอดภูมิปัญญา

การเรียนรู้จาก "สังกะสี สเปซ" และตลาด Bamboo Family Market เป็นการเสริมแรงเชิงลึกด้านทุนวัฒนธรรมประเภทงานหัตถกรรม (Craft-based Cultural Capital) โดยเฉพาะงานผ้าและสิ่งทอ ผ่านประสบการณ์

ภาพที่ 5-6

บรรยากาศการเรียนรู้จากระบบนิเวศสร้างสรรค์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่สังกะสี สเปซ



ตรงของวิทยากร แม่ครูนุสรา เคียงเกตุ ซึ่งมีทั้งความรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน และประสบการณ์การทำงานร่วมกับตลาดสมัยใหม่

การสังเกตและการตั้งคำถามในพื้นที่จริงช่วยให้เข้าใจว่า "ผ้าหนึ่งผืน" ไม่ได้เป็นเพียงสินค้า แต่เป็นผลรวมของเรื่องราวชุมชน เวลา แรงงาน และองค์ความรู้หลายชั้น (Multi-layered Knowledge) รวมถึงเห็นแนวทางการปรับงานหัตถกรรมดั้งเดิมให้ร่วมสมัยโดยไม่สูญเสียคุณค่าทางวัฒนธรรม

3) พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เชียงใหม่: ทุนวัฒนธรรมและอัตลักษณ์เมือง (Cultural Heritage & Urban Identity)

การเรียนรู้จากพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เชียงใหม่ เป็นการเสริมแรงในมิติของทุนวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์เมือง (Cultural Heritage & City Identity) นักวิจัยผู้เข้าร่วมได้ย้อนกลับไปทำความเข้าใจรากฐานของวัฒนธรรมล้านนา ผ่านโบราณวัตถุ สถาปัตยกรรม เครื่องใช้ และศิลปกรรม รวมถึงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สะท้อนแนวคิด ความเชื่อ และระบบคุณค่าของสังคมในอดีต

ภาพที่ 5-7

บรรยากาศการเรียนรู้จากระบบนิเวศสร้างสรรค์ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เชียงใหม่



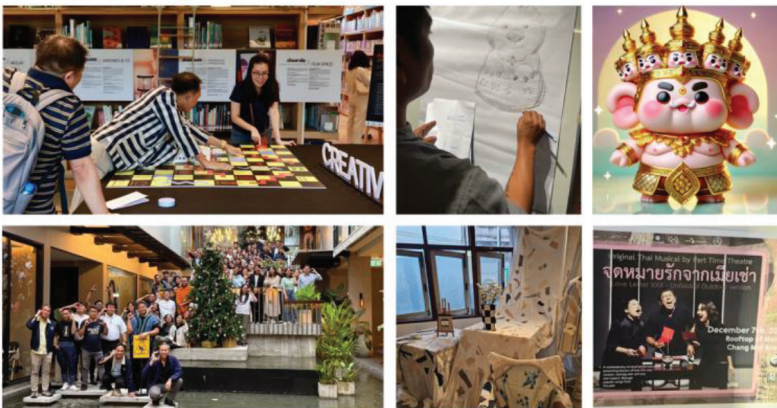
การเรียนรู้ในลักษณะนี้ช่วยให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างอดีตกับปัจจุบัน ว่าทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้สามารถถูกนำมาตีความใหม่ และต่อยอดเป็นงานสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาอัตลักษณ์เมืองในบริบทปัจจุบันได้อย่างไร

4) Chiang Mai Design Week 2024: การขยายผลงานท้องถิ่นสู่ระดับสากล

การเรียนรู้จากงาน Chiang Mai Design Week 2024 ภายใต้แนวคิด "SCALING LOCAL: Creativity, Technology and Sustainability" ทำหน้าที่เป็นกลไกเสริมแรงเชิงนโยบายในการทำความเข้าใจการพัฒนาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่ระดับโลก (Scaling Local to Global) ผ่านการผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เทคโนโลยี (Technology) และความยั่งยืน (Sustainability) นักวิจัยได้เห็นตัวอย่างจริงของการนำวัสดุพื้นถิ่น งานหัตถกรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น มาต่อยอดเป็นงานออกแบบร่วมสมัย ผลิตภัณฑ์ บริการ และพื้นที่ทดลอง (Experimental Space) ที่

ภาพที่ 5-8

บรรยากาศการเรียนรู้จากระบบนิเวศสร้างสรรค์ที่ Chiang Mai Design Week 2024



คอบุคคลและสิ่งแวดล้อม การพูดคุยกับนักออกแบบ ผู้ประกอบการ และผู้จัดงาน ทำให้เข้าใจว่าการขยายผลงานท้องถิ่นจำเป็นต้องอาศัยทั้งคุณค่าดั้งเดิม การออกแบบที่ดี เทคโนโลยีที่เหมาะสม และระบบนิเวศสนับสนุน (Creative Ecosystem) เช่น เครือข่าย แพลตฟอร์ม และตัวกลางทางวัฒนธรรม

5.3.4 การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ (Research Cluster) และการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management)

เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ (Research Cluster) และการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management) ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างธรรมาภิบาลเชิงเครือข่าย (Collaborative Governance) ของชุดโครงการวิจัย โดยเปิดพื้นที่ให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักวิจัย ข้ามโครงการ ข้ามสถาบัน และข้ามพื้นที่ ช่วยลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน และเสริมพลังการขับเคลื่อนงานวิจัยเชิงพื้นที่ในภาพรวม ผ่านการเชื่อมโยงองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทรัพยากรจากหลายภาคส่วน

กลไกดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการยกระดับงานวิจัยจากการดำเนินงานแบบรายโครงการ ไปสู่การทำงานเชิงระบบที่สามารถสังเคราะห์บทเรียนร่วม และต่อยอดไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่างที่ 1 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์มอญสู่การพัฒนาเทศกาลวัฒนธรรม

จากการดำเนินงานวิจัยของ 3 โครงการ ได้แก่

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี: การอนุรักษ์และฟื้นฟูวิถีไปะมอดบ้าง เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากมอญพลัดถิ่น อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

2. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา: การยกระดับทุนทางวัฒนธรรมแขนงหัตถวิจิ และ การขับเคลื่อนภาคีเครือข่ายเพื่อสร้างเทศกาลสงกรานต์มอญธนบุรีสู่ Soft Power

3. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์: การขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมมอญผ่านการฟื้นฟูเทศกาลวัฒนธรรมมอญสามกอบนสายน้ำเจ้าพระยา จังหวัดปทุมธานี

พบว่าโครงการวิจัยทั้งสามมีจุดร่วมเชิงเนื้อหาและเป้าหมาย คือ การใช้ทุนทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์มอญเป็นฐานในการพัฒนาเทศกาลวัฒนธรรม เพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ สำนักท้องถิ่น และเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมในบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกัน

เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้เชิงระบบ จึงมีการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management: KM) ร่วมกันในรูปแบบเวทีแลกเปลี่ยน "เสวนามอญ 3 พื้นที่" โดยมีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพ เวทีดังกล่าวเปิดโอกาสให้ผู้ทรงคุณวุฒิ

ภาพที่ 5-9

กิจกรรมจัดการองค์ความรู้ (KM) ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์มอญ



นักวิชาการ และภาคีวัฒนธรรมจากพื้นที่ต่าง ๆ ร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ ประสบการณ์การทำงานกับชุมชน และแนวทางการพัฒนาเทศกาลวัฒนธรรมในบริบทสังคมร่วมสมัย

การดำเนินการในลักษณะนี้สะท้อนบทบาทของเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในฐานะกลไกเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิชาการเข้ากับการอนุรักษ์ พื้นฟู และสืบสานวัฒนธรรมชาติพันธุ์อย่างมีชีวิต (Living Cultural Heritage) อีกทั้งยังเป็นฐานสำคัญในการสังเคราะห์บทเรียนร่วม และพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อสนับสนุนการดำรงรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว

ตัวอย่างที่ 2: การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประวัติศาสตร์พื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ เพื่อการพัฒนาเทศกาลวัฒนธรรม

เนื่องจากมีโครงการวิจัยจำนวน 4 โครงการที่ดำเนินงานในพื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ โดยมีประเด็นร่วมด้านการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์พื้นที่เป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการฟื้นฟูวิถีวัฒนธรรม ได้แก่

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์: การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและฟื้นฟูวิถีวัฒนธรรมทุ่งกุลาร้องไห้ จังหวัดสุรินทร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ: การยกระดับคุณค่าและมูลค่าวัฒนธรรมข้าวลุ่มน้ำมูล พื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้ อำเภอรำไพโฮ จังหวัดศรีสะเกษ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม: การฟื้นฟูและสืบสานประเพณีไหว้เจ้าพ่อศรีนครเตาในเขตพื้นที่วัฒนธรรมชุมชนชายขอบทุ่งกุลาร้องไห้ด้านทิศตะวันตก ส่งเสริมปลูกจิตสำนึกและการสร้างเศรษฐกิจฐานรากผ่านตลาดวัฒนธรรมชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้านเมืองเตา จังหวัดมหาสารคาม

เวทิดังกล่าว ทำหน้าที่เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้เชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของพื้นที่ทุ่งกุลารุ และนำไปสู่การกำหนดแนวคิดร่วม (Shared Vision) ในการจัดเทศกาลวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และสามารถต่อยอดสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน

กิจกรรมในมิตินี้ช่วยให้เกิดทุนทางสังคมเชิงวิชาการ (Academic Social Capital) และเป็นฐานสำคัญในการต่อยอดองค์ความรู้จากระดับพื้นที่ไปสู่ระดับนโยบาย

โดยสรุป การเสริมแรง (Reinforcement) มิได้เป็นเพียงกิจกรรมสนับสนุนการดำเนินงานวิจัย หากแต่ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงนโยบายที่เชื่อมโยงนักวิจัย ชุมโครงการ และพื้นที่ เข้าสู่กรอบการพัฒนาเชิงระบบ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นฐานสำคัญ การดำเนินการเสริมแรงในมิติต่าง ๆ ทั้งการสร้างความรู้เชิงนโยบาย การเรียนรู้จากพื้นที่จริง ห้องปฏิบัติการทุนทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชิงเครือข่าย ช่วยยกระดับงานวิจัยจากการดำเนินงานเชิงโครงการ ไปสู่การสร้างผลลัพธ์และผลกระทบที่มีความหมายในเชิงพื้นที่และเชิงนโยบาย

กระบวนการดังกล่าวยังมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างทุนทางสังคมเชิงวิชาการ (Academic Social Capital) และธรรมาภิบาลเชิงเครือข่าย (Collaborative Governance) ระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน ภาคในพื้นที่ และผู้ทรงคุณวุฒิ อันเป็นฐานสำคัญในการสังเคราะห์บทเรียนร่วม การขยายผลแนวปฏิบัติที่ดี และการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายจากพื้นที่จริง

ในระยะยาว กลไกการเสริมแรงจึงมีบทบาทในการสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยทุนทางวัฒนธรรมอย่างมียุทธศาสตร์ ช่วยให้มหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็นกลไกกลางในการขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่ภายใต้พันธกิจที่ 4 และสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาประเทศด้านเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมและการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน



บทที่ 6

ระบบแผนที่วัฒนธรรม กับการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ของมหาวิทยาลัยไทย

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยเผชิญความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และประชากรอย่างต่อเนื่อง ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ไม่ได้กระทบต่อระบบเศรษฐกิจเท่านั้น หากยังส่งผลกระทบต่อระบบคุณค่าทางวัฒนธรรม การเรียนรู้ และความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับสถาบันทางวิชาการอย่างลึกซึ้ง ในบริบทดังกล่าว "การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม" พันธกิจที่ 4 ของสถาบันอุดมศึกษาไทย จึงไม่ได้จำกัดอยู่ในกรอบของการจัดกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์หรือการอนุรักษ์รูปแบบเดิมอีกต่อไป แต่กำลังเปลี่ยนผ่านสู่การเป็น "งานพัฒนาเชิงระบบ" ซึ่งต้องอาศัยข้อมูลที่ถูกต้อง การมีส่วนร่วมของพื้นที่ และนวัตกรรมดิจิทัลที่เหมาะสม เพื่อเชื่อมต่อองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมเข้ากับระบบการเรียนรู้ การวิจัย และการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างแท้จริง

ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนผ่านดังกล่าว ระบบ "แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map Thailand)"^๑ จึงมีความหมายมากกว่าการเป็นฐานข้อมูล หากเป็นกลไกเชิงโครงสร้างที่ช่วยจัดระบบการรับรู้ทางวัฒนธรรมของสังคมไทยให้มีความเป็นปัจจุบัน ตรวจสอบได้ และพร้อมนำไปใช้ประโยชน์ในระดับต่าง ๆ ความตั้งใจของการพัฒนา แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย คือการทำให้ทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่

^๑ สามารถเข้าถึงได้ที่ <https://culturalmapthailand.info>

ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ภูมิปัญญา โบราณสถาน ประเพณี หรือรูปแบบศิลปกรรมถูกจัดเก็บอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน สามารถเชื่อมต่อกันเป็น "ภาพรวมระดับชาติ" และนำไปสู่การวิเคราะห์เชิงพื้นที่และเชิงยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับศักยภาพของแต่ละท้องถิ่น ผลที่เกิดขึ้นคือ ระบบแผนที่วัฒนธรรมไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงคลังข้อมูล แต่เป็นพื้นที่กลางของการมีส่วนร่วม เป็นเวทีที่นักวิชาการ ชุมชน และหน่วยงานท้องถิ่นสามารถทำงานร่วมกันได้บนฐานข้อมูลเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นสะพานเชื่อมระหว่างศาสตร์ดั้งเดิมกับเทคโนโลยีใหม่ เช่น ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS), ปัญญาประดิษฐ์ (AI), การตรวจสอบเชิงสังคม (Social Validation) รวมถึงการสร้างพื้นที่ประสบการณ์ดิจิทัล เช่น Cultural Metaverse Thailand¹⁰ ซึ่งเปลี่ยนการรับรู้วัฒนธรรมจากการชมแบบนั่งดูการเรียนรู้เชิงปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่

ในมิติของสถาบันอุดมศึกษา แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ได้นำไปสู่การขยายบทบาทของพันธกิจที่ 4 อย่างชัดเจน จากเดิมที่เน้นการจัดกิจกรรม การอนุรักษ์เชิงพิธีกรรม และการเผยแพร่องค์ความรู้ในลักษณะกระจาย มหาวิทยาลัยเริ่มเปลี่ยนไปสู่การทำงานบนฐานข้อมูลเป็นแกนกลาง บูรณาการการเรียนการสอน การวิจัยเชิงพื้นที่ และการบริการวิชาการเข้าด้วยกันภายใต้แนวคิด "ระบบนิเวศวัฒนธรรม" ซึ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล ผู้คน พื้นที่ และนโยบาย การเปลี่ยนผ่านนี้ทำให้การทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมมีมิติที่ลึกซึ้ง วัตถุประสงค์มากขึ้น และมีศักยภาพในการสร้างผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจในวงกว้างขึ้นกว่าเดิมอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยเหตุนี้ เนื้อหาในส่วนนี้จึงมุ่งสำรวจองค์ประกอบสำคัญของระบบแผนที่วัฒนธรรมไทย ความหมายเชิงระบบของข้อมูลวัฒนธรรม บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัล การควบคุมคุณภาพข้อมูล การตีความพฤติกรรมผู้ใช้ และการเชื่อมโยงสู่พันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัย ตลอดจนข้อเสนอเชิงระบบสำหรับอนาคต

¹⁰ สามารถเข้าถึงได้ที่ https://culturalmetathailand.info/metaverse/CMT_Web/

6.1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทย

การทำความเข้าใจระบบแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทยจำเป็นต้องพิจารณาทั้งในมิติของบริบทสังคมไทย แนวคิดเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม และพัฒนาการทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่หลอมรวมกันเป็นระบบเดียว การเกิดขึ้นของ "แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map Thailand)" ไม่ได้เป็นเพียงการสร้างฐานข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์เท่านั้น หากเป็นการวางรากฐานของ "โครงสร้างพื้นฐานข้อมูลวัฒนธรรมแห่งชาติ (Cultural Data Infrastructure)" ที่มีเป้าหมายในการทำให้ทุนวัฒนธรรมของประเทศสามารถมองเห็นได้ในระดับพื้นที่ เชื่อมโยงได้ในระดับระบบ และนำไปใช้ประโยชน์ได้ในระดับสังคมและนโยบายอย่างแท้จริง

ประเทศไทยเป็นสังคมที่อุดมไปด้วยทุนทางวัฒนธรรมหลากหลายประเภท ทั้งมรดกที่จับต้องได้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์วัฒนธรรม และมรดกที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา ศิลปะการแสดง ประเพณี และวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ มรดกเหล่านี้กระจายตัวอยู่เกือบทุกพื้นที่ทั่วประเทศ และสะท้อนความหลากหลายทางประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และสังคมไทย แต่ความหลากหลายเช่นนี้ก็มาพร้อมกับโจทย์สำคัญ คือ "เราจะมองเห็นภาพรวมของมันได้อย่างไร" และ "จะใช้ประโยชน์จากข้อมูลวัฒนธรรมเหล่านี้ได้อย่างไร โดยไม่ทำให้ความหมายของพื้นที่สูญหายหรือถูกกลทอน"

ก่อนปี พ.ศ. 2564 (ภาพที่ 6-1) ข้อมูลวัฒนธรรมของประเทศไทยถูกจัดเก็บแบบกระจัดกระจาย ต่างมหาวิทยาลัยต่างจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นไฟล์เอกสาร รายงานวิจัย ภาพถ่าย หรือฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ที่ออกแบบเฉพาะพื้นที่ การขาดมาตรฐานเดียวกันทำให้ไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างโครงการหรือระหว่างมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังทำให้ข้อมูลบางส่วนซ้ำซ้อน บางส่วนคดหล่น และบางส่วนไม่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การสะสมข้อมูลเหล่านี้ในระยะยาวจึงยิ่งขยายปัญหาเชิงโครงสร้างของฐานข้อมูลวัฒนธรรมไทย

ภาพที่ 6-1

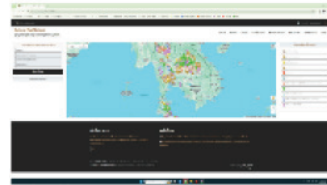
เส้นเวลา (Time Line) การพัฒนาระบบแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทย และระบบสนับสนุนการทำงานวิจัยและพัฒนาด้านวัฒนธรรมของประเทศไทย

Problems:

- มีมาตรฐานกระบวนการทำแผนที่วัฒนธรรมที่ไม่เหมือนกัน
- โครงสร้างของข้อมูลใช้ร่วมกันไม่ได้
 - รูปแบบการจัดเก็บข้อมูลแตกต่างกัน
 - เทคโนโลยีการจัดเก็บข้อมูลแตกต่างกัน
- การเก็บรักษาและดูแลข้อมูลการจัดกระจายไปตามโครงการ

Culture Map Thailand:

- ระบบฐานข้อมูลเพื่อจัดเก็บ
 - ข้อมูลทั่วไป: 11 หมวดวัฒนธรรม, พิกัดที่ตั้ง
 - ข้อมูลเชิงวิเคราะห์: SWOT, Risk, Potentials
- Web-based application เข้าถึงด้วย web browser ทั่วไป



2560

Results:

- ใช้ประโยชน์จากข้อมูลด้านวัฒนธรรมที่จัดเก็บ (ของทุกโครงการ) ในแผนที่วัฒนธรรมต่ำกว่าที่ควร
- ใช้งานไม่คุ้มค่าการลงทุน
- ไม่น่าสนใจเอาไปต่อยอดการใช้งาน

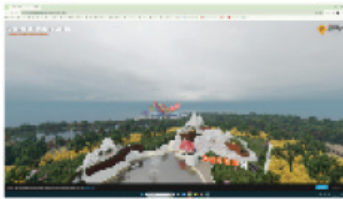
2564

Results:

- ใช้ประโยชน์โดยโครงการวิจัยในการจัดเก็บข้อมูลวัฒนธรรมลงบนแผนที่วัฒนธรรมแบบ Real time
- ชุมชนวัฒนธรรมนำแผนที่วัฒนธรรมไปใช้งาน
- สามารถจัดเก็บข้อมูลทางสถิติได้
 - จำนวนผู้เยี่ยมชมแผนที่วัฒนธรรมจากประเทศต่างๆ
 - ข้อมูลวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยม

Cultural Metaverse Thailand:

- ทดลองสร้าง Virtual Thailand Culture Expo เพื่อดึงดูดให้คนรุ่นใหม่ มาสนใจ
- ระบบ Web stock เชื่อมโยงกับข้อมูลที่จัดเก็บในแผนที่วัฒนธรรม และใช้ Virtual Thailand Culture Expo เป็น หน้าร้าน



2565



Results:

- Cultural Metaverse Thailand ได้รับความสนใจจากผู้ปกครอง และเยาวชนที่เข้าร่วมงานวันเด็ก ปี พ.ศ.2567 และงาน อว.แอฟ พ.ศ. 2567 เป็นจำนวนมาก

Cultural Map Thailand:

- ระบบ Chatbot
- ระบบสารสนเทศงานวิจัย (RIS) เชื่อมโยงกับข้อมูลที่จัดเก็บในแผนที่วัฒนธรรม
- พัฒนา UX/UI เป็น Cultural Map Thailand Inpiration Version
- พัฒนาการจัดเก็บข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ของทุนวัฒนธรรม ในรูปแบบเส้นเวลา

2566

Results:

- Cultural Map Thailand Inpiration Version
- โครงการวิจัยสามารถใช้ระบบสารสนเทศงานวิจัยได้

ซึ่งเป็นบริบทสำคัญที่นำไปสู่ความจำเป็นในการสร้างระบบกลางที่มีมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ จุดเปลี่ยนสำคัญเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2564 เมื่อมีการออกแบบระบบฐานข้อมูลวัฒนธรรมกลางในนาม Cultural Map Thailand ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านพื้นที่ (บพท.) มหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่าง ๆ และนักวิจัยด้านวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายชัดเจนในการสร้างมาตรฐานข้อมูลวัฒนธรรมระดับชาติ ระบบนี้กำหนดโครงสร้างข้อมูล (Metadata Schema) สำหรับ 11 หมวดทุนวัฒนธรรม (ภาพที่ 6-2) โดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ของกระทรวงวัฒนธรรม มาตรฐานของ UNESCO และกระบวนการระดมสมองจากมหาวิทยาลัย 8 แห่งในฐานะผู้บุกเบิกงานวิจัยด้านทุนวัฒนธรรมของประเทศ ซึ่งทำให้ข้อมูลจากพื้นที่และโครงการที่เคยแยกส่วนกัน สามารถบูรณาการเป็นฐานข้อมูลเดียวได้

ภาพที่ 6-2

มาตรฐานหมวดหมู่ทางวัฒนธรรมที่กำหนดในระบบแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทย (ดูคำอธิบายในภาคผนวก)



AR: ARchitecture



AA: Archeological Artefact



AS: Archeological Site



SP: Social Practices, ritual and festive events



PA: Performing Arts



CS: Cultural Spaces



KP: Knowledge and Practices concerning nature and the universe



EL: Thai local and Ethnic Languages



FL: Folk Literature



SM: Folk Sport game and Martial arts



TC: Traditional Craftsmanship



นอกจากมิดิแค้นเทคนิคแล้ว แผนที่วัฒนธรรมยังตั้งอยู่บนกรอบคิดทางสังคมและวัฒนธรรมที่สำคัญ คือแนวคิด Engage-Enrich-Enhance ใน "3-E Cultural R&D Approach" ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้เป็นการรอบในการจัดการทุนวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม กระบวนการแรก Engage เน้นการดึงผู้คนในพื้นที่เข้าร่วมสำรวจและบันทึกทุนวัฒนธรรม กระบวนการ Enrich มุ่งเน้นการยกระดับข้อมูลให้มีคุณค่าเชิงองค์ความรู้ และกระบวนการ Enhance มุ่งต่อยอดข้อมูลสู่การนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการพัฒนานโยบาย แนวคิดนี้ทำให้แผนที่วัฒนธรรมไม่ใช่เพียงกิจกรรมเก็บข้อมูล แต่เป็นกระบวนการสร้างความรู้ร่วมที่ชุมชนและมหาวิทยาลัยเป็นผู้ขับเคลื่อนร่วมกัน

อีกมิติหนึ่งที่สำคัญคือบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำให้ข้อมูลวัฒนธรรมสามารถเข้าถึงได้ในวงกว้างยิ่งขึ้น แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ไม่ได้เป็นเพียงฐานข้อมูลที่ใช้งานผ่านเว็บไซต์ แต่ยังเชื่อมโยงกับการสร้างประสบการณ์ดิจิทัล เช่น การพัฒนา Cultural Metaverse Thailand ในปีงบประมาณ 2565 ซึ่งทำให้ข้อมูลวัฒนธรรมถูกนำเสนอผ่านสภาพแวดล้อมเสมือนจริง สามารถเดินสำรวจโบราณสถาน ศิลปะการแสดง หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบที่มีปฏิสัมพันธ์สูง กลายเป็นอีกก้าวหนึ่งของการนำข้อมูลวัฒนธรรมไปสู่มิติใหม่ ทั้งในด้านการเรียนรู้ การสื่อสาร และการขยายฐานผู้เข้าถึง โดยเฉพาะในหมู่เด็กและเยาวชน

พัฒนาการทั้งหมดนี้ทำให้แผนที่วัฒนธรรมไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือเก็บข้อมูล หากแต่เป็นระบบที่ทำให้ "วัฒนธรรมมองเห็นได้" (visibility of culture) ในระดับประเทศ ช่วยเปิดมุมมองใหม่เกี่ยวกับความหลากหลายและศักยภาพของทุนวัฒนธรรมในระดับพื้นที่ ขณะเดียวกันก็นำมาซึ่งการยอมรับว่าการทำนุบำรุงวัฒนธรรมจำเป็นต้องอยู่บนฐานข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ด้านสังคม-เศรษฐกิจที่มีความหมาย เมื่อมองในภาพรวม การถือกำเนิดของแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทยจึงสะท้อนความเปลี่ยนแปลงผ่านของสังคมไทยจาก "งานวัฒนธรรมเชิงกิจกรรม" สู่ "งานวัฒนธรรมเชิงระบบ" ที่อาศัยข้อมูลเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก บนความร่วมมือของมหาวิทยาลัย ชุมชน นักวิจัย และหน่วยงานนโยบาย

6.2 ความหมายเชิงระบบของแผนที่วัฒนธรรมในบริบทงานวิจัยและ พัฒนาพื้นที่

การทำความเข้าใจความหมายของแผนที่วัฒนธรรมในฐานะเครื่องมือสำหรับงานวิจัยและการพัฒนาพื้นที่จำเป็นต้องมองระบบนี้อย่างเป็นองค์รวม ทั้งในฐานะฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ พื้นที่ของการสร้างความรู้ร่วม และองค์ประกอบของระบบนิเวศวัฒนธรรมที่ก่อรูปขึ้นจากการมีส่วนร่วมของผู้คนจำนวนมาก ความหมายเชิงระบบของแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย จึงไม่ได้อยู่ที่ "สิ่งที่ถูกบันทึก" เท่านั้น หากแต่อยู่ที่ "กระบวนการและความสัมพันธ์" ที่ทำให้ข้อมูลเหล่านั้นมีชีวิต เชื่อมโยง และนำไปใช้ได้จริงในระดับสังคม

ในงานวิจัยและการพัฒนาท้องถิ่น การเข้าถึงข้อมูลวัฒนธรรมที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันถือเป็นเงื่อนไขสำคัญที่สุดเงื่อนไขหนึ่ง เพราะองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไม่ได้เป็นเพียงรูปแบบของวัฒนธรรม หากยังเป็นรากฐานของอัตลักษณ์และความเข้มแข็งของพื้นที่ การขาดข้อมูลหรือการมีข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนทำให้การวางแผนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การท่องเที่ยว และการศึกษามีข้อจำกัดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น คำถามที่สำคัญไม่ใช่เพียงว่า "เรารู้อะไรเกี่ยวกับวัฒนธรรมในพื้นที่บ้าง" แต่คือ "องค์ความรู้เหล่านั้นปรากฏขึ้นในรูปแบบที่เชื่อมโยง ตรวจสอบได้ และพร้อมนำไปใช้หรือไม่" ซึ่งเป็นโจทย์ที่ระบบแผนที่วัฒนธรรมเข้ามาตอบอย่างเป็นรูปธรรมหนึ่งในความหมายเชิงระบบที่โดดเด่นที่สุดของแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย คือ การทำให้ข้อมูลวัฒนธรรมมี "พื้นที่เชิงภูมิศาสตร์" เป็นแกนกลาง ข้อมูลแต่ละรายการถูกผูกเข้ากับพิกัดจริงของพื้นที่ ทำให้วัฒนธรรมไม่ใช่เพียงเรื่องเล่า แต่เป็นองค์ประกอบที่สัมพันธ์กับภูมิประเทศ เศรษฐกิจ สังคม และทรัพยากรของพื้นที่นั้น ๆ หลักฐานเชิงพื้นที่เช่นนี้เปิดโอกาสให้เกิดการวิเคราะห์หลายระดับ ตั้งแต่ระดับหมู่บ้าน ตำบล จังหวัด ไปจนถึงระดับภูมิภาคของประเทศ ตัวอย่างเช่น แผนที่ความหนาแน่นของทุนวัฒนธรรมบางหมวด เช่น สถาปัตยกรรม โบราณสถาน หรือศิลปะการแสดง ช่วยให้เห็นศักยภาพของพื้นที่นั้น ๆ ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีเหตุผลยิ่งขึ้น

ในมุมมองของการวิจัย แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ทำหน้าที่เสมือน "แหล่งข้อมูลเปิด" ที่นักวิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ผ่านมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศได้อย่างสะดวก ข้อมูลดังกล่าวช่วยยกระดับคุณภาพของงานวิจัยเชิงพื้นที่ในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบการศึกษา การสุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ หรือการตรวจสอบความถูกต้องเชิงพื้นที่ นอกจากนี้ การที่ข้อมูลมีที่มาจากโครงการวิจัย 117 โครงการ ทำให้ฐานข้อมูลนี้สะท้อนบริบทจริงของพื้นที่อย่างแหลมคม และพร้อมต่อการตีความในเชิงสังคมวิทยา มานุษยวิทยา ประวัติศาสตร์ หรือเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรมได้อย่างลึกซึ้ง แผนที่วัฒนธรรมยังมีความสำคัญในบริบทของ "การพัฒนาพื้นที่" ซึ่งเป็นภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยในภูมิภาค ข้อมูลเชิงพื้นที่จากแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถระบุศักยภาพ ปัญหา และจุดอ่อนของพื้นที่ได้อย่างแม่นยำ เช่น การวิเคราะห์ว่าแหล่งวัฒนธรรมในตำบลหนึ่งมีโอกาสต่อยอดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวหรือกิจกรรมสร้างรายได้หรือไม่ หรือว่าพื้นที่ใดมีความเสี่ยงต่อการสูญหายของภูมิปัญญาและจำเป็นต้องดำเนินโครงการฟื้นฟู การตีความลักษณะเช่นนี้ไม่สามารถทำได้หากขาดข้อมูลที่ถูกต้องและมีการจัดระบบอย่างเป็นมาตรฐาน ซึ่งสะท้อนบทบาทเชิงระบบของแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยต่อการวางยุทธศาสตร์พัฒนาท้องถิ่นของประเทศ

ความหมายอีกประการหนึ่งที่สำคัญของแผนที่วัฒนธรรมคือการเป็น "พื้นที่ของการสร้างความรู้ร่วม (Co-creation of Knowledge)" ซึ่งเกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชน นักวิจัย นักศึกษา หน่วยงานท้องถิ่น และผู้กำหนดนโยบาย ข้อมูลวัฒนธรรมจำนวนมากไม่ได้เกิดจากการบันทึกของผู้เชี่ยวชาญเพียงฝ่ายเดียว หากเป็นผลของกระบวนการ Engage ที่ให้ชุมชนร่วมสำรวจ ร่วมอธิบาย และร่วมยืนยันข้อมูลของตนเอง ความรู้ที่ได้จึงไม่ใช่ความรู้จากภายนอกที่มองเข้ามา แต่เป็น "ความรู้ของพื้นที่" ซึ่งมีความถูกต้องตามบริบทท้องถิ่นและยอมรับได้ในเชิงสังคม การมีส่วนร่วมดังกล่าวยังทำให้ชุมชนเกิดความตระหนักและความภาคภูมิใจในการรักษาและสืบทอดทุนวัฒนธรรมของตน เป็นความหมายเชิงสังคมที่สำคัญของระบบแผนที่วัฒนธรรมที่ไม่ได้ปรากฏชัดในมิติข้อมูลเพียงอย่างเดียว

ในด้านการเรียนการสอน แผนที่วัฒนธรรมทำให้หลักสูตรของมหาวิทยาลัยสามารถเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลในพื้นที่ได้อย่างใกล้ชิด นักศึกษาได้เรียนรู้จากข้อมูลจริง ทำการวิเคราะห์เชิงพื้นที่ ฝึกทักษะการทำงานภาคสนาม และทำความเข้าใจว่าทุนวัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งที่ยุคหนึ่ง หากเป็นระบบที่มีชีวิตและสัมพันธ์กับผู้คนในหลายมิติ การบูรณาการข้อมูลวัฒนธรรมเข้าสู่หลักสูตรทำให้การเรียนรู้มีความหมายมากขึ้น และทำให้นักศึกษามีความเข้าใจท้องถิ่นซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน

ในมิติของนโยบายท้องถิ่น แผนที่วัฒนธรรมช่วยให้หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่อย่างแท้จริง เช่น การวางแผนปรับปรุงภูมิทัศน์ การกำหนดเขตวัฒนธรรม การออกแบบเทศกาลประจำถิ่น หรือการสนับสนุนผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ข้อมูลในแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยที่ระบุทั้งหมวดหมู่ ลักษณะ ความสำคัญ และตำแหน่งของแหล่งวัฒนธรรมช่วยให้การตัดสินใจมีหลักฐานรองรับ ลดความคลาดเคลื่อนจากความจำหรือความเชื่อส่วนบุคคล และเพิ่มความโปร่งใสของกระบวนการวางแผนนโยบาย

อีกด้านหนึ่งที่กำลังมีความสำคัญเพิ่มขึ้นคือการใช้แผนที่วัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทุนวัฒนธรรมจำนวนมากในระบบแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย มีศักยภาพในการนำไปต่อยอดเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีจุดเด่นเชิงประวัติศาสตร์หรือศิลปกรรม การมีข้อมูลเชิงพื้นที่และข้อมูลคำอธิบายที่ชัดเจนทำให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในภาพรวม

ระบบแผนที่วัฒนธรรมยังช่วยให้ผู้ใช้สามารถสังเกตรูปแบบการกระจายตัวของทุนวัฒนธรรมในประเทศ (Distribution Pattern) เช่น ความหนาแน่นของงานช่างฝีมือในภาคเหนือ การกระจุกตัวของโบราณสถานในภาคกลาง หรือความโดดเด่นของ

ศิลปะการแสดงในบางพื้นที่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การรับรู้แบบนั้นทำให้มองเห็นโครงสร้างเชิงลึกของวัฒนธรรมไทยที่สืบเนื่องมาจากประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์ของแต่ละภูมิภาค ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการกำหนดนโยบายในระดับชาติ ดังนั้นความหมายเชิงระบบของแผนที่วัฒนธรรมไม่ได้จำกัดอยู่ที่การเป็นฐานข้อมูล แต่มันคือ "สถาปัตยกรรมทางความรู้" ที่ทำให้ทุนวัฒนธรรมของประเทศถูกจัดระเบียบใหม่ให้มีความชัดเจน เชื่อมโยง และนำไปใช้ได้จริงในหลายระดับ ทั้งด้านวิชาการ ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ

6.3 พฤติกรรมผู้ใช้และความหมายเชิงยุทธศาสตร์ของข้อมูล การเข้าชม

การศึกษาพฤติกรรมผู้เข้าใช้ระบบแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map Thailand) ไม่ได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อวัดระดับความนิยมของแหล่งวัฒนธรรม หากแต่เป็นการทำความเข้าใจรูปแบบการรับรู้วัฒนธรรมของผู้คนในสังคมไทยและต่างประเทศในระดับที่ลึกซึ้งขึ้น การวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าชมจึงเปรียบเสมือนการอ่าน "สัญญาณ" ความสนใจทางวัฒนธรรมของสาธารณะ ซึ่งมีคุณค่าทั้งในเชิงการศึกษา การวางนโยบาย และการพัฒนาพื้นที่ในอนาคต ความหมายเชิงยุทธศาสตร์ของข้อมูลเหล่านี้ไม่เพียงปรากฏที่ตัวเลข แต่ยังอยู่ในโครงสร้างของความสนใจ ข้อแตกต่างระหว่างหมวดวัฒนธรรม และพลวัตของผู้ใช้ที่สะท้อนผ่านการเข้าชมอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูล ณ วันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2568 (ตารางที่ 6-1) ระบุว่า แผนที่วัฒนธรรมไทยมีข้อมูลวัฒนธรรมทั้งหมด 5,239 รายการ ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวด และมีจำนวนผู้เข้าชมรวม 2,300,177 ครั้ง คิดเป็นอัตราส่วนเฉลี่ย 439.05 ครั้งต่อหนึ่งรายการข้อมูล ซึ่งเป็นตัวเลขที่สะท้อนให้เห็นว่า แผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทย ไม่ได้เป็นเพียงฐานข้อมูลนิ่ง แต่เป็นพื้นที่ความรู้ที่มีผู้ใช้จำนวนมากหมุนเวียนเข้ามาศึกษาแหล่งวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง ผลดังกล่าวเป็นเครื่องยืนยันว่าข้อมูลวัฒนธรรมของไทย เมื่อจัดระบบอย่างถูกต้องและนำเสนอในรูปแบบที่เข้าถึง

