



สัญญาให้ทุนโครงการ การจัดการทุนวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนนิเวศน์วัฒนธรรมชุมชน ตำบลช่อแฮ  
อำเภอเมือง จังหวัดแพร่  
ภายใต้แผนงาน การพัฒนาพื้นที่ด้วยองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัย

โปรแกรม 13 พัฒนาวัดกรรมสำหรับเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรมโดยใช้วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม  
แพลตฟอร์ม 4 การวิจัยและสร้างนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ

สัญญาเลขที่ A13F650038

สัญญานี้ทำขึ้น ณ สำนักงานสถานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ ตั้งอยู่ 319  
อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 14 ถนนพญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2565  
ระหว่าง

สำนักงานสถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ โดย หน่วยบริหารและ  
จัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) โดย นายกิตติ สัจจาวัฒนา ผู้อำนวยการหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการ  
พัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ปฏิบัติหน้าที่แทนผู้อำนวยการสำนักงานสถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ  
นวัตกรรมแห่งชาติ ดังรายละเอียดปรากฏตามสำเนาคำสั่งสำนักงานสถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ  
นวัตกรรมแห่งชาติ ที่ 33/2563 เรื่อง มอบอำนาจปฏิบัติหน้าที่แทนผู้อำนวยการสำนักงานสถานนโยบายการอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ ลงวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2563 และสำเนาคำสั่งคณะกรรมการบริหารหน่วยบริหาร  
และจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ ที่ 2/2563 เรื่อง แต่งตั้งผู้อำนวยการหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนา  
ระดับพื้นที่ ลงวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 และสำเนาพระราชบัญญัติสถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ  
นวัตกรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2562 ภาคผนวก 7 แนบท้ายสัญญานี้ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้ให้ทุน” ฝ่ายหนึ่ง กับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ตั้งอยู่เลขที่ 27 ถนนอินใจมี ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ 53000  
โดย นายภาณุรังษี เตือนไธสง ตำแหน่งผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ปฏิบัติการแทน อธิการบดีมหาวิทยาลัย  
ราชภัฏอุตรดิตถ์ ดังรายละเอียดปรากฏตามสำเนาคำสั่ง หนังสือมอบอำนาจมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ที่ อว.0614/0783  
ลงวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ.2565 และสำเนาคำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ที่ 2718/2564 เรื่อง แต่งตั้งผู้ช่วยอธิการบดี  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ลงวันที่ 16 กันยายน พ.ศ.2564 และสำเนาพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.2547  
ภาคผนวก 7 แนบท้ายสัญญานี้ ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้รับทุน” อีกฝ่ายหนึ่ง






คู่สัญญาตกลงทำสัญญากันมีข้อความดังต่อไปนี้

ผู้ให้ทุนตกลงให้ทุนแก่ผู้รับทุน และผู้รับทุนตกลงรับทุน เพื่อใช้ในการดำเนินโครงการ การจัดการทุนวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนนิเวศน์วัฒนธรรมชุมชน ตำบลช่อแฮ อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ภายใต้แผนงานการพัฒนา พื้นที่ด้วยองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัย ตามรายละเอียดที่กำหนดไว้ในเอกสารแนบท้ายสัญญา ซึ่งประกอบด้วยภาคผนวกดังต่อไปนี้

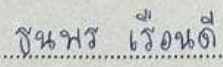
ภาคผนวก 1	เงื่อนไขของสัญญา	จำนวน 5 หน้า
ภาคผนวก 2	ขอบเขตของการดำเนินงานโครงการ	จำนวน 24 หน้า
ภาคผนวก 3	ข้อตกลงสนับสนุนด้านการเงิน	จำนวน 4 หน้า
ภาคผนวก 4	การจัดทำและการส่งมอบรายงานการดำเนินงานโครงการ และ/หรือผลงานวิจัยอื่น ๆ ของโครงการ (หากมี)	จำนวน 1 หน้า
ภาคผนวก 5	รายละเอียดผลงานวิจัยเดิมของผู้รับทุน	จำนวน 1 หน้า
ภาคผนวก 6	กรรมสิทธิ์ของผลงานวิจัยของโครงการ	จำนวน 1 หน้า
ภาคผนวก 7	เอกสารประกอบของคู่สัญญา	จำนวน 70 หน้า