ง่าย ย่อมสามารถสร้างความสนใจในระดับสูงได้ไม่แพ้เนื้อหาในสาขาอื่นของสังคมสมัยใหม่

ตารางที่ 6-1

ข้อมูลการใช้แผนผังวัฒนธรรมของประเทศไทยจำแนกหมวดหมู่คุณวัฒนธรรม
ข้อมูล ณ วันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2568

หมวดหมู่	จำนวนรายการ (รายการ)	จำนวนผู้เข้าใช้ (คน)	อัตราส่วน
AA : โบราณวัตถุ	278	103,874	373.65
AR : สถาปัตยกรรม	1105	536,526	485.54
AS : โบราณสถาน	403	194,587	482.85
CS : พื้นที่วัฒนธรรม	476	178,383	374.75
EL : ภาษา	23	8660	376.52
FL : วรรณกรรมพื้นบ้าน	141	67,189	476.52
KP : ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล	888	381,913	430.08
PA : ศิลปะการแสดง	413	230,378	557.82
SM : กีฬามิปัญญาไทย	70	30,607	437.24
SP : แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล	596	236,771	397.27
TC : งานช่างฝีมือดั้งเดิม	846	331,289	391.59
รวม	5,239	2,300,177	439.05

เมื่อตรวจสอบรายละเอียดของแต่ละหมวดหมู่คุณวัฒนธรรม จะพบรูปแบบที่สะท้อนความสนใจของผู้ใช้ในระดับที่แตกต่างกันออกไป หมวดสถาปัตยกรรม (AR) มีจำนวนรายการมากที่สุดถึง 1,105 รายการ และมีจำนวนผู้เข้าชมรวม 536,526 ครั้ง คิดเป็นอัตราส่วนเฉลี่ย 485.54 ครั้งต่อรายการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่างานสถาปัตยกรรมไทยทั้งโบราณและร่วมสมัยยังคงเป็นศูนย์กลางความสนใจของทั้งนักท่องเที่ยว นักวิจัย และบุคคลทั่วไป ความสนใจดังกล่าวอาจเกิดจากความชัดเจนของรูปแบบทางกายภาพที่

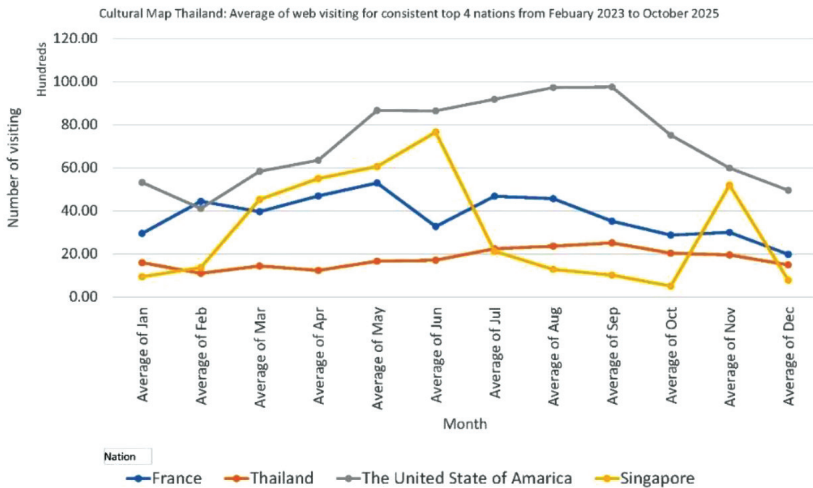
ผู้ใช้สามารถเข้าใจได้ง่าย รวมถึงการเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านศิลปะ ประวัติศาสตร์เมือง และภูมิทัศน์วัฒนธรรม

อย่างไรก็ตาม หมวดที่มีอัตราส่วนการเข้าชมสูงที่สุดคือ "ศิลปะการแสดง (PA)" ซึ่งมีเพียง 413 รายการ แต่มีอัตราส่วนสูงถึง 557.82 ครั้งต่อรายการ การเข้าถึงเนื้อหาในหมวดนี้สะท้อนคุณค่าของการแสดงออกทางศิลปะที่มีชีวิต และความสนใจที่ผู้ใช้มีต่อวัฒนธรรมที่ยังคงมีผู้ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบัน ความนิยมนี้อาจสัมพันธ์กับแนวโน้มทางสื่อดิจิทัลที่เปิดโอกาสให้ศิลปะการแสดงถูกเผยแพร่และรับชมได้ในหลายช่องทาง ทำให้ผู้ใช้มีมุมมองหาข้อมูลสนับสนุนเพื่อทำความเข้าใจความหมายและบริบทของศิลปะเหล่านั้นมากยิ่งขึ้น หมวดโบราณสถาน (AS) และวรรณกรรมพื้นบ้าน (FL) มีอัตราส่วนการเข้าชมเฉลี่ยสูงกว่า 470 ครั้งต่อรายการ แสดงให้เห็นว่าความทรงจำทางประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าท้องถิ่นยังคงมีบทบาทสำคัญในความสนใจของประชาชน การที่ข้อมูลเหล่านี้ถูกบันทึกอยู่ในระบบ ทำให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงเรื่องเล่ากับสถานที่จริงได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งช่วยเสริมการเรียนรู้ข้ามสาขา ทั้งในด้านโบราณคดี มานุษยวิทยา และวรรณคดี

ในทางตรงกันข้าม หมวดภาษา (EL) และกีฬาภูมิปัญญาไทย (SM) มีจำนวนการเข้าชมต่ำกว่าหมวดอื่นอย่างเห็นได้ชัด แม้จะมีคุณค่าเชิงวัฒนธรรมสูง ในเชิงระบบจึงอาจสะท้อนถึงความจำเป็นในการออกแบบการสื่อสารและการนำเสนอข้อมูลที่เหมาะสม เพื่อให้หมวดเหล่านี้สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้มากขึ้น เช่น การจัดทำสื่ออธิบายเชิงเสียง วิดีโอประกอบ หรือการเชื่อมโยงกับบริบทท้องถิ่นที่จับต้องได้ เพื่อให้ผู้ใช้เห็นความสำคัญของภาษาและกีฬาในฐานะทุนทางวัฒนธรรมที่สืบทอดผ่านคนรุ่นแล้วรุ่นเล่า พฤติกรรมการเข้าชมยังสะท้อนข้อค้นพบที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับ "ความหมายของวัฒนธรรมในสายตาผู้ใช้สมัยใหม่" กล่าวคือ หมวดที่มีแหล่งวัฒนธรรมน้อย แต่มีอัตราส่วนการเข้าชมสูง มักเป็นหมวดที่มีความเป็น "วัฒนธรรมมีชีวิต (Living Culture)" ซึ่งเกี่ยวข้องกับปฏิบัติ การแสดงออก และการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้คน ขณะที่หมวดที่มีแหล่งจำนวนมากแต่มียอดเข้าชมเฉลี่ยต่ำ มักเป็นวัฒนธรรมที่ต้องการการตีความเชิงลึกหรือความรู้พื้นฐานก่อนการทำความเข้าใจ ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่าการ

ภาพที่ 6-3

ค่าเฉลี่ยรายเดือนการเข้าชม Cultural Map Thailand <https://culturalmapthailand.info/> ของประเทศที่มีจำนวนการเข้าชมสูงสุด 4 ประเทศในช่วงกุมภาพันธ์ 2566 ถึง ตุลาคม 2568



สร้างการรับรู้วัฒนธรรมในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องออกแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับธรรมชาติของเนื้อหาวัฒนธรรมนั้น ๆ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้งานทำให้เห็นบทบาทที่ซ้อนทับกันระหว่าง "ความสนใจในวัฒนธรรมบนสื่อดิจิทัล" และ "พฤติกรรมการเดินทางในโลกจริง" ตามผลการเปรียบเทียบระหว่างจำนวนผู้ใช้เว็บไซต์จากต่างประเทศกับจำนวนการเดินทางเข้าประเทศไทยจากประเทศต้นทาง¹¹ พบว่าสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และสิงคโปร์มีค่าสหสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงถึงสูงมาก ($r \approx 0.65-0.78$)¹² เมื่อวิเคราะห์เทียบกัน

¹¹ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) https://data.go.th/dataset/trend_inbound_tourists (ปี 2566) และแหล่งสถิติภาครัฐอื่น ๆ <https://www.mots.go.th/news/category/759> (ปี 2567) และ <https://www.mots.go.th/news/category/806> (ปี 2568)

¹² ค่าสหสัมพันธ์ Pearson's correlation coefficient (r) คือค่าสถิติที่ใช้วัดระดับและทิศทางของความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณที่มีการเปลี่ยนแปลงต่อเนื่อง

ในช่วงเวลาเดียวกัน (ภาพที่ 6-3) แสดงให้เห็นว่าความสนใจทางออนไลน์อาจทำหน้าที่เป็น "สัญญาณล่วงหน้า (Leading Indicator)" ของความสนใจในการเดินทางทางวัฒนธรรม ข้อมูลลักษณะนี้มีความหมายต่อการวางแผนนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การท่องเที่ยว และ Soft Power ของประเทศเป็นอย่างยิ่ง เพราะช่วยเปิดโอกาสให้ประเทศไทยสามารถออกแบบกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อสร้างการรับรู้ก่อนนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางจริง อีกประเด็นสำคัญคือการทำแผนที่วัฒนธรรมถูกใช้เพื่อประเมิน "ความสนใจในเชิงเนื้อหา" ที่สะท้อนความหลากหลายของผู้ใช้ในมิติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นนักวิจัย ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ศิลปิน นักการศึกษา หรือประชาชนทั่วไป การที่ข้อมูลการเข้าชมถูกจัดระบบในลักษณะสถิติภาพรวมและอัตราส่วนตามหมวดหมู่ทำให้สามารถวิเคราะห์แนวโน้มและพฤติกรรมกรรมการเข้าชมได้ในหลายระดับ ทั้งระดับประเทศ ระดับจังหวัด และแม้แต่ระดับแหล่งวัฒนธรรมแต่ละแห่ง ซึ่งช่วยให้การพัฒนาเนื้อหา การจัดนิทรรศการ การออกแบบกิจกรรมชุมชน และการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับความสนใจจริงของผู้ใช้มากขึ้น

6.4 Cultural Metaverse Thailand IIa: Web Stock

การพัฒนาแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยไม่ได้หยุดอยู่ที่การจัดเก็บข้อมูลลงบนฐานข้อมูลเชิงพื้นที่เท่านั้น หากยังขยายขอบเขตไปสู่การสร้าง "พื้นที่ประสบการณ์ดิจิทัล" ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้มีปฏิสัมพันธ์กับทุนวัฒนธรรมในมิติใหม่ที่กว้างกว่าเดิม ความก้าวหน้านี้ปรากฏเด่นชัดในปี พ.ศ. 2565 เมื่อมีการริเริ่มโครงการ Cultural Metaverse Thailand และ Web Stock ทั้งสองระบบทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างข้อมูลในแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทย กับโลกเสมือนจริง (Virtual Environment) เพื่อเพิ่มการเข้าถึง การเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของสาธารณะ โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและประชาชนที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอย่างดี

ภาพที่ 6-4

Cultural Metaverse Thailand ถูกสร้างภายใต้แนวคิด Virtual Thailand Cultural Expo



Cultural Metaverse Thailand¹³ ตั้งอยู่บนพื้นฐานจากความเข้าใจว่าการสื่อสารวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันไม่อาจจำกัดเพียงรูปแบบนิทรรศการหรือการนำเสนอเชิงตัวอักษร หากต้องอาศัยสื่อใหม่ที่สามารถสื่อความงาม ความหมาย และพลังของวัฒนธรรมผ่านประสบการณ์ที่เป็นองค์รวม (ภาพที่ 6-4) ซึ่งแสดงให้เห็นการตีความภูมิประเทศและภูมิภาคไทยผ่านสถาปัตยกรรมเสมือน เช่น North Pavilion ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโคมไฟย์เป็ง, Central Pavilion ที่อ้างอิงศิลปกรรมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม, Northeast Pavilion ที่ใช้ภาพแทนดินแดนกระแห่งของฤดูแล้ง

¹³ สามารถเข้าถึงได้ที่ https://culturalmetathailand.info/metaverse/CMT_Web

และ South Pavilion ที่ผสมผสานรูปทรงเรขาคณิตและของกลุ่มวัฒนธรรมปลายคำมขวน การออกแบบเชิงสัญลักษณ์เช่นนี้ทำให้โลกเสมือนกลายเป็นพื้นที่ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของภูมิภาคไทยอย่างมีความหมาย ไม่ใช่เพียงฉากจำลองทางเทคนิค แต่เป็นการแปลความวัฒนธรรมให้เข้าถึงง่ายในเชิงสุนทรียภาพและเชิงการเรียนรู้ การจำลองแต่ละภูมิภาคในรูปแบบสามมิติทำให้ผู้ใช้สามารถ "เดินทาง" ผ่านพื้นที่วัฒนธรรมได้โดยไม่ต้องจำกัดอยู่กับตำแหน่งทางภูมิศาสตร์จริง ไม่ว่าจะเป็นการสำรวจโบราณสถาน การรับชมศิลปะการแสดง หรือการเรียนรู้เกี่ยวกับงานช่างฝีมือ การทำให้วัฒนธรรมเคลื่อนไหวอยู่ในพื้นที่เสมือนเช่นนี้ทำให้ผู้ใช้เกิดปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอย่างเป็นธรรมชาติ และช่วยขยายประสบการณ์การเรียนรู้ให้ลุ่มลึกขึ้น โดยเฉพาะผู้ใช้ในวัยเรียนที่คุ้นเคยกับเกมและสื่อเชิงภาพ

ในมิติของสถาบันอุดมศึกษา Cultural Metaverse Thailand ยังเปิดพื้นที่ให้มหาวิทยาลัยแต่ละแห่งสร้าง "sub-verse" ของตนเอง ซึ่งนำเสนอทุนวัฒนธรรมเฉพาะพื้นที่ เช่น Hmong Ethnic ของวิทยาลัยนอร์ทเทิร์น, Creative Chiang Saen ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และ Thai Paper Mill ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ผลลัพธ์คือการทำงานวิจัยและการพัฒนาชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ถูกมองเห็นในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ศึกษาเพิ่มเติมผ่าน แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ได้โดยตรง เป็นการเชื่อมระหว่าง "ฐานข้อมูล" และ "ประสบการณ์" อย่างแนบเนียน ไม่เพียงเท่านั้น การเชื่อมแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยเข้ากับโลกเสมือนยังได้ขยายขอบเขตของการสื่อสารวัฒนธรรมในเชิงนโยบาย ตัวอย่างเช่น การนำ Metaverse ไปใช้ในงานวันเด็กแห่งชาติ การจัดแสดงในงาน อว. แพร่ และ นิทรรศการในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งล้วนทำให้ประชาชนสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศไทยผ่านเทคโนโลยี Immersive โดยไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานด้านประวัติศาสตร์หรือศิลปวัฒนธรรมมาก่อน การมีปฏิสัมพันธ์เช่นนี้ช่วยลดช่องว่างระหว่างคนรุ่นใหม่กับเนื้อหาทางวัฒนธรรม ทำให้วัฒนธรรมมีชีวิตชีวามากขึ้น และสร้างพื้นที่ใหม่ในการสงวน ฟื้นฟู และต่อยอดทุนวัฒนธรรมในสังคมไทย

การประเมินผู้ใช้ Virtual Reality (VR) ของ Cultural Metaverse Thailand ในช่วงปี พ.ศ. 2566-2567 สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเทคโนโลยีดังกล่าวตอบโจทย์การเรียนรู้ของผู้ใช้ยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี โดยมากกว่า 58.7% ของผู้ใช้ให้คะแนนว่าระบบมีความง่ายต่อการใช้งาน ขณะที่ 56.5% ให้คะแนนสูงสุดด้านคุณภาพภาพและเสียงซึ่งเป็นหัวใจของประสบการณ์เสมือนจริง ที่สำคัญคือ 63% ของผู้ใช้ระบุว่าพึงพอใจในระดับสูงสุด และไม่มีผู้ใช้ให้คะแนนต่ำสุดเลย แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ดิจิทัลสามารถสร้างคุณค่าเชิงการเรียนรู้ที่จับต้องได้จริง นอกจากนี้ ผลการประเมินยังชี้ว่าผู้ใช้ต้องการ "ประสบการณ์เชิงปฏิสัมพันธ์แบบเกม" มากกว่าแบบนิทรรศการนิ่ง ซึ่งสะท้อนลักษณะการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Experiential Learning) ของผู้ใช้งานรุ่นใหม่อย่างเด่นชัด เสียงสะท้อนดังกล่าวทำให้เห็นว่าพื้นที่เสมือนไม่ใช่เพียงทางเลือกใหม่ของการสื่อสารวัฒนธรรม หากเป็นการขยายมิติของการเรียนรู้ที่ผสมผสานทฤษฎีศาสตร์ เทคโนโลยี และเนื้อหาทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างลงตัว นอกจากนี้ แนวโน้มดังกล่าวยังสอดคล้องกับแบบจำลองการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 ที่ชี้ว่าผู้เรียนมีความสนใจสูงต่อเนื้อหาที่สามารถ "สำรวจ ทำซ้ำ ทดลอง และมีปฏิสัมพันธ์" มากกว่าเนื้อหาที่รับชมแบบทางเดียว

ขณะที่ Cultural Metaverse Thailand ทำหน้าที่เป็น "พื้นที่ประสบการณ์" นั้น Web Stock ทำหน้าที่เป็น "ช่องทางเข้าถึง" ที่ช่วยเชื่อมต่อข้อมูล แผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทย กับผู้ใช้จำนวนมากในรูปแบบที่เข้าใจง่าย Web Stock เปรียบเสมือน "หน้าร้านดิจิทัล (Digital Storefront)" ที่ดึงข้อมูลจากแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ทั้งภาพ คำอธิบาย วิดีโอ และ metadata มาจัดวางในรูปแบบ UX/UI ที่กระชับและเหมาะสมต่อผู้ใช้ทั่วไป เป็นช่องทางที่ช่วยขยายการรับรู้วัฒนธรรมไปยังกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายขึ้น แทนที่ผู้ใช้จะต้องเข้าสู่ฐานข้อมูลหลักที่มีลักษณะทางวิชาการมากกว่า บทบาทของ Web Stock สามารถมองได้ในสามมิติหลัก ได้แก่ 1) การเป็นช่องทางนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมใน Cultural Metaverse Thailand อย่างเป็นระบบ 2) การเป็นพื้นที่ให้มหาวิทยาลัยเผยแพร่ผลงานวัฒนธรรมของคนโดยไม่ต้องลงทุนเพิ่มเติมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ 3) การทำหน้าที่เป็น

สื่อกลางระหว่างผู้ที่สนใจสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม กับผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นโดยตรง เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมมองเห็นศักยภาพในการต่อยอดทุนวัฒนธรรมของตนเอง

เมื่อนำ Cultural Metaverse Thailand และ Web Stock มาพิจารณาร่วมกัน จะพบว่าสองระบบนี้ทำให้แผนที่วัฒนธรรมก้าวข้ามบทบาทของการเป็น "คลังข้อมูลนิ่ง" ไปสู่การเป็น "ระบบนิเวศดิจิทัลของวัฒนธรรม (Digital Cultural Ecosystem)" ที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้หลายมิติ ทั้งการอ่าน การสำรวจ การเดินชม และการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับวัฒนธรรมในพื้นที่เสมือน ซึ่งเปิดโอกาสให้ข้อมูลวัฒนธรรมทำงานเชิงสังคมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น ในเชิงยุทธศาสตร์ ความหมายของการพัฒนาดังกล่าวคือการวางรากฐานของ "Cultural Digital Infrastructure" ที่ช่วยเตรียมสังคมไทยให้พร้อมทั้งเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจดิจิทัลในอนาคต ทำให้ข้อมูลวัฒนธรรมไม่เพียงเป็นมรดก แต่เป็นทรัพยากรที่สามารถสร้างมูลค่า สร้างการเรียนรู้ และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ได้อย่างกว้างไกล การเปลี่ยนผ่านนี้สอดคล้องโดยตรงกับบทบาทของมหาวิทยาลัยในพันธกิจที่ 4 ซึ่งกำลังเคลื่อนจากการอนุรักษ์เชิงสัญลักษณ์ สู่การพัฒนาและเผยแพร่วัฒนธรรมด้วยเทคโนโลยีและฐานข้อมูลเชิงระบบ

6.5 Data Quality Control และความหมายเชิงลึกของคุณภาพข้อมูลวัฒนธรรม

ข้อมูลวัฒนธรรมมีสถานะพิเศษในระบบความรู้ของสังคมไทย ไม่ใช่เพียงเพราะข้อมูลเหล่านี้เป็นหลักฐานของประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต หรือภูมิปัญญา แต่เพราะมันเป็นองค์ประกอบสำคัญของตัวตนของชุมชนและความทรงจำร่วมของผู้คน ซึ่งทำให้ "ความถูกต้อง" และ "ความน่าเชื่อถือ" ของข้อมูลวัฒนธรรมมีความหมายมากกว่าเพียงมาตรฐานด้านเทคนิค หากยังเป็นเรื่องของศักดิ์ศรี ความภาคภูมิใจ และความไว้วางใจในระดับพื้นที่ การพัฒนาแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map

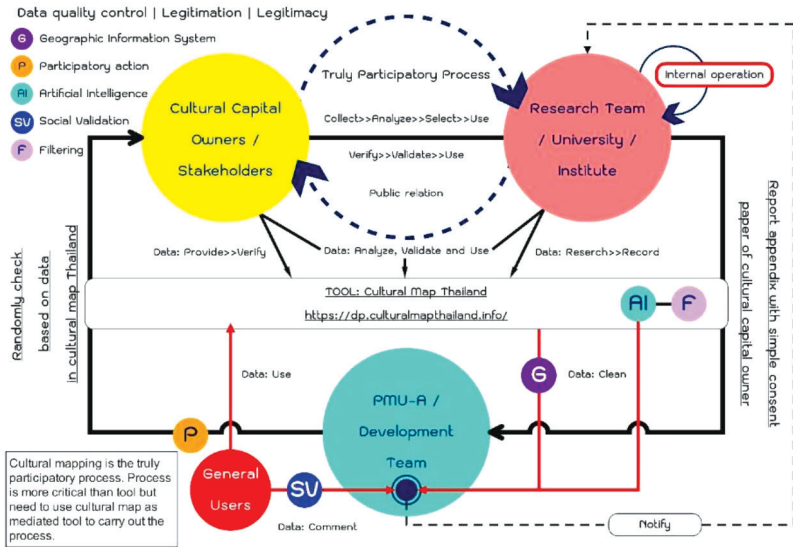
Thailand) จึงต้องยกระดับความสำคัญของ "กระบวนการควบคุมคุณภาพข้อมูล (Data Quality Control: DQC)" ให้เป็นกลไกเชิงระบบที่คุ้มครองคุณค่าของข้อมูล วัฒนธรรมอย่างครอบคลุมและลึกซึ้ง

ในช่วงเริ่มต้นของการรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมทั่วประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2560-2563 พบว่าข้อมูลมีความหลากหลายอย่างมากในด้านรูปแบบ ความครบถ้วน และความถูกต้อง นี่เป็นผลมาจากการที่ข้อมูลถูกจัดเก็บโดยหลายหน่วยงาน และใช้มาตรฐานที่ไม่สอดคล้องกัน บางรายการมีเพียง 1-2 ประโยคอธิบาย บางรายการไม่มีภาพประกอบ บางรายการมีพิกัดคลาดเคลื่อนจนไปปรากฏอยู่กลางทะเล หรืออยู่ไกลจากพื้นที่จริงหลายกิโลเมตร และบางรายการใช้ชื่อเรียกคลุมเครือ เช่น "สไป", "ต้นไม้", หรือ "แตร" ซึ่งยากต่อการตีความหรือใช้งานต่อในระดับเชิงพื้นที่ เมื่อรวมข้อมูลทั้งหมดเข้าด้วยกันจึงพบว่า ร้อยละ 20 ของข้อมูลมีข้อผิดพลาดบางลักษณะ และจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงก่อนเข้าสู่ระบบหลัก

ข้อเท็จจริงนี้สะท้อนความท้าทายสำคัญว่า "ข้อมูลวัฒนธรรมไม่เคยสมบูรณ์ตั้งแต่ต้นทาง" เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ต้องอาศัยการตีความ ความรู้ท้องถิ่น และบริบทแวดล้อม การคัดกรองข้อมูลวัฒนธรรมจึงไม่ใช่เพียงการแก้ไขความผิดพลาดเชิงเทคนิค แต่เป็นกระบวนการสร้างความหมายให้ข้อมูลสอดคล้องกับความจริงทางวัฒนธรรมของพื้นที่ และเคารพต่อความละเอียดอ่อนของชุมชนที่เป็นเจ้าของเนื้อหา ด้วยเหตุนี้ กระบวนการ Data Quality Control ของแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทย (ภาพที่ 6-5) จึงได้รับการออกแบบให้เป็น "ระบบหลายชั้น (Multi-layered System)" ที่ผสานเทคโนโลยีเข้ากับภูมิปัญญาของผู้เชี่ยวชาญและชุมชนท้องถิ่นอย่างสมดุล ประกอบด้วยกระบวนการสำคัญอย่างน้อยสามลำดับ ได้แก่ 1) การตรวจสอบแบบระบบอัตโนมัติ 2) การตรวจสอบเชิงพื้นที่ด้วยระบบสารสนเทศ (GIS) และ 3) การตรวจสอบเชิงเนื้อหาโดยชุมชน

ภาพที่ 6-5

กรอบแนวคิดการควบคุมคุณภาพของข้อมูลในระบบแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทย



ในขั้นแรก ระบบอัตโนมัติ เช่น PHP filtering และ Artificial Intelligence (AI) Image Analysis ถูกใช้เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล ตัวอย่างเช่น ระบบจะตรวจว่ามีภาพประกอบหรือไม่ คำอธิบายมีความยาวเพียงพอหรือไม่ พิกัดมีรูปแบบถูกต้องหรือไม่ และตรวจจับความผิดปกติในภาพ เช่น ภาพบุคคลที่อาจจะเมิดสิทธิหรือภาพที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา AI ยังช่วยตรวจหาข้อมูลที่ซ้ำซ้อนในระบบ ซึ่งปรากฏบ่อยในบริบทที่หลายโครงการจัดเก็บข้อมูลแหล่งเดียวกันโดยไม่ทราบว่ามีผู้จัดเก็บมาก่อน กระบวนการเหล่านี้ช่วยคัดกรองความผิดพลาดจำนวนมากก่อนที่จะข้อมูลจะเข้าสู่ระบบหลัก ทำให้ลดภาระของผู้ตรวจสอบในขั้นตอนนี้ได้อย่างมีนัยสำคัญ ในขั้นที่สอง เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ (GIS) ถูกนำมาใช้ตรวจสอบตำแหน่งของแหล่งวัฒนธรรมแต่ละรายการอย่างละเอียด GIS มีบทบาทสำคัญในการทำให้ข้อมูล

วัฒนธรรม "ยึดโยงกับพื้นที่จริง" ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบว่าพิคคอคคล้องกับขอบเขตการปกครอง ตรงกับหมู่บ้านหรือชุมชนที่ระบุไว้ หรือสอดคล้องกับหลักฐานเชิงประวัติศาสตร์หรือไม่ ตัวอย่างของข้อผิดพลาดที่ GIS ช่วยแก้ไข ได้แก่ วัตถุประสงค์ของข้อมูลแต่พิคคอคกลับอยู่ในที่ราบ หรือเรือนโบราณที่ควรอยู่ริมแม่น้ำแต่ถูกปักหมุดไว้กลางป่าเพราะตัวเลขพิคคอคสลับตำแหน่งด้วยการพิมพ์ผิดเพียงหลักเดียว ความแม่นยำเชิงพื้นที่จึงเป็นแกนสำคัญที่ทำให้ข้อมูลทุกชิ้นบนแผนที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้วิเคราะห์ต่อได้อย่างมั่นใจ

กระบวนการที่สำคัญที่สุดที่จะต้องดำเนินการทั้งก่อนบันทึกข้อมูลและหลังการบันทึกข้อมูลคือการตรวจสอบโดยชุมชน ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในงานด้านวัฒนธรรม เพราะแม้ข้อมูลจะผ่านระบบอัตโนมัติและการตรวจสอบเชิงเทคนิคแล้ว แต่ความหมายของวัฒนธรรมยังคงต้องพึ่งพาความเข้าใจและความรู้ของผู้คนในพื้นที่ ชุมชนคือผู้ที่รู้จักวัฒนธรรมของตนดีที่สุด รู้ว่าควรใช้คำเรียกใด รายละเอียดใดสำคัญ ภาพใดควรใช้ หรือเรื่องราวใดควรกล่าวถึง การให้ชุมชนตรวจสอบข้อมูลจึงเป็นการรับรองความถูกต้องเชิงสังคม (Social Validation) ซึ่งไม่อาจทดแทนได้ด้วยเทคโนโลยีใด ๆ และเป็นการสร้างความเป็นเจ้าของ (Ownership) ต่อข้อมูลที่ถูกบันทึกลงในระบบ เมื่อสามารถกระบวนกรทำงานร่วมกัน ข้อมูลวัฒนธรรมที่เข้าสู่แผนที่จึงมีคุณภาพสูงในทุกมิติ ทั้งด้านความครบถ้วน ด้านความถูกต้องเชิงพื้นที่ และด้านความสอดคล้องกับความจริงของพื้นที่ ผลลัพธ์ที่เห็นได้ชัดคือข้อมูลวัฒนธรรมในแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ที่ผ่านการคัดกรองเหลือ 5,204 รายการจากข้อมูลดิบทั้งหมดราว 6,403 รายการ (ณ วันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2568) ซึ่งสะท้อนถึงความเข้มแข็งของกระบวนการและความมุ่งมั่นในการรักษาคุณค่าของข้อมูลวัฒนธรรมในระดับประเทศ

ในเชิงลึกกระบวนการ DQC ยังมีความหมายเชิงสังคมและเชิงคุณค่าที่สำคัญ นั่นคือการสร้าง "ความไว้วางใจสาธารณะ (Public Trust)" ต่อระบบข้อมูลวัฒนธรรมทันทีที่ข้อมูลถูกบันทึกในระบบกลาง ผู้ใช้จากภาคส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะแก่นักวิจัย หน่วยงานรัฐ ชุมชน หรือผู้ประกอบการต้องสามารถเชื่อมั่นได้ว่าข้อมูลนั้นถูกต้อง ตรงกับ

ความเป็นจริง และไม่บิดเบือนความหมายของพื้นที่ การคงไว้ซึ่งความไว้วางใจนี้เป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการทำให้แผนที่วัฒนธรรมสามารถทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานของการพัฒนาเชิงพื้นที่ในระยะยาว ความหมายของการควบคุมคุณภาพจึงไม่ได้สิ้นสุดที่การตรวจสอบข้อมูลเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสร้าง "ระบบคุณค่าร่วม" ที่ให้ความเคารพต่อเนื่องหาวัฒนธรรม ความละเอียดอ่อนของชุมชน และความหลากหลายของอัตลักษณ์ไทย ทั้งหมดนี้ทำให้ข้อมูลวัฒนธรรมไม่ใช่เพียงข้อมูลดิจิทัล แต่เป็น "มรดกทางความรู้ (Heritage Data)" ที่ถูกดูแลด้วยความรอบคอบและความรับผิดชอบ

ในปัจจุบันเมื่อข้อมูลวัฒนธรรมถูกนำไปใช้ในงานวิจัย การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว การสร้างสื่อวัฒนธรรม การวางแผนนโยบาย หรือแม้แต่การนำเสนอผ่านโลกเสมือนจริง ผู้ใช้สามารถมั่นใจได้ว่าข้อมูลที่เห็นนั้นผ่านกระบวนการตรวจสอบที่รอบคอบ ข้อมูลที่ถูกต้องย่อมนำไปสู่การตีความที่ถูกต้อง นโยบายที่แม่นยำ และการพัฒนาพื้นที่ที่เหมาะสม ขณะที่ข้อมูลที่ผิดเพียงเล็กน้อยอาจนำไปสู่ความเข้าใจผิดที่ส่งผลกระทบต่อทั้งชุมชนและสังคมในวงกว้าง ดังนั้น DQC จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ระบบแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทยดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

6.6 การเชื่อมโยงระหว่างแผนที่วัฒนธรรมและพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทย

พันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยว่าด้วยการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมเป็นพันธกิจที่มีรากฐานลึกซึ้งและยาวนาน มหาวิทยาลัยไทย โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยประจำภูมิภาค ต่างมีบทบาทสำคัญในการรักษา ถ่ายทอด และพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ดำรงอยู่ต่อไปในกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคม แต่ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้พันธกิจนี้ไม่อาจดำเนินไปด้วยรูปแบบดั้งเดิมที่พึ่งพากิจกรรมเชิงพิธีกรรมหรือความทรงจำของบุคคลได้อีกต่อไป หากต้องปรับตัวสู่การเป็น "ระบบการจัดการทุนวัฒนธรรม" ที่มีความเป็นเหตุเป็นผล สอดคล้องกับหลักฐานเชิงข้อมูล และตั้งอยู่บนการมีส่วนร่วม

ของหลายภาคส่วน การเกิดขึ้นของแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map Thailand) จึงเป็นจุดเปลี่ยนเชิงโครงสร้างที่ช่วยเสริมพลังพันธกิจที่ 4 ให้มีความหมายลึกซึ้งและมีผลลัพธ์เชิงระบบมากกว่าที่เคยเป็นมา

แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยทำหน้าที่มากกว่าฐานข้อมูลวัฒนธรรม หากเป็น "ระบบนิเวศทางวัฒนธรรม (Cultural Ecosystem)" ที่มีมหาวิทยาลัยสามารถใช้ในการเรียนรู้ การวางแผน การวิจัย และการทำงานกับชุมชนได้อย่างเป็นระบบ ในระดับพื้นฐานที่สุด แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถ "มองเห็น" ภาพรวมของทุนวัฒนธรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบของคนได้อย่างชัดเจน ผ่านการรวบรวมข้อมูลที่มีพิถีพิถัน คำนึงถึงที่เป็นระบบ และการจัดหมวดหมู่ตามมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ การมองเห็นเช่นนี้ทำให้การทำงานบูรณาการและวัฒนธรรมหลุดพ้นจากการเป็นงานที่ยึดติดกับประสบการณ์ส่วนบุคคล หรือการรับรู้ที่จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้นำชุมชน ไปสู่การเป็นงานที่อยู่บน "ฐานของข้อมูล" ซึ่งสามารถวางแผน ติดตาม และประเมินผลได้อย่างเป็นวิทยาศาสตร์มากขึ้น

แต่ความสำคัญของแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ไม่ได้จำกัดอยู่ที่ตัวฐานข้อมูลเท่านั้น หากอยู่ที่ "กระบวนการจัดทำข้อมูล" หรือ Cultural Mapping ซึ่งเป็นหัวใจของพันธกิจที่ 4 ในยุคใหม่ การจัดทำข้อมูลวัฒนธรรมไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมเก็บข้อมูลในเชิงเทคนิค แต่เป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน กระบวนการที่ต้องอาศัยการพูดคุย การฟัง การตั้งคำถาม การสำรวจ และการยืนยันข้อมูลร่วมกัน กระบวนการเช่นนี้เปิดพื้นที่ให้ชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรม ได้บอกเล่าความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ขณะที่มหาวิทยาลัยทำหน้าที่เป็นผู้จัดระบบและแปลความให้ปรากฏในฐานข้อมูลระดับชาติในรูปแบบที่เชื่อมโยงกับหมวดวัฒนธรรมอื่น ๆ กระบวนการ Mapping จึงเป็นมากกว่าการบันทึกข้อมูล แต่เป็นการสร้าง "พื้นที่สนทนาทางวัฒนธรรม (Cultural Dialogue)" ที่ช่วยให้มหาวิทยาลัยเข้าใจชุมชน และชุมชนเข้าใจบทบาทของมหาวิทยาลัยมากขึ้นกว่าเดิม

ในมิติสังคมกระบวนการ Mapping มีพลังในการสร้าง "ความเชื่อใจ (Trust Building)" อย่างยิ่ง เพราะวัฒนธรรมเป็นเรื่องละเอียดอ่อนเกี่ยวข้องกับศักดิ์ศรี ความทรงจำ และอัตลักษณ์ของพื้นที่ การที่มหาวิทยาลัยเข้ามาทำงานด้านนี้ หากขาดความเข้าใจหรือกระบวนการที่เคารพชุมชน อาจทำให้เกิดความระแวงและปิดกั้นความร่วมมือได้ง่าย แต่การทำงานบนหลัก Engage—Enrich—Enhance ทำให้ชุมชนรู้สึกว่าจะเสี่ยงของพวกเขามีความหมาย ได้รับการยอมรับ และถูกสะท้อนอยู่ในระบบข้อมูลระดับชาติ กระบวนการนี้จึงสร้างความไว้วางใจที่ไม่อาจเกิดขึ้นผ่านกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียว และเป็นความไว้วางใจที่ต่อยอดไปสู่การร่วมมือในด้านอื่น ๆ ของการพัฒนาพื้นที่ในอนาคต

เมื่อชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการ Mapping ผลที่ตามมาอย่างเด่นชัดคือการเกิดขึ้นของ "ความเป็นเจ้าของร่วม (Co-ownership)" ต่อข้อมูลวัฒนธรรมที่ถูกจัดเก็บในแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ข้อมูลไม่ได้เป็นของผู้วิจัยเพียงฝ่ายเดียว หากเป็นของชุมชนที่ช่วยกันสร้าง ตรวจสอบ และยืนยันความถูกต้อง การมีชื่อของชุมชนหรือผู้ให้ข้อมูลอยู่ในระบบยังทำให้ชุมชนรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของฐานข้อมูลระดับชาติ เป็นเจ้าของเนื้อหาที่นำเสนอ และมีสิทธิในความหมายของวัฒนธรรมที่เป็นของพวกเขา ความเป็นเจ้าของร่วมนี้เป็นพลังที่ทำให้การอนุรักษ์วัฒนธรรมเกิดขึ้นอย่างยั่งยืน เพราะชุมชนจะดูแลข้อมูล ดูแลแหล่งวัฒนธรรม และให้ความร่วมมือต่อการปรับปรุงและพัฒนาอยู่เสมอ

ในอีกด้านหนึ่งแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ยังทำหน้าที่เป็น "ช่องทางสื่อสารสาธารณะ" ที่ช่วยให้ทุนวัฒนธรรมของพื้นที่ต่าง ๆ ถูกมองเห็นในวงกว้าง ด้วยจำนวนผู้เข้าชมหลายล้านครั้ง และด้วยการเชื่อมโยงไปสู่แพลตฟอร์มอื่น เช่น Web Stock และ Cultural Metaverse Thailand ทำให้ข้อมูลวัฒนธรรมซึ่งครั้งหนึ่งเคยจำกัดอยู่ในรายงานวิชาการ ถูกถ่ายทอดในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย ดึงดูด และมีปฏิสัมพันธ์ ทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นไม่เพียงถูกเก็บรักษา แต่ยังถูก "เล่าใหม่" ในรูปแบบที่สื่อสารกับ

สังคมปัจจุบันได้อย่างมีพลัง การสื่อสารเช่นนี้ยังมีคุณค่าทางกลยุทธ์ต่อมหาวิทยาลัย เพราะช่วยสะท้อนบทบาทในพันธกิจที่ 4 ได้อย่างชัดเจนและโปร่งใสต่อสาธารณะ

ผลกระทบที่น่าสนใจอย่างยิ่งคือบทบาทของแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ในการสร้าง "ความตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม (Cultural Awareness)" และ "สำนึกรักท้องถิ่น (Local Consciousness)" โดยเฉพาะในหมู่เยาวชน เมื่อเด็กและวัยรุ่นสามารถค้นพบว่าหมู่บ้านของตนมีแหล่งวัฒนธรรมอะไรบ้าง เห็นภาพถ่าย อ่านเรื่องราวที่ผูกพันกับชีวิตของผู้คน หรือแม้แต่เห็นชื่อของบุคคลในชุมชนที่ตนรู้จักถูกบันทึกอยู่ในฐานข้อมูลระดับประเทศ สิ่งเหล่านี้สร้างความภูมิใจและทำให้พวกเขาตระหนักว่าวัฒนธรรมไม่ใช่เรื่องไกลตัว การนำแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ไปใช้ประกอบการเรียนการสอนในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยยังเปิดมิติใหม่ให้เยาวชนได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านข้อมูลจริง ผ่านแผนที่ ผ่าน Virtual Reality (VR) และผ่านกิจกรรมการสำรวจพื้นที่ ทำให้การเรียนรู้วัฒนธรรมกลายเป็นเรื่องสนุก น่าสนใจ และเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันมากกว่าที่เคยเป็นมา

หากมองทั้งระบบร่วมกัน จะเห็นได้ว่าแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ทำหน้าที่พร้อมกันหลายระดับ เป็นทั้งโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูล กระบวนการสร้างความรู้ร่วม เครื่องมือสื่อสารวัฒนธรรม และกลไกทางสังคมที่สร้างความไว้วางใจและความเป็นเจ้าของร่วมของชุมชน ทั้งหมดนี้ช่วยทำให้พันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัย ขยับจากกิจกรรมเชิงพิธีกรรม ไปสู่การเป็น "ภารกิจเชิงระบบ" ที่มีข้อมูลรองรับ มีการมีส่วนร่วมของชุมชน และมีความสามารถในการสร้างผลลัพธ์เชิงสังคมอย่างแท้จริง ในแง่นี้ แผนที่วัฒนธรรมไม่ใช่เพียงเครื่องมือเสริม แต่เป็นโครงสร้างสำคัญที่ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.7 ข้อเสนอเชิงระบบเพื่ออนาคต

เมื่อพิจารณาพัฒนาการของแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map Thailand) ร่วมกับบทบาทใหม่ของมหาวิทยาลัยในพันธกิจที่ 4 จะเห็นได้ชัดเจนนว่าอนาคตของงานทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมไม่อาจกลับไปสู่รูปแบบดั้งเดิมที่พึ่งพากิจกรรมประจำปีหรือการจัดงานเชิงพิธีกรรมเพียงอย่างเดียว หากต้องอาศัยระบบข้อมูลที่เข้มแข็ง กระบวนการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน และความสามารถของมหาวิทยาลัยในการประสานความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วนให้กลายเป็น "ระบบนิเวศวัฒนธรรม" ที่ทำงานอย่างต่อเนื่องและมีความยืดหยุ่นต่อบริบทใหม่ของสังคมไทย ข้อเสนอเชิงระบบต่อไปนี้จะมุ่งสู่การเสริมพลังให้พันธกิจที่ 4 กลายเป็นภารกิจที่มีบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศในระยะยาว โดยอาศัยฐานข้อมูลวัฒนธรรมเป็นแกนกลาง และใช้ความร่วมมือเป็นพลังขับเคลื่อนหลัก

1. เสริมสร้างโครงสร้างพื้นฐานข้อมูลวัฒนธรรมให้เข้มแข็งและต่อเนื่อง

รากฐานของระบบแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย สะท้อนว่าข้อมูลวัฒนธรรมของประเทศไทยมีความซับซ้อน แตกต่างตามพื้นที่ และต้องได้รับการดูแลอย่างสม่ำเสมอ ข้อเสนอสำคัญประการแรกคือการจัดตั้ง "หน่วยข้อมูลวัฒนธรรม" ภายในมหาวิทยาลัยทุกแห่งซึ่งทำหน้าที่รวบรวม ตรวจสอบ และอัปเดตข้อมูลในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง หน่วยนี้ควรทำงานร่วมกันในระดับเครือข่ายมหาวิทยาลัย เพื่อให้การจัดเก็บและปรับปรุงข้อมูลมีมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ นอกจากนี้ จำเป็นต้องวางระบบ Cultural Data Governance ที่กำหนดหลักการด้านคุณภาพ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และสิทธิของชุมชนในข้อมูล การมีระบบกำกับเช่นนี้จะทำให้ข้อมูลวัฒนธรรมเป็น "สมบัติร่วมของชาติโดยมีเจ้าของร่วม" ซึ่งสามารถใช้เพื่อการวิจัย การออกแบบนโยบาย และการพัฒนาพื้นที่ได้อย่างถูกต้องและเคารพบริบทของชุมชน

2. ทำให้กระบวนการ Cultural Mapping เป็นภารกิจถาวรของมหาวิทยาลัย

กระบวนการ Mapping คือหัวใจของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน และเป็นขั้นตอนสำคัญที่สุดของการสร้างความเชื่อใจ (Trust Building) และ ความเป็นเจ้าของร่วมในข้อมูลที่จัดเก็บ (Co-ownership) ระหว่างทั้งสองฝ่าย ดังนั้น กระบวนการนี้ควรถูกยกระดับให้เป็นภารกิจถาวรของมหาวิทยาลัย ไม่ใช่กิจกรรมเฉพาะโครงการ ควรพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้อาสาสมัครด้านวัฒนธรรม ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลายสาขาวิชา ไม่ว่าจะเป็นมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ การจัดการวัฒนธรรม ศิลปกรรม หรือแม้แต่เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจวัฒนธรรมผ่านประสบการณ์ตรงและเกิดทักษะในการทำงานกับชุมชน การมีส่วนร่วมของนักศึกษายังช่วยขยายกำลังคนในการสำรวจข้อมูลและทำให้พื้นที่มากมายได้รับการบันทึกอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งบูรณาการ Mapping เข้ากับการเรียนการสอน จะสร้างวงจรการเรียนรู้ที่ยั่งยืน โดยให้นักศึกษารายใหม่มีโอกาสเข้าสำรวจข้อมูลชุมชนให้ข้อมูลและตรวจสอบ มหาวิทยาลัยปรับปรุงและเผยแพร่ข้อมูล จุดหมุนนี้ทำให้ระบบแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยเติบโตและมีชีวิตในระยะยาว

3. ส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัยในฐานะผู้ประสานระบบนิเวศวัฒนธรรม

ในยุคปัจจุบัน การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมเป็นภารกิจที่เกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน ตั้งแต่ชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น โรงเรียน หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว ไปจนถึงผู้ประกอบการในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บทบาทของมหาวิทยาลัยจึงไม่ควรจำกัดอยู่เฉพาะกิจกรรมของตนเอง แต่ต้องเป็น "ผู้ประสานกลาง" ที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ เทคโนโลยี และเครือข่ายผู้คนเข้าด้วยกัน มหาวิทยาลัยควรใช้แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย เป็นพื้นที่กลางที่เชื่อมทุกภาคส่วนให้เห็นข้อมูลเดียวกัน ทำให้การออกแบบเทศกาลวัฒนธรรม เส้นทางท่องเที่ยว หรือโครงการฟื้นฟูชุมชนเกิดขึ้นอย่างมีเหตุผลและมีหลักฐานรองรับ การทำงานร่วมกันเช่นนี้ทำให้เกิดความเข้าใจร่วม (Shared Understanding) ลดความซ้ำซ้อนของงาน และเพิ่มโอกาสในการออกแบบโครงการที่มีผลกระทบสูงในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค การเป็นผู้ประสานระบบนิเวศวัฒนธรรมยังหมายถึงการเปิดพื้นที่สาธารณะให้ผู้คน

สามารถอภิปราย ออกแบบ และทดลองแนวทางใหม่ ๆ ของการทำนุบำรุงวัฒนธรรม
ได้ โดยมี แผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทย เป็น "เวทีกลาง" ของข้อมูลและความรู้
ที่ใช้ร่วมกัน

4. พัฒนาระบบสื่อสารสาธารณะเพื่อเสริมพลังการเรียนรู้และสร้างภาพลักษณ์ วัฒนธรรมไทย

ในยุคดิจิทัล การสื่อสารวัฒนธรรมไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่ในรูปแบบนิทรรศการ
หรือเอกสาร หากสามารถนำเสนอผ่านสื่อใหม่ที่เข้าถึงได้ง่าย มีปฏิสัมพันธ์ และสร้าง
ประสบการณ์ได้ แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย จึงควรทำงานร่วมกับแพลตฟอร์ม
หลากหลาย เช่น Web Stock, Virtual Museum และ Cultural Metaverse เพื่อทำให้
วัฒนธรรมไทยมีชีวิตชีวาและเป็นส่วนหนึ่งของการรับรู้ในชีวิตประจำวันของผู้คน
มหาวิทยาลัยควรมีบทบาทในการสร้าง "เรื่องเล่าเชิงพื้นที่ (Place-based Storytelling)"
เพื่อสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรมในรูปแบบที่สาธารณะเข้าใจง่าย คึงคูด และสร้าง
แรงบันดาลใจ การนำเสนอวัฒนธรรมด้วยเรื่องเล่าที่มีภาพ เสียง แอนิเมชัน หรือการ
เดินสำรวจโลกเสมือน สามารถทำให้เยาวชนดูแลวัฒนธรรมของตนเองด้วยความ
ภาคภูมิใจ เพราะเขาเริ่มเห็นว่าวัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งล้าสมัย หากเป็นทุนทางอัตลักษณ์
ที่มีคุณค่าในโลกสมัยใหม่

5. เสริมสร้างสำนักท้องถิ่นและพื้นที่เรียนรู้ใหม่สำหรับเยาวชน

หนึ่งในผลลัพธ์ที่ทรงพลังของแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย คือความสามารถ
ในการทำให้เยาวชน "เห็นตัวตนของตนเอง" ผ่านข้อมูลวัฒนธรรมในพื้นที่ เมื่อเยาวชน
พบว่าหมู่บ้านตำบลของตนมีแหล่งวัฒนธรรมที่สำคัญ มีภูมิปัญญาที่น่าภาคภูมิใจ หรือ
มีบุคคลในชุมชนที่มีส่วนช่วยรักษาวัฒนธรรม พวกเขาจะเกิดความรู้สึกผูกพันและ
ความรับผิดชอบต่อการสืบต่อวัฒนธรรมโดยธรรมชาติ มหาวิทยาลัยควรนำแผนที่
วัฒนธรรมประเทศไทยเข้าไปใช้ในโรงเรียน ผ่านกิจกรรมสำรวจพื้นที่ กิจกรรม
เรียนรู้เชิงพื้นที่ (Place-based Education) และการบูรณาการข้อมูลจริงเข้าสู่
บทเรียนทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วรรณกรรม และเทคโนโลยี การเรียนรู้เช่นนี้

ทำให้เยาวชนไม่ได้เพียงรับฟังเรื่องราวจากหนังสือ แต่ได้ "เห็น" "เข้าใจ" และ "เชื่อมโยง" วัฒนธรรมกับชีวิตประจำวันของตนเอง นี่คือการสร้างพลเมืองวัฒนธรรมรุ่นใหม่ ที่มีความตระหนักรู้ มีความภูมิใจในท้องถิ่น และสามารถนำทุนวัฒนธรรมไปต่อยอดในการสร้างสรรค์งานใหม่ๆ ของตนเองในอนาคต

6. เชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานข้อมูล

เมื่อข้อมูลวัฒนธรรมมีความถูกต้องและเป็นระบบ แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยสามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนานโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศ มหาวิทยาลัยสามารถใช้ข้อมูลจาก แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือกิจกรรมวัฒนธรรมที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยยังช่วยให้ผู้ประกอบการและชุมชนเห็นโอกาสใหม่ๆ จากข้อมูลที่คนเคยละเลย เช่น งานช่างฝีมือที่กำลังจะสูญหาย ศิลปะการแสดงที่มีเอกลักษณ์ หรือสุคราอาหารพื้นบ้านที่สามารถพัฒนาสู่ธุรกิจท้องถิ่น การเชื่อมโยงข้อมูลกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงไม่เพียงสร้างรายได้ แต่ยังสร้างคุณค่าและความภาคภูมิใจทางวัฒนธรรมไปพร้อมกัน

7. ยกกระดับพันธกิจที่ 4 ให้เป็นภารกิจเชิงนโยบายระดับชาติ

ในระยะยาวจำเป็นต้องผลักดันให้พันธกิจที่ 4 กลายเป็นหนึ่งในภารกิจที่มีสถานะเชิงนโยบายระดับประเทศ โดยใช้แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย เป็นโครงสร้างข้อมูลหลัก การมีฐานข้อมูลคุณภาพสูงที่ครอบคลุมทั่วประเทศทำให้การกำหนดคนนโยบายวัฒนธรรมของไทยมีหลักฐานรองรับมากขึ้น และสามารถเชื่อมโยงงานด้านการศึกษา การพัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และความมั่นคงทางวัฒนธรรมเข้าไว้ด้วยกัน มหาวิทยาลัยควรมีบทบาทเป็นผู้นำในการเสนอนโยบาย แสดงตัวอย่างของการบริหารจัดการข้อมูลวัฒนธรรม และเป็นผู้ประสานระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำให้ข้อมูลวัฒนธรรมกลายเป็นทรัพยากรเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศอย่างแท้จริง

ข้อเสนอทั้งหมดนี้สะท้อนว่าการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมในศตวรรษใหม่ จำเป็นต้องอาศัย ข้อมูลที่มีคุณภาพ กระบวนการที่มีส่วนร่วม และความสัมพันธ์ที่คั่งอยู่บนความไว้วางใจ แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่หล่อเลี้ยงสามองค์ประกอบนี้เข้าด้วยกัน ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถทำงานด้านวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ กว้างขวาง และลึกซึ้งยิ่งขึ้นในอนาคต หากมหาวิทยาลัยสามารถใช้แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย เป็นแกนกลางในการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ได้อย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยจะได้ประโยชน์หลายด้านพร้อมกัน ทั้งการอนุรักษ์ วัฒนธรรม การเสริมสร้างอัตลักษณ์ การพัฒนาเศรษฐกิจ และการสร้างพลเมืองรุ่นใหม่ที่มีความภาคภูมิใจและเข้าใจรากเหง้าของตนเอง นี่คือนิยามของการทำนุบำรุงวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลที่มีความหมายต่ออนาคตของชาติอย่างแท้จริง

6.8 บทสรุป

เมื่อพิจารณาพัฒนาการของแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map Thailand) ร่วมกับบทบาทของมหาวิทยาลัยไทยในพันธกิจที่ 4 จะเห็นว่าการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมกำลังเคลื่อนตัวจากภารกิจเชิงพิธีกรรมไปสู่ภารกิจเชิงระบบที่มีความลึกซึ้งกว่าที่เคยเป็นมา วัฒนธรรมไม่ใช่เพียงสิ่งที่ต้องอนุรักษ์ หากเป็นองค์ความรู้ที่ต้องถูกเข้าใจใหม่ เป็นฐานทรัพยากรที่ใช้พัฒนาเศรษฐกิจและสังคม และเป็นเครื่องมือสร้างความตระหนักรู้ อัตลักษณ์ และความภาคภูมิใจแก่คนในพื้นที่ การเปลี่ยนผ่านนี้จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่มีคุณภาพ กระบวนการที่มีส่วนร่วม และความสัมพันธ์ที่คั่งอยู่บนความไว้วางใจ ซึ่งทั้งหมดนี้ปรากฏชัดผ่านบทบาทของแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย แผนที่วัฒนธรรมได้กลายเป็น "โครงสร้างพื้นฐานข้อมูลวัฒนธรรมแห่งชาติ" ที่ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถมองเห็นภาพรวมของทุนวัฒนธรรมในระดับพื้นที่ได้อย่างชัดเจน ข้อมูลที่เคยกระจัดกระจายถูกจัดระบบใหม่ให้อยู่ในรูปแบบที่ตรวจสอบได้ เชื่อมโยงได้ และนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ทำให้การทำนุบำรุงวัฒนธรรมดำเนินไปบนฐานของเหตุผลและหลักฐาน มากกว่าความตึกทักหรือ

ประสบการณ์เฉพาะกลุ่ม ข้อมูลที่ถูกต้องทำให้การวางแผน พื้นที่ และต่อยอดทุน
วัฒนธรรมสามารถเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ทำให้แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ทรงพลังมากที่สุดไม่ใช่
ตัวข้อมูลเพียงอย่างเดียว หากเป็น "กระบวนการจัดทำข้อมูล" ที่เปิดพื้นที่ให้ชุมชน
มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง กระบวนการ Mapping ทำให้มหาวิทยาลัยและชุมชนได้
พบกันในฐานะ "ผู้ร่วมสร้าง (Co-creators)" มากกว่าจะเป็นผู้ให้และผู้รับ ความเข้าใจ
ร่วมที่เกิดขึ้นจากการสำรวจพื้นที่ การบอกเล่าเรื่องราว และการยืนยันข้อมูล ทำให้
เกิดความไว้วางใจซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของงานวัฒนธรรม ความไว้วางใจนี้เองที่
ต่อยอดไปสู่การสร้าง "ความเป็นเจ้าของร่วม (Co-ownership)" ต่อข้อมูลวัฒนธรรม
ที่ถูกบันทึกลงในระบบระดับชาติ เมื่อชุมชนรู้สึกว่ามีข้อมูลสะท้อนความหมายของเขา
อย่างแท้จริง พวกเขาย่อมมีแรงจูงใจในการร่วมอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมต่อไป

แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย ยังมีบทบาทสำคัญในฐานะช่องทางสื่อสาร
วัฒนธรรมเข้าสู่สาธารณะ ข้อมูลที่ถูกนำเสนอผ่านเว็บไซต์ แดชบอร์ด วิดีโอ และ
พื้นที่เสมือน ทำให้ทุนวัฒนธรรมของไทยกลายเป็นเรื่องใกล้ตัวสำหรับผู้ใช้ทุกช่วงวัย
โดยเฉพาะเยาวชนที่สามารถค้นพบว่าวัฒนธรรมของพื้นที่ตนเองมีคุณค่าและได้รับ
การยอมรับในระดับประเทศ การ "เห็น" ตัวตนบนแผนที่วัฒนธรรมเช่นนี้ ไม่เพียง
สร้างแรงบันดาลใจ แต่ยังปลุกฝังสำนึกรักถิ่นฐานและความภาคภูมิใจในรากเหง้า
ของตน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของสังคมที่มีความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม

ในเชิงยุทธศาสตร์ แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยช่วยให้มหาวิทยาลัยทำหน้าที่
เป็น "ผู้ประสานระบบนิเวศวัฒนธรรม" ได้อย่างสมบูรณ์แบบ การมีฐานข้อมูลกลาง
ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถทำงานร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงาน
ด้านการท่องเที่ยว โรงเรียน ภาคธุรกิจ และชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทุกฝ่าย
มองเห็นข้อมูลเดียวกัน พูดยุบนข้อเท็จจริงเดียวกัน และออกแบบแนวทางพัฒนา
วัฒนธรรมร่วมกันอย่างมีเหตุผล นี่คือรูปแบบความร่วมมือที่ทำให้พันธกิจที่ 4
มีขอบเขตกว้างขึ้น เชื่อมโยงกับภาคส่วนต่าง ๆ มากขึ้น และเกิดผลลัพธ์เชิงสังคม-

เศรษฐกิจที่จับต้องได้มากขึ้น ท้ายที่สุด เมื่อย้อนกลับไปคำถามสำคัญว่า How can Cultural Map Thailand strengthen the University Mission 4? คำตอบชัดเจนว่า ระบบแผนที่วัฒนธรรมช่วยเสริมพลังพันธกิจที่ 4 ทั้งในฐานะ "เครื่องมือ" และ "กระบวนการ"

1. **ในฐานะ เครื่องมือ** แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยทำให้การทำงานบำรุงวัฒนธรรมเป็นระบบ สอดคล้องกับข้อมูล และเปิดเผยต่อสาธารณะ

2. **ในฐานะ กระบวนการ** แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยทำให้มหาวิทยาลัยและชุมชนเรียนรู้ร่วมกัน สร้างความไว้วางใจ และแบ่งปันความเป็นเจ้าของต่อมรดกทางวัฒนธรรม

3. **ในฐานะ พื้นที่สาธารณะ** แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยทำให้วัฒนธรรมถูกมองเห็น เปิดโอกาสให้สังคมเรียนรู้ และกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่ภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิด

4. **ในฐานะ กลไกเชิงระบบ** แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยทำให้พันธกิจที่ 4 เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การศึกษา การพัฒนาเมือง และนโยบายระดับประเทศได้อย่างแนบเนียน

การทำงานบำรุงศิลปและวัฒนธรรมจึงไม่ใช่งานประจำปี หากเป็นระบบการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่องที่ต้องอาศัยข้อมูล ความรู้ ความไว้วางใจ และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทยทำหน้าที่เป็นสะพานที่เชื่อมองค์ประกอบทั้งหมดเข้าด้วยกัน และทำให้พันธกิจที่ 4 ก้าวสู่การเป็นภารกิจยุทธศาสตร์ที่จะช่วยสร้างความยั่งยืนทางวัฒนธรรมให้กับประเทศในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ความยั่งยืนที่แท้จริงของระบบนิเวศทางวัฒนธรรมนี้ ไม่อาจจำกัดอยู่เพียงภารกิจของมหาวิทยาลัยเท่านั้น ก้าวต่อไปที่สำคัญที่สุดคือ "การส่งต่องานเชิงยุทธศาสตร์" จากมหาวิทยาลัย ผู้ริเริ่ม ไปสู่หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบหลักระดับประเทศ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเปลี่ยน "ข้อมูลและองค์ความรู้" ให้กลายเป็น "มูลค่าและพลังทางสังคม" ในระดับสากล มหาวิทยาลัยได้ทำหน้าที่วางรากฐานโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล (Digital Infrastructure) และกระบวนการตรวจสอบคุณภาพข้อมูล (Data Quality Control) จนได้มาตรฐานแล้ว ภารกิจถัดไปคือการผลักดันให้ผลงานวิจัยและ

นวัตกรรมเหล่านี้ ถูกบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของ "นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ" โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) ควรรวบรวมข้อมูลแผนที่วัฒนธรรมไปใช้เป็นเครื่องมือหลักในการวางแผน Soft Power ของชาติ การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงลึก และการบริหารจัดการมรดกวัฒนธรรม เพื่อลดความซ้ำซ้อนของการลงทุนและทำให้ทิศทางการพัฒนาเป็นไปในระนาบเดียวกันทั่วประเทศ

ในขณะเดียวกัน สำหรับ ภาคเอกชนและภาคธุรกิจ ข้อมูลจากแผนที่วัฒนธรรมที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องแล้ว จะเปรียบเสมือน "ขุมทรัพย์วัตถุดิบ" (Raw Material) ที่ภาคธุรกิจสามารถนำไปต่อยอดสร้างสรรค์เป็นสินค้า บริการ และคอนเทนต์ (Content) ที่มีเรื่องราว (Storytelling) อันเป็นเอกลักษณ์ ไม่ว่าจะอยู่ในอุตสาหกรรม เกม แพนชั่น ภาพยนตร์ หรือ Metaverse ซึ่งจะช่วยยกระดับสินค้าวัฒนธรรมไทยให้ก้าวพ้นจากการเป็นเพียงของที่ระลึก สู่อุตสาหกรรมสินค้าระดับพรีเมียมที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์รองรับในตลาดโลก ดังนั้น เป้าหมายสูงสุดของพันธกิจที่ 4 ในยุคต่อไป จึงไม่ใช่เพียงการที่มหาวิทยาลัยรักษาวัฒนธรรมไว้ได้ แต่คือการที่มหาวิทยาลัยสามารถส่งมอบ "พิมพ์เขียวทางวัฒนธรรม" นี้ ให้กลายเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของประเทศไทยในเวทีโลกได้อย่างเต็มภาคภูมิ การบูรณาการข้ามหน่วยงานเช่นนี้ จะเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมของไทย สร้างผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact) ที่เป็นรูปธรรม นำไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนของประเทศสืบไป

บทที่ 7

การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ และสังคม จากการลงทุน โครงการวิจัยทางวัฒนธรรม

การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมของการลงทุนวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ด้านการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะการเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมกับแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน การดำเนินงานภายใต้ชุดโครงการจัดการทุนทางวัฒนธรรม มีระบบสนับสนุนด้านการวัดและประเมินผลที่สามารถสะท้อน "คุณค่า" ของกิจกรรมทางวัฒนธรรมทั้งในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อยกระดับบทบาทของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมทุนวัฒนธรรมให้เป็นกลไกพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างเป็นระบบ

ทีมประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคม (Cultural Impact: CI) ทำหน้าที่สนับสนุนเชิงระบบของชุดโครงการ โดยออกแบบกรอบการประเมินและพัฒนาเครื่องมือเพื่อใช้วัดผลลัพธ์ ของโครงการวิจัยภายใต้ชุดโครงการฯ โดยมุ่งสื่อสารคุณค่าของการลงทุนวิจัยทุนทางวัฒนธรรมผ่านกระบวนการวิเคราะห์ผลลัพธ์ตามหลักการของ SROI ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ทั้งชุมชน ผู้ประกอบการ และระบบนิเวศทางวัฒนธรรม เพื่อระบุและประเมินการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าทรัพยากรที่ลงทุนวิจัยไปสามารถก่อให้เกิดความคุ้มค่า ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมจากการดำเนินโครงการวิจัย

การวัดและประเมินผลอัตรารอบทฤษฎีหลัก 3 ประการ ได้แก่ (1) **ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory)** เพื่อให้เข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ (2) **ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)** เพื่อระบุการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญต่อผู้เกี่ยวข้องแต่ละกลุ่ม และ (3) **ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change)** เพื่ออธิบายเส้นทางของผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมของโครงการ ทั้งสามทฤษฎีนี้สอดคล้องกับกรอบการประเมินของ OECD ที่ให้ความสำคัญกับความสอดคล้อง (Relevance) ประสิทธิภาพ (Efficiency) ประสิทธิผล (Effectiveness) ผลกระทบ (Impact) และความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลสำหรับการประเมินโครงการด้านการพัฒนา

ในบทบาทของทีมสนับสนุน ได้มีการออกแบบและพัฒนาเครื่องมือประเมิน รวมถึงหลักสูตรฝึกอบรมที่จำเป็นต่อการทำงานของโครงการวิจัยภายใต้ชุดโครงการฯ เพื่อช่วยให้นักวิจัยสามารถประเมินผลลัพธ์ของโครงการได้อย่างเป็นระบบและสอดคล้องกัน หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นครอบคลุมทั้งการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมด้วยแนวคิด SROI การประเมินงานเทศกาลทางวัฒนธรรม และการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานทางวัฒนธรรม ควบคู่กับการจัดทำชุดเครื่องมือประเมิน ได้แก่ SROI Toolkit, CBA Toolkit, Cultural Supply Chain Toolkit และ Cultural Festival Evaluation Toolkit เครื่องมือเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นกรอบกลางสำหรับการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ และการรายงานผล ทำให้นักวิจัยภาคสนามสามารถทำงานบนฐานวิธีการเดียวกัน และเอื้อให้การสังเคราะห์ภาพรวมของทั้งชุดโครงการมีความชัดเจน เที่ยงตรง และสามารถเปรียบเทียบผลลัพธ์ระหว่างโครงการได้

นอกจากการพัฒนาเครื่องมือแล้ว การทำงานของทีม CI ยังรวมถึงการให้คำปรึกษาเชิงพื้นที่ การติดตามความก้าวหน้าของโครงการ และการสนับสนุนการใช้เครื่องมือประเมินอย่างต่อเนื่อง กระบวนการดังกล่าวเปิดโอกาสให้ทีมประเมินได้ทำงานใกล้ชิดกับนักวิจัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ทำให้สามารถรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของพื้นที่ ผลลัพธ์ที่ได้จึงไม่ใช่เพียงตัวเลขหรือผลการคำนวณเชิงปริมาณ

หากแต่เป็นการอธิบายคุณค่าของการลงทุนด้านวัฒนธรรมในภาพรวม ที่เชื่อมโยง การเปลี่ยนแปลงเชิงเศรษฐกิจกับความหมายและคุณค่าที่เกิดขึ้นจริงในชุมชนอย่าง รอบคอบ

เนื้อหาในส่วนนี้ นำเสนอการสังเคราะห์แนวคิด วิธีการ และบทเรียนจากการ ประเมินความคุ้มค่าการลงทุนด้านวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัย เพื่อถ่ายทอดแนวทางและกระบวนการประเมินที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการ พัฒนาเชิงพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม

7.1 ระบบประเมินผลตอบแทนจากการลงทุนเพื่อการขับเคลื่อน พันธกิจที่ 4

จากการดำเนินงานของทีม CI ในฐานะทีมสนับสนุนด้านการประเมิน พบว่า ความ คุ้มค่าของงานวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมไม่ได้เกิดขึ้นจากการประเมินผลความคุ้มค่า เมื่อสิ้นสุดโครงการเพียงอย่างเดียว หากเกิดจากการออกแบบกระบวนการทำงานด้าน การประเมินควบคู่ไปกับการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่ระยะเริ่มต้น จึงนำกรอบ 3E (Engage-Enrich-Enhance) มาใช้เป็นแนวคิดในการจัดวางลำดับการทำงาน ตั้งแต่ การออกแบบกิจกรรม การพัฒนาและเลือกใช้เครื่องมือ การจัดเก็บข้อมูล ไปจนถึง การสังเคราะห์ผลลัพธ์ เพื่อให้การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมตั้งอยู่ บนกระบวนการทำงานจริงในพื้นที่ ไม่ใช่การเก็บข้อมูลย้อนหลังเพียงเพื่อการคำนวณ เชิงตัวเลข

ในระดับของการทำงานกับนักวิจัย เริ่มจากการออกแบบกิจกรรมและเครื่องมือ ประเมินในลักษณะของการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อช่วยให้นักวิจัย มองเห็นว่า "คุณค่า" ของทุนทางวัฒนธรรมควรถูกบันทึกและประเมินอย่างไร ตั้งแต่ การระดมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเชื่อมโยงกิจกรรมกับผลลัพธ์ ไปจนถึงการทำความเข้าใจเส้นทางการเปลี่ยนแปลงของโครงการ กระบวนการดังกล่าวช่วยให้นักวิจัย สามารถเลือกใช้วิธีการประเมินและเครื่องมือ เช่น SROI, CBA หรือการวิเคราะห์ห่วง

โซ่อุปทานทางวัฒนธรรม ได้สอดคล้องกับลักษณะงานของตนเองมากขึ้น เมื่อการเก็บข้อมูลถูกออกแบบอย่างเป็นระบบตั้งแต่ต้น ผลลัพธ์ที่ได้จึงสามารถนำมาตีความความคุ้มค่าของการลงทุนได้ทั้งในเชิงตัวเงินและเชิงคุณค่าอย่างมีเหตุผล

ทั้งนี้ คณะทำงานให้ความสำคัญกับการออกแบบกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่เชื่อมโยงการทำงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นระบบ โดยนำกรอบ 3E (Engage-Enrich-Enhance) มาใช้เป็นแนวทางในการวางลำดับและรูปแบบการเก็บข้อมูล กระบวนการ Engage เกิดขึ้นตั้งแต่การระบุและทำความเข้าใจกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การเปิดพื้นที่ให้สะท้อนประสบการณ์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากโครงการ เพื่อให้การเก็บข้อมูลตั้งอยู่บนมุมมองของผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง จากนั้น Enrich ทำหน้าที่ช่วยแปลงประสบการณ์และเรื่องเล่าที่ได้จากพื้นที่ให้กลายเป็นข้อมูลที่สามารถใช้ในการประเมิน ไม่ว่าจะเป็นตัวชี้วัดเชิงเศรษฐกิจ เชิงสังคม หรือคุณค่าที่ไม่สามารถแปลงเป็นตัวเงินได้โดยตรง ขณะที่ Enhance สะท้อนผ่านการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นผลลัพธ์เชิงตัวเลขและเชิงคุณค่า ซึ่งสามารถใช้ประเมินความคุ้มค่าของการลงทุนด้านวัฒนธรรมได้อย่างมีเหตุผลและตรวจสอบได้

การสังเคราะห์ผลในระดับชุดโครงการทำให้เห็นว่า ความคุ้มค่าของงานวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมเกิดจากการทำงานที่เชื่อมโยงระหว่างกิจกรรม เครื่องมือ และข้อมูลอย่างต่อเนื่อง กระบวนการประเมินจึงไม่ใช่เพียงขั้นตอนตรวจสอบผลลัพธ์ แต่เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้และการปรับการดำเนินงานตลอดโครงการ ผลลัพธ์ที่ได้สามารถนำมาอธิบายความคุ้มค่าของการลงทุนวิจัยทั้งในมิติเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมีหลักฐานรองรับ และสะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบระบบประเมินที่สอดคล้องกับการทำงานจริงในพื้นที่ มีบทบาทสำคัญต่อการทำให้งานวิจัยด้านวัฒนธรรมสร้างผลลัพธ์ที่มีความหมายและตรวจสอบได้ในเชิงคุณค่า

7.2 ระเบียบวิธีวิจัย

ลักษณะและบริบทเฉพาะของแต่ละกรอบวิจัยมีบทบาทสำคัญต่อการออกแบบระเบียบวิธีวิจัยให้เหมาะสม โครงการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการมุ่งเน้นด้านการประกอบการเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ควรใช้เครื่องมือที่สามารถประเมินต้นทุน—ผลประโยชน์ ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการในระยะสั้น เครื่องมือสำคัญจึงได้แก่ Cost—Benefit Analysis (CBA) และ Cultural Supply Chain Analysis (CSC) เพื่ออธิบายกลไกการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมในตลาดและในชุมชน ส่วนโครงการวิจัยซึ่งเกี่ยวข้องกับเทศกาลวัฒนธรรมและกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก จำเป็นต้องใช้เครื่องมือที่อธิบายมิติประสบการณ์ คุณค่าทางสังคม และผลกระทบของงานเทศกาลได้อย่างละเอียด Cultural Festival Evaluation (CFE) จึงทำหน้าที่สำคัญในการประเมินประสบการณ์ ความพึงพอใจ และความคุ้มค่าของการลงทุน พร้อมกับการใช้ CBA เพื่อคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับพื้นที่โดยรวม

การพัฒนาเครื่องมือเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงเพื่อการใช้งานภาคสนาม หากแต่เป็นกระบวนการที่ดำเนินควบคู่ไปกับการออกแบบหลักสูตรเพื่อเสริมศักยภาพนักวิจัยในพื้นที่ ทำให้นักวิจัยสามารถเลือกใช้วิธีการและเครื่องมือให้เหมาะสมกับบริบทของโครงการตนเองมากที่สุด ทั้งการอบรมออนไลน์ ออนไลน์ และการให้คำปรึกษาต่อเนื่อง กระบวนการนี้ช่วยให้ระบบการประเมินมีความแม่นยำและสะท้อนคุณค่าทุนวัฒนธรรมอย่างรอบด้าน

เมื่อเครื่องมือมีความพร้อม การเก็บข้อมูลภาคสนามจึงเริ่มต้นขึ้น โครงการในกรอบวิจัยชุด Open Call เก็บข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต การทดสอบผลิตภัณฑ์ การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการหรือกลุ่มชุมชน ส่วนโครงการที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานเทศกาลโดยเฉพาะ มีการจัดเก็บข้อมูลผู้เข้าร่วมเทศกาล ประสบการณ์ การรับรู้พื้นที่ทางวัฒนธรรมร่วมกัน และมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการจัดงาน

หลังการเก็บข้อมูล ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีที่สอดคล้องกับบริบท และลักษณะของแต่ละกรอบงาน โดยในกรอบที่เน้นการพัฒนาผู้ประกอบการและ ผลักดันทางวัฒนธรรม ใช้ CBA และ SROI เพื่ออธิบายทั้งมูลค่าทางเศรษฐกิจ มูลค่าทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระดับองค์กร ความเข้มแข็งของ ชุมชน และการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ ส่วนโครงการที่เน้นการจัดเทศกาล ได้ ใช้ CFE และ CBA เพื่อสะท้อนความคุ้มค่าของเทศกาลทางวัฒนธรรมในระดับพื้นที่ และระดับชุมชน

กระบวนการทั้งหมดนี้ปิดท้ายด้วยการสังเคราะห์ผลในระดับชุดโครงการ เพื่อ อธิบายความหมายของทุนวัฒนธรรมในมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างเป็น ระบบ ตลอดจนระบุโอกาส ช่องว่าง และทิศทางการพัฒนาระบบการประเมินทุน วัฒนธรรมให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบายได้อย่างยั่งยืน

7.3 แนวทางการสร้างความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของผลการ ประเมิน

แนวทางการประเมินผลให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของข้อมูล และความ เหมาะสมของเครื่องมือวิจัยทุกขั้นตอน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักวิจัย ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย เพื่อให้ผลการประเมินมีความน่าเชื่อถือ (Reliability) และสะท้อนคุณภาพ เชิงวิชาการ (Validity) สะท้อนคุณค่าของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในพื้นที่ได้อย่าง สมเหตุสมผล ส่งผลให้ผลการประเมินมีทั้งความน่าเชื่อถือในเชิงวิชาการ และมี น้ำหนักเพียงพอสำหรับการนำไปใช้ในเชิงนโยบาย

1. การพัฒนาเครื่องมือผ่านการทดลองใช้จริง

ตารางที่ 7-1

แนวทางการสร้างความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของผลการประเมิน

ลำดับ	ขั้นตอน	รายละเอียด
1	พัฒนาเครื่องมือแบบมีส่วนร่วม	นักวิจัยในชุดโครงการร่วมปรับปรุงเครื่องมือผ่านการทดลองใช้จริงและเสนอข้อเสนอแนะ
2	ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ (Expert Review)	เครื่องมือผ่านการตรวจสอบความครอบคลุมและความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
3	เวทีสะท้อนความคิดเห็น (Focus Group/Workshop)	เปิดพื้นที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมสะท้อนมุมมองก่อนสังเคราะห์ผล
4	การคืนข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์	นำข้อมูลที่วิเคราะห์แล้วส่งคืนพื้นที่เพื่อใช้วางแผนเชิงนโยบายและการจัดการ

2. แนวทางสร้างความเชื่อมั่น (Reliability)

ในการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคม ความน่าเชื่อถือของข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลลัพธ์สามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างมั่นใจ จึงออกแบบกระบวนการประเมินให้มีการตรวจสอบความสม่ำเสมอของข้อมูลอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อยืนยันข้อค้นพบ (Triangulation) การให้ผู้ประเมินมากกว่าหนึ่งคนร่วมทบทวนเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลลัพธ์ในแต่ละโครงการเพื่อลดอคติในการวิเคราะห์ ความพยายามทั้งหมดนี้ทำให้ข้อมูลที่ได้ผ่านการกลั่นกรองจากหลายมุมมอง ก่อนจะสรุปเป็นผลลัพธ์ที่สะท้อนความเป็นจริงในพื้นที่อย่างรอบด้านที่สุด

3. แนวทางสร้างความเที่ยงตรง (Validity)

ตารางที่ 7-2

ความเที่ยงตรงใน 3 มิติ

ประเภท	รายละเอียด
Content Validity	การตรวจสอบว่าตัวชี้วัดครอบคลุมคุณลักษณะที่ต้องการประเมิน
Construct Validity	การเชื่อมโยงเครื่องมือกับทฤษฎี เช่น Triple Bottom Line, SDGs
Criterion Validity	เปรียบเทียบผลลัพธ์กับวิธีมาตรฐาน เช่น CBA

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามที่นักวิจัยใช้สำหรับเก็บข้อมูลวิจัย 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการตรวจสอบ IOC = 0.87-0.92 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ (Rovinelli & Hambleton, 1977: Lynn, 1986)¹⁴ และได้รับข้อเสนอแนะด้านความชัดเจนของถ้อยคำ ลำดับคำถาม และความสอดคล้องของมาตราส่วน ก่อนปรับปรุงเป็นฉบับสมบูรณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินประกอบด้วย SROI Toolkit, CFE Toolkit, CSC Toolkit และ CBA Toolkit โดยแต่ละเครื่องมือมีจุดมุ่งหมายเฉพาะในการวิเคราะห์คุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจากโครงการ โดยเฉพาะ SROI Toolkit ที่ใช้ประเมินผลตอบแทนเศรษฐกิจ-สังคมผ่านตัวชี้วัดอย่าง SROI Ratio และกระบวนการ Outcome Mapping (Social Value International,

¹⁴ Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.