เอกสารแนบท้ายสัญญาดังกล่าวข้างต้นให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้ ในกรณีที่มีความขัดหรือแย้งกันระหว่างข้อความในเอกสารแนบท้ายสัญญาดังกล่าว ให้ผู้ให้ทุนเป็นผู้ตีความและวินิจฉัยชี้ขาดปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามสัญญา

สัญญานี้ทำขึ้นเป็นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความ โดยละเอียดตลอดแล้ว เห็นว่าตรงตามเจตนารมณ์ทุกประการ จึงได้ลงลายมือชื่อพร้อมทั้งประทับตราสำคัญของนิติบุคคล (ถ้ามี) ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และคู่สัญญาต่างยึดถือไว้ฝ่ายละหนึ่งฉบับ

ลงชื่อ..........ผู้ให้ทุน  
(นายกิตติ สัจจาวัฒนา)


ผู้อำนวยการหน่วยบริหารและจัดการทุน  
ด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)

ลงชื่อ..........พยาน  
(นางสาวธนพร เรือนดี)

ลงชื่อ..........ผู้รับทุน  
(นายภาณุรังษี เตือนโอง)

ผู้ช่วยอธิการบดี  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์



ลงชื่อ..........พยาน





## แบบฟอร์มข้อเสนอโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Proposal)

เพื่อของบประมาณ ด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ภายใต้กรอบการวิจัย “มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่”  
แผนงานริเริ่มสำคัญ (Flagship) “การพัฒนาพื้นที่ด้วยองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัย”

ประจำปีงบประมาณ 2565

แพลตฟอร์ม (Platform)	Platform4 การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ
โปรแกรม (Program)	P13 พัฒนานวัตกรรมสำหรับเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรมโดยใช้วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
แผนงานหลัก	การพัฒนาพื้นที่ด้วยองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัย
แผนงานย่อย (กรอบการวิจัย)	มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่
เป้าหมาย (Objective)	O4.13 เพิ่มความสามารถของชุมชนท้องถิ่น และสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจและสังคมท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ รวมทั้งการพึ่งตนเองและการจัดการตนเองตามแนวทางหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม
ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ-หลัก (Key Result)	KR 4.13.3 จำนวนวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กในพื้นที่เป้าหมายประสบความสำเร็จในการยกระดับรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 โดยการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ วิจัยหรือนวัตกรรม (1,000 ราย)
ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ-รอง (Key Result)	KR 4.13.6 ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก/เศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่เป้าหมายบนฐานทุนทรัพยากร/วัฒนธรรมในพื้นที่ (ร้อยละ 10 ต่อปีจากฐานปี 2563)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. ชื่อชุดโครงการวิจัย/โครงการวิจัยเดี่ยว

(ภาษาไทย) การจัดการทุนวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนนิเวศน์วัฒนธรรมชุมชนตำบลช่อแฮ อำเภอเมือง จังหวัดแพร่

(ภาษาอังกฤษ) Cultural Capital Management for Creative Economy Development on Community Cultural Ecology, Cho Hae Subdistrict, Mueang District, Phrae Province

#### 2. โครงการวิจัยย่อยภายใต้ชุดโครงการวิจัย (กรอกเฉพาะชุดโครงการวิจัย)

.....

#### 3. ลักษณะโครงการวิจัย

- โครงการใหม่ ดำเนินงานจำนวน 1 ปี  
 โครงการต่อเนื่องจำนวน .....ปี โดยเริ่มรับงบประมาณในปี.....  
จำนวน.....บาท ดำเนินงานเป็นปีที่ .....