Lynn, M. R. (1986). Determination and quantification of content validity. *Nursing Research*, 35(6), 382-385.

2021)¹⁵ โดยจากการศึกษาในครั้งนี้ มีการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) สูงกว่า 0.79 แสดงถึงความเหมาะสมและความครบถ้วนของตัวชี้วัดตามกรอบการวัดผลสากล ทั้งนี้ ค่า IOC ที่อยู่ในระดับสูงสะท้อนถึงความแม่นยำของเนื้อหาและความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์ของการประเมินในแต่ละเครื่องมือ

ในส่วนของผลการประเมินผู้ใช้จริง พบว่าเครื่องมือทั้งหมดมีระดับความพึงพอใจอยู่ในช่วง สูงถึงสูงมาก โดย SROI Toolkit ได้รับการประเมินว่ามีความเหมาะสมและเข้าใจง่ายในระดับสูง ขณะที่ CFE Toolkit ซึ่งมุ่งวัดความคุ้มค่าของงานเทศกาลผ่านตัวชี้วัด เช่น ค่าใช้จ่ายผู้เข้าร่วม ROI และคุณค่าทางวัฒนธรรม ได้รับคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ 4.2-4.5 จาก 5 สอดคล้องกับแนวคิมาตรฐานสากลของการประเมินงานเทศกาลที่เน้นทั้งประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมและผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Getz & Page, 2020)¹⁶ สำหรับ CSC Toolkit ที่ใช้วิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานวัฒนธรรมของสินค้าหรือบริการ ได้รับคะแนนความพึงพอใจจากการใช้เครื่องมืออยู่ในช่วง 4.36-4.45 และ CBA Toolkit ซึ่งเน้นความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจด้วย NPV และ BCR (Boardman et al., 2018)¹⁷ ได้คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 4.2-4.4 ผลดังกล่าวสะท้อนว่าเครื่องมือต่าง ๆ มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้ประเมินโครงการได้อย่างน่าเชื่อถือในบริบทของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

¹⁵ Social Value International. (2021). SROI Guide: A Guide to Social Return on Investment. <https://socialvalueint.org>.

¹⁶ Getz, D., & Page, S. J. (2020). Event studies: Theory, research and policy for planned events (4th ed.). Routledge.

¹⁷ Boardman, A., Greenberg, D., Vining, A., & Weimer, D. (2018). Cost-Benefit Analysis: Concepts and Practice (5th ed.). Cambridge University Press.

ตารางที่ 7-3

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ SROI

เครื่องมือ	วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัดหลัก	หลักฐาน ความน่าเชื่อถือ
SROI Toolkit	ประเมินผลตอบแทน เศรษฐกิจ-สังคม	SROI Ratio, Outcome Mapping	IOC สูงกว่า 0.79 และผลประเมิน ผู้ใช้จริงระดับสูง

ตารางที่ 7-4

ความพึงพอใจของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย

เครื่องมือ	วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัดหลัก	ความพึงพอใจ ในการใช้เครื่องมือ
CFE Toolkit	ประเมินความคุ้มค่า ของงาน เทศกาล	ค่าใช้จ่ายผู้เข้าร่วม, ROI, คุณค่าทาง วัฒนธรรม	คะแนนเฉลี่ย ความพึงพอใจ 4.2-4.5/5
CSC Toolkit	วิเคราะห์ห่วงโซ่ อุปทานวัฒนธรรม	Local Multiplier, Value Flow	คะแนนการใช้งาน 4.36-4.45/5
CBA Toolkit	ความคุ้มค่าทาง เศรษฐกิจ	NPV, BCR, IRR	คะแนนเฉลี่ย ความพึงพอใจ 4.2-4.4/5

7.4 ผลการประเมินโครงการด้านทุนทางวัฒนธรรม

ผลการประเมินโครงการด้านทุนวัฒนธรรม แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนงานวิจัยด้านวัฒนธรรมสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการทำให้ชุมชนเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมของตนเองชัดเจน แม้ลักษณะงานในแต่ละรอบจะต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาร่วมกันจะเห็นภาพรวมของการพัฒนาที่ต่อเนื่องกันตั้งแต่การเริ่มต้นพัฒนาผู้ประกอบการ ไปจนถึงการสร้างพื้นที่ให้วัฒนธรรมถูกนำเสนอในวงกว้างผ่านเทศกาลหรือกิจกรรมในพื้นที่ต่าง ๆ

กรอบวิจัยที่เน้นการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม ผลการประเมินพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับเรื่องเล่าและอัตลักษณ์ของพื้นที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาคุณภาพและคุณค่าของสินค้าได้ดีขึ้น และมีความมั่นใจในการนำเสนอผลงานมากขึ้น การคำนวณ SROI พบว่ากิจกรรมในกรอบนี้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมรวมประมาณ 51.78 ล้านบาท โดยมีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ย 1.92 เท่า ซึ่งสะท้อนว่าเงินลงทุนที่สนับสนุนสามารถสร้างประโยชน์กลับคืนได้มากกว่าต้นทุนอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ผลลัพธ์เชิงรายได้แล้ว ผู้ประกอบการหลายรายยังกล่าวถึงการเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรมในพื้นที่ของตนเองเพิ่มขึ้น และการเริ่มเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการรายอื่นเพื่อพัฒนาผลงานร่วมกัน ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญต่อการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับพื้นที่

สำหรับกรอบวิจัยซึ่งเน้นการจัดเทศกาลทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่าเทศกาลมีบทบาทสำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่อย่างชัดเจน ทั้งในด้านการหมุนเวียนรายได้ การเพิ่มโอกาสให้ผู้ค้าท้องถิ่น รวมถึงการทำให้ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมมีพื้นที่นำเสนอมากขึ้น การประเมินความคุ้มค่าด้วยค่า B/C พบว่าในบางเทศกาลมีค่า B/C สูงถึง 7.55 เท่า ซึ่งชี้ว่าการจัดเทศกาลสามารถสร้างประโยชน์กลับคืนให้พื้นที่ได้มากหลายเท่าของงบประมาณที่ใช้ นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมากระบุว่าเทศกาลช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกันกับชุมชน ความภาคภูมิใจในท้องถิ่น และทำให้วัฒนธรรมกลับมาเป็นเรื่องใกล้ตัวมากขึ้น

เมื่อพิจารณาภาพรวม จะเห็นว่า การสนับสนุนทุนวัฒนธรรมตั้งแต่ระดับผู้ประกอบการไปจนถึงระดับเทศกาลทำให้เกิดโครงสร้างการพัฒนาที่ต่อเนื่องกัน ผู้ประกอบการมีโอกาสเติบโตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในขณะที่เทศกาลทำหน้าที่เป็นพื้นที่เปิดโอกาสให้ผลงานเหล่านั้นถูกนำเสนอและเข้าถึงผู้คนจำนวนมาก กระบวนการทั้งหมดนี้สอดคล้องกับเป้าหมายของพันธกิจที่ 4 ซึ่งให้ความสำคัญกับการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมผ่านการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ไม่ใช่เพียงการเก็บรักษา แต่เป็นการทำให้วัฒนธรรมมีชีวิตอยู่ในสังคมและสร้างประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่า การลงทุนในทุนวัฒนธรรมไม่ได้สร้างผลลัพธ์เฉพาะทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังช่วยทำให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง ได้กลับมามีบทบาทในการดูแล พื้นฟู และนำเสนอวัฒนธรรมผ่านวิธีการที่เข้ากับบริบทปัจจุบันมากขึ้น ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นรากฐานสำคัญต่อการขับเคลื่อนงานด้านวัฒนธรรมในระยะยาว

7.5 การสังเคราะห์ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลจากทั้งสองกรอบการวิจัย ในปีงบประมาณ 2567 ทำให้เห็นภาพรวมของการจัดการทุนวัฒนธรรมที่มีความต่อเนื่องกันอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยให้พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ไปจนถึงการสร้างพื้นที่ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมผ่านเทศกาล เหล่านี้ทำให้เกิดความเข้าใจใหม่เกี่ยวกับการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมในหลายระดับ ทั้งระดับบุคคล ระดับเศรษฐกิจ และระดับชุมชน

ด้านผู้ประกอบการได้รับโอกาสในการทดลอง พัฒนา และเรียนรู้จากบริบทวัฒนธรรมของตนเอง การสนับสนุนไม่ได้จบลงที่ผลิตภัณฑ์ แต่ยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความมั่นใจ และการมองเห็นโอกาสใหม่ๆ ของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ตัวเลขทางเศรษฐกิจอาจสะท้อนได้เพียงบางส่วน การเติบโตของผู้ประกอบการจึงเป็นทั้งผลลัพธ์และกระบวนการเรียนรู้ที่ทำให้เห็นคุณค่าของทุนวัฒนธรรมในเชิงพัฒนาคนควบคู่กันไป

ขณะที่บทบาทของเทศกาลในฐานะพื้นที่ที่เปิดให้ชุมชนกลับมามีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมของตนเอง เทศกาลไม่เพียงสร้างรายได้ แต่ช่วยให้ผู้คนในพื้นที่รู้สึกเชื่อมโยงกับรากเหง้าของตนมากขึ้น เกิดพื้นที่พบปะระหว่างคนต่างรุ่น และทำให้วัฒนธรรมกลับมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ผลลัพธ์เหล่านี้สอดคล้องกับเป้าหมายของพันธกิจที่ 4 ซึ่งเน้นการทำให้วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ผู้คนสามารถเข้าถึง เรียนรู้ และมีส่วนร่วมได้จริง

เมื่อพิจารณาอย่างลุ่มลึก จะเห็นว่าการจัดการทุนวัฒนธรรมมีผลลัพธ์ที่กว้างกว่าที่คาดหมายไว้ในตอนต้น การสนับสนุนผู้ประกอบการสร้างฐานการผลิตทางวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง ขณะที่เทศกาลช่วยเปิดพื้นที่ให้วัฒนธรรมนั้นหมุนเวียนและถูกนำเสนอในวงกว้างขึ้น กระบวนการทั้งหมดนี้ช่วยให้วัฒนธรรมไม่ได้ถูกมองเป็นเพียงสิ่งเก่าแก่ที่ต้องเก็บรักษา แต่เป็นทรัพยากรที่สร้างชีวิตชีวา เศรษฐกิจ และความหมายให้พื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

7.6 บทเรียน ข้อค้นพบ และทิศทางในอนาคตของการวิจัย

ผลการประเมินภายใต้ชุดโครงการจัดการทุนทางวัฒนธรรม ทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าทุนวัฒนธรรมมิได้มีคุณค่าเพียงในฐานะ "มรดก" หรือ "รากเหง้า" ของชุมชนเท่านั้น หากแต่เป็นทรัพยากรที่สามารถสร้างเศรษฐกิจฐานราก สร้างโอกาสทางอาชีพ และสร้างความหมายทางสังคมแก่ผู้คนได้อย่างลึกซึ้ง บทเรียนที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยครั้งนี้จึงมิได้จำกัดอยู่เพียงการวัดผล แต่สะท้อน "ความเข้าใจใหม่" ว่าวัฒนธรรมสามารถทำงานในระบบเศรษฐกิจและสังคมร่วมสมัยได้อย่างไร และต้องมีเครื่องมือหรือกลไกใครรองรับการทำงานนั้นให้เกิดมูลค่าจริง

บทเรียนสำคัญจากการดำเนินงานวิจัย

บทเรียนแรกที่ชัดเจนคือ การพัฒนางานวัฒนธรรมจำเป็นต้องเข้าใจ "ธรรมชาติของคุณค่า" ที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เช่น การพัฒนาผู้ประกอบการต้องเน้นการพัฒนาความสามารถเชิงธุรกิจ ขณะที่การจัดเทศกาลต้องการการบริหารจัดการพื้นที่และผู้เข้าร่วมจำนวนมาก ดังนั้น การเลือกเครื่องมือประเมินจึงต้องสอดคล้องกับลักษณะกิจกรรม เช่น SROI เป็นการมองถึงงานทางด้านวัฒนธรรมว่ามีผลกระทบต่อสังคมอย่างไร, Festival Evaluation และ B/C Ratio สำหรับเทศกาล และ ROI-NPV ซึ่งเป็นตัวบอกถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการจัดงานและความคุ้มค่าที่เกิดขึ้นจากการจัดงาน บทเรียนสำคัญคือ เครื่องมือประเมินไม่ควรถูกใช้แบบ "สูตรสำเร็จ" แต่ต้องปรับให้เหมาะกับโครงสร้างของงานวัฒนธรรมแต่ละประเภท

บทเรียนที่สอง คือ "ชุมชนและผู้ประกอบการคือแกนกลางของการสร้างคุณค่า" ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือเทศกาล ผลที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงมาจากคนในพื้นที่ การรวมกลุ่ม ความเชื่อมั่นในอัตลักษณ์ และความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ งานวิจัยพบว่า การสนับสนุนเชิงเทคนิคหรือเงินทุนเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากไม่มีการเสริมศักยภาพ ความรู้ และทักษะที่สอดคล้องกับบริบทของวัฒนธรรมในพื้นที่

บทเรียนที่สาม คือ การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมต้องมอง "ตลาดปลายน้ำ" เป็นกลไกสำคัญทำให้เห็นว่าการมีเวทีให้ผลงานถูกนำเสนอและมีโอกาสเชื่อมโยงสู่ผู้ใช้หรือเครือข่ายใหม่ ๆ คือปัจจัยที่ทำให้คั้นน้ำและกลั่นน้ำเกิดผลลัพธ์จริง รวมถึงการนำสินค้าทางวัฒนธรรม "เชื่อมโยงสู่สาธารณะ" ซึ่งทำให้เกิดการสร้างเส้นทางอาชีพที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อค้นพบเชิงระบบของการลงทุนด้านทุนวัฒนธรรม

ข้อค้นพบที่น่าสนใจจากงานวิจัยคือ "การลงทุนในวัฒนธรรมให้ผลตอบแทนสูงกว่าที่คาดการณ์" ทั้งในแง่เศรษฐกิจ สังคม และการสร้างความหมายร่วมในชุมชน ผลการดำเนินงานของโครงการต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์และเรื่องเล่า สามารถเพิ่มมูลค่าตลาดและรายได้ของผู้ประกอบการได้อย่างชัดเจน ขณะที่ผลของการประเมินเทศกาลชี้ว่าเทศกาลสร้างการหมุนเวียนรายได้สูงและช่วยให้พื้นที่มีชีวิตชีวาทางเศรษฐกิจ

ข้อค้นพบอีกประการคือ การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมต้องการ "ระบบข้อมูล" ที่สามารถสะท้อนคุณค่าที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงินอย่างครบมิติ งานวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือหลากหลาย เช่น SROI, ROI, NPV, B/C Ratio และ CSC ซึ่งทำให้ผลการประเมินตรงกับลักษณะของกิจกรรมมากขึ้น แต่ยังพบว่าหลายพื้นที่ยังไม่มีฐานข้อมูลวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกันเพียงพอ ข้อค้นพบนี้จึงชี้ถึงความจำเป็นของระบบข้อมูลวัฒนธรรมระดับจังหวัดหรือระดับโครงสร้างที่สามารถใช้ติดตามผลได้ในระยะยาว

ทิศทางในอนาคตของการวิจัยและการพัฒนาระบบประเมิน

ผลการวิจัยชี้ว่างานประเมินทุนวัฒนธรรมจำเป็นต้องพัฒนาในสองมิติสำคัญ ได้แก่ การพัฒนาเครื่องมือการวัดคุณค่าที่ตอบโจทย์บริบทไทย และการสร้างระบบติดตามผลระยะยาว (Longitudinal Tracking) การพัฒนาเครื่องมือควรต่อยอดจากชุดเครื่องมือที่โครงการใช้ เช่น SROI และ Festival Evaluation ให้กลายเป็น "มาตรฐานการประเมิน" ที่ใช้ร่วมกันในระดับจังหวัดหรือพื้นที่ ขณะที่การติดตามผลระยะยาวควรครอบคลุมพฤติกรรมผู้บริโภค เครือข่ายผู้เข้าร่วมเทศกาล การเปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้ประกอบการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคม เช่น ความภาคภูมิใจ หรือความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่ต้องใช้เวลาจึงจะเห็นชัดเจน

ในระดับเชิงระบบ งานวิจัยชี้ถึงความจำเป็นของการสร้าง "หน่วยประเมินวัฒนธรรมประจำพื้นที่" หรือ Cultural Impact Lab ที่มีความสามารถในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ผล และสนับสนุนผู้กำหนดนโยบายให้สามารถวางแผนบนฐานข้อมูลที่เที่ยงตรง การพัฒนาหน่วยงานลักษณะนี้จะช่วยลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล และทำให้จังหวัดหรือพื้นที่สามารถใช้ผลการประเมินในการจัดสรรงบประมาณหรือวางแผนงานได้อย่างตรงจุดมากขึ้น

สรุปภาพรวมของบทเรียนและทิศทางการพัฒนา

ผลการวิจัยในครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การลงทุนในงานวัฒนธรรมไม่ใช่การใช้ทรัพยากรเพื่อผลลัพธ์เชิงวัฒนธรรมเท่านั้น แต่เป็นการลงทุนที่มีผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และพื้นที่อย่างสมบูรณ์ การศึกษาชี้ให้เห็นถึงบทบาทของผู้ประกอบการ เทศกาล และพื้นที่ปลายน้ำในระบบวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกันตั้งแต่ต้นน้ำสู่ตลาดสังคม ขณะเดียวกันทำให้เห็นชัดว่าการบริหารจัดการและการประเมินที่ดีสามารถเสริมพลังให้วัฒนธรรมกลายเป็นอีกหนึ่ง "ทุนคุณภาพ" ของการพัฒนาประเทศในระยะยาว ผลงานวิจัยจึงมีบทบาทสำคัญในการตั้งคำถามมาตรฐานการประเมินทุนวัฒนธรรม และวางทิศทางต่อยอดให้เกิดระบบที่เที่ยงตรง ทันสมัย และขับเคลื่อนพื้นที่ด้วยพลังของข้อมูลและความเข้าใจใหม่อย่างแท้จริง

7.7 unสรุป

โดยสรุป งานวิจัยภายใต้ชุดโครงการจัดการทุนทางวัฒนธรรมครั้งนี้ เปิดมุมมองใหม่ของการทำงานด้านทุนวัฒนธรรมในฐานะ "ระบบการผลิตคุณค่า" ที่สร้างผลลัพธ์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และความหมายเชิงอัตลักษณ์ของพื้นที่อย่างลึกซึ้ง การประเมินที่เน้นตัวผู้ประกอบการ และการประเมินที่เน้นงานเทศกาล ทำให้เห็นความแตกต่างของเส้นทางการสร้างคุณค่า แต่ขณะเดียวกันก็สะท้อนความสัมพันธ์ของระบบวัฒนธรรมที่เชื่อมต่อกันตั้งแต่ผู้ประกอบการ พื้นที่จัดงาน ไปจนถึงเวทีสาธารณะที่เปิดให้ผลงานถูกมองเห็น ผลการศึกษาแสดงให้เห็นชัดเจนว่าการลงทุนนั้นส่งผลเชิงบวกอย่างรอบคอบ ทั้งต่อรายได้ การหมุนเวียนเศรษฐกิจ การรวมกลุ่มของชุมชน และผู้คนเห็นศักยภาพของทุนวัฒนธรรมของตนเอง

งานวิจัยยังชี้ถึงความจำเป็นของการพัฒนาเครื่องมือประเมินที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ การมีระบบข้อมูลระยะยาว และกลไกสนับสนุนการตีความคุณค่าที่ไม่ใช่ตัวเงินให้สามารถสะท้อนในเชิงนโยบายได้อย่างเป็นรูปธรรม บทเรียนจากการดำเนินงานครั้งนี้จึงมิได้เป็นเพียงข้อสรุปของการประเมินโครงการ แต่เป็นฐานความรู้ที่ช่วยกำหนดทิศทางการพัฒนาระบบวัฒนธรรมไทยในอนาคต ทั้งในด้านการยกระดับมาตรฐานการประเมิน การเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการวัฒนธรรม และการสร้างระบบสนับสนุนเชิงพื้นที่วัฒนธรรมให้เข้มแข็งและยั่งยืนยิ่งขึ้น

บทที่ 8

วัฒนธรรมสร้างสรรคใหม่: การออกแบบระบบดิจิทัลเพื่อสืบทอด คุณค่าวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21

"วัฒนธรรมสร้างสรรคใหม่" เป็นหนึ่งในกลไกสนับสนุนของโครงการบริหารชุดโครงการฯ ซึ่งดำเนินงานโดยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ตั้งอยู่บนความเข้าใจร่วมสมัยว่าวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21 ไม่ได้ดำรงอยู่ในฐานะมรดกที่รอการถ่ายทอด หากแต่เป็นทรัพยากรเชิงสร้างสรรค์ (Creative Resource) ที่ต้องได้รับการออกแบบใหม่ให้สามารถสื่อสาร เชื่อมโยง และสร้างคุณค่าในบริบทของสังคมดิจิทัล โครงการจึงมุ่งพัฒนา "แพลตฟอร์มดิจิทัลทางวัฒนธรรม" ควบคู่กับการพัฒนาคน โดยเฉพาะเยาวชน Generation Z ให้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้สืบทอดทุนทางวัฒนธรรม (Successors of Cultural Capital) ในความหมายเชิงบทบาท ไม่ใช่เพียงเชิงสถานะหัวใจของการทำงานเริ่มจากการมองแพลตฟอร์ม Cultural Map Thailand ไม่ใช่เพียงฐานข้อมูล แต่เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Cultural Infrastructure) ที่ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมสามารถถูกมองเห็น เข้าถึง และนำไปใช้ต่อยอดได้ แพลตฟอร์มดังกล่าวทำหน้าที่เป็นพื้นที่กลาง (Digital Commons) ที่เชื่อมโยงข้อมูลเชิงพื้นที่ เรื่องเล่า อัตลักษณ์ และแรงบันดาลใจ เข้ากับผู้ใช้ในโลกดิจิทัล ทั้งในระดับท้องถิ่น ประเทศ และนานาชาติ

อย่างไรก็ตาม โครงการไม่ได้หยุดอยู่ที่การพัฒนาเทคโนโลยี แต่ต่อยอดไปสู่การ "ออกแบบกระบวนการเรียนรู้" (Learning Design) ที่ทำให้แพลตฟอร์มมีชีวิต ผ่านการมีส่วนร่วมของเยาวชนคนรุ่นใหม่ โดยใช้สองกลไกหลัก ได้แก่ โครงการ Influencer

และโครงการ Hackathon ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกเสริมแรง (Reinforcement Mechanism) ของระบบนิเวศวัฒนธรรมดิจิทัล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

8.1 โครงการอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer)

โครงการอินฟลูเอนเซอร์ เป็นโครงการที่มีเป้าหมายในการพัฒนาเยาวชนให้สามารถสื่อสารทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ตนเองผ่านสื่อดิจิทัลได้อย่างมีคุณภาพ โดยมีการเปิดรับสมัครผู้เข้าร่วมจำนวน 14 ทีม ซึ่งประกอบด้วย เยาวชนและนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยและชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศผ่านเครือข่ายโครงการวิจัยที่ได้รับการจัดสรรทุนจาก บพข. ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุประมาณ 18-22 ปี โดยเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ แต่ยังมีประสบการณ์ด้านการทำคอนเทนต์วัฒนธรรมในระดับจำกัด

การดำเนินโครงการไม่ได้เป็นการอบรมออนไลน์เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการทำงานแบบผสมผสาน (Hybrid) กล่าวคือ ส่วนของการเรียนรู้ การให้คำแนะนำ และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ ขณะที่การเก็บข้อมูลและการผลิตผลงาน ผู้เข้าร่วมต้องลงพื้นที่จริงของชุมชนหรือโครงการวิจัยที่ตนเกี่ยวข้อง เพื่อถ่ายทำ เก็บภาพ เสียง และเรื่องเล่าจากพื้นที่จริงของตนเอง

ในช่วงเริ่มต้น โครงการทำความเข้าใจร่วมกับผู้เข้าร่วมว่า "การเป็น Influencer ด้านวัฒนธรรม" หมายถึงอะไร และแตกต่างจากการทำคลิปทั่วไปอย่างไร โดยเน้นว่าการเล่าวัฒนธรรมต้องไม่ใช่การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์กิจกรรม แต่ต้องเป็นการเล่าเรื่องที่ถูกต้อง เคารพบริบทพื้นที่ และทำให้คนดูเข้าใจคุณค่าและความหมายของวัฒนธรรม จากนั้นจึงเสริมทักษะผ่านการเรียนรู้ออนไลน์กับ วิทยากรจากภาคปฏิบัติจริง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการเล่าเรื่องและการทำคอนเทนต์ดิจิทัล ผู้มีประสบการณ์ทำงานด้าน Influencer และสื่อออนไลน์ รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิด้านทุนทางวัฒนธรรมและงานวิจัยเชิงพื้นที่ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยกำกับความถูกต้องของเนื้อหา

วิทยากรเหล่านี้ไม่ได้สอนเชิงทฤษฎีอย่างเดียว แต่ให้คำแนะนำกับผลงานจริงของผู้เข้าร่วม

ภาพที่ 8-1

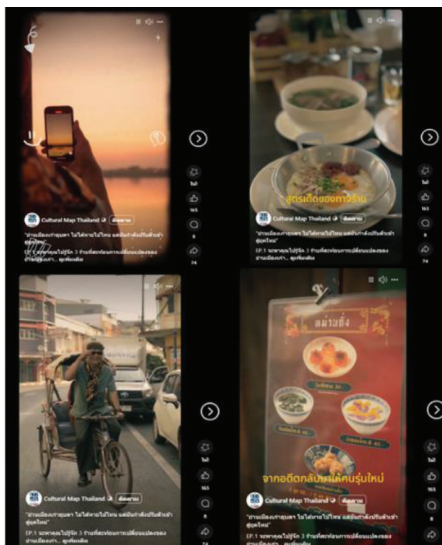
บรรยากาศการทำ Workshop Online โครงการอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer)



หลังจากได้รับพื้นฐานแล้ว ผู้เข้าร่วมต้องผลิตผลงานจริงผ่าน โจทย์การทำงาน 3 ระดับ โดยแต่ละทีมต้องสร้างคลิปวิดีโอสั้นเพื่อนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ตนเอง โจทย์แรกเป็นการเล่าภาพรวมของชุมชนหรือโครงการวิจัยในมุมมองของ Influencer เพื่อฝึกการสื่อสารให้เข้าใจง่าย โจทย์ที่สองเป็นการเจาะลึก "รากหรือแก่น" ของวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมเรียนรู้การเล่าเรื่องเชิงความหมาย ไม่ใช่เพียงพาเที่ยว ส่วนโจทย์ที่สามเป็นการเล่าเรื่องเชิงแรงบันดาลใจและการต่อยอด เพื่อให้เห็นว่าวัฒนธรรมสามารถพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือนาคคของพื้นที่ได้อย่างไร

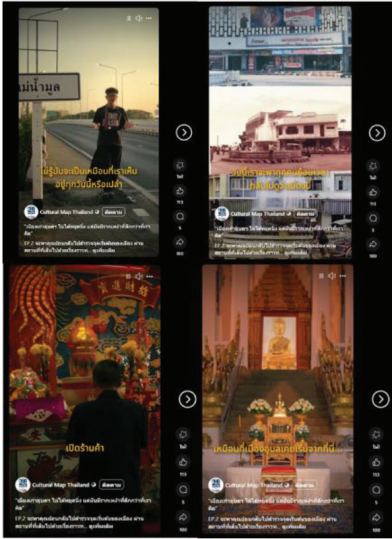
ผู้เข้าร่วมเผยแพร่ผลงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของตนเอง เช่น Facebook, TikTok และ Instagram จากนั้นโครงการติดตามผลจากการตอบรับของสาธารณะ ทั้งจำนวนผลงาน ยอดการเข้าชม ยอดไลค์ แชร์ และคอมเมนต์ รวมถึงรับฟังข้อเสนอแนะจากกรรมการและวิทยากร ผลการดำเนินงานพบว่า โครงการมีผลงานส่งเข้าร่วมรวม 40 คลิป และเกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมในระดับที่สะท้อนว่าเนื้อหาด้านวัฒนธรรมสามารถเข้าถึงสังคมออนไลน์ได้จริงเมื่อออกแบบการเล่าเรื่องอย่างเหมาะสม

ในเชิงผลลัพธ์ ผู้เข้าร่วมจำนวนมากสะท้อนว่าตนเองมีความเข้าใจวัฒนธรรมของพื้นที่ลึกซึ้งขึ้น มีทักษะในการเล่าเรื่องและผลิตสื่อที่ขึ้น และมีความมั่นใจที่จะทำคอนเทนต์ด้านวัฒนธรรมต่อไปหลังจบโครงการ ขณะเดียวกัน โครงการยังช่วยให้เกิดเครือข่ายเยาวชนที่ทำงานด้านการสื่อสารวัฒนธรรมร่วมกัน ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นกำลังสำคัญในการสืบทอดและพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมในระยะยาว ผลลัพธ์เชิงประจักษ์ (Observable Results) ของโครงการสะท้อนผ่านจำนวนผลงานและการตอบรับของสาธารณะ โดยมีการส่งผลงานรวม 40 คลิป ครอบคลุมโจทย์ทั้งสามระดับ และเกิดการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในโจทย์ที่ 1 ซึ่งมีจำนวนผลงานมากที่สุดและมียอดไลค์ ยอดแชร์ และยอดคอมเมนต์รวมสูง แสดงให้เห็นว่า **"การแปลงงานวิจัยให้เป็นเนื้อหาที่เข้าถึงได้"** เป็นจุดแข็งสำคัญของแนวทาง Influencer ในการเชื่อมต่อระหว่างงานวิชาการกับสาธารณะ ในขณะเดียวกัน ผลประเมินและข้อสังเกตจากกรรมการยังชี้ให้เห็นข้อจำกัดที่ควรถูกพัฒนา ได้แก่ คุณภาพเสียงและภาพ ความเหมาะสมของสัดส่วนวิดีโอกับแพลตฟอร์ม และความสามารถในการรักษาจังหวะการเล่าเรื่องให้กระชับ ซึ่งเป็นประเด็นเชิงสมรรถนะ (Competency) ที่สามารถออกแบบการเสริมแรงในระยะถัดไปได้



ภาพที่ 8-2

ผลงานชนะเลิศ โจทย์ที่ 1
มองชุมชน/โครงการวิจัยผ่านเลนส์
INFLUENCER
(<https://www.facebook.com/share/v/1C5NH2iYvm/>)



ภาพที่ 8-3

ผลงานชนะเลิศ
 โจทย์ที่ 2 มองหาแก่น/รากเหง้าชุมชน
 ผ่านเลนส์ INFLUENCER
 (<https://www.facebook.com/share/v/1AGW2irwJj/>)

ในเชิงผลกระทบ (Impact) โครงการก่อให้เกิดผลสำคัญสามระดับ ระดับแรกคือการยกระดับศักยภาพผู้เข้าร่วม ทั้งในด้านทักษะการเล่าเรื่อง การตัดต่อ การวางแผน และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งสะท้อนจากการลดบทเรียนที่ผู้เข้าร่วมจำนวนมากระบุถึงการ "ค้นพบตัวตน" และ "ความมั่นใจในการผลิตสื่อ" ระดับที่สองคือการยกระดับการรับรู้ทุนทางวัฒนธรรมของสาธารณะผ่านผลงานที่มีความหลากหลายของพื้นที่และประเด็น จนทำให้ผู้ชมรู้สึก "อยากไปเห็นพื้นที่จริง" ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญของการสื่อสารที่เชื่อมวัฒนธรรมกับการเคลื่อนไหวทางสังคมและเศรษฐกิจ และระดับที่สามคือการเกิดเครือข่ายผู้สืบทอดทางวัฒนธรรมที่ยังคงเชื่อมโยงกันหลังโครงการสิ้นสุด ซึ่งเป็นฐานทุนทางสังคม (Social Capital) ที่หนุนการขยายผลในเชิงนโยบายได้

8.2 โครงการแฮกการอน (Hackathon)

โครงการแฮกการอนเป็นกลไกเร่งการเรียนรู้และการสร้างนวัตกรรม (Innovation Acceleration Mechanism) เพื่อ "แปลงทุนทางวัฒนธรรมให้เป็น คັນแบบที่จับต้องได้" ภายในเวลาจำกัด ผ่านกระบวนการทำงานเข้มข้นที่ผสมผสานทักษะ หลายด้าน ทั้งการทำความเข้าใจทุนวัฒนธรรม (Cultural Understanding) การตีความ และเล่าเรื่อง (Cultural Translation) การออกแบบประสบการณ์/ผลิตภัณฑ์ (Design & Product Thinking) และการทดสอบความเป็นไปได้ทางธุรกิจ (Business Feasibility) จุดมุ่งหมายจึงไม่ใช่การจัดกิจกรรมเพื่อความคึกคัก แต่คือการสร้าง "สนามฝึกจริง" ให้เยาวชนพัฒนาความสามารถแบบพร้อมใช้งาน (Work-ready Competencies) และสร้างต้นแบบที่ต่อยอดได้ในระบบนิเวศเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในเชิงการออกแบบโจทย์ โครงการกำหนดให้ผู้เข้าร่วมใช้ "ทุนทางวัฒนธรรม จากพื้นที่โครงการวิจัยที่ได้รับทุน" เป็นฐานข้อมูลและฐานเรื่องเล่า โดยเชื่อมกับ แพลตฟอร์ม Cultural Map Thailand (Cultural Digital Platform) เพื่อให้การ สร้างสรรค์ตั้งอยู่บนข้อมูลที่ตรวจสอบได้ ไม่ใช่ความคิดลอย ๆ จากนั้นจึงยกระดับ โจทย์ด้วยกรอบ "City DNA" ซึ่งหมายถึงตัวตนเชิงอัตลักษณ์ของเมือง (City Identity) ที่ประกอบด้วยผู้คน วิถีวัฒนธรรม ธุรกิจ สถาปัตยกรรม และค่านิยมร่วม เพื่อให้ ผู้เข้าร่วมต้องตอบให้ได้ว่า "ผลิตภัณฑ์/บริการนี้เกิดจากเมืองอะไร และสะท้อน ความเป็นเมืองนั้นอย่างไร" การใช้ City DNA จึงทำหน้าที่เป็นเกณฑ์คุณภาพเชิง นโยบาย ช่วยลดการสร้างงานที่สวຍแต่ไร้ราก และทำให้เกิดความชัดเจนต่อการ ขอบทุน/การสนับสนุนในระดับพื้นที่ต่อไป

ค่านกลุ่มเป้าหมายและการมีส่วนร่วม โครงการจัดเป็นเวทีระดับเยาวชนและ นักศึกษา (Youth & Student Innovators) ที่รวมตัวแบบทีมสหสาขา (Interdisciplinary Team) เพื่อให้เกิดการผสมทักษะจริง เช่น คนด้านวัฒนธรรม-คนด้าน ออกแบบ-คนด้านธุรกิจ-คนด้านเทคโนโลยี ในรอบปีแรก (ปีงบประมาณ 2566) มี ทีมเข้าร่วมแข่งขันจำนวนมาก และใช้ระยะเวลาดำเนินการประมาณ 2 เดือน ส่วน

การจัดครั้งที่ 2 (Culture Re-creation 2025: Hackathon City DNA & Culture Re-creation) มีผู้ลงทะเบียนกว่า 120 คน แบ่งเป็น 30 ทีม และจัดร่วมกับสถาบันนวัตกรรมบูรณาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (BAScii) เพื่อเสริม "ความเข้มของการบ่มเพาะ" (Incubation Mindset) และมาตรฐานการทำงานแบบสตาร์ทอัพ (Startup Practice)

ภาพที่ 8-4

ไปตอร์ป:ชาสับพันส์ Hackathon Isan Culture Re-creation

HACKATHON ISAN Culture Re-creation

ผู้สมัครต้องเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่มีความสนใจด้านวัฒนธรรมอีสาน ร่วมกับสมาชิก 3-5 คน

ผลงานจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นนวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่ โดยใช้ฐานทุนรุดทางวัฒนธรรมอีสาน ที่สามารถนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้

ชิงรางวัลรวม **35,000 บาท**

รางวัลชนะเลิศ	เงินรางวัล 20,000 บาท
รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1	เงินรางวัล 10,000 บาท
รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2	เงินรางวัล 5,000 บาท

ผู้ผ่านการคัดเลือกเข้า Boot Camp จะได้รับ: เสนอแนะ และการ Up skills จากผู้เชี่ยวชาญ

สมัครได้ที่ Facebook: Cultural Map Thailand หรือ ลิงก์ Google form <https://forms.gle/AFEnRt0gelLkkyeYD8>

QR Code:  

หมดเขตรับสมัคร **22 ธันวาคม 2566**

รายละเอียดเพิ่มเติม: <https://web.facebook.com/CulturalMapThailand> <https://culturalmapthailand.info/>

สนับสนุนโดย: 

ดำเนินการโดย: โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมอีสานของมหาวิทยาลัยบูรณาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (BAScii) และคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (ม.บ.)

กระบวนการดำเนินงาน

(1) เปิดเวทีและตั้งกรอบโจทย์ร่วมกัน (Problem Framing & Orientation)

โครงการเริ่มจากการประกาศโจทย์และสร้างความเข้าใจร่วมว่าทุกทีมต้องทำงานบนฐานทุนวัฒนธรรมจริง และค้ำจุนความผ่าน City DNA พร้อมทั้งเป้าหมายผลลัพธ์ให้เป็น "ต้นแบบที่นำเสนอได้" (Pitchable Prototype) ไม่ใช่แค่ไอเดีย กระบวนการช่วงนี้ใช้ช่องทางออนไลน์เป็นหลักสำหรับการสื่อสารและคัดเลือกทีม เพื่อให้เข้าถึงผู้สมัครวงกว้างและลดข้อจำกัดด้านพื้นที่

(2) วิเคราะห์ทุนวัฒนธรรมและ "สกัด City DNA" (Cultural Analysis & City DNA Extraction)

เมื่อทีมผ่านการคัดเลือก แต่ละทีมต้องทำงานเชิงวิเคราะห์ว่า "ทุนวัฒนธรรมของพื้นที่คืออะไร" และ "แก่นอัตลักษณ์เมืองที่ทำให้ต่างจากที่อื่นคืออะไร" ขั้นนี้เป็นหัวใจ เพราะเป็นการป้องกันปัญหาที่พบบ่อยในงานวัฒนธรรมยุคดิจิทัล คือหยิบวัฒนธรรมมาใช้แบบผิวเผิน (Surface-level Cultural Use) โครงการจึงใช้กรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 มิติ (Sustainability: Economic-Socio-cultural-Environment/Governance) ให้ทีมตรวจสอบผลกระทบและความเหมาะสมตั้งแต่ต้นน้ำ

(3) ออกแบบแนวคิดและต้นแบบ (Ideation & Prototyping)

หลังได้ City DNA ทีมจึงแปลง "แก่นวัฒนธรรม" ไปสู่แนวคิดผลิตภัณฑ์/บริการ/ประสบการณ์ โดยเลือกเทคโนโลยีให้เหมาะกับโจทย์ (Technology Fit) เช่น แพลตฟอร์มดิจิทัล (Platform), ประสบการณ์ AR/VR (Immersive Experience), เกม/สื่อเรียนรู้ (EdTech), โมเดลเทศกาล (Festival Model) หรือสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Products) จุดสำคัญคือโครงการไม่ได้ให้เทคโนโลยีเป็นพระเอก แต่ใช้เทคโนโลยีเป็น "เครื่องมือขยายคุณค่าทุนวัฒนธรรม" (Value Amplifier) เพื่อให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่และตลาดร่วมสมัย

(4) คลินิกที่ปรึกษาและการยกระดับความเป็นไปได้ (Mentoring Clinic & Feasibility Upgrade)

ช่วง Bootcamp เป็นช่วงออฟไลน์แบบเข้มข้น (Onsite Intensive Bootcamp) ทีมได้รับคำปรึกษาจากพี่เลี้ยง (Mentors) หลายมิติ ทั้งการตั้งคุณค่า (Value Proposition) กลุ่มลูกค้า (Target Segment) ช่องทาง (Channel) รายได้ (Revenue Model) ต้นทุน (Cost Structure) และการสื่อสารเชิงธุรกิจ (Pitching) การมีพี่เลี้ยงจำนวนมากทำให้ทีมถูก "บีบให้ชัด" ว่าแนวคิดที่ทำอยู่ตอบโจทย์ใคร และจะไปต่อในโลกจริงอย่างไร ไม่ใช่จบที่สโลว์สวอย

ผลผลิตที่เกิดขึ้น

ผลผลิตสำคัญของ Hackathon คือ "ชุดต้นแบบที่หลากหลาย" (Prototype Portfolio) ครอบคลุมหลายหมวด เช่น ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism), สินค้าแฟชั่น/ของที่ระลึก (Creative Goods), เทศกาล (Festival), เกม/สื่อเรียนรู้ (Game/EdTech), ไปจนถึงแนวคิดเมตาเวิร์สหรือการฝึกออนไลน์ (Metaverse/Online Training) ความหลากหลายนี้สะท้อนว่าโครงการสามารถเปิดพื้นที่ให้เยาวชนตีความวัฒนธรรมได้หลายรูปแบบ โดยยังยึดโยงกับพื้นที่ต้นกำเนิดผ่าน City DNA

ในมิติทางสังคม (Social Impact) Hackathon ทำให้เยาวชน "เปลี่ยนสถานะ" จากผู้เสพวัฒนธรรมเป็นผู้สร้าง (From Consumers to Creators) ผ่านการทำงานเป็นทีม การลงรายละเอียดเชิงข้อมูล และการฝึกสื่อสารอย่างมีเหตุผล นอกจากนี้ยังสร้างเครือข่ายคนรุ่นใหม่ที่เห็นว่าวัฒนธรรมไม่ใช่ของไกลตัว แต่เป็นทรัพยากรสร้างอนาคตได้ (Culture as Future Resource)

มิติทางเศรษฐกิจ (Economic Impact) โครงการช่วยสร้างต้นแบบที่วางบนโมเดลมูลค่าเพิ่ม (Value-added Model) เช่น สินค้าสร้างสรรค์ ประสบการณ์ท่องเที่ยว หรือแพลตฟอร์มบริการ ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดเป็นผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม (Cultural Entrepreneur) ได้จริงในระยะถัดไป แม้ผลงานจำนวนมากยังอยู่ในระดับต้นแบบ แต่ Hackathon ทำหน้าที่เป็น "สะพาน" จากวัฒนธรรมไปสู่โครงสร้างธุรกิจที่พูดภาษาเดียวกับตลาดและนักลงทุน

ส่วนในมิติด้านนโยบาย (Policy Impact) City DNA ทำให้โครงการเชื่อมกับการพัฒนาระดับจังหวัดและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรม (Cultural-based Economy) ได้ง่ายขึ้น เพราะผลงานถูกอธิบายด้วยตรรกะของพื้นที่ (Place-based Logic) และมีกรอบประเมินที่สอดคล้องกับธรรมาภิบาลและความยั่งยืน (Governance & Sustainability) อีกทั้งการใช้ Cultural Map Thailand เป็นฐานข้อมูล ยังสนับสนุนแนวทางเชิงนโยบายด้านข้อมูลเปิดและแพลตฟอร์มวัฒนธรรม (Cultural Data Infrastructure) ในอนาคต

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม วัฒนธรรมสร้างสรรค์ใหม่ ถือเป็นกลไกหลักของการเปลี่ยนผ่านวัฒนธรรมสู่ดิจิทัล โดยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การจัดการทุนทางวัฒนธรรมของประเทศ ดังต่อไปนี้

1) การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลทางวัฒนธรรมเป็นโครงสร้างพื้นฐานความรู้ (Cultural Digital Platform as Knowledge Infrastructure)

โครงการได้พัฒนาและใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลทางวัฒนธรรม โดยต่อยอดจาก Cultural Map Thailand เพื่อให้ทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ที่ถูกจัดระบบและเข้าถึงได้ในรูปแบบดิจิทัล แพลตฟอร์มดังกล่าวไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงคลังข้อมูล แต่ถูกออกแบบให้เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางความรู้ (Knowledge Infrastructure) ที่เชื่อมโยงข้อมูลเชิงพื้นที่ เรื่องเล่า อัตลักษณ์ และบริบททางสังคมเข้าด้วยกัน กระบวนการนี้ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมซึ่งเดิมกระจุกกระจาย ถูกแปลงให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถนำไปเรียนรู้ ตีความ และต่อยอดได้ในบริบทใหม่

การทำงานในลักษณะนี้สะท้อนการเปลี่ยนผ่านเชิงดิจิทัลของวัฒนธรรม จากการพึ่งพาการถ่ายทอดแบบปากเปล่าหรือเอกสาร ไปสู่ระบบดิจิทัลที่เปิดให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ใช้หลายกลุ่ม แพลตฟอร์มจึงกลายเป็น "พื้นที่กลาง" ที่วัฒนธรรมสามารถถูกใช้เป็นฐานของการเรียนรู้ การสื่อสาร และการกำหนดทิศทางการพัฒนาในอนาคต

2) การพัฒนาเยาวชนให้เป็นผู้ตีความและสื่อสารทุนทางวัฒนธรรมในโลกดิจิทัล (Youth as Cultural Interpreters and Digital Storytellers)

โครงการมุ่งพัฒนาเยาวชน โดยเฉพาะ Generation Z ให้มีบทบาทเป็นผู้ตีความและสื่อสารทุนทางวัฒนธรรมผ่านสื่อดิจิทัล เยาวชนไม่ได้ทำหน้าที่เพียงถ่ายถอดข้อมูล แต่ต้องเรียนรู้ที่มา ความหมาย และคุณค่าของวัฒนธรรม ก่อนนำมาตีความใหม่ให้สอดคล้องกับภาษาและสื่อของสังคมร่วมสมัย กระบวนการนี้ทำให้วัฒนธรรมถูกเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่ และขยายการรับรู้ไปสู่สังคมออนไลน์ในวงกว้าง

กลไกดังกล่าวก่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านเชิงบทบาทของเยาวชน จากผู้รับมรดกทางวัฒนธรรม ไปสู่ "ผู้สร้างความหมายใหม่" (Meaning Makers) ในโลกดิจิทัล ซึ่งเป็นหัวใจของการสืบต่อวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21 วัฒนธรรมจึงไม่ถูกแยกออกจากเทคโนโลยี แต่ถูกใช้เป็นเนื้อหาหลักของการสื่อสารและการสร้างอัตลักษณ์ร่วมสมัย

3) การใช้กระบวนการนวัตกรรมเพื่อแปลงทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Cultural Innovation and Creative Economy Translation)

โครงการใช้กระบวนการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม เช่น Hackathon ทางวัฒนธรรม เพื่อเปิดพื้นที่ให้ทุนทางวัฒนธรรมถูกนำมาคิดต่อยอดในเชิงเศรษฐกิจและสังคม กระบวนการนี้ทำให้ผู้เข้าร่วมต้องมองวัฒนธรรมในฐานะระบบความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงผู้คน พื้นที่ ความรู้ และตลาด ไม่ใช่เพียงมรดกที่ถูกเก็บรักษา การแปลงทุนทางวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นผ่านการออกแบบแนวคิด ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแพลตฟอร์มที่มีศักยภาพต่อยอดได้จริง

ผลที่เกิดขึ้นคือการสร้างความเข้าใจใหม่ว่าเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมไม่จำเป็นต้องแยกขาดจากเทคโนโลยีหรือโลกสมัยใหม่ แต่สามารถเติบโตบนฐานอัตลักษณ์ ความหมาย และความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการนี้สนับสนุนการเกิดผู้ประกอบการเชิงวัฒนธรรมรุ่นใหม่ และเปิดทางเลือกทางอาชีพที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจดิจิทัล

เมื่อพิจารณาทั้งสามกลไกร่วมกัน โครงการวัฒนธรรมสร้างสรรค์ใหม่สะท้อนการเปลี่ยนผ่านเชิงดิจิทัลของวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การจัดการข้อมูล การพัฒนาคน ไปจนถึงการแปลงคุณค่าไปสู่เศรษฐกิจและนโยบาย วัฒนธรรมจึงไม่ถูกจำกัดอยู่ในพื้นที่หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่กลายเป็นทรัพยากรที่สามารถเรียนรู้ ใช้ และขยายผลได้ในระดับประเทศ โดยแสดงให้เห็นบทบาทใหม่ของมหาวิทยาลัย ในฐานะผู้ออกแบบระบบนิเวศวัฒนธรรมดิจิทัล (Cultural Digital Ecosystem Designer) ที่เชื่อมโยงแพลตฟอร์ม เทคโนโลยี เยาวชน และทุนทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างมีทิศทาง และสามารถนำไปต่อยอดเป็นต้นแบบเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมและ Soft Power ของประเทศในระยะยาว

บทที่ 9

Culture Connex:

กลไกการเชื่อมต่อทุนทางวัฒนธรรมจากงานวิจัย
สู่การใช้ประโยชน์เชิงสังคม เศรษฐกิจ
และการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน

Culture Connex (CCX) เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมในรูปแบบร้านค้าและโฮว์รูม ตั้งอยู่ในชุมชนเลื้อนฤทธิ ถนนเขาวราช ซึ่งเป็นย่านการค้าและชุมชนเก่าแก่ของ กรุงเทพฯ ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงระบบที่เกิดขึ้นจากฐานคิดของงานวิจัยด้าน มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยมีเป้าหมายสำคัญในการทำให้ "ทุนทางวัฒนธรรม" ไม่หยุดอยู่เพียงในกระบวนการศึกษา วิเคราะห์ หรือการจัดทำรายงานวิชาการ หากแต่ถูกแปรเปลี่ยนให้เป็นพลังทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีชีวิต ผ่านการจัดแสดงและ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมควบคู่กับการเล่าเรื่องและกิจกรรมเรียนรู้ แม้ CCX จะดำเนินงานในรูปแบบร้านค้า แต่แก่นของแนวคิดมิได้มุ่งสู่ธุรกิจเชิงพาณิชย์ ทั่วไป หากเป็นการออกแบบ "พื้นที่กลาง" (Cultural Intermediary Space) ที่ เชื่อมโยงนักวิจัย มหาวิทยาลัย ชุมชน ช่างฝีมือ ศิลปิน ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค เข้าด้วยกัน โดยมีวัฒนธรรมเป็นแกนกลาง และความเป็นธรรมต่อผู้ผลิตและชุมชน เป็นหลักการกำกับการทำงาน

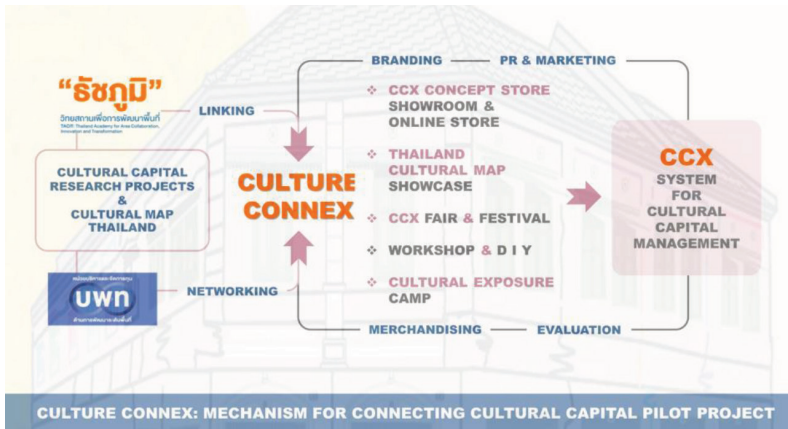
ภาพที่ 9-1


Culture Connex (CCX) ชุมชนเพื่อนฤทธิ์ ถนนเยาวราช



ภาพที่ 9-2

กรอบแนวคิดในการดำเนินงานของ CCX





กรอบแนวคิดของ Culture Connex (CCX) มุ่งทำหน้าที่เป็นกลไกกลางในการเชื่อมต่อทุนทางวัฒนธรรมจากฐานงานวิจัยและระบบแผนที่วัฒนธรรมของประเทศไทยไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงสังคมและเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบ โดย CCX ทำหน้าที่ทั้งการเชื่อมโยง (Linking) องค์ความรู้จากนักวิจัยกับชุมชน ช่างฝีมือ และผู้ใช้งานจริง และการสร้างเครือข่าย (Networking) ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมหลากหลาย เช่น เวิร์กช็อป และร้านค้าออฟไลน์-ออนไลน์ การจัดแสดงแผนที่วัฒนธรรม งานแฟร์ เวิร์กช็อป และค่ายเรียนรู้ เพื่อแปลงทุนทางวัฒนธรรมให้เกิดคุณค่าในรูปของประสบการณ์ การเรียนรู้ และผลิตภัณฑ์ ขณะเดียวกัน CCX ยังทำหน้าที่เป็นระบบบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงการสื่อสารอัตลักษณ์ การตลาดอย่างรับผิดชอบ และการประเมินผล เพื่อให้การใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมดำเนินไปอย่างสมดุล เคารพรากเหง้า และยั่งยืน

1. Culture Connex กับการเปลี่ยนแปลงบทบาทของงานวิจัย

ในบริบทการทำงานวิจัยด้านมนุษยศาสตร์ งานวิจัยจำนวนมากจำเป็นต้องลงพื้นที่เข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับชุมชน เรียนรู้วิถีการผลิต ภูมิปัญญา และโลกทัศน์ของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น กระบวนการดังกล่าวทำให้นักวิจัยไม่ได้เป็นเพียงผู้สังเกตการณ์ แต่กลายเป็นผู้มีส่วนร่วมในระบบนิเวศทางวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ

Culture Connex เกิดขึ้นจากช่องว่างสำคัญของระบบวิจัย นั่นคือ เมื่อโครงการวิจัยสิ้นสุดลง องค์ความรู้ ความสัมพันธ์ และศักยภาพของช่างฝีมือมักสิ้นสุดไปพร้อมกัน CCX จึงทำหน้าที่เป็น กลไกต่อ ยอดงานวิจัยหลังสิ้นสุดโครงการ ทำให้องค์ความรู้ยังคงถูกใช้งาน พัฒนา และแปรเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้

ในกระบวนการนี้ นักวิจัยมีบทบาทใหม่ในฐานะ Curator และ Knowledge Broker ทำหน้าที่คัดเลือก พัฒนา และประสานงานระหว่างชุมชนกับระบบตลาด โดยไม่ละทิ้งหลักวิชาการหรือคุณค่าทางวัฒนธรรมเดิม

2. Culture Connex ในฐานะโชว์รูมและระบบจัดจำหน่ายเชิงวัฒนธรรม

Culture Connex ทำหน้าที่เป็นทั้ง **โชว์รูม (Showroom)** และ **แพลตฟอร์มจัดจำหน่าย** สำหรับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่เกิดจากงานวิจัย โดยออกแบบระบบการจัดจำหน่ายให้แตกต่างจากตลาดทั่วไปอย่างชัดเจน

การรับฝากจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะมาจากโครงการวิจัยเป็นหลัก ผ่านกระบวนการคัดสรรโดยนักวิจัย เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีรากฐานทางวัฒนธรรมที่ชัดเจน มีเรื่องเล่า มีบริบท และสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่จริง ไม่ใช่เพียงการผลิตซ้ำเพื่อตอบสนองกระแสนิยม

ระบบราคาของ CCX ไม่ใช่ใช้กลไกการแข่งขันหรือการลดต้นทุน แต่ยึดหลัก **ต้นทุนที่ผู้ผลิตพึงพอใจ** เพื่อให้ช่างฝีมือสามารถดำรงชีพ พัฒนาทักษะ และรักษาภูมิปัญญาของตนได้อย่างมีศักดิ์ศรี รายได้จากการจำหน่ายจะถูกส่งคืนแก่ผู้ผลิตหรือโครงการวิจัยอย่างสม่ำเสมอ ขณะที่กำไรส่วนหนึ่งถูกนำกลับไปสนับสนุนงานวิจัยและการทำงานร่วมกับชุมชนในระยะยาว

กลไกดังกล่าวทำให้ Culture Connex เป็นตัวอย่างของ **ระบบตลาดเชิงจริยธรรม (Ethical Cultural Market)** ที่ไม่ตัดขาดวัฒนธรรมออกจากผู้คน และไม่แยกกำไรออกจากความรับผิดชอบต่อสังคม

ภาพที่ 9-3

โมเดลระบบการจัดจำหน่ายและ
สื่อสารผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของ CCX



3. Culture Connex กับการสื่อสารทุนทางวัฒนธรรม

นอกจากบทบาทด้านการจัดจำหน่าย Culture Connex ยังทำหน้าที่เป็น **พื้นที่สื่อสารทุนทางวัฒนธรรม** ผ่านสินค้า เรื่องเล่า และประสบการณ์การเยี่ยมชม ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นถูกนำเสนอในฐานะ "ตัวแทนความรู้" ที่เชื่อมโยงผู้บริโภคเข้ากับประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของสังคมไทย

บทบาทของบุคลากรในพื้นที่ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่กับการขายสินค้า แต่ทำหน้าที่เป็น Storyteller ถ่ายทอดเรื่องราว ความหมาย และรายละเอียดเชิงลึกของงานหัตถกรรมแต่ละชิ้น ทำให้การซื้อขายเป็นกระบวนการเรียนรู้ และทำให้ผู้บริโภคตระหนักว่าสินค้าเหล่านี้ไม่ใช่วัตถุไร้ที่มา แต่เป็นผลลัพธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างคน วัฒนธรรม และพื้นที่

4. Culture Connex กับพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น

การเลือกตั้งอยู่ในชุมชนท้องถิ่น ย่านการค้าเก่าแก่ของกรุงเทพฯ ไม่ได้เป็นเพียงการเลือกทำเล แต่เป็นการวางตำแหน่ง CCX ให้เป็นส่วนหนึ่งของการฟื้นฟูพื้นที่เมืองเก่า ผ่านมิติทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Culture Connex ทำงานร่วมกับชุมชนในการจัดกิจกรรม เสวนา การแสดง และการเปิดพื้นที่ให้ศิลปินและช่างฝีมือรุ่นใหม่ ส่งผลให้พื้นที่ไม่ได้เป็นเพียงจุดจำหน่ายสินค้า แต่เป็น **ศูนย์กลางการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม** ที่ช่วยฟื้นจิตวิญญาณของย่านเก่าให้กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง

5. Culture Connex กับเยาวชนและการสืบทอดภูมิปัญญา

ผลกระทบที่สำคัญของ Culture Connex คือการทำให้เยาวชนเห็นคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรม เมื่อเห็นงานหัตถกรรมสามารถสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และได้รับการยอมรับในสังคม เยาวชนจะกลายเป็นกำลังสำคัญในการสืบทอดองค์ความรู้ ไม่ปล่อยให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเลือนหายไปตามกาลเวลา



ในมิตินี้ CCX จึงไม่ใช่เพียงพื้นที่ค้าขาย แต่เป็น **กลไกการสร้างอนาคตของวัฒนธรรม** ผ่านการเชื่อมโยงคนรุ่นใหม่เข้ากับรากเหง้าของตนเอง

Culture Connex แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสามารถดำเนินไปพร้อมกับเศรษฐกิจได้ หากมีกรอบคิดที่ถูกต้อง และมีความระมัดระวังทางจริยธรรม วัฒนธรรมในที่นี้ไม่ใช่ทรัพยากรที่ถูกดึงมาใช้เพื่อกำไรระยะสั้น แต่เป็นจิตวิญญาณของผู้คนที่ต้องได้รับการดูแล เคารพ และพัฒนาอย่างรับผิดชอบ

Culture Connex จึงเป็นต้นแบบของกลไกที่เชื่อม **งานวิจัย-ชุมชน-เศรษฐกิจสร้างสรรค์-พื้นที่เมือง** เข้าด้วยกันอย่างสมดุล และสามารถต่อยอดเป็นโมเดลเชิงนโยบายหรือการขยายผลในระดับมหาวิทยาลัยและพื้นที่อื่น ๆ ได้ในอนาคต

บทที่ 10

มหกรรมทุนทางวัฒนธรรม: กลไกการแปลงงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ เชิงสังคมและนโยบาย

การจัดมหกรรมทุนทางวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมจากงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์จริงในพื้นที่และสังคมในวงกว้าง ภายใต้กรอบการพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area-based Development) มหกรรมมิได้ทำหน้าที่เป็นเพียงพื้นที่จัดแสดงผลงานหรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาด หากแต่เป็น **"พื้นที่กลางเชิงนโยบาย"** ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ งานวิจัย ภาควิชาเครือข่าย และชุมชนเจ้าของวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ มหกรรมทุนทางวัฒนธรรมจึงเป็นกระบวนการที่ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมสามารถแปรเปลี่ยนจากคุณค่าเชิงนามธรรมไปสู่ผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ สังคม และสำนึกท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

ภายใต้การสนับสนุนของหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) การจัดมหกรรมทุนทางวัฒนธรรมได้ถูกพัฒนาในสองระดับสำคัญ ได้แก่ ระดับพื้นที่ภูมิภาค และระดับชาติ เพื่อรองรับการเรียนรู้ การขยายผล และการสื่อสารเชิงนโยบายในระดับที่แตกต่างกัน โดยทั้งสองระดับทำหน้าที่เสริมกันในเชิงโครงสร้างและเชิงกระบวนการ

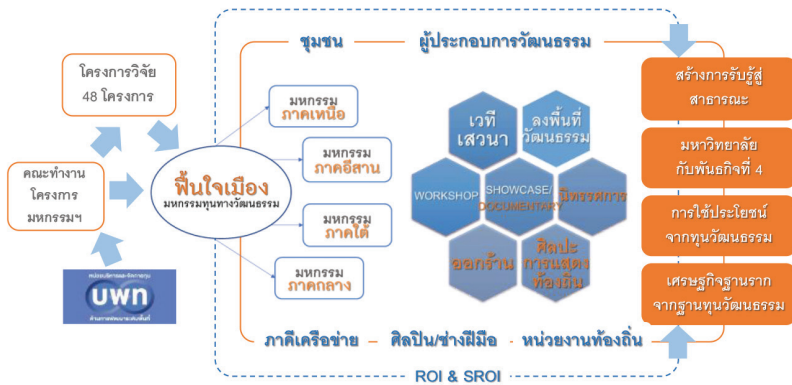
10.1 มหกรรมทุนทางวัฒนธรรมฟื้นใจเมือง: จากงานวิจัยสู่การพัฒนาพื้นที่ (Expo on Cultural Capital to Revitalize the City: From Research to Area Development)

มหกรรมทุนทางวัฒนธรรมฟื้นใจเมือง: จากงานวิจัยสู่การพัฒนาพื้นที่ ถูกออกแบบขึ้นในฐานะกลไกเชิงพื้นที่ที่ทำหน้าที่มากกว่าการจัดแสดงผลงานวิจัย หากแต่เป็น "เวทีแปลงงานวิจัยเป็นการปฏิบัติ" (Research-to-Action Platform) ภายใต้กรอบการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทย มหกรรมดังกล่าวมีเป้าหมายสำคัญในการนำองค์ความรู้จากงานวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมออกจากพื้นที่ทางวิชาการ เข้าสู่พื้นที่สาธารณะ เพื่อให้ชุมชน ภาคีเครือข่าย และสังคมในวงกว้างสามารถรับรู้ ใช้ประโยชน์ และร่วมตีความคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมในบริบทจริงของพื้นที่

ในเชิงโครงสร้าง มหกรรมนี้สะท้อนบทบาทใหม่ของมหาวิทยาลัยในฐานะตัวกลางเชิงระบบ (Systemic Intermediary) และ **ผู้จัดการระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรมในระดับพื้นที่** (Area-based Cultural Capital Ecosystem Manager) โดยมหาวิทยาลัยทำหน้าที่เชื่อมโยงงานวิจัย เครือข่ายชุมชน ศิลปิน ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ เข้าด้วยกันผ่านกระบวนการออกแบบกิจกรรม การจัดการพื้นที่ และการสื่อสารเชิงสาธารณะ มหกรรมจึงไม่ใช่กิจกรรมปลายทางของงานวิจัย หากแต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 10-1

กรอบแนวคิดในการจัดงานมหกรรมทุนทางวัฒนธรรมพื้นใจเมือง



มหกรรมทุนทางวัฒนธรรมพื้นใจเมืองจัดขึ้นระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน พ.ศ. 2566 ครอบคลุม 4 ภูมิภาคหลักของประเทศ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภาคใต้

จัดขึ้นระหว่างวันที่ 10-12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ณ บริเวณถนนนิพัทธ์อุทิศ 1 อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การเลือกพื้นที่ใจกลางเมืองซึ่งเป็นย่านเศรษฐกิจสำคัญ สะท้อนการนำทุนทางวัฒนธรรมเข้าสู่พื้นที่สาธารณะของเมืองสมัยใหม่ กิจกรรมสำคัญประกอบด้วย นิทรรศการผลงานวิจัย การออกจำหน่ายสินค้าและอาหารวัฒนธรรม เวทีการแสดงอัตลักษณ์ภาคใต้ การเสวนาทางวิชาการด้านพันธกิจที่ 4 และการนำเสนอระบบแผนที่วัฒนธรรม (Cultural Map Thailand และ Cultural Metaverse Thailand) โดยใช้อาหารเป็นแกนหลักของการเล่าเรื่องทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งเชื่อมโยงมิติอัตลักษณ์ วิถีชีวิต และเศรษฐกิจชุมชนเข้าด้วยกัน

ภาคเหนือ

จัดขึ้นระหว่างวันที่ 24-26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ณ อาคารพลเอกสำเภา สุตรี (E4) มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย การจัดงานภายในพื้นที่มหาวิทยาลัย เน้นบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาในฐานะศูนย์กลางการเรียนรู้และการบ่มเพาะทุน

ทางวัฒนธรรม กิจกรรมประกอบด้วยนิทรรศการผลงานวิจัยเชิงลึก การจัดแสดง หัตถศิลป์และงานสร้างสรรค์ การสาธิตงานฝีมือ และเวทีเสวนาทางวิชาการหลาย ระดับ สะท้อนลักษณะทุนวัฒนธรรมภาคเหนือที่เน้นความประณีต ความรู้เชิงช่าง และความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับภูมิประเทศ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จัดขึ้นระหว่างวันที่ 10–12 มีนาคม พ.ศ. 2566 ณ ถนนคนเดินเลียบบ้านน้ำมูล จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะที่ประชาชนมีความคุ้นเคยสูง มหกรรมใน ภูมิภาคนี้มีผู้เข้าร่วมงานมากที่สุด กิจกรรมสำคัญประกอบด้วย นิทรรศการผลงาน วิจัย การออกร้านจำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เวทีการแสดงศิลปะพื้นบ้าน โดยเฉพาะหมอลำและการแสดงร่วมสมัย การประชุมเครือข่ายมหาวิทยาลัย และ กิจกรรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับแผนที่วัฒนธรรม การจัดงานในลักษณะนี้ช่วยให้ ทุนทางวัฒนธรรมถูกหลอมรวมเข้ากับชีวิตประจำวันของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

ภาคกลาง

จัดขึ้นระหว่างวันที่ 31 มีนาคม – 2 เมษายน พ.ศ. 2566 ณ ชุมชนเลื่อนฤทธิ ถนน เยาวราช กรุงเทพมหานคร การเลือกพื้นที่ชุมชนเมืองเก่าใจกลางเมืองหลวง สะท้อน ความหมายของทุนทางวัฒนธรรมในบริบทหุ้วัฒนธรรม กิจกรรมสำคัญประกอบด้วย นิทรรศการภาพรวมผลงานวิจัยทั้ง 48 โครงการ การแสดงศิลปวัฒนธรรมจาก หลากหลายภูมิภาค เวทีเสวนาชุมชน และกิจกรรมเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชน เลื่อนฤทธิ ซึ่งทำให้ทุนทางวัฒนธรรมถูกมองในฐานะทรัพยากรของเมืองร่วมสมัย ไม่ใช่เพียงมรดกของอดีต

ผลการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมสะท้อนความคุ้มค่าเชิงนโยบาย ของการจัดมหกรรมดังกล่าว โดยมีผู้เข้าชมงานรวมทั้งสิ้น 36,355 คน และมีผู้ตอบ แบบสอบถาม 2,012 คน ค่า Benefit Cost Ratio รวมเท่ากับ 6.30 สามารถสร้าง มูลค่าทางเศรษฐกิจรวม 65,260,968.19 บาท ทั้งในรูปของรายได้ทางเศรษฐกิจและ ความเต็มใจจ่ายเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรม ผลลัพธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การลงทุน

ด้านทุนทางวัฒนธรรมสามารถสร้างผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม

นอกเหนือจากตัวเลขทางเศรษฐกิจ ข้อค้นพบเชิงคุณภาพที่สำคัญ คือ กลุ่มผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ในทุกภูมิภาค และให้คุณค่าต่อกิจกรรมทางวัฒนธรรมในระดับสูง สะท้อนศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมในฐานะพื้นที่การเรียนรู้ร่วมสมัย และเป็นกลไกสำคัญของการสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมข้ามรุ่น

ในภาพรวม มหกรรมทุนทางวัฒนธรรมพื้นใจเมืองสามารถมองได้ว่าเป็น **พื้นที่ทดลองเชิงนโยบาย (Policy Sandbox)** ของการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ซึ่งเปิดโอกาสให้แนวคิดการจัดการทุนทางวัฒนธรรมจากงานวิจัยถูกทดสอบในบริบทจริง ทั้งในมิติการจัดการพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจฐานรากบทเรียนจากมหกรรมดังกล่าวจึงมิได้หยุดอยู่ที่ระดับกิจกรรม หากแต่สามารถพัฒนาเป็นต้นแบบเชิงโครงสร้างสำหรับการออกแบบนโยบายและการลงทุนด้านวัฒนธรรมในอนาคต

ภาพที่ 10-2

ภาพบรรยากาศการจัดงาน มหกรรมทุนทางวัฒนธรรมพื้นใจเมือง 4 ภูมิภาค



ภาพที่ 10-2

ภาพบรรยากาศการจัดงาน มหกรรมทุนทางวัฒนธรรมพื้นใจเมือง 4 ภูมิภาค (ต่อ)



10.2 มหกรรมทุนวัฒนธรรม “สืบสาน สร้างสรรค์พลังทุน วัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจยั่งยืน” (The Power of Culture: Driving to Economic Sustainability) ในงาน อว.แฟร์

ภายหลังการทดลองและพัฒนาในรูปแบบมหกรรมทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ผ่านโครงการ “มหกรรมทุนทางวัฒนธรรมพื้นใจเมือง: จากงานวิจัยสู่การพัฒนาพื้นที่” ในระดับภูมิภาค การจัดมหกรรมทุนวัฒนธรรม “สืบสาน สร้างสรรค์พลังทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจยั่งยืน” ในงาน อว.แฟร์ ถือเป็นยกระดับกลไกดังกล่าวจากระดับพื้นที่สู่ระดับประเทศ และระดับนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม มหกรรมนี้ทำหน้าที่เป็น “เวทีกลางของประเทศ” (National Cultural Capital Platform) สำหรับการสื่อสารบทบาทของมหาวิทยาลัย งานวิจัย และทุนทางวัฒนธรรม ต่อผู้กำหนดนโยบาย ภาคเอกชน และสาธารณชนในวงกว้าง

มหกรรมดังกล่าวจัดขึ้นระหว่างวันที่ 9-17 สิงหาคม พ.ศ. 2568 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ภายใต้กรอบงาน อว.แฟร์ (MHESI FAIR) ซึ่งเป็นพื้นที่แสดงศักยภาพด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมของประเทศ การบูรณาการมหกรรมทุนวัฒนธรรมเข้ากับงาน อว.แฟร์ สะท้อนการยกระดับ “ทุนทางวัฒนธรรม” ให้เป็นส่วนหนึ่งของวาระการพัฒนาประเทศด้านวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม มีใช้ภารกิจเฉพาะด้านวัฒนธรรมเพียงลำพัง