#### 4. คำสำคัญ (Keywords)

(ภาษาไทย) ทุนทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตำบลช่อแฮ นิเวศน์วัฒนธรรม ประชาคมวัฒนธรรม  
(ภาษาอังกฤษ) Cultural capital, Creative economy, Cho - Hae Subdistrict, Cultural site  
Cultural community



#### 5. สาขาการวิจัย (เลือกจากฐานข้อมูลในระบบ)

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
สัญญาเลขที่ A13F650038

หน้า 3 / 24



6.รายละเอียดของคณะผู้วิจัย (ใช้ฐานข้อมูลจากระบบสารสนเทศกลางเพื่อบริหารงานวิจัยของประเทศ)  
ประกอบด้วย

1. ชื่อ-สกุล ดร.ภาณุรังษี เตือนไธสง
  - ตำแหน่งในโครงการ หัวหน้าโครงการ
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 50%
  - โทรศัพท์ 089-8198156 /E-mail : Panurungseetanhai@hotmail.com
2. ชื่อ-สกุล อาจารย์ดวงพร ปิ่ตตถิกิจกุล
  - ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 15 %
  - โทรศัพท์ 091-0323102 /E-mail : appledoungporn@yahoo.com
3. ชื่อ-สกุล อาจารย์อภิรักษ์ ปานเพชร
  - ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ 089-8398017 /E-mail : api.fineart@gmail.com
4. ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุกัญญา สุจาคำ
  - ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ 061-6963644 /E-mail : Smile.su259@gmail.com
5. ชื่อ-สกุล ดร.สุประวีณ์ อ่อนจันทร์
  - ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ 062-2939693 /E-mail : Suprave.onc@uru.ac.th
6. ชื่อ-สกุล อาจารย์วรพล มะโนสร้อย
  - ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ 084-1290902 /E-mail : worapon.man@uru.ac.th
7. ชื่อ-สกุล อาจารย์ชยพล อินทรวงศ์
  - ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ : 086-6688669 /E-mail : mr.polar@hotmail.com
8. ชื่อ-สกุล อาจารย์ ดร.ฐิติวรดา แสงสว่าง
  - ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ : 087-7164279 /E-mail : Pust42@gmail.com



# แบบฟอร์มข้อเสนอโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ (Full Proposal)

เพื่อของบประมาณ ด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

โครงการริเริ่มสำคัญ (Flagship Project) ปีงบประมาณ 2565

## แพลตฟอร์ม(Platform)

Platform4 การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อมล้ำ

## โปรแกรม(Program)

P13 พัฒนานวัตกรรมสำหรับเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรม โดยใช้วิทยาศาสตร์ วิจัย และ นวัตกรรม

## โปรแกรมน้อย(SubProgram)

## แผนงานหลัก

การพัฒนาพื้นที่ด้วยองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัย

แผนงานย่อย .....

## ประเด็นริเริ่มสำคัญ(Flagship)

การพัฒนาพื้นที่ด้วยองค์ความรู้จากมหาวิทยาลัย

## เป้าหมาย(Objective)

O4.13 เพิ่มความสามารถของชุมชนท้องถิ่น และสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจและสังคมท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ รวมทั้งการพึ่งตนเองและการจัดการตนเองตามแนวทางหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

**ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ-หลัก (Key Result) KR 4.13.3** จำนวนวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก ในพื้นที่เป้าหมายประสบความสำเร็จในการยกระดับรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 โดยการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ วิจัย หรือนวัตกรรม (1,000 ราย)

## ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ-รอง (Key Result

KR 4.13.6 ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก/เศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่เป้าหมายบนฐานทุนทรัพยากร/วัฒนธรรมในพื้นที่ (ร้อยละ 10 ต่อปีจากฐานปี 2563)

\* ให้เลือกจากระบบ โดย

- ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ-หลัก (Key Result) สามารถเลือก KR ของ Objective ของ Program ที่เลือก
- ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ-รอง (Key Result) สามารถเลือก KR ภายใต้แพลตฟอร์มใดก็ได้

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

### 1. ชื่อชุดโครงการวิจัย/โครงการวิจัยเดี่ยว

(ภาษาไทย) การจัดการทุนวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนนิเวศน์วัฒนธรรมชุมชน  
ตำบลช่อแฮ อำเภอเมือง จังหวัดแพร่

(ภาษาอังกฤษ) Cultural Capital Management for Creative Economy Development  
on Community Cultural Ecology, Cho Hae Subdistrict, Mueang  
District, Phrae Province

### 2. โครงการวิจัยย่อยภายใต้ชุดโครงการวิจัย (กรอกเฉพาะชุดโครงการวิจัย)

.....