ในเชิงแนวคิด มหกรรม “สืบสาน สร้างสรรค์พลังทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจยั่งยืน” ถูกออกแบบให้ทำหน้าที่เป็น เวทีสังเคราะห์เชิงระบบ (Systemic Synthesis Platform) ที่เชื่อมโยงผลลัพธ์จากงานวิจัยเชิงพื้นที่ งานพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ระบบข้อมูลแผนที่วัฒนธรรม และกลไกเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เข้าด้วยกันในระดับประเทศ มหกรรมจึงมิได้มุ่งเน้นเพียงการจัดแสดงสินค้าและกิจกรรม หากแต่เป็นการสื่อสาร “ภาพรวมของระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรม” ที่มหาวิทยาลัยไทยร่วมกันพัฒนาภายใต้พันธกิจที่ 4

กิจกรรมสำคัญภายในมหกรรมประกอบด้วย

(1) **นิทรรศการผลงานวิจัยและนวัตกรรมด้านทุนทางวัฒนธรรม** ที่สะท้อนพัฒนาการจากการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ไปสู่การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเชิงระบบ ทั้งในมิติการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก การสร้างสำนึกท้องถิ่น และการออกแบบนวัตกรรมเชิงวัฒนธรรม

(2) **พื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม** ของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมที่เติบโตจากงานวิจัย ทำให้เห็นเส้นทางการแปลง "คุณค่า" ทางวัฒนธรรมไปสู่ "มูลค่า" ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม

(3) **เวทีเสวนาทางวิชาการและเชิงนโยบาย** ที่เชื่อมโยงบทเรียนจากพื้นที่กับกรอบการพัฒนาประเทศด้าน Soft Power เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนาเชิงพื้นที่

(4) **การนำเสนอแพลตฟอร์มและระบบดิจิทัล** อาทิ ระบบแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map Thailand) ระบบพื้นที่เสมือน (Cultural Metaverse Thailand) และกลไก Culture Connex ซึ่งทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานรองรับการจัดการทุนทางวัฒนธรรมในระยะยาว

ในเชิงบทบาทของมหาวิทยาลัย มหกรรมในงาน อว.แพร์ แสดงให้เห็นการขยับบทบาทจาก "ผู้ดำเนินโครงการเชิงพื้นที่" ไปสู่การเป็น ผู้ประสานเชิงนโยบายและเชิงระบบ (Policy and System Integrator) มหาวิทยาลัยทำหน้าที่สื่อสารผลลัพธ์จากพื้นที่สู่ระดับประเทศ เชื่อมโยงงานวิจัยกับหน่วยงานนโยบาย ภาคเอกชน และกลไกการลงทุน ตลอดจนแสดงศักยภาพของพันธกิจที่ 4 ในฐานะโครงสร้างรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

เมื่อพิจารณาร่วมกับมหกรรมทุนทางวัฒนธรรมที่ใจเมืองในระดับภูมิภาค จะเห็นได้ว่า มหกรรมในงาน อว.แพร์ ทำหน้าที่เป็น กลไกการขยายผลเชิงโครงสร้าง (Structural Scaling Mechanism) จากพื้นที่สู่ประเทศ กล่าวคือ มหกรรมเชิงพื้นที่

เป็นพื้นที่ทดลองและบ่มเพาะ ขณะที่มีกิจกรรมระดับประเทศเป็นพื้นที่สังเคราะห์
สื่อสาร และเชื่อมโยงสู่การกำหนดทิศทางนโยบาย

ในภาพรวม มหกรรมทุนวัฒนธรรม "สืบสาน สร้างสรรค์พลังทุนวัฒนธรรมสู่
เศรษฐกิจยั่งยืน" แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ทุนทางวัฒนธรรมมิได้เป็นเพียง
ทรัพยากรเชิงสัญลักษณ์ หากแต่สามารถทำหน้าที่เป็นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์
เศรษฐกิจฐานราก และ Soft Power ของประเทศได้ เมื่อได้รับการจัดการผ่านระบบ
ภาคีเครือข่าย ข้อมูล เทคโนโลยี และบทบาทเชิงระบบของมหาวิทยาลัย

บทเรียนจากมหกรรมระดับประเทศนี้จึงเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สำคัญ ว่าการ
ขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทย สามารถก้าวจากระดับการทดลองเชิง
พื้นที่ ไปสู่การเป็นกลไกเชิงนโยบายของประเทศได้อย่างมีศักยภาพ และเป็นฐานสำคัญ
ของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่เคารพอัตลักษณ์ ความหลากหลาย และความยั่งยืน
ในระยะยาว

ภาพที่ 10-3

ภาพบรรยากาศการจัดงาน มหกรรมทุนวัฒนธรรม
"สืบสาน สร้างสรรค์พลังทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจยั่งยืน"



ภาพที่ 10-3

ภาพบรรยากาศการจัดงาน มหกรรมทุนวัฒนธรรม
“สืบสาน สร้างสรรค์พลังทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจยั่งยืน” (ต่อ)



10.3 ปัจจัยความสำเร็จในการจัดงานมหกรรมทุนทางวัฒนธรรม

การจัดมหกรรมทุนทางวัฒนธรรมในฐานะกลไกเชื่อมโยงงานวิจัยกับการพัฒนาเชิงพื้นที่และการสื่อสารเชิงนโยบาย มีได้ขึ้นอยู่กับการจัดกิจกรรมเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องอาศัยปัจจัยเชิงโครงสร้าง กระบวนการ และการบริหารจัดการที่เหมาะสม การสังเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จจากการจัดมหกรรมทุนทางวัฒนธรรมทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศ จึงช่วยทำให้เห็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้มหกรรมสามารถสร้างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

1. ความชัดเจนของกรอบแนวคิดและเป้าประสงค์เชิงระบบ (Clear Conceptual Framework)

ความสำเร็จของการจัดงานมหกรรมทุนทางวัฒนธรรมเกิดจากการมีกรอบแนวคิดที่ชัดเจน ซึ่งมิได้มองมหกรรมเป็นเพียงกิจกรรมเผยแพร่ผลงานหรือเทศกาลวัฒนธรรม หากแต่ถูกออกแบบให้เป็น กลไกเชิงระบบ (Systemic Mechanism) ในการแปลงงานวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมสู่การปฏิบัติ การพัฒนาเชิงพื้นที่ และการสื่อสารเชิงนโยบาย กรอบคิด "จากงานวิจัยสู่การพัฒนาพื้นที่" ทำให้ทุกกิจกรรมภายในมหกรรมมีความเชื่อมโยงกัน และมุ่งไปสู่ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสำนึกท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

2. บทบาทเชิงรุกของมหาวิทยาลัยในฐานะผู้จัดการระบบนิเวศ (Active University Leadership)

มหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญในฐานะ ผู้จัดการระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital Ecosystem Manager) มิใช่เพียงผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงาน มหาวิทยาลัยทำหน้าที่ออกแบบกระบวนการ ประสานภาคีเครือข่าย คัดเลือกและเชื่อมโยงผลงานวิจัยกับชุมชน ศิลปิน และผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม บทบาทดังกล่าวช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับมหกรรม และทำให้การจัดงานเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่กิจกรรมเฉพาะหน้า

3. การมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับนโยบายและระดับพื้นที่ (High-level Engagement)

การมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับมหาวิทยาลัย หน่วยงานนโยบาย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับมหรกรรมจากกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ไปสู่เวทีเชิงนโยบาย การสนับสนุนในระดับผู้บริหารช่วยเพิ่มอำนาจการตัดสินใจ ความคล่องตัวในการประสานงาน และการเชื่อมโยงผลลัพธ์ของมหรกรรมเข้าสู่แผนพัฒนาและนโยบายในระดับพื้นที่และระดับประเทศ

4. การเลือกพื้นที่จัดงานที่สอดคล้องกับบริบทวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ (Context-sensitive Venue Selection)

การเลือกพื้นที่จัดงานมีผลอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของมหรกรรม การใช้พื้นที่สาธารณะ เช่น ถนนคนเดิน ย่านเมืองเก่า หรือศูนย์กลางเศรษฐกิจเมือง ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมเข้าถึงประชาชนจริง และเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้เข้าชม ในขณะที่การจัดงานในพื้นที่มหาวิทยาลัยหรือศูนย์ประชุมระดับประเทศ ช่วยเสริมมิติทางวิชาการและนโยบาย การออกแบบพื้นที่จัดงานให้สอดคล้องกับบริบทจึงช่วยขยายฐานผู้เข้าร่วมและเพิ่มคุณค่าทางสังคมของมหรกรรม

5. การออกแบบกิจกรรมที่หลากหลายและเชื่อมโยงกัน (Integrated Program Design)

ความสำเร็จของมหรกรรมเกิดจากการออกแบบกิจกรรมที่ผสมหลายมิติ ได้แก่ นิทรรศการผลงานวิจัย การจำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม การแสดงศิลปวัฒนธรรม เวทีเสวนาทางวิชาการ และกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ การออกแบบดังกล่าวช่วยให้มหรกรรมตอบโจทย์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม พร้อมทั้งทั้งนักวิชาการ ชุมชน ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และผู้กำหนดนโยบาย

6. การเชื่อมโยงงานวิจัยกับผู้ประกอบการและเศรษฐกิจจริง (Research—Market Linkage)

มหกรรมประสบความสำเร็จอย่างเด่นชัดเมื่อสามารถเชื่อมโยงงานวิจัยกับผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมและตลาดจริง การเปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการจากงานวิจัยได้นำเสนอและจำหน่ายสินค้า ทำให้เห็นเส้นทางการสร้างมูลค่า (Value Creation) จากทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม และช่วยยืนยันว่า งานวิจัยด้านวัฒนธรรมสามารถสร้างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจได้จริง

7. การใช้ข้อมูลและระบบดิจิทัลเป็นโครงสร้างสนับสนุน (Digital and Data Infrastructure)

การนำระบบแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map Thailand) ระบบพื้นที่เสมือน และแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ มาใช้ในมหกรรม ช่วยเพิ่มมิติการเรียนรู้ การเข้าถึง และการต่อยอดข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม มหกรรมจึงไม่สิ้นสุดลงพร้อมการจัดงาน แต่ทิ้งร่องรอยข้อมูลและเครือข่ายที่สามารถนำไปใช้ต่อในระยะยาว

8. ระบบการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (Impact Assessment System)

การมีระบบประเมินผลกระทบ เช่น การคำนวณ Benefit—Cost Ratio และมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยืนยันความคุ้มค่าของการจัดมหกรรมในเชิงนโยบาย การประเมินผลดังกล่าวช่วยเปลี่ยนการจัดงานจาก "กิจกรรมทางวัฒนธรรม" ไปสู่ "การลงทุนเชิงนโยบาย" (Policy Investment) ที่สามารถสื่อสารกับผู้กำหนดนโยบายและสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพรองรับ

9. การสื่อสารสาธารณะและการสร้างการรับรู้ในวงกว้าง (Public Communication and Visibility)

ความสำเร็จของมหกรรมยังขึ้นอยู่กับ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในรูปแบบ สื่อสารมวลชน สื่อดิจิทัล และสื่อสารผ่านกิจกรรมภายในงาน การเล่าเรื่องทุนทาง

วัฒนธรรมในภาษาที่เข้าถึงได้ ช่วยขยายฐานผู้สนใจ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และสร้างการรับรู้ว่าเป็นเรื่องร่วมสมัยและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน

10. ความต่อเนื่องและการเชื่อมโยงสู่การพัฒนาในระยะยาว (Continuity and Scaling-up)

ปัจจัยสุดท้ายที่สำคัญ คือ การมองมหรรมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่เหตุการณ์เฉพาะครั้ง การเชื่อมโยงผลลัพธ์จากมหรรมไปสู่การพัฒนาพื้นที่ การขยายเครือข่าย และการกำหนดนโยบาย ทำให้มหรรมทุนทางวัฒนธรรมกลายเป็น กลไกเชิงโครงสร้าง ที่สนับสนุนพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยในระยะยาว

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น จะเห็นได้ว่า ปัจจัยความสำเร็จของการจัดมหรรมทุนทางวัฒนธรรมสะท้อนให้เห็นว่า มหรรมมิใช่เพียงกิจกรรมปลายทางของงานวิจัย หากแต่เป็นส่วนหนึ่งของระบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ที่ต้องอาศัยบทบาทเชิงระบบของมหาวิทยาลัย การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย การออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับบริบท และการประเมินผลกระทบอย่างเป็นรูปธรรม เมื่อปัจจัยเหล่านี้ทำงานร่วมกัน มหรรมทุนทางวัฒนธรรมจึงสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัย จากการดำเนินงานเชิงกิจกรรมไปสู่การเป็นโครงสร้างสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมบนฐานทุนทางวัฒนธรรม

บทที่ 11

มหาวิทยาลัยกับ

การขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4:

บทสังเคราะห์การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรม และข้อเสนอเชิงนโยบาย

พันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยว่าด้วยการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ได้พัฒนาและขยายความหมายอย่างมีนัยสำคัญในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จากการเป็นภารกิจที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ การเผยแพร่ และการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมภายในสถาบัน ไปสู่การทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญของการพัฒนาเชิงพื้นที่บนฐานทุนทางวัฒนธรรม การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวสะท้อนบทบาทใหม่ของมหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันความรู้ที่เชื่อมโยงองค์ความรู้เชิงวิชาการเข้ากับชีวิตจริงของชุมชนและบริบทเฉพาะของพื้นที่

บทสังเคราะห์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์บทเรียนจากการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ผ่านการจัดการทุนทางวัฒนธรรมในหลากหลายบริบทพื้นที่ เพื่ออธิบายพัฒนาการของแนวคิด กลไก และบทบาทของมหาวิทยาลัยในการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างเป็นระบบ การสังเคราะห์ดังกล่าวมิได้มุ่งเน้นการรายงานผลการดำเนินงานเชิงโครงการ หากแต่เน้นการทำความเข้าใจโครงสร้าง กระบวนการ และความสัมพันธ์ที่ทำให้การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรมสามารถเกิดขึ้นได้จริงและต่อเนื่อง

11.1 การจัดการทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทยภายใต้ Engage Enrich Enhance (3-E) Approach

การวิจัยและพัฒนาโดยใช้ฐานทุนวัฒนธรรม (Culture-based Research and Development: CR&D) เป็นแนวทางสำคัญในการอนุรักษ์และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน¹⁸ อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานในลักษณะนี้ยังเผชิญความท้าทายหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมไทยที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูง¹⁹ การสังเคราะห์ครั้งนี้นำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยและพัฒนาโดยใช้ฐานทุนวัฒนธรรม โดยประยุกต์แนวทาง Companion Modelling (ComMod)²⁰ ร่วมกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 6 ทฤษฎี ได้แก่ Science of Complexity, Resilience and Adaptive Management, Collective Management of Multi-Actor Processes, Constructivist Epistemology, Post-normal Science, และ Patrimonial Mediation เพื่ออธิบายพลวัตการจัดการทุนทางวัฒนธรรมในเชิงระบบ


กรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้นนี้เรียกว่า 3-E Cultural R&D Approach ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ขั้นตอน ได้แก่ Engage, Enrich, และ Enhance ซึ่งเชื่อมโยงกันอย่างเป็นวงจร (Iterative Process) และเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน²¹ ในแต่ละขั้นตอนมุ่งสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม

¹⁸ Throsby, D. (2001). Economics and culture. Cambridge University Press.

¹⁹ Jory, P. (1999). Thai identity, globalisation and advertising culture. Asian Studies Review, 23(4), 461-487.

²⁰ Barreteau, O., Antona, M., D'Aquino, P., Aubert, S., Boissau, S., Bousquet, F., & Trebil, G. (2003). Our companion modelling approach. Journal of Artificial Societies and Social Simulation, 6(1). <http://jasss.soc.surrey.ac.uk/6/1/1.html>

²¹ Reed, M. S. (2008). Stakeholder participation for environmental management: A literature review. Biological Conservation, 141(10), 2417-2431.



เสริมคุณค่า และต่อยอดสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม โดยควบคู่ไปกับการพัฒนา "สำนึกรักท้องถิ่น" และการเรียนรู้ร่วมกัน

โดยภาพรวม กรอบแนวคิด 3-E Cultural R&D Approach ทำหน้าที่เป็นระบบการพัฒนาและประเมินผลทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นเหตุเป็นผลและต่อเนื่อง ซึ่งช่วยเสริมพลังความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน และมีศักยภาพในการขับเคลื่อนการพัฒนาท้องถิ่นให้ก้าวสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง (ภาพที่ 11-1)

Engage: ขั้นตอนนี้ประกอบด้วยการวิเคราะห์ระบบ การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การระบุโจทย์ปัญหา (Challenge หรือ Pain Points) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการทำแผนที่วัฒนธรรม (Cultural Mapping)²² ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญที่ร่วมกันกับเจ้าของทุนวัฒนธรรมและชุมชน ในการสืบค้นข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยเฉพาะใช้สร้างความร่วมมือผ่านกระบวนการทำแผนที่วัฒนธรรม นอกจากการสร้างเครือข่ายและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมแล้ว ยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมผ่านการจัดเก็บข้อมูลเพื่อการพัฒนาต่อไป

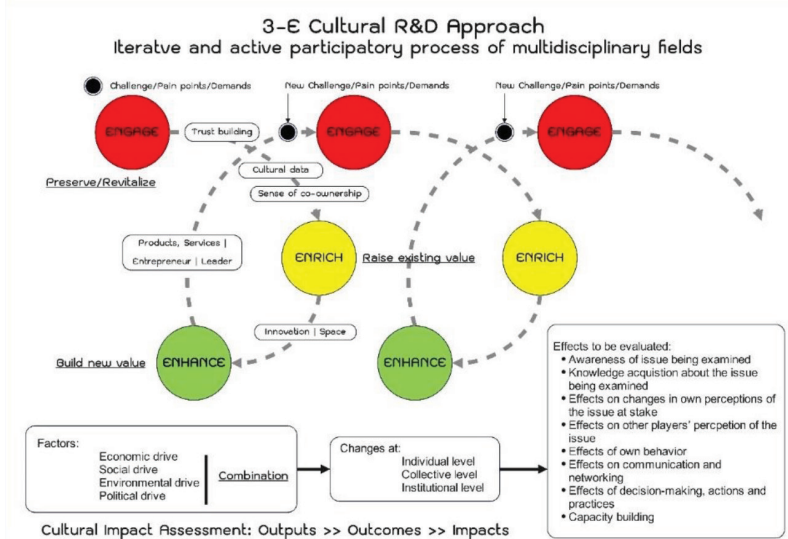
Enrich: ทำหน้าที่เป็นกลไกขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงคุณค่า โดยอาศัยการวิจัยและนวัตกรรม เป็นขั้นตอนการร่วมกันวิเคราะห์คัดเลือกทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ แล้วทำการเติมเต็มเพิ่มพูนศักยภาพและแปลงข้อมูลทางวัฒนธรรมให้เกิดประโยชน์ในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น การสร้างพื้นที่วัฒนธรรม หรือการเพิ่มพูนองค์ความรู้และผลิตภัณฑ์²³

²² Taylor, K., & Rollins, L. (2021). Cultural mapping: Intangible values and engaging with communities. Routledge.

²³ Comunian, R., & England, L. (2020). Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. Cultural Trends, 29(2), 112-128.

ภาพที่ 11-1

แนวทางการวิจัยและพัฒนา Engage Enrich Enhance (3-E Approach) ที่มีลักษณะหมุนวนไปด้านหน้าอย่างมีส่วนร่วมด้วยการทำงานสหศาสตร์



เนื่องด้วยพื้นฐานแนวคิดของ 3-E เคิม ได้ถูกพัฒนาเป็นหลายกรอบวิจัยตั้งแต่ พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2567 จากความหลากหลายได้ถูกสังเคราะห์เป็น 3-E Approach ที่มีความเรียบง่ายและเป็นภาพรวมกรอบการดำเนินงานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับงานวิจัยและพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม โดยมีหลักการสำคัญดังนี้

1. การสร้างความเข้าใจร่วม และพัฒนาความเป็นเจ้าของร่วมกัน ด้วยกระบวนการสร้างแผนที่วัฒนธรรมเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมและบริบทแวดล้อม
2. การวิเคราะห์ผลร่วมกันด้วยข้อมูลที่ถูกจัดเก็บในแผนที่วัฒนธรรมเพื่อร่วมกันหาทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพและวิธีการเปลี่ยนแปลงทุนทางวัฒนธรรมให้มีคุณค่ามากขึ้น และสามารถสร้างมูลค่าที่ส่วนหนึ่งจะถูกนำกลับไปใช้อนุรักษ์ทุนวัฒนธรรม
3. การสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนและสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาในการจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น

Enhance: เป็นขั้นที่ระบบนำผลลัพธ์จากการเสริมคุณค่าไปต่อยอดในระดับที่สูงขึ้นทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ผ่านการขยายผลลัพธ์สู่การสร้างสินค้าหรือบริการใหม่ สร้างผู้ประกอบการวัฒนธรรม และออกแบบกลยุทธ์การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดสำนึกรักท้องถิ่น²⁴ ขั้นตอนนี้สามารถขยายงานทั้งในแนวราบ (Extensive) และแนวกิ่ง (Intensive) เพื่อเพิ่มขอบเขตและคุณภาพของงาน สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจด้านวัฒนธรรม (Cultural Enterprise) เพื่อบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ และผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายในระดับท้องถิ่น

กระบวนการประเมินผลในกรอบ 3-E ถูกพัฒนาในรูปแบบของระบบการวัดผลที่แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ผลผลิตหรือกิจกรรม (Outputs) ที่เกิดขึ้นโดยตรงในแต่ละขั้น ผลลัพธ์ (Outcomes) ที่ประเมินการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม การรับรู้ และการสร้างเครือข่าย และการประเมินผลกระทบ (Impacts) เช่น การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง การปรับนโยบาย หรือความยั่งยืนทางสังคมและเศรษฐกิจ ระบบประเมินนี้ใช้ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับ การตระหนักรู้ปัญหา การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และทัศนคติ ความสามารถในการสร้างเครือข่ายและการสื่อสาร รวมถึงการประเมินศักยภาพในการตัดสินใจและสร้างระบบนิเวศวัฒนธรรมที่ยั่งยืน ผลการวิเคราะห์และประเมินเหล่านี้จะถูกย้อนกลับไปสู่การตั้งโจทย์ใหม่ในระบบ วนกลับเข้าสู่กระบวนการ Engage อีกครั้งตามแนวคิดระบบป้อนกลับ (Feedback Loop)

²⁴ Lounsbury, M., & Glynn, M. A. (2019). Cultural entrepreneurship: A new agenda for the study of entrepreneurial processes and possibilities. Cambridge University Press.

การนำแนวทางนี้ไปใช้ต้องคำนึงถึงความท้าทายและข้อจำกัดต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการวิจัยและพัฒนาเชิงวัฒนธรรม แม้ว่า 3-E Approach จะมีศักยภาพในนำไปใช้เพื่อจัดการทุนทางวัฒนธรรม แต่ยังมีที่ต้องพิจารณา เช่น ความซับซ้อนของระบบที่ส่งผลให้การจัดการกับความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ การสร้างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงที่สำคัญต่อการพัฒนากระบวนการที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม การบูรณาการองค์ความรู้เพื่อผสมผสานความรู้ท้องถิ่นกับความรู้ทางวิชาการอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการมีส่วนร่วมที่อาจจะต้องใช้เวลาและทรัพยากรมากกว่าวิธีการวิจัยแบบดั้งเดิม และการรักษาสมดุลระหว่างกระบวนการและผลลัพธ์ที่แม้จะเน้นกระบวนการแต่ก็ต้องไม่ละเลยความสำคัญของผลผลิตและผลลัพธ์ รวมทั้งต้องสื่อสารอย่างชัดเจนว่าไม่ใช่ทุกความคิดเห็นจะถูกนำไปใช้ แต่ทุกความคิดเห็นจะได้รับการพิจารณาอย่างเท่าเทียม โดยเฉพาะในบริบทของระบบนิเวศสังคมที่มีความซับซ้อน นอกจากนี้การนำกรอบแนวคิดนี้ไปใช้ในทางปฏิบัติยังคงมีข้อจำกัดที่ต้องพิจารณาค้นหาเครื่องมือ วิธีการ และกระบวนการที่เหมาะสม โดยเฉพาะในด้านการสร้างความไว้วางใจและความร่วมมือระหว่างนักวิจัยกับชุมชน ตลอดจนการรักษาความยั่งยืนของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานตามกรอบแนวคิดนี้ จะช่วยพัฒนาองค์ความรู้และแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยและพัฒนาโดยใช้ฐานวัฒนธรรมในบริบทของประเทศไทยต่อไป

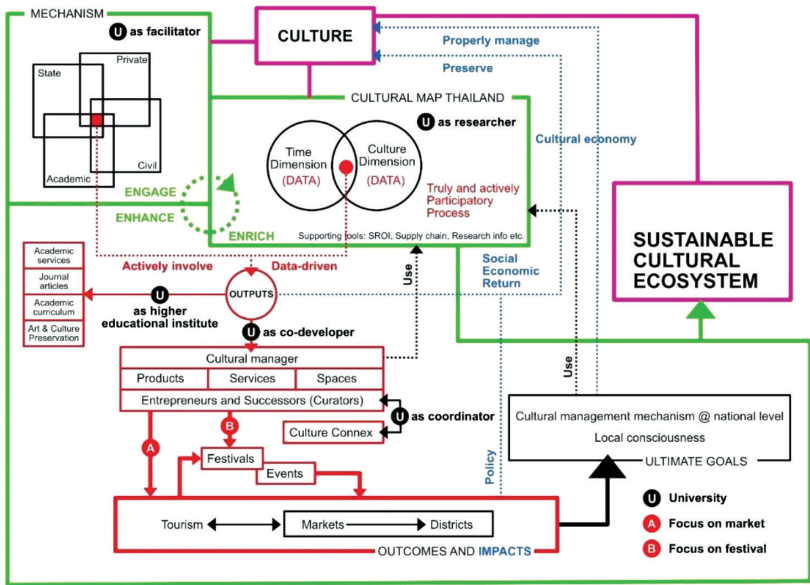
11.2 บทบาทของสถาบันอุดมศึกษากับการวิจัยและพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม

โครงการวิจัยภายใต้แผนงานย่อยการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนึกท้องถิ่น มหาวิทยาลัยไทยนั้นมีบทบาทสำคัญอย่างมากในกระบวนการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างน้อยสองพันธกิจของสถาบันอุดมศึกษาไทยคือ พันธกิจที่ 2 การวิจัย และพันธกิจที่ 4 การทำนุบำรุงศิลปะและ

วัฒนธรรม ที่นำผลการวิจัยไปใช้ต่อยอดอีกสองพันธกิจคือ การพัฒนาหลักสูตร การเรียนการสอนที่เป็นพันธกิจที่ 1 และใช้ในการบริการวิชาการที่เป็นพันธกิจที่ 3 มหาวิทยาลัยไทยจึงสามารถทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยการความสะดวเชื่อมต่อประสาน และให้การสนับสนุนทางวิชาการ²⁵ ดังนั้นการจัดตั้งสถาบันอุดมศึกษาให้เป็น Excellence Center สำหรับงานด้านทุนวัฒนธรรมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ภาพที่ 11-2

บทบาทของมหาวิทยาลัยในกระบวนการวิจัยและพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการ ทุนทางวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนึกท้องถิ่น



²⁵ Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2017). The triple helix: University–industry–government innovation and entrepreneurship. Routledge.

จากภาพที่ 11-2 บทบาทสถาบันอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัย (U) ในกระบวนการ 3-E มีผลต่อความยั่งยืนของระบบนิเวศวัฒนธรรม เนื่องจากมหาวิทยาลัย ไม่ได้ทำหน้าที่แค่ในห้องเรียนหรือห้องวิจัย แต่มหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญหลากหลายหน้าที่ในระบบนิเวศวัฒนธรรม โดยเน้นการมีส่วนร่วมร่วมกับทุกภาคส่วนเพื่อผลักดันวัฒนธรรมสู่ความยั่งยืนได้อย่างแท้จริง ได้แก่

1. ผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator): มหาวิทยาลัยเป็นตัวกลางที่ช่วยเชื่อมโยงภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม และภาควิชาการให้มาร่วมคิด ร่วมทำ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันแบบไม่มีใครใหญ่กว่าใคร เพื่อออกแบบแนวทางพัฒนาทุนวัฒนธรรมร่วมกัน

2. ผู้พัฒนาและใช้ระบบวิจัย: มีสองบทบาทหลัก

a. ทีมประสานงานกลาง ทำหน้าที่สร้างเครื่องมือและระบบสนับสนุน เช่น แผนที่วัฒนธรรม ระบบติดตามผลตอบแทนทางสังคม (SROI) ระบบเชิงเวลา ฯลฯ รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะการทำวิจัย การจัดการฝึกอบรม การศึกษาดูงานที่จำเป็น และเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์

b. มหาวิทยาลัยผู้ใช้ระบบ นำเครื่องมือเหล่านั้นไปใช้ทำงานกับชุมชนและเจ้าของทุนวัฒนธรรมจริง ๆ เพื่อให้ข้อมูลถูกต้อง นำไปวิเคราะห์นโยบายหรือวางแผนพัฒนาพื้นที่ต่อไป

3. สถาบันการศึกษา (Higher Educational Institute): นอกจากสอนหนังสือแล้ว มหาวิทยาลัยยังควรที่ดำเนินการเพิ่มเติมในประเด็นต่อไปนี้

a. การนำงานวิจัยมาสร้างหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น เจ้าของทุนวัฒนธรรม

b. การส่งเสริมการสร้างกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น เทศกาล ตลาดทางวัฒนธรรม

c. การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมทั้งเก่าและใหม่ เช่น การอนุรักษ์งานศิลป์ พิธีกรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น

d. การปลูกฝังให้เด็ก ๆ และสังคมเข้าใจและเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมไทย ทั้งในมุมเก่าและมุมใหม่

4. ผู้พัฒนาร่วม (Co-developer): มหาวิทยาลัยไม่เพียงแต่คิดจากมุมมองทางวิชาการ แต่ต้องมีส่วนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือพื้นที่ทางวัฒนธรรมกับชุมชน เช่น ร่วมออกแบบสินค้าใหม่ สนับสนุนผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม สร้างนวัตกรรมร่วมกัน

5. ผู้ประสานงาน (Coordinator): มหาวิทยาลัยเป็นแกนกลางที่ประสานงานร่วมทำกิจกรรม หรือโครงการต่าง ๆ ให้เชื่อมโยงกัน เช่น เครือข่ายวัฒนธรรม เทศกาลท้องถิ่น และผลักดันให้สิ่งเหล่านี้เชื่อมกับตลาดในหลายระดับ เช่น Culture Connex การท่องเที่ยว และสร้างพื้นที่วัฒนธรรม ที่นำไปสู่เศรษฐกิจวัฒนธรรม และความสำนึกรักษ์ท้องถิ่นของคนในชุมชน และเยาวชนของชาติ

สิ่งหนึ่งที่ดีเป็นความพิเศษของมหาวิทยาลัยไทยที่แตกต่างจากในประเทศอื่นคือ บทบาทฐานะกลไกหลักของระบบนิเวศวัฒนธรรมไทยในพันธกิจที่ 4 "การทำนุบำรุง ศิลปะและวัฒนธรรม" แต่พันธกิจนี้ควรจะต้องขับเคลื่อนทุนวัฒนธรรมสู่ความยั่งยืน ผ่านการพัฒนาสร้างมูลค่า ไม่ใช่แค่เพียงการอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรมเท่านั้น มหาวิทยาลัยจะต้องเป็นศูนย์กลางการทำนุบำรุงและพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรมโดยเป็น ทั้งผู้สร้างสรรค์และผู้อนุรักษ์องค์ความรู้ทางศิลปะและวัฒนธรรม ภายใต้กระบวนการ 3-E ซึ่งประกอบด้วย Engagement, Enrichment และ Enhancement มหาวิทยาลัยยังสามารถเป็นพื้นที่กลางที่เชิญชวนทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสานความร่วมมือ และทำงานเชิงลึกกับชุมชนและเจ้าของทุนวัฒนธรรม การกิจ นี้เชื่อมโยงตรงกับพันธกิจที่ 4 ในแง่การดูแลรักษาและต่อยอดองค์ความรู้ศิลปะและ วัฒนธรรมในทุกมิติ เพื่อให้ศิลปะและวัฒนธรรมไทยไม่ถูกจำกัดเฉพาะในอดีต หาก แต่ถูกนำมาสร้างคุณค่าใหม่ในยุคปัจจุบัน

ด้วยการที่มหาวิทยาลัยมักจะได้ยอมรับจากสังคมว่ามีความเป็นกลาง (Neutral Party) ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการพัฒนา ส่งผลให้มหาวิทยาลัยอยู่ในจุดที่สามารถเป็นผู้ประสานงานและผู้อำนวยการความสะดวกในการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ทั้งเทศกาล งานอีเวนต์ ตลาดเกิดใหม่ รวมถึงพื้นที่สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำหน้าที่เชื่อมโยงเครือข่ายและกิจกรรมทางวัฒนธรรมโดยมหาวิทยาลัยไม่เพียงแค่จัดกิจกรรม แต่ยังร่วมพัฒนาออกแบบประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่จะบ่มเพาะจิตสำนึกอนุรักษ์และพัฒนาให้เยาวชนและคนในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องโดยตรงกับพันธกิจที่ 4 นอกจากนี้บทบาทของมหาวิทยาลัยในพันธกิจที่ 4 ยังครอบคลุมการอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปดั้งเดิม ขนบธรรมเนียม ประเพณี หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้ผลการวิจัยพัฒนาเครื่องมือ/ระบบ เช่น แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย และการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อบันทึกและรักษาความรู้เหล่านี้ นำไปสู่การทำงานเชิงบูรณาการที่ไม่เพียงแต่รักษาแต่ยังต่อยอดให้เกิดประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดคุณค่าใหม่ทางวัฒนธรรมในบริบทสมัยใหม่ ด้วยศักยภาพและพันธกิจการเรียนการสอนและการบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยสามารถปลูกฝังแนวคิด สำนึก และจิตวิญญาณการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยสู่นักศึกษาและสังคมวงกว้าง ผ่านหลักสูตร กิจกรรม และโครงการที่ออกแบบจากงานวิจัยโดยตรง ด้วยการมีส่วนร่วมแบบ "Truly And Actively Participatory Process" ที่เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในกระบวนการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมอย่างแท้จริง เปลี่ยนผ่านจากวัฒนธรรมแบบอนุรักษ์สู่วัฒนธรรมขับเคลื่อนและสร้างสรรค์

สำหรับข้อมูลในแผนที่วัฒนธรรมควรถูกยกระดับเป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญภายใต้พันธกิจที่ 4 "การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม" ของมหาวิทยาลัย เนื่องจากการจัดทำแผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (Cultural Map Thailand) เป็นกลไกที่เชื่อมโยงงานทำนุบำรุงกับการใช้ประโยชน์ข้อมูลทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ โดยพันธกิจนี้เน้นให้มหาวิทยาลัยเป็นผู้ขับเคลื่อนและดูแลระบบข้อมูลด้านวัฒนธรรม

ซึ่งมีทั้งการจัดเก็บ ตรวจสอบ (Verify) รับรองความถูกต้อง (Validate) และปรับปรุงข้อมูล (Update) อย่างต่อเนื่อง

A. การตรวจสอบ: มหาวิทยาลัยในฐานะกลไกกลางจะดำเนินการตรวจสอบข้อมูลเชิงลึกด้วยกระบวนการวิจัยและการมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญ ชุมชน และเจ้าของทุนวัฒนธรรม เพื่อยืนยันความถูกต้องของต้นทุนและองค์ความรู้ที่ปรากฏในแผนที่

B. การรับรอง: กระบวนการรับรองความถูกต้องต้องอาศัยทั้งการพิจารณา ทบทวนโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย การรับฟังข้อคิดเห็น และการ Feedback จากชุมชน

C. การปรับปรุง: มหาวิทยาลัยต้องมีระบบติดตามและปรับปรุงข้อมูลเป็นระยะ เพื่อให้ฐานข้อมูลแผนที่วัฒนธรรมทันสมัยและสอดคล้องพัฒนาการของพื้นที่ อาทิ การเพิ่มชุดข้อมูล การลบข้อมูลที่ล้าสมัย หรือการขยายหมวดหมู่ทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ ในทุกปี

ภารกิจการตรวจสอบ (Verify), การรับรองความถูกต้อง (Validate) และการปรับปรุงข้อมูล (Update) อย่างต่อเนื่อง มีผลโดยตรงต่อการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมในสองส่วนสำคัญ คือ 1) การอนุรักษ์และปกป้องทุนทางวัฒนธรรมให้แม่นยำ น่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ได้จริงในงานวิจัย การวางแผนนโยบาย หรือพัฒนาเศรษฐกิจวัฒนธรรมในพื้นที่ 2) การสร้างกลไกเชิงรุกเพื่อดูแลข้อมูลและเสริมสร้างให้ทุนวัฒนธรรมและองค์ความรู้ท้องถิ่นยังคงมีชีวิตทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งจะทำให้แผนที่วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือกลางสำหรับการทำนุบำรุง ต่อยอด สร้างคุณค่า และขับเคลื่อนทุนวัฒนธรรมไทยได้จริง ครอบคลุมทั้งการรักษา พัฒนา และนำไปใช้ประโยชน์ใหม่ ๆ ในทุกระดับ อันนำมาสู่ระบบนิเวศวัฒนธรรมที่ยั่งยืนและเกิดมูลค่าทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ

เป้าหมายสูงสุดของการบูรณาการบทบาทมหาวิทยาลัยในทุกมิติ คือการสร้าง "ระบบนิเวศวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (Sustainable Cultural Ecosystem)" ที่เชื่อมโยง

องค์ความรู้ สร้างกลไกการจัดการเชิงวิชาการและการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน นำไปสู่ผลลัพธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจ ทั้งในระดับพื้นที่ (เช่น ตลาด กิจกรรม เทศกาลท้องถิ่น) และระดับชาติ โดยทุกบทบาทของมหาวิทยาลัยสะท้อนถึงการบริหารจัดการทุนวัฒนธรรมที่ขับเคลื่อนด้วยความร่วมมือแบบสหศาสตร์ เชื่อมโยงวิถีคิดเชิงระบบกับการปฏิบัติจริงในพื้นที่ ให้วัฒนธรรมไทยเป็นพลังขับเคลื่อนความยั่งยืนทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ และจิตวิญญาณ

11.3 บทสังเคราะห์การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรม ภายใต้พันธกิจที่ 4 ในเชิงโครงสร้าง กระบวนการ และนัยเชิงนโยบาย

จากกรอบ 3-E Cultural R&D Approach ในฐานะ "กรอบกระบวนการ" (Process Framework) และจากการทำความเข้าใจบทบาทของมหาวิทยาลัยในฐานะ "ตัวแสดงเชิงสถาบัน" (Institutional Actor) ภายใต้ระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่า การขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 มิได้เกิดจากการดำเนินงานเชิงกิจกรรมหรือการใช้เครื่องมือใดเครื่องมือหนึ่งเป็นหลัก หากแต่เกิดจาก "การจัดระบบความสัมพันธ์" (Relational Arrangement) ระหว่างองค์ประกอบสำคัญสามส่วน ได้แก่ (1) ฐานทรัพยากรวัฒนธรรมและความหมายของชุมชน (Cultural Meaning and Ownership) (2) กลไกการจัดการและการเรียนรู้ร่วม (Collaborative Governance and Shared Learning) และ (3) กลไกการสร้างคุณค่าและต่อยอดสู่มูลค่าอย่างสมดุล (Balanced Value Creation)

ในทำนองเดียวกัน การอธิบายตามลำดับขั้น Engage-Enrich-Enhance ทำให้เห็น "ลำดับการทำงาน" (Sequence of Action) และ "วงจรการเรียนรู้" (Iterative Learning Cycle) แต่การสังเคราะห์ในระดับบทเรียนเชิงโครงสร้างจำเป็นต้องก้าวไปอีกระดับหนึ่ง คือการชี้ให้เห็น "ประเด็นแกนกลาง" (Key Themes) ที่ทำให้ระบบดังกล่าวเกิดขึ้นได้จริง ต่อเนื่อง และขยายผลได้ในบริบทที่หลากหลาย ดังนั้น ส่วนถัดไปจึงนำเสนอข้อสังเคราะห์ 8 ประเด็น ซึ่งทำหน้าที่เป็นกรอบอธิบายภาพรวมของ

การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรมภายใต้พันธกิจที่ 4 ในเชิงโครงสร้าง กระบวนการ และนโยบาย

1. การยกระดับพันธกิจที่ 4 จากบทบาทเชิงกิจกรรมสู่โครงสร้างการพัฒนาเชิงพื้นที่

พันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยได้ผ่านกระบวนการพัฒนาทางแนวคิดอย่างมีนัยสำคัญ จากการถูกกำหนดให้ทำหน้าที่ด้านการทำงานบูรณาการศิลปะและวัฒนธรรมในเชิงกิจกรรมและการอนุรักษ์ ไปสู่การทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงโครงสร้างของการพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area-based Development Structure) การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวสะท้อนการขยายความหมายของ "การทำงานบูรณาการ" จากการรักษาและเผยแพร่ ไปสู่การจัดการ การออกแบบ และการใช้ประโยชน์ทุนทางวัฒนธรรมอย่างมีเป้าหมาย

ในกรอบใหม่นี้ วัฒนธรรมมิได้ถูกมองเป็นองค์ประกอบส่วนเพิ่มของการพัฒนา หากแต่เป็นฐานทรัพยากรที่ฝังอยู่ในชีวิต ประวัติศาสตร์ และความสัมพันธ์ทางสังคมของพื้นที่ การยกระดับพันธกิจที่ 4 จึงหมายถึงการนำวัฒนธรรมเข้ามาเป็นแกนกลางของการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจฐานราก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างสำนึกท้องถิ่นอย่างเป็นองค์รวม

2. ทุนทางวัฒนธรรมในฐานะระบบซับซ้อน (Cultural Capital as a Complex System)

การจัดการทุนทางวัฒนธรรมในเชิงพื้นที่จำเป็นต้องอาศัยการมองวัฒนธรรมเป็นระบบ (Systemic Perspective) มากกว่าการมองเป็นรายการทรัพยากรหรือกิจกรรมเชิงเดี่ยว ทุนทางวัฒนธรรมประกอบด้วยมิติที่เชื่อมโยงกันอย่างซับซ้อน ตั้งแต่คุณค่าและความหมายที่ชุมชนให้แก่ทุนวัฒนธรรม มิติผู้ถือครอง ผู้สืบทอด และผู้ใช้ประโยชน์ ไปจนถึงมิติข้อมูล องค์ความรู้ และกลไกการสร้างมูลค่า

การจัดการที่ขาดมุมมองเชิงระบบมักนำไปสู่การใช้ทุนทางวัฒนธรรมแบบแยกส่วน เช่น การเน้นผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมโดยไม่คำนึงถึงความหมายทางสังคม

และอัตลักษณ์ ในทางกลับกัน การลงทุนทางวัฒนธรรมเป็นระบบเปิด (Open System) ช่วยให้การพัฒนาสามารถรักษามูลค่าระหว่าง Cultural Authenticity และ Value Creation ได้อย่างยั่งยืน

3. มหาวิทยาลัยในฐานะแกนกลางของระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรม (University as a Cultural Capital Ecosystem Anchor)

บทบาทของมหาวิทยาลัยภายใต้การขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ได้ขยับจากการเป็นผู้ดำเนินงานหรือผู้สนับสนุนความรู้ ไปสู่การเป็นแกนกลางของระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital Ecosystem) ในระดับพื้นที่ มหาวิทยาลัยทำหน้าที่เชื่อมโยงองค์ความรู้สหสาขากับการปฏิบัติจริงในพื้นที่ พร้อมทั้งออกแบบกระบวนการทำงานที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของภาคีหลากหลายระดับ

ในเชิงปฏิบัติ บทบาทดังกล่าวสะท้อนความสามารถของมหาวิทยาลัยในการทำหน้าที่เป็นทั้ง Knowledge Integrator, Process Designer และ Relational Broker โดยเฉพาะการจัดการความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างรัฐ ชุมชน และภาคเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความชอบธรรมและความยั่งยืนของการพัฒนาเชิงพื้นที่

4. กลไกภาคีเครือข่ายและการกำกับดูแลเชิงความสัมพันธ์ (Network Governance and Relational Governance)

การจัดการทุนทางวัฒนธรรมในระดับพื้นที่ไม่สามารถขับเคลื่อนผ่านโครงสร้างลำดับชั้นหรือกลไกตลาดเพียงอย่างเดียว ความซับซ้อนของคุณค่า ความหมาย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้จำเป็นต้องอาศัยการกำกับดูแลเชิงเครือข่าย (Network Governance) ซึ่งเปิดพื้นที่ให้เกิดการเจรจา การเรียนรู้ และการตัดสินใจร่วม

ภายใต้กลไกดังกล่าว มหาวิทยาลัยหรือองค์กรกลางทำหน้าที่เป็น Meta-governor โดยออกแบบเงื่อนไข กระบวนการ และเครื่องมือที่ทำให้ภาคีสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การกำกับดูแลเชิงความสัมพันธ์ (Relational Governance) จึงเป็นหัวใจของการจัดการทุนทางวัฒนธรรม เนื่องจากช่วยลดความ

ขัดแย้ง สร้างความไว้วางใจ และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีบทบาทอย่างแท้จริงในฐานะ
เจ้าของทุนทางวัฒนธรรม

5. วงจรการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ (Cultural Capital Development Cycle)

ในเชิงกระบวนการ ข้อค้นพบนี้สะท้อนขั้น Engage ของ 3-E อย่างชัดเจน การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรมดำเนินไปในลักษณะวงจรการเรียนรู้ (Learning Cycle) มากกว่ากระบวนการเชิงเส้น วงจรดังกล่าวเริ่มจากการตั้งโจทย์ร่วม (Co-framing) ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนกำหนดประเด็นการพัฒนาบนฐานคุณค่าและ
อัตลักษณ์ของตนเอง

ขั้นต่อมาคือการแปลงทุนทางวัฒนธรรมเป็นข้อมูลร่วม (Shared Cultural Mapping) ซึ่งช่วยให้ทุนทางวัฒนธรรมสามารถถูกมองเห็น เชื่อมโยง และนำไป
ใช้วางแผนได้อย่างเป็นระบบ จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นการทดลองและร่วมสร้าง (Co-creation and Prototyping) ผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ หรือพื้นที่
สร้างสรรค์ และขยายผลผ่านเครือข่าย (Network Scaling) โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
และการสังเคราะห์บทเรียนข้ามพื้นที่

6. แผนที่วัฒนธรรมในฐานะโครงสร้างพื้นฐานของการจัดการทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Map as Cultural Capital Infrastructure)

การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรมไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างเป็นระบบ หากขาดกลไกที่ทำให้ทุนทางวัฒนธรรมถูกมองเห็น เชื่อมโยง และใช้ประโยชน์
ร่วมกันได้ แผนที่วัฒนธรรม (Cultural Map) จึงมิได้ทำหน้าที่เป็นเพียงเครื่องมือ
บันทึกข้อมูล หากแต่เป็นโครงสร้างพื้นฐานของการจัดการทุนทางวัฒนธรรม
(Cultural Capital Infrastructure) ที่ทำหน้าที่แปลคุณค่าเชิงนามธรรมของวัฒนธรรม
ให้กลายเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิงนโยบายและการพัฒนา
เชิงพื้นที่

ในเชิงกระบวนการ แผนที่วัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นพื้นที่กลางของการเรียนรู้ร่วม (Shared Learning Platform) ระหว่างชุมชน มหาวิทยาลัย และภาคีเครือข่าย โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมมีบทบาทในการนิยามความหมาย ลำดับความสำคัญ และขอบเขตของทุนทางวัฒนธรรมของตนเอง ขณะเดียวกัน มหาวิทยาลัยทำหน้าที่สนับสนุนการจัดระบบข้อมูล การวิเคราะห์ และการเชื่อมโยงข้อมูลดังกล่าวเข้ากับกรอบการพัฒนาในระดับพื้นที่และระดับนโยบาย

ในเชิงโครงสร้าง แผนที่วัฒนธรรมทำหน้าที่เชื่อมโยงกระบวนการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การสืบค้นและยืนยันคุณค่า การออกแบบการใช้ประโยชน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ไปจนถึงการติดตามผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม บทบาทดังกล่าวทำให้แผนที่วัฒนธรรมกลายเป็นกลไกสำคัญของการกำกับดูแลเชิงระบบ และเป็นฐานข้อมูลร่วมที่เอื้อต่อการทำงานของภาคีเครือข่ายในระยะยาว

7. ผลลัพธ์เชิงบูรณาการของการจัดการทุนทางวัฒนธรรม

การขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ผ่านการจัดการทุนทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงบูรณาการที่ไม่อาจแยกออกจากกัน ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจวัฒนธรรม (Cultural Economy) ปรากฏควบคู่กับการเสริมสร้างสำนึกท้องถิ่น (Local Consciousness) และการพัฒนาผู้สืบทอดทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Succession)

ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนความจริงเชิงระบบว่า วัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นทุนตั้งต้น ขณะที่เศรษฐกิจเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการร่วมสร้าง (Culture as Capital, Economy as a Co-created Outcome) ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดการพัฒนาแบบเร่งรัดหรือการใช้วัฒนธรรมเป็นเพียงเครื่องมือทางการตลาด

8. นัยเชิงนโยบายเพื่อการยกระดับพันธกิจที่ 4 ในระยะยาว

จากการสังเคราะห์เชิงระบบ นโยบายด้านอุดมศึกษาและการพัฒนาเชิงพื้นที่ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบโครงสร้างและกลไกที่เอื้อต่อการจัดการทุนทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง นโยบายควรมุ่งสนับสนุนโครงสร้างข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม

การพัฒนาศักยภาพมหาวิทยาลัยในบทบาทตัวกลางเชิงกลยุทธ์ และการรับรองบทบาทของชุมชนในฐานะเจ้าของทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม

การยกระดับพันธกิจที่ 4 จึงไม่ใช่เพียงการเพิ่มภาระหน้าที่ให้แก่มหาวิทยาลัย หากแต่เป็นการลงทุนเชิงโครงสร้างเพื่อสร้างระบบนิเวศการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่เคารพคุณค่า ความหลากหลาย และศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทยในระยะยาว

การสังเคราะห์ภาพรวมของการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ชี้ให้เห็นว่า มหาวิทยาลัยไทยมีศักยภาพในการทำหน้าที่เป็นสถาปนิกของระบบนิเวศทุนทางวัฒนธรรม (Architect of Cultural Capital Ecosystem) การขับเคลื่อนดังกล่าวไม่เพียงสร้างผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ หากแต่ยังเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สำนึกท้องถิ่น และความยั่งยืนของการพัฒนาเชิงพื้นที่ในระดับประเทศ

11.4 ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการยกระดับพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทย

การสังเคราะห์ภาพรวมของการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยผ่านการพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรม ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ความสำเร็จของการดำเนินงานมิได้ขึ้นอยู่กับกรอบแบบโครงการหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับกรอบนโยบาย โครงสร้างการกำกับดูแล และกลไกสนับสนุนที่เอื้อต่อการจัดการทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

ข้อเสนอเชิงนโยบายในส่วนนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อถอดบทเรียนเชิงโครงสร้างจากการปฏิบัติในพื้นที่ และยกระดับบทบาทของมหาวิทยาลัยจากผู้ดำเนินงานภายใต้กรอบพันธกิจที่ 4 ไปสู่การเป็นกลไกกลางของการพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area-based Development Mechanism) บนฐานทุนทางวัฒนธรรม ข้อเสนอเหล่านี้มุ่งเน้นการปรับกรอบคิดจากการสนับสนุนแบบโครงการระยะสั้น ไปสู่การลงทุนเชิงระบบที่ครอบคลุมทั้งมิติข้อมูล กระบวนการ ความสัมพันธ์ และการกำกับดูแล

นอกจากนี้ ข้อเสนอเชิงนโยบายยังสะท้อนความจำเป็นในการยอมรับบทบาทของชุมชนในฐานะเจ้าของทุนทางวัฒนธรรม และการพัฒนามหาวิทยาลัยให้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเชิงกลยุทธ์และผู้นำเชิงความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างสมดุล เศรษฐกิจพอเพียง และสร้างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนในระยะยาว

1. ยกระดับพันธกิจที่ 4 ให้เป็นโครงสร้างหลักของการพัฒนาเชิงพื้นที่

เชิงนโยบายควรยกระดับพันธกิจที่ 4 จากการเป็นพันธกิจเชิงสนับสนุน ไปสู่การเป็น "โครงสร้างหลัก" (Core Development Structure) ของการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยกำหนดให้พันธกิจที่ 4 ทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มบูรณาการ (Integrative Platform) ที่เชื่อมโยงการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการเข้าด้วยกัน อย่างเป็นระบบบนฐานทุนทางวัฒนธรรม

การกำหนดบทบาทดังกล่าวจะช่วยให้การดำเนินงานด้านวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยไม่ถูกจำกัดอยู่ในลักษณะกิจกรรมหรือโครงการเฉพาะกิจ แต่สามารถทำหน้าที่เชื่อมโยงนโยบายระดับชาติสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่ได้อย่างต่อเนื่องและมีทิศทางร่วม

2. ลงทุนในโครงสร้างข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมระดับประเทศ

นโยบายควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital Data Infrastructure) ในฐานะโครงสร้างพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์ของการพัฒนาเชิงพื้นที่ การจัดเก็บ วิเคราะห์ และใช้ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ จะช่วยให้การวางแผนเชิงนโยบายและการตัดสินใจเชิงการลงทุนมีความแม่นยำและลดความเสี่ยงในการใช้ประโยชน์ทุนทางวัฒนธรรมอย่างไม่เหมาะสม

ควรส่งเสริมให้ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมถูกพัฒนาในลักษณะ "ข้อมูลร่วม" (Shared Data) ระหว่างชุมชน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานรัฐ พร้อมกลไกควบคุมคุณภาพข้อมูล (Data Quality Control) และคืนข้อมูลสู่ชุมชน เพื่อยืนยันบทบาทของชุมชนในฐานะเจ้าของทุนและเจ้าของข้อมูล

3. พัฒนามหาวิทยาลัยในบทบาทตัวกลางเชิงกลยุทธ์

ควรมุ่งเสริมสร้างศักยภาพของมหาวิทยาลัยในบทบาทตัวกลางเชิงกลยุทธ์ (Strategic Intermediary) มากกว่าการมองมหาวิทยาลัยเป็นเพียงผู้รับทุนหรือผู้ดำเนินโครงการ บทบาทดังกล่าวต้องอาศัยทักษะด้านการอำนวยความสะดวก (Facilitation) การจัดการความขัดแย้ง (Mediation) และการกำกับดูแลเชิงเครือข่าย (Network Governance)

การพัฒนาศักยภาพนี้ควรสะท้อนผ่านกลไกสนับสนุน เช่น ระบบการประเมินผลการทำงานของมหาวิทยาลัยที่ให้คุณค่ากับการสร้างความร่วมมือและการจัดการเชิงระบบ มากกว่าผลลัพธ์เชิงปริมาณระยะสั้น

4. รับรองบทบาทของชุมชนในฐานะเจ้าของทุนทางวัฒนธรรม

นโยบายควรกำหนดหลักการที่ชัดเจนในการรับรองบทบาทของชุมชนในฐานะเจ้าของทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital Ownership) ทั้งในเชิงคุณค่า สิทธิในการตัดสินใจ และการแบ่งปันผลประโยชน์จากการใช้ประโยชน์ทุนวัฒนธรรม หลักการดังกล่าวเป็นเงื่อนไขสำคัญของความชอบธรรม (Legitimacy) และความยั่งยืนของการพัฒนาเชิงพื้นที่

การรับรองบทบาทของชุมชนควรถูกออกแบบให้เป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการกำกับดูแล ไม่ใช่เพียงกิจกรรมการมีส่วนร่วมเชิงสัญลักษณ์ เพื่อป้องกันการใช้วัฒนธรรมเป็นเพียงเครื่องมือทางเศรษฐกิจหรือการตลาด

5. สนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการและผู้สืบทอดทุนทางวัฒนธรรม

ควรมองผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมและผู้สืบทอดทุนทางวัฒนธรรมเป็น "กำลังหลักของระบบ" (System Actors) มิใช่เพียงกลุ่มเป้าหมายของโครงการพัฒนา การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มดังกล่าวควรครอบคลุมทั้งมิติทักษะการจัดการ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เทคโนโลยี และความเข้าใจเชิงจริยธรรมในการใช้ประโยชน์ทุนวัฒนธรรม การสร้างเส้นทางการเติบโต (Development Pathway) ที่ชัดเจนให้แก่ผู้ประกอบการ

และผู้สืบทอด จะช่วยให้การจัดการทุนทางวัฒนธรรมไม่ขาดช่วง และสามารถต่อยอด
สู่การสร้างมูลค่าในระยะยาวโดยไม่ทำลายฐานคุณค่าเดิม

6. ออกแบบกลไกการสนับสนุนแบบระยะยาวมากกว่าโครงการระยะสั้น

นโยบายด้านการสนับสนุนงบประมาณควรปรับจากการเน้นโครงการระยะสั้น
ไปสู่การสนับสนุนเชิงระบบระยะยาว (Long-term System Support) เพื่อสร้างความ
ต่อเนื่องของการจัดการทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ การสนับสนุนเชิงระบบช่วยให้ภาคี
สามารถลงทุนกับกระบวนการเรียนรู้ ความสัมพันธ์ และโครงสร้างข้อมูล ซึ่งเป็น
เงื่อนไขสำคัญของความยั่งยืน

การออกแบบกลไกดังกล่าวควรเปิดโอกาสให้พื้นที่ที่สามารถปรับตัวตามบริบท
เฉพาะ โดยไม่ถูกจำกัดด้วยกรอบตัวชี้วัดที่ตายตัวหรือไม่สอดคล้องกับธรรมชาติของ
ทุนทางวัฒนธรรม


7. สร้างกลไกการขยายผลเชิงเครือข่ายที่เคารพความหลากหลาย

เชิงนโยบายควรสนับสนุนการขยายผลการจัดการทุนทางวัฒนธรรมผ่านเครือข่าย
การเรียนรู้ (Learning Network) มากกว่าการถอดแบบเชิงสูตรสำเร็จ (Replication)
การขยายผลควรเน้นการถอดบทเรียน การแลกเปลี่ยน และการปรับใช้ตามบริบท
พื้นที่ เพื่อรักษาความหลากหลายทางอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม

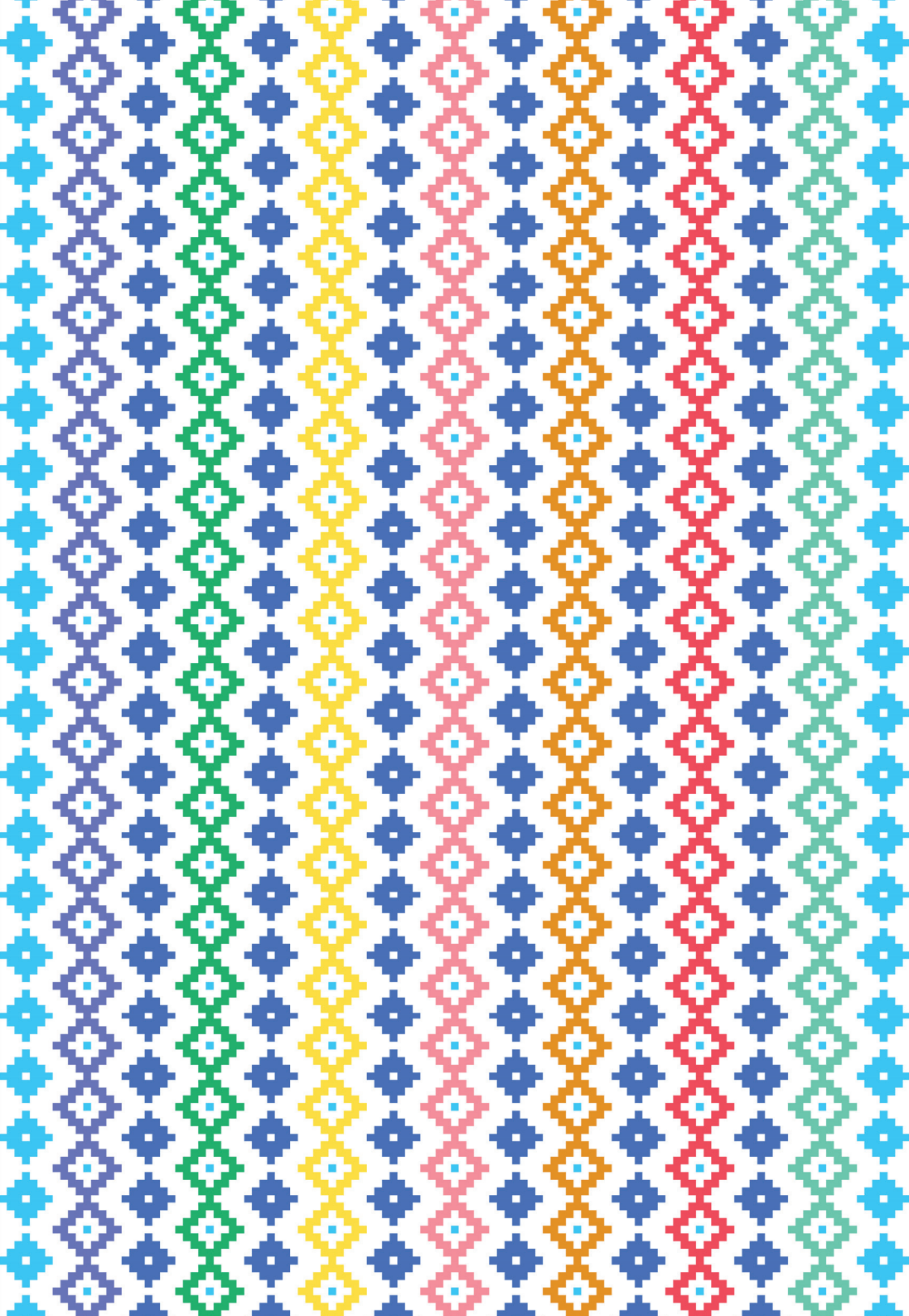
แนวทางดังกล่าวช่วยให้การพัฒนาพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรมสามารถขยายผล
ในระดับประเทศ โดยไม่ลดทอนความเฉพาะของแต่ละพื้นที่

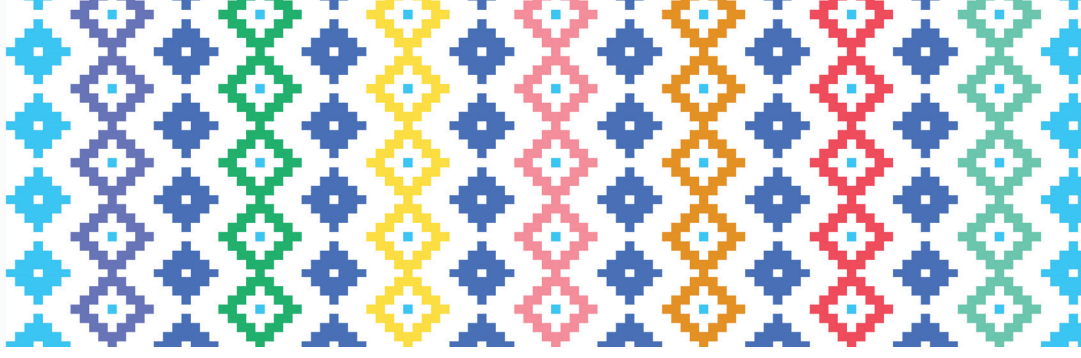
8. บูรณาการพันธกิจที่ 4 เข้ากับกรอบนโยบายการพัฒนาประเทศในระยะยาว

ในระดับมหภาค นโยบายควรบูรณาการพันธกิจที่ 4 เข้ากับกรอบการพัฒนา
ประเทศด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ เพื่อให้บทบาท
ของมหาวิทยาลัยด้านทุนทางวัฒนธรรมไม่ถูกแยกออกจากรายการหลักของรัฐ การ
บูรณาการดังกล่าวจะช่วยให้การพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยทุนทางวัฒนธรรมได้รับการ
ยอมรับในฐานะกลไกการพัฒนาที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์

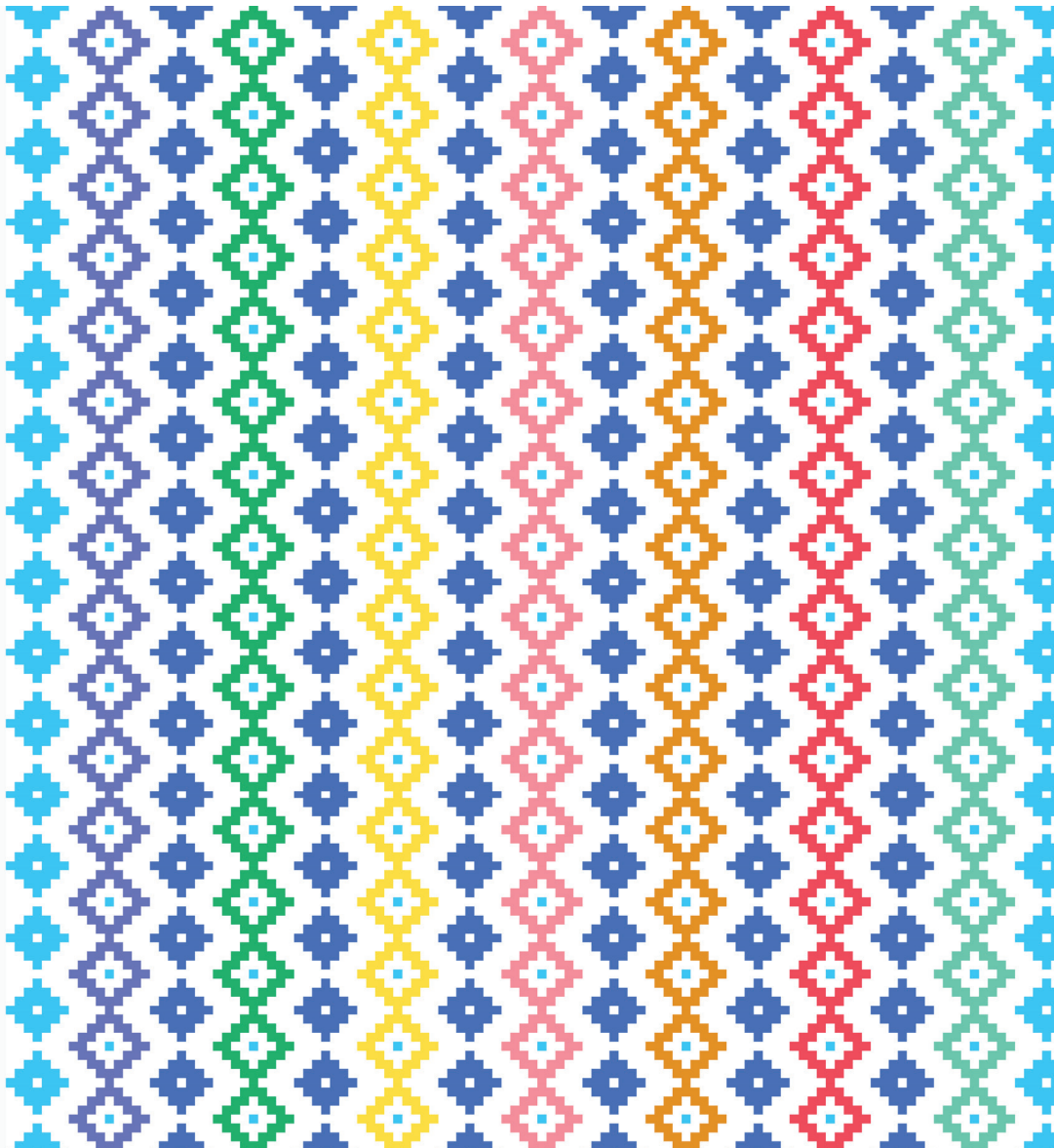


โดยสรุป บทนี้ชี้ให้เห็นว่า พันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยมิได้เป็นเพียงภารกิจด้านวัฒนธรรม หากแต่เป็นโครงสร้างเชิงยุทธศาสตร์ของการพัฒนาเชิงพื้นที่บนฐานทุนทางวัฒนธรรม การยกระดับพันธกิจดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยการลงทุนเชิงระบบที่ครอบคลุมทั้งโครงสร้างข้อมูล กลไกภาคีเครือข่าย บทบาทเชิงความสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย และการรับรองบทบาทของชุมชนในฐานะเจ้าของทุนทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง หากนโยบายสามารถขับเคลื่อนไปในทิศทางนี้ มหาวิทยาลัยไทยจะสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกกลางของการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่สมดุล เคารพอัตลักษณ์ และสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศในระยะยาว





ภาคผนวก



คำนิยามของหมวดหมู่วัฒนธรรม

คำนิยามของหมวดหมู่วัฒนธรรม อ้างอิงจากมาตรฐานการเก็บข้อมูลเชิงวัฒนธรรมของกระทรวงวัฒนธรรม²⁶ และ UNESCO²⁷ รวมทั้งพิจารณาจากงานวิจัยของ 4 โครงการที่ได้รับทุนในระยะที่สามได้แก่ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยพะเยา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา โดยได้จำนวนหมวดหมู่วัฒนธรรมทั้งหมด 11 หมวด และการระดมสมองกับมหาวิทยาลัยผู้บุกเบิกงานวิจัยและพัฒนาวัฒนธรรม 8 แห่ง



พื้นที่วัฒนธรรม (Cultural Space: CS)

พื้นที่ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชุมชน กลุ่มคน วิถีชีวิตของคนในชุมชนที่อยู่กับธรรมชาติ เช่น วิถีการประมงริมแม่น้ำ พื้นที่ป่าชายเลน

พื้นที่การจัดเทศกาลของของชุมชน กลุ่มคน ที่เกิดจากการจัดสร้างโดยมนุษย์ เช่น ถนนคนเดิน ตลาดชุมชน ถนนวัฒนธรรม ศูนย์การเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม



สถาปัตยกรรม (Architecture: AR)

ศาสนสถาน ร้านค้าและเคหสถาน สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งพิธีกรรม พิพิธภัณฑ์

²⁶ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม <http://ich.culture.go.th/index.php/en/home>

²⁷ Managing Cultural World Heritage <https://whc.unesco.org/en/managing-cultural-world-heritage/>



โบราณสถาน (Archeological Site: AS)

โบราณสถานสัญลักษณ์แห่งชาติ โบราณสถานที่มีความสำคัญสูงสุด หากชาติขาดซึ่งโบราณสถานนั้นไปจะเป็นการสูญเสียอย่างใหญ่หลวง เช่น พระบรมราชวัง

อนุสาวรีย์แห่งชาติ อนุสรณ์สถานที่ได้สร้างเพื่อบุคคลหรือเรื่องราวที่สำคัญยิ่งในประวัติศาสตร์ หรือเป็นที่เคารพอย่างสูงในชาติ ซึ่งประชาชนจะตั้งร่วมรำลึกถึงด้วย

อาคารสถาปัตยกรรมแห่งชาติ อาคารสิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม อันทรงไว้ซึ่งคุณค่าอย่างสูงทางศิลปะ ซึ่งแสดงถึงการประดิษฐ์คิดค้นใหม่ๆ ในยุคอดีต ที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน หรือเกี่ยวข้องกับบุคคลสำคัญหรือเหตุการณ์สำคัญของชาติ

ย่านประวัติศาสตร์ พื้นที่ที่มีความหนาแน่นทางสถาปัตยกรรม เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การวางผังเมือง และสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมีอาคารสิ่งก่อสร้าง ถนนหนทางและองค์ประกอบอื่นๆ ในพื้นที่รวมอยู่ด้วย

อุทยานประวัติศาสตร์แห่งชาติ พื้นที่ที่มีเนื้อหาทางประวัติศาสตร์ องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและวิศวกรรม รวมทั้งสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นอันทำให้สาระทางประวัติศาสตร์ยังคงดำรงไว้ได้

นครประวัติศาสตร์แห่งชาติ เมือง นครที่มีแบบอย่างทางวัฒนธรรม การวางผังเมือง สาระสำคัญทางประวัติศาสตร์ และองค์ประกอบของเมืองสถาปัตยกรรม วิศวกรรม และหรือชีวิตความเป็นอยู่

ซากโบราณสถานและแหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์แห่งชาติ แหล่งโบราณคดีประวัติศาสตร์และซากโบราณสถาน ซึ่งเป็นหลักฐานแสดงถึงประวัติศาสตร์อันสำคัญยิ่งของชาติในอดีต



โบราณวัตถุ (Archeological Artefact: AA)

สังหาริมทรัพย์ที่เป็นของโบราณ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งประดิษฐ์ หรือเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือที่เป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถาน ซากมนุษย์หรือซากสัตว์ ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์ หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของสังหาริมทรัพย์นั้นเป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือ โบราณคดี ตัวอย่างโบราณวัตถุ เช่น เครื่องปั้นดินเผา ขวานหิน ลูกปัด เครื่องมือเหล็ก เป็นต้น



ศิลปะการแสดง (Performing Arts: PA)

หมายถึง การแสดงดนตรี รำ-เต้น และละครที่แสดงเป็นเรื่องราว ทั้งที่เป็นการแสดงตามขนบแบบแผน มีการประยุกต์เปลี่ยนแปลง และ/หรือ การแสดงร่วมสมัย การแสดงที่เกิดขึ้นนั้น เป็นการแสดงสดต่อหน้าผู้ชม และมีจุดมุ่งหมายเพื่อความงาม ความบันเทิงและ/หรือเป็นงานแสดงที่ก่อให้เกิดการคิด วิพากษ์ นำสู่การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสังคม ประเภทของศิลปะการแสดง ได้แก่

ดนตรี หมายถึง เสียงที่เกิดจากเครื่องดนตรีและการขับร้องที่ประกอบกันเป็นทำนองเพลง ทำให้รู้สึกเพลิดเพลิน หรือเกิดอารมณ์ต่าง ๆ โดยมีบทบาทหน้าที่เพื่อบรรเลง ขับกล่อม ให้ความบันเทิง ประกอบพิธีกรรมและประกอบการแสดง ดนตรีแบ่งออกเป็นดนตรีในการแสดงและดนตรีในพิธีกรรม

นาฏศิลป์และการละคร หมายถึง การแสดงออกทางร่างกาย ท่วงท่าการเคลื่อนไหว ท่าเต้น ท่ารำ การเชิด การพากย์ การใช้เสียง การขับร้อง การใช้นบ การใช้อุปกรณ์ ฯลฯ ซึ่งสื่อถึงเรื่องราว อารมณ์ ความรู้สึก อาจแสดงร่วมกับดนตรีและการขับร้องหรือไม่ก็ได้ การแสดง แบ่งออกเป็น การแสดงในพิธีกรรม การแสดงที่เป็นเรื่องราว และไม่เป็นเรื่องราว



งานช่างฝีมือดั้งเดิม (Traditional Craftsmanship: TC)

หมายถึง ภูมิปัญญา ทักษะฝีมือช่าง การเลือกใช้วัสดุ และกลวิธีการสร้างสรรค์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ สะท้อนพัฒนาการทางสังคม และวัฒนธรรมของกลุ่มชน แบ่งออกเป็น