### 3. ลักษณะโครงการวิจัย

โครงการใหม่ ดำเนินงานจำนวน 1 ปี

โครงการต่อเนื่องจำนวน .....ปี โดยเริ่มรับงบประมาณในปี.....

จำนวน.....บาท ดำเนินงานเป็นปีที่ .....

### 4. คำสำคัญ (Keywords)

(ภาษาไทย) ทุนทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตำบลช่อแฮ นิเวศน์วัฒนธรรม ประชาคมวัฒนธรรม

(ภาษาอังกฤษ) Cultural capital, Creative economy, Cho – Hae Subdistrict, Cultural site,  
Cultural community

### 5. สาขาการวิจัย (เลือกจากฐานข้อมูลในระบบ)

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

### 6. รายละเอียดของคณะผู้วิจัย

(ใช้ฐานข้อมูลจากระบบสารสนเทศกลางเพื่อบริหารงานวิจัยของประเทศ)ประกอบด้วย

1.ชื่อ-สกุล ดร.ภาณุรังษี เตือนไธสง

● ตำแหน่งในโครงการ หัวหน้าโครงการ

● สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 50%

● โทรศัพท์ 089-8198156 /E-mail : Panurungseethai@hotmail.com

2.ชื่อ-สกุล อาจารย์ดวงพร ปิณฑกกิจกุล

● ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย

● สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 15 %

● โทรศัพท์ 091-0323102 /E-mail : appledoungporn@yahoo.com

3. ชื่อ-สกุล อาจารย์อภิรักษ์ ปานเพชร
- ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ 089-8398017 /E-mail : api.fineart@gmail.com
4. ชื่อ-สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุกัญญา สุจาคำ
- ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ 061-6963644 /E-mail : Smile.su259@gmail.com
5. ชื่อ-สกุล ดร.สุประวีณ์ อ่อนจันทร์
- ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ 062-2939693 /E-mail : Suprave.onc@uru.ac.th
6. ชื่อ-สกุล อาจารย์วรพล มะโนสร้อย
- ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ 084-1290902 /E-mail : worapon.man@uru.ac.th
7. ชื่อ-สกุล อาจารย์ชยพล อินทรวงศ์
- ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ : 086-6688669 /E-mail : [mr.polar@hotmail.com](mailto:mr.polar@hotmail.com)
8. ชื่อ-สกุล อาจารย์ ดร.จิตติวรดา แสงสว่าง
- ตำแหน่งในโครงการ ผู้ร่วมวิจัย
  - สัดส่วนการดำเนินโครงการวิจัย 5 %
  - โทรศัพท์ : 087-7164279 /E-mail : Pust42@gmail.com

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลโครงการวิจัย

### 1. บทสรุปผู้บริหาร

การดำเนินงานวิจัย เรื่อง การจัดการทุนวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนนิเวศน์วัฒนธรรมชุมชน ตำบลช่อแฮ อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่นิเวศน์วัฒนธรรม ต.ช่อแฮ อ.เมือง จ.แพร่ ที่ประกอบด้วย 12 หมู่บ้าน อันมีสถานที่สำคัญอันเก่าแก่ เป็นที่มาของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีประชา จารีตวัฒนธรรมของพื้นที่ ที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาต่อยอดการพัฒนาในมิติ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้กลไกประชาคมวัฒนธรรมในพื้นที่มาร่วมขับเคลื่อน ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงพื้นที่โดยใช้องค์ความรู้ทางด้านสังคมศาสตร์ประยุกต์บูรณาการข้ามศาสตร์กับองค์ความรู้ด้านอื่น ทั้งบริหารธุรกิจ การสื่อสาร การออกแบบ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำเสนอองค์ความรู้สู่การใช้ประโยชน์สร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ เชื่อมโยงองค์ความรู้ทุนทางวัฒนธรรมเดิมของพื้นที่จากปราชญ์ศิลปินกับกลุ่มนวัตกรรมทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่มาร่วมพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมร่วมกัน