- a. ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า หมายถึง ผลผลิตที่เกิดจากการทอ ย้อม ดัก บัก ตี เกลียว ยก จก มัดหมี่ พิมพ์ลาย จิค เกาะ/ล้วง เพื่อใช้เป็น เครื่องนุ่งห่ม และแสดงสถานภาพทางสังคม
- b. เครื่องจักสาน หมายถึง ภาชนะเครื่องใช้ประจำบ้านที่ทำจากวัสดุดิบในท้องถิ่น เช่น ไม้ หวาย กระจุ ลำเจียก โดยนำมาจักและสาน จึงเรียกว่า เครื่องจักสาน กลวิธีในการทำเครื่องจักสาน ได้แก่ การดัก ผูกรัด มัด ร้อย โดยใช้ดอก หวาย เพื่อให้เครื่องจักสานคงทนและคงรูปอยู่ได้ตามต้องการ
- c. เครื่องรัก หมายถึง หัตถกรรมที่ใช้รักเป็นวัสดุสำคัญในการสร้างผลงาน เช่น ปิดทองรดน้ำ ภาพก่ามะลอ ประดับมุก ประดับกระจกลี ปั้นกระแหนะ และ เจิน รักหรือยางรัก มีคุณลักษณะเป็นยางเหนียว สามารถเกาะจับพื้นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ประสงค์จะทา หรือถมทับหรือเคลือบผิวได้ดี ทำให้เป็นผิวมัน ภายหลังรักแห้งสนิท มีคุณภาพทนต่อความร้อน ความชื้น กรดหรือด่าง อ่อน ๆ และยังเป็นวัสดุที่ใช้เชื่อมสมุกหรือสีเข้าด้วยกัน
- d. เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง หัตถกรรมที่ใช้ดินเหนียวเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต มีทั้งชนิดเคลือบและไม่เคลือบ โดยที่เนื้อดินเหนียวต้องมีส่วนผสมของทรายแม่น้ำที่เป็นทรายเนื้อละเอียดและช่วยให้เนื้อดินแห้งสนิทไม่แตกร้าว ดินเหนียวที่ใช้ทำเครื่องปั้นดินเผาจากที่ต่าง ๆ ให้สีแตกต่างกัน
- e. เครื่องโลหะ หมายถึง สิ่งที่มีวัสดุหลักเป็นเหล็ก ทองเหลืองหรือทองแดง เครื่องโลหะที่ทำจากเหล็ก นิยมทำโดยการเผาไฟให้อ่อนตัวและตีเหล็กเป็นรูปทรงต่าง ๆ เครื่องโลหะที่ทำจากทองเหลือง นิยมนำทองเหลืองมาเผาจนหลอมเหลวแล้วจึงนำไปเทลงในแบบตามลักษณะที่ต้องการเสร็จแล้วนำมาตกแต่ง ส่วนเครื่องโลหะที่ทำจากทองแดง มีการนำทองแดงมาใช้เป็นโลหะเจือหลักสำหรับผลิตตัวเรือนของเครื่องประดับโลหะเงินเจือ

- f. เครื่องไม้ หมายถึง งานฝีมือช่างที่ทำจากไม้ซุงหรือไม้แปรรูปเป็นท่อน เป็นแผ่น เพื่อใช้ในงานช่างก่อสร้างประเภทเครื่องลับ เครื่องเรือน เครื่องบูชา เครื่องตั้ง เครื่องประดับ เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องศาสตรา เครื่องดนตรี เครื่องเล่น และยานพาหนะ โดยอาศัยเทคนิควิธีการแกะสลัก สับ ชูค เจาะ กลึง ถาก ชูค และขัด
- g. เครื่องหนัง หมายถึง งานหัตถกรรมพื้นบ้านที่ทำมาจากหนังสัตว์โดยผ่านกระบวนการหมักและฟอกหนังเพื่อไม่ให้เน่าเปื่อย และให้เกิดความนิ่มนวล สามารถบึงองได้ตามที่ต้องการ เครื่องหนังนิยมนำไปใช้ในงานด้านศิลปะการ แสดง รวมถึงอุปกรณ์อื่น ๆ ที่มีหนังเป็นส่วนประกอบ
- h. เครื่องประดับ หมายถึง งานช่างฝีมือที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อการตกแต่งให้เกิดความงดงาม เริ่มต้นจากการใช้วัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นนำมาผลิตและพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ โดยใช้ภูมิปัญญาและโลหะมีค่าต่าง ๆ
- i. งานศิลปกรรมพื้นบ้าน หมายถึง งานที่มีการแสดงอารมณ์สะท้อนออกทางฝีมือการช่างให้เห็นประจักษ์เป็นรูปธรรมเพื่อตอบสนองต่อการยังชีพและความต้องการด้านคุณค่าความงาม เช่น งานเขียน งานปั้น งานแกะสลัก งานหล่อ เป็นต้น
- j. ผลิตภัณฑ์อย่างอื่น หมายถึง งานช่างฝีมือดั้งเดิมที่ไม่สามารถจัดอยู่ใน 9 ประเภทแรกได้ ซึ่งอาจเป็นงานช่างฝีมือที่ประดิษฐ์หรือผลิตขึ้นจากวัสดุในท้องถิ่นหรือจากวัสดุเหลือใช้ เป็นต้น



วรรณกรรมพื้นบ้าน (Folk Literature: FL)

หมายถึง วรรณกรรมที่ถ่ายทอดอยู่ในวิถีชีวิตชาวบ้าน โดยครอบคลุมวรรณกรรมที่ถ่ายทอดโดยวิธีการบอกเล่า และที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษร แบ่งออกเป็น

- a. นิทานพื้นบ้าน หมายถึง เรื่องเล่าที่สืบทอดต่อ ๆ กันมา เช่น นิทานจักร ๆ วงศ์ ๆ นิทานศาสนา นิทานคติ นิทานอธิบายเหตุ นิทานเรื่องสัตว์ นิทานเรื่องผี มุขตลกนิทานเรื่องไม้ นิทานเจ้าแบบ

- b. คำานานพื้นบ้าน หมายถึง เรื่องเล่าเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสถานที่ บุคคล ศาสนวัตถุ และศาสน-สถานที่สำคัญ ๆ ในท้องถิ่นต่าง ๆ และเรื่องเล่าที่อธิบายความเป็นมาของความเชื่อและพิธีกรรมในท้องถิ่นต่าง ๆ
- c. บทสวดหรือบทกล่าวในพิธีกรรม หมายถึง คำสวดที่ใช้ประกอบในพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น บททำขวัญ คำบูชา คำสมา คำเวหนาน บทสวดสรรภัญญ์ ถาดาบทอนินสงส์ บทประกอบการรักษาโรคพื้นบ้าน คำให้พร คำอธิษฐาน ฯลฯ
- d. บทร้องพื้นบ้าน หมายถึง คำร้องที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาในโอกาสต่าง ๆ เช่น บทกล่อมเด็ก บทร้องเล่น บทเกี่ยวพาราสี บทจ้อย คำเซ็ง ฯลฯ
- e. สำนวน ภาษิต หมายถึง คำพูดหรือคำกล่าวที่สืบทอดกันมา มักมีสัมผัสคล้องจองกัน เช่น โวหาร คำคม คำพังเพย คำอุปมาอุปไมย คำขวัญ คติพจน์ คำสวดสาบาน คำสาปแช่ง คำชม คำคะนอง ฯลฯ
- f. ปริศนาคำทาย หมายถึง คำหรือข้อความที่ตั้งเป็นคำถาม คำตอบ ที่สืบทอดกันมา เพื่อให้ผู้ตอบได้ทายหรือตอบปัญหา เช่น คำทาย ปัญญาเขาวนั ะหมี
- g. คำรา หมายถึง องค์ความรู้ที่มีการเขียนบันทึกในเอกสารโบราณ เช่น คำราโหราศาสตร์ คำราคุณลักษณะคนและสัตว์ คำราชา ฯลฯ



กีฬาภูมิปัญญาไทย (Folk Sport Game and Martial Arts: SM)

หมายถึง การเล่น กีฬาและศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว ที่มีการปฏิบัติกันอยู่ในประเทศไทยและมีเอกลักษณ์สะท้อนวิถีไทย แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือการเล่นพื้นบ้าน กีฬาพื้นบ้าน และศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว

- a. การเล่นพื้นบ้าน หมายถึง กิจกรรมที่ทำด้วยความสมัครใจ ตามลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน เกิดความรักและความสามัคคีในหมู่คณะ
- b. กีฬาพื้นบ้าน หมายถึง การเล่นที่มีลักษณะแข่งขันมีผลแพ้ชนะ โดยมีกฎกติกาที่เป็นลักษณะเฉพาะถิ่น
- c. ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว หมายถึง วิธีการหรือรูปแบบการต่อสู้ที่ใช้ร่างกายหรืออุปกรณ์ โดยได้รับการฝึกฝนตามวัฒนธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดกันมา



แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล

(Social Practices, Ritual and Festive Events: SP)

หมายถึง การประพฤติปฏิบัติในแนวทางเดียวกันของคนในชุมชนที่สืบทอดต่อกัน มาบนหนทางของมรดกวิถี นำไปสู่สังคมแห่งสันติสุขแสดงให้เห็นอัตลักษณ์ของชุมชน และชาติพันธุ์นั้น ๆ แบ่งออกเป็น

- มารยาท หมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่พึงงามต่อผู้อื่น
- ขนบธรรมเนียมประเพณี หมายถึง การประพฤติปฏิบัติและการกระทำ กิจกรรมที่สืบทอดต่อ ๆ กันมาในวิถีชีวิตและสังคมของชุมชนนั้น ๆ
- ประเพณีเกี่ยวกับศาสนา
- ประเพณีเกี่ยวกับเทศกาล
- ประเพณีเกี่ยวกับวงจรชีวิต
- ประเพณีเกี่ยวกับการทำมาหากิน



ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล (Knowledge and Practices Concerning Nature and the Universe: KP)

หมายถึง องค์ความรู้ วิธีการ ทักษะ ความเชื่อ แนวปฏิบัติและการแสดงออกที่ พัฒนาค้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติและเหนือ ธรรมชาติ แบ่งออกเป็น

- อาหารและโภชนาการ หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์บริโภค รวมทั้งวิธีการปรุงอาหาร วิธีการบริโภค และคุณค่าของอาหาร
- การแพทย์แผนไทยและการแพทย์
 - การแพทย์แผนไทย หมายถึง กระบวนการทางการแพทย์ เกี่ยวกับการ ตรวจ วินิจฉัย บำบัด รักษา หรือป้องกันโรค หรือการส่งเสริมและฟื้นฟู สุขภาพของมนุษย์หรือสัตว์
 - การแพทย์พื้นบ้าน หมายถึง การดูแลสุขภาพตนเองในชุมชนแบบดั้งเดิม จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต เกี่ยวกับความเชื่อ พิธีกรรม วัฒนธรรม ประเพณี และทรัพยากรที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น

- c. โหราศาสตร์ คาราศาสตร์ และไสยศาสตร์
 - โหราศาสตร์ หมายถึง ความรู้ในการทำนายโชคชะตา ทำนายอนาคตของบุคคล และบ้านเมือง โดยอาศัยตำแหน่งของดวงดาว
 - คาราศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์ที่เกี่ยวกับการสังเกตและอธิบายธรรมชาติของดวงดาวและเทหวัตถุ
 - ไสยศาสตร์ หมายถึง ความเชื่อในสิ่งที่เหนือธรรมชาติ
- d. การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง การจัดการระบบนิเวศ เพื่อการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน
- e. ชัยภูมิและการตั้งถิ่นฐาน หมายถึง ความรู้และความเชื่อในการเลือกที่อยู่อาศัย ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมของชุมชน

ภาษา (Thai Local and Ethnic Languages: EL)

หมายถึง เครื่องมือที่ใช้สื่อสารในวิถีการดำรงชีวิตของชนกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนโลกทัศน์ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชน ทั้งเสียงพูด ตัวอักษร หรือสัญลักษณ์ที่ใช้แทนเสียงพูด สามารถจำแนกตามหน้าที่ทางสังคมได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

- a. ภาษาไทย หมายถึง ภาษาประจำชาติ หรือภาษาราชการที่ใช้ในประเทศไทย
- b. ภาษาไทยถิ่น หมายถึง ภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารตามท้องถิ่นต่าง ๆ สามารถสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจกันในห้องถิ่นนั้น ๆ โดยแต่ละท้องถิ่นอาจพูดแตกต่างกันไปจากภาษาราชการ ทั้งในด้านเสียง คำ และการเรียงคำ ได้แก่ ภาษาไทยถิ่นภาคเหนือ ภาษาไทยถิ่นภาคอีสาน ภาษาไทยถิ่นภาคกลาง และภาษาไทยถิ่นภาคใต้
- c. ภาษากลุ่มชาติพันธุ์ หมายถึง ภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 5 ตระกูลภาษา ได้แก่ กลุ่มภาษาตระกูลไท กลุ่มภาษาตระกูลออสโตรเอเชียติก กลุ่มภาษาตระกูลจีน-ทิเบต กลุ่มภาษาออสโตรเนเซียน และกลุ่มภาษาม้ง-เมี่ยน
- d. ภาษาสัญลักษณ์ หมายถึง ภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารด้วยภาษามือ ภาษาท่าทาง หรือเครื่องหมายต่าง ๆ เป็นต้น

Hall of Fame: ผลงานเด่นและการยอมรับเชิงนโยบายของการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม

เนื้อหาในส่วนนี้ จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมผลงานวิจัย โครงการพัฒนา และเหตุการณ์สำคัญที่สะท้อนผลสัมฤทธิ์เชิงประจักษ์ของการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยผ่านกรอบวิจัยการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนึกท้องถิ่น ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนา ระดับพื้นที่ (บพท.) รายการผลงานและรางวัลที่ปรากฏในส่วนนี้มีได้เป็นเพียงความสำเร็จเชิงสัญลักษณ์ของสถาบันหรือคณะผู้วิจัย หากแต่สะท้อนพัฒนาการของแนวคิด วิธีการ และผลลัพธ์ของการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้เป็นกลไกในการพัฒนา เศรษฐกิจฐานราก เสริมสร้างสำนึกท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

- **รางวัลผลงานวิจัยระดับดี รางวัลการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2569**
ผลงาน: "ลำเหมืองที่หายไป... ว่าด้วยการพลิกฟื้นและจัดการทุนวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากสายน้ำ" มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- **รางวัลผลงานวิจัยระดับดี รางวัลการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2569**
ผลงาน: "สืบสานคุณค่า ผ้าพื้นถิ่นยะรังวิถีสู่ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายมุสลิม เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจชุมชน" มหาวิทยาลัยฟาฏอนี

- รางวัล "Thailand Research Expo 2025 Award" ในงาน "มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2568

รางวัล Bronze Award

ผลงาน: "ศรีมหาสมุทร: พลัสสร้างสรรค์แห่งสุนทรียะศิลป์และภูมิปัญญา เพื่อขับเคลื่อน Soft Power และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน" มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

รางวัลชมเชย

- ผลงาน: "เพิ่มความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากและศักยภาพชุมชนทุนวัฒนธรรมในเขมรราชู-นาตาล" มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- ผลงาน: "ทุนวัฒนธรรมรอบสันทรายโบราณเพื่อเศรษฐกิจชุมชน อ.สีชล จ.นครศรีธรรมราช" มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

- รางวัล Thailand Research Expo 2024 Award ในงาน "มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2567

รางวัล Gold Award

ผลงาน: "มวยไทยเมืองลุง" มหาวิทยาลัยทักษิณ

รางวัล Silver Award

ผลงาน: "พลิกฟื้นทุนวัฒนธรรมของเชียงรายสู่เมืองสร้างสรรค์แห่ง UNESCO" มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

- ปี 2564: โครงการ "ย่านแม่คำสับเป็น" จัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน
- ปี 2565: โครงการ "เชียงแสนสร้างสรรค์"
- ปี 2566: โครงการ "ภูมิทัศน์ของตำนาน: การขับเคลื่อนระบบนิเวศวัฒนธรรมในพื้นที่แอ่งเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

● รางวัล Thailand Research Expo 2023 Award ในงาน "มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2566

รางวัล Platinum Award

ผลงาน: "โครงการสมุทรสงครามอยู่ดี" มหาวิทยาลัยศิลปากร

รางวัล Silver Award

ผลงาน: "โครงการการยกระดับทุนทางวัฒนธรรมด้านภูมิปัญญาการทำเทียนจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างมูลค่าใหม่บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ย่านเมืองเก่า" มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

● รางวัล Thailand Research Expo 2022 Award ในงาน "มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2565

รางวัล Platinum Award

ผลงาน: "การจัดการทุนทางวัฒนธรรมขับเคลื่อน เศรษฐกิจฐานรากพื้นที่เส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์" มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

● รางวัลผลงานวิจัยระดับดีเด่นและดี

ภายใต้กรอบการวิจัยมหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ ประจำปี 2564

ผลงานวิจัยระดับดีเด่น

- ผลงาน: "พื้นที่ใจเมืองเขมรราชู" มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- ผลงาน: "วงแหวนพหุวัฒนธรรมปัตตานี " มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
- ผลงาน: "เมืองแม่แจ่ม" มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
- ผลงาน: "นครหาคีใหญ่" มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาคีใหญ่
- ผลงาน: "เมืองพิมาย" มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ได้รับการจัดอันดับให้เป็นที่

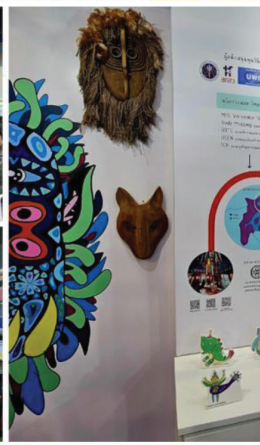
11 RANKABLE COUNTRIES FOR COMMERCIAL
1 ของประเทศไทย
SDG 11
ด้านเมืองและชุมชนที่ยั่งยืน

อันดับที่ **1** ของอาเซียน
อันดับที่ **2** ของเอเชีย
และ อันดับที่ **34** ของโลก

จากการจัดอันดับมหาวิทยาลัยที่เน้นภาคต่อสังคม
(University Impact Rankings)
โดย Time Higher Education ประจำปี 2021

THE IMPACT RANKINGS

ในภาพรวม มหาวิทยาลัยที่เน้นภาคต่อสังคม
กว่าอันดับที่ **6** ของประเทศไทย
อันดับที่ **17** ของอาเซียน
และอันดับที่ **201-300** ของโลก



ผลงานวิจัยระดับดี

- ผลงาน: "การจับเคเล็้อนศิลปะและวัฒนธรรมชาติพันธุ์ ไทยกะเหรี่ยงพื้นที่แถบเทือกเขาตะนาวศรี จ.ราชบุรี" มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- ผลงาน: "สมุทรสงครามอยู่ดี" มหาวิทยาลัยศิลปากร

- **โครงการวิจัยสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม**

- โครงการการพัฒนาเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี (พื้นที่เมืองเขมราฐเฟสสอง) เป็นส่วนหนึ่งของการร่วมผลักดันมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีสู่อันดับที่ 1 ของประเทศไทย และ เอเชีย อันดับ 2 ของเอเชีย และ อันดับที่ 34 ของโลก ใน SDG 11 ด้านเมืองและชุมชนที่ยั่งยืน (Sustainable Cities and Communities) ประจำปี ค.ศ. 2021
- โครงการการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานีได้รับเลือกเป็นส่วนหนึ่งของโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการโครงการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผ่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ BCG Economy (BIMSTEC's Capacity Building for Improving the Quality of Life through Creative Economy and BCG Economy Model) สำหรับประเทศสมาชิกกลุ่มบิมสเทค โดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ร่วมกับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผลลัพธ์เชิงระบบจากการขับเคลื่อน โครงการวิจัยภายใต้กรอบ การจัดการทุนทางวัฒนธรรม

เนื้อหาในส่วนนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอ ผลลัพธ์เชิงระบบและผลลัพธ์เชิงโครงสร้าง ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการวิจัยภายใต้กรอบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมในช่วง พ.ศ. 2564-2567 ซึ่งสะท้อนการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ของมหาวิทยาลัยไทยในระดับที่ก้าวพ้นการดำเนินงานเชิงโครงการ ไปสู่การพัฒนา "โครงสร้างรองรับการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม" อย่างเป็นรูปธรรม

การนำเสนอครอบคลุมผลลัพธ์สำคัญในหลายมิติ ได้แก่ มหาวิทยาลัยและเครือข่ายนักวิจัยที่ได้รับการสนับสนุน พัฒนาการของผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม การก่อรูปของพื้นที่และระบบนิเวศทางวัฒนธรรม ตลอดจนกลไกเชิงแพลตฟอร์มและฐานข้อมูลที่ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานของการจัดการทุนทางวัฒนธรรม ภาพรวมของผลลัพธ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นความเข้มแข็งของการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4 ในฐานะโครงสร้างการพัฒนาเชิงพื้นที่ระยะยาวมากกว่าการดำเนินงานเชิงกิจกรรมหรือผลลัพธ์ระยะสั้น

มโนทัศน์

ว่าด้วยกรอบวิจัย

การจัดการทุนทางวัฒนธรรม
เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน
และสำนักท้องถิ่น

จากข้อมูลที่สามารถสืบค้นได้
สถาบันอุดมศึกษาในโลก
มีเพียงประเทศไทยเท่านั้น ที่
พ.ร.บ.การอุดมศึกษาทุกฉบับ
ได้ระบุให้ การทำนุบำรุงศิลปะ
และวัฒนธรรม

ทุนทางวัฒนธรรม Cultural Capital

ประเด็นสำคัญของการ
วิจัยและสร้างนวัตกรรม
ให้แก่รุดทางวัฒนธรรม
ทั้งที่จับต้องได้และ
จับต้องไม่ได้ที่มีอยู่
หลากหลายแตกต่างกันไป
ตามบริบทของพื้นที่
และรากเหง้าทางวัฒนธรรม

มีงานศึกษาวิจัยทั้งในประเทศ
และต่างประเทศ ที่บ่งชี้ให้เห็นว่า
ทุนทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากร
ที่มีพลังเกื้อหนุนการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก

เป็น 1 ใน 4 พันธกิจสำคัญ และ เป็นความ “ท้าทาย”

อุดมศึกษาไทยเป็นอย่างยิ่ง
ที่จะตีความและนำไปสู่ภาค
ปฏิบัติ ทั้งในด้านการจัดการ
ศึกษา การบริการวิชาการ
สู่สังคม การวิจัยและสร้าง
นวัตกรรมให้สอดคล้องกับ
ของอุดมศึกษาไทย

อาทิ

- การสร้างงาน
- สร้างรายได้
- สร้างสำนึก
- ความภาคภูมิใจร่วม
ของชุมชนในท้องถิ่น

สามารถช่วยให้เกิด
การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ
จากคุณค่า ฐานมูลค่า
หรือ **เศรษฐกิจ
ฐานวัฒนธรรม
Cultural
Economy**
อันนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่

โครงการวิจัยที่ได้รับ การจัดสรรทุนวิจัย

ระหว่างปี พ.ศ. 2564-2567



กรุงเทพฯ

9 แห่ง

- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สถาบันอาศรมศิลป์
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
- มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ภาคกลาง

15 แห่ง

- มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
- มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
- มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
- มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
- มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ไร่พระบรมราชูปถัมภ์
- มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ภาคเหนือ

14 แห่ง

- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
- มหาวิทยาลัยพะเยา
- มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
- วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
- มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- มหาวิทยาลัยอีสเทิร์น
- มหาวิทยาลัยราชภัฏพยุลงสงคราม
- มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
- มหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาคใต้

12 แห่ง

- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
- มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
- มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
- มหาวิทยาลัยทักษิณ
- มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
- มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- มหาวิทยาลัยฟาฏอนี
- มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

จำนวน

117

โครงการ

มหาวิทยาลัย

67 แห่ง

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

17 แห่ง

- มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์
- มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- มหาวิทยาลัยนครพนม
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
- มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
- มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

โครงการวิจัยที่ได้รับการจัดสรรทุนวิจัย ภายใต้กรอบวิจัยการจัดการทุนทางวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน และสำนึกท้องถิ่น

โดย หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)
ระหว่างปี พ.ศ. 2564-2567

โครงการวิจัย

117

โครงการ



มหาวิทยาลัย

67

แห่ง



มหาวิทยาลัยรัฐ
และมหาวิทยาลัย
ในกำกับของรัฐ

19 แห่ง

มหาวิทยาลัย
ราชภัฏ

31 แห่ง

มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยี
ราชมงคล

8 แห่ง

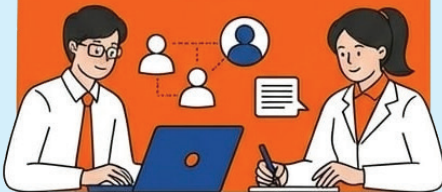
มหาวิทยาลัย
เอกชน

9 แห่ง

นักวิจัย

1,026

คน



สาขานักวิจัย
48 สาขา



ครอบคลุมกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ศิลปกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี
และวิทยาศาสตร์สุขภาพ



โครงการวิจัยที่ได้รับ
การจัดสรรทุนวิจัย

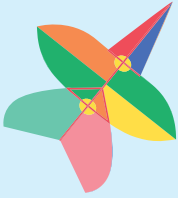
ครอบคลุม 47 จังหวัด และ กรุงเทพมหานคร

ผลผลิตสำคัญ

จากโครงการวิจัย

ระหว่างปี พ.ศ. 2564-2567

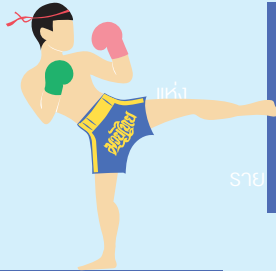
ครอบคลุม 47 จังหวัด และกรุงเทพมหานคร



พื้นที่
วัฒนธรรม
316
แห่ง

ผลิตภัณฑ์/บริการ
ทางวัฒนธรรม

1,190
รายการ



ผู้ประกอบการ
วัฒนธรรม
2,028
ราย

นวัตกรรม
วัฒนธรรม

252
นวัตกรรม

เทศกาลวัฒนธรรม

49
พื้นที่/ย่าน

นวัตกรรม
วัฒนธรรม

442
ราย

กิจกรรม
วัฒนธรรม
2,578
ครั้ง



อนุรักษ์ ฟื้นฟู และ สร้างสรรค์

กุนทางวัฒนธรรมจากโครงการวิจัย

ตัวอย่าง
ผลงานจาก
โครงการวิจัยกว่า

100
โครงการ

รำตั้งหวาย

การแสดง ในกลุ่มนางรำ
บ้านม่วงเจียด ต.เจียด อ.เวมราชู
จ.อุบลราชธานี โดยบันทึกเสียง
การขับลำ ถ่ายทอดทำรำ
สู่เยาวชน และชมรมศิลปวัฒนธรรม
คนสามวัยใส่ใจสุขภาพ

ได้นำการแสดงรำตั้งหวายไปเป็น
ส่วนหนึ่งของการแสดงบนถนน
สายวัฒนธรรมเวมราชูธานี
และฟื้นฟูผ้าทอลายดอกเจียด
เป็นเอกลักษณ์ประจำตำบลเจียด
ผลงานของโครงการการจัดการ
กุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริม
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ อ.เวมราชู
จ.อุบลราชธานี
โดยมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

การจัดการกุนทางวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน และสำนึกท้องถิ่น

มีผลผลิตที่เป็นทั้งการอนุรักษ์
ฟื้นฟู และสร้างสรรค์
วิถีวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรม
ศิลปะการแสดงท้องถิ่น
ตลอดจน
เครื่องใช้ไม้สอย

เพลงบอก เพลงมาลัย

ร้องพื้น เพลงที่สูญหายไป
จากพื้นที่ อ.สิงหนคร จ.สงขลา
จนเกิดคณะเพลงบอก
และเพลงมาลัย และพัฒนาเป็น
หลักสูตรท้องถิ่นให้แก่
โรงเรียนในพื้นที่ โดย โครงการ
การยกระดับเศรษฐกิจชุมชน
สร้างสรรค์ และสำนึกท้องถิ่น
ด้วยฐานกุนทางวัฒนธรรม
อ.สิงหนคร จ.สงขลา ผลงานของ
มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

อนุรักษ์ พันฟู และ สัรสร้างสรรค

กุนทางวัฒนธรมจากโครงการวิจัย

ปอยเหลินสิบสอง เดินขึ้นพระธาตุ คอยกอมู

โครงการฟื้นวิถีเมืองไต: การรื้อฟื้น
และจัดการกุนวัฒนธรมไทใหญ่
เมืองแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเชียงใหม๋ พันฟูประเพณีย
และขบวนแห่ ด้วยการ **ชักชวนผู้คน
ร่วมพิมพลายพระพุทธรูปบนผ้าห่ม
พระธาตุ เยียนชื่อและคำอูกิต
ให้ตนเองและญาติพี่น้อง
พากันเดินแห่ผ้าขึ้นพระธาตุ
คอยกอมู พันฟูเครื่องสักการะใหม่
จัดงานบุญประเพณีย กววยเครื่อง
สักการะและผ้าห่มพระธาตุ
สร้งสรรคห้องจัดแสดงนิทรรศการ
ถาวรเล่าความเป็นมาของพระธาตุ**

Micro Nano Bubble

สร้งสรรคเทคโนโลยีและนวัตกรรม
โครงการ แม่แจ่ม เมืองวัฒนธรม
สร้งสรรค มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมนกลล้านนา เพื่อส่งเสริม
การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น
ผ่านงานวิจัยเชิงพื้นที่
**เพิ่มประสิทธิภาพการเข้าไม้ไฟ
ป้องกันมอด ลดการใช้สารเคมี
ด้วยนวัตกรรมการใช้ฟองอากาศ
ขนาดเล็กที่มีพลังสูงไล่แมง
ออกจากไม้ไฟ** สร้งผู้ประกอบการ
รุ่นใหม่ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์
จากไม้ไฟเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ซึ่งภาครัฐไว้ในพื้นที่ได้นำไปขยายผล
เพื่อแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม
ของเมืองแม่แจ่มสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

อนุรักษ์ พันฟู

และ สร้างสรรค์

กุนทางวัฒนธรรมจากโครงการวิจัย

สืบชะตาป่าต้นอัน

สร้างสรรค์กิจกรรมฟื้นใจเวียงหนอง ด้วยศรัทธา โครงการวิจัยภูมิทัศน์ของตำนาน: การขับเคลื่อนระบบนิเวศวัฒนธรรมในพื้นที่แอ่งเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ร่วมกับเทศบาลตำบลจันจว้า สร้างสรรค์กิจกรรมฟื้นใจเวียงหนอง และสืบชะตาป่าอัน ประกาศให้เวียงหนองหล่มมีสถานะเป็น “บุคคลทางวัฒนธรรม”

และจะร่วมกันปกป้องสิทธิทางวัฒนธรรมให้กับเวียงหนองหล่ม โดยมีพระสงฆ์ ชุมชน นักเรียน นักศึกษาเข้าร่วมพิธีที่บริเวณอนุรักษ์ป่าอัน เวียงหนองหล่ม บ้านป่าสักหลวง อ.แม่จัน จ.เชียงราย ซึ่งมีปัญหาการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

ใส่ขันดอก

วัดกลางเวียง

ร้อยพันประเพณี เพื่อบูชาเสด็จเมืองที่ยกเลิกไปตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 เพื่อให้เป็นประเพณีประจำจังหวัดเชียงราย ภายใต้โครงการจัดการกุนทางวัฒนธรรม **เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากย่านสร้างสรรค์เมืองเก่าเชียงราย** โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เทศกาล Eat Pray Love @ หาดใหญ่

สร้างสรรค์ จากกุนทางวัฒนธรรมของ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา ที่สกัดได้เป็น **วิถีมงคล: กิน เที่ยว ไหว้** และได้รับการบรรจุในแผนพัฒนาของเทศบาลนครหาดใหญ่ โดยโครงการนครหาดใหญ่บนฐานกุนวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของชุมชน ผลงานของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

การใช้ประโยชน์

จากโครงการวิจัย
Culture Connex

นำร่องกลไกเชื่อมต่อกันทางวัฒนธรรม

งานฝีมือ
ย่อมฝาก
รอยนิ้วมือไว้

Fingerprint of
Thai Cultural Capital

พื้นที่จัดแสดงและจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์และบริการ
ทางวัฒนธรรม
อันเป็นผลผลิตจาก

โครงการวิจัย
กู่ทางวัฒนธรรม

Culture Connex

มีกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวไทย
และชาวต่างชาติ ตั้งอยู่

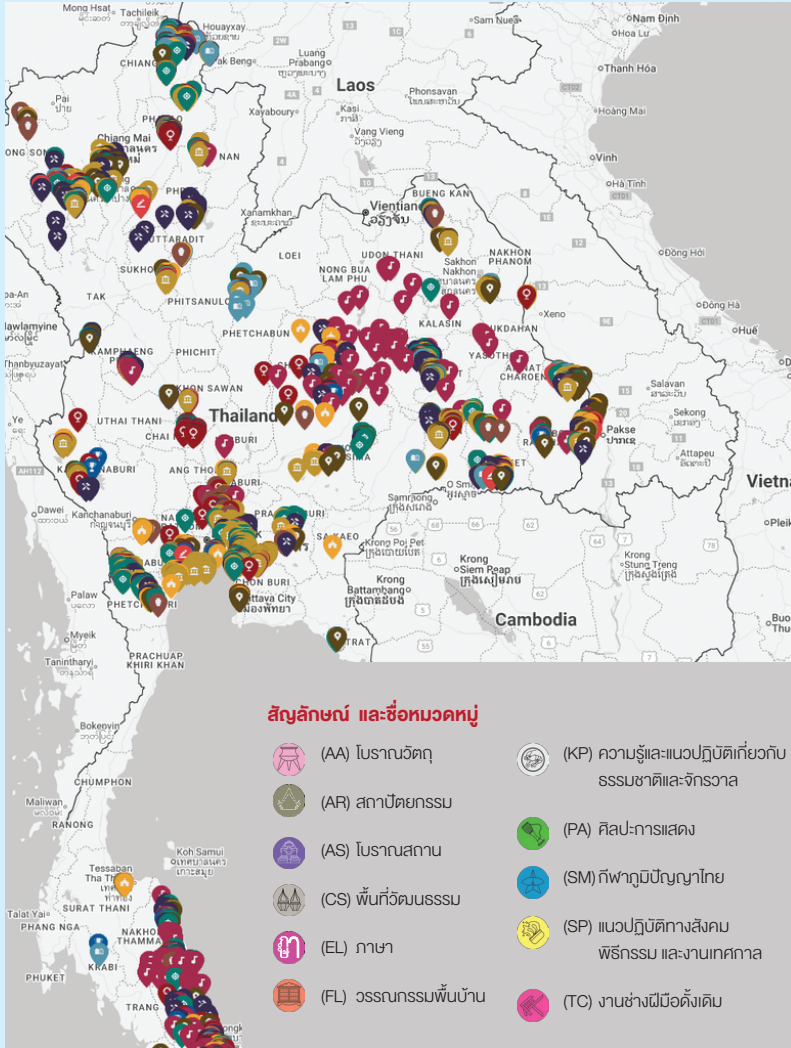
**ณ ชุมชนเลื่อนฤทธิ์
ถนนเยาวราช
กรุงเทพฯ**

เพื่อให้เกิดระบบบริหาร
จัดการกลางที่นำไปสู่การเป็น
ธุรกิจเพื่อสังคมต่อไปในอนาคต

S:UU

ฉบับสนุกกลาง

Cultural Map Thailand



ระบบ

สนับสนุนกลาง

Cultural Map Thailand

ทุนทางวัฒนธรรม

5,239 ชุดข้อมูล

(ณ วันที่ 31 มกราคม พ.ศ.2569)

ที่มาจากการสำรวจ สืบค้นข้อมูล และปักหมุดลงบน แผนที่วัฒนธรรมประเทศไทย (<https://culturalmapthailand.info/>) ตามเกณฑ์การรอกข้อมูลที่พัฒนาเป็นระบบ แผนที่วัฒนธรรม โดยคณะทำงานจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เป็นส่วนหนึ่งของผลผลิตจากโครงการวิจัยภายใต้กรอบการจัดการทุนทางวัฒนธรรม ที่สนับสนุนโดย พวก.

ระบบแผนที่วัฒนธรรมไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่จัดเก็บ ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมของประเทศเพียงเท่านั้น ขณะนี้ อยู่ระหว่างการพัฒนาให้เกิดเป็น **นิเวศ ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมของประเทศ** โดยมุ่งเน้นให้เกิดเป็น National Cultural Data Ecosystem ที่เชื่อมโยงการพัฒนา ทุนทางวัฒนธรรม โดย **ใช้ข้อมูลเป็นเครื่องมือ ในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ จากฐานทุนทางวัฒนธรรม**

20 ประเทศที่มี การเข้าชมสูงสุด

ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ถึง มกราคม พ.ศ. 2569

164 ประเทศ

ลำดับ	ประเทศ	จำนวนครั้ง
1	สหรัฐอเมริกา	324,255
2	สหราชอาณาจักร	194,484
3	ฝรั่งเศส	161,954
4	สิงคโปร์	133,623
5	ไทย	70,511
6	แคนาดา	17,168
7	บราซิล	15,450
8	ญี่ปุ่น	12,266
9	ฮ่องกง	11,856
10	สหพันธรัฐรัสเซีย	10,382
11	เวียดนาม	9,476
12	จีน	9,098
13	เยอรมัน	9,062
14	ออสเตรเลีย	6,495
15	อินเดีย	5,334
16	เม็กซิโก	3,489
17	เนเธอร์แลนด์	3,220
18	ไอร์แลนด์	3,121
19	โปแลนด์	2,860
20	เกาหลีใต้	2,822



วัฒนธรรมไม่ใช่เพียงอดีต แต่คือพลังของปัจจุบันและอนาคต

หนังสือเล่มนี้ชวนสำรวจบทบาทใหม่
ของมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนพันธกิจที่ 4
จากการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม
สู่การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่
ผ่านบทเรียนจริงจากการทำงานร่วมกัน
ของมหาวิทยาลัย ชุมชน และภาคีเครือข่าย

นี่ไม่ใช่เพียงหนังสือวิชาการ
หากแต่คือแผนที่ความคิดของการพัฒนา
ที่เคารพรากเหง้า และเปิดทางสู่อนาคตอย่างยั่งยืน