## 2. หลักการและเหตุผล

จังหวัดแพร่เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีประวัติศาสตร์ของพื้นที่อันยาวนาน ตั้งแต่ยุคแคว้นโบราณจนถึงยุคนครรัฐอิสระ ก่อนที่จะมีการยกเลิกระบบการปกครองในระบอบเจ้าประเทศราชแห่งสยามประเทศ ในสมัยเจ้าพิริยเทพวงศ์อัคร เจ้าผู้ครองนครแพร่องค์สุดท้าย เมื่อ พ.ศ.2445 ซึ่งตรงกับสมัย ร.5 จังหวัดแพร่จึงมีประวัติศาสตร์และพัฒนาการของพื้นที่ที่ยาวนาน ปรากฏหลักฐานที่เก่าแก่ที่สุดคือ การบูรณะพระธาตุช่อแฮ ศาสนสถานอันเก่าแก่คู่บ้านคูเมืองของ จ.แพร่ ซึ่งปรากฏหลักฐานการบูรณะที่เก่าแก่ที่สุดในสมัยพระยาสิทธิแห่งกรุงสุโขทัย ( ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ ราชวงศ์พระร่วง ครองกรุงสุโขทัย เมื่อ พ.ศ. 1890 - พ.ศ. 1912 ( หรือ พ.ศ.1914) ซึ่งการสร้างพระธาตุช่อแฮ จะต้องเกิดขึ้นก่อนนั้น ความเก่าแก่ของพระธาตุช่อแฮ บ่งบอกถึงการประดิษฐานพระพุทธศาสนาในดินแดนแห่งนี้ หรือที่ปรากฏชื่อเดิมของดินแดนแห่งนี้ว่า “เวียงโกศัย” หรือ “พลรัฐนคร” อีกนัยยะหนึ่งการสร้างพระธาตุช่อแฮ ยังเป็นจุดกำเนิดของการประดิษฐ์วัฒนธรรม การประดิษฐ์ความเชื่อ การประดิษฐ์ประเพณี และงานสร้างสรรค์ทางศิลปะที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ผ่านงานพุทธศิลป์ ซึ่งปรากฏหลักฐานเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงกับวัดพระธาตุช่อแฮ ตกทอดมาสู่อนุชนรุ่นหลัง และปัจจุบันนับเป็นมรดกทางสังคมที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ซึ่งมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและมีศักยภาพดึงดูดทางการท่องเที่ยวสูง ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวแพร่และชาวต่างจังหวัดเดินทางมาสักการะตลอดปี ทำให้พื้นที่ชุมชนรอบพระธาตุช่อแฮมีโอกาสดำเนินทางสังคมอย่างต่อเนื่อง(พระโกศัยเจติยารักษ์ เจ้าอาวาสวัดพระธาตุช่อแฮ/รองเจ้าคณะจังหวัดแพร่ : สัมภาษณ์ 11 มกราคม 2565)

ตำนานความเชื่อเกี่ยวกับองค์พระธาตุช่อแฮ เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ประเภทวรรณกรรม/ภาษา (ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ ปี 2563 ) ปรากฏในเอกสารหลายฉบับที่กล่าวถึงที่มาของนามพระธาตุช่อแฮ พบว่ามีการเขียนเป็นอักษรธรรมล้านนาว่า "ช่อแฮ" และ "ช่อแระ" อ่านออกเสียงตามภาษาคำเมืองว่า “จ้อ-แฮ” ซึ่งการเขียนทั้งสองอย่างนี้ และมีความหมายตรงกันว่าหมายถึง ธงสามเหลี่ยมทำด้วยผ้าแพร “ช่อแฮ” เป็นชื่อเรียกพระธาตุเจดีย์เก่าแก่ที่ไม่ปรากฏหลักฐานการสร้างที่ชัดเจนว่าสร้างขึ้นเมื่อใด ในทางประวัติศาสตร์สันนิษฐานว่า น่าจะสร้างในราวพุทธศตวรรษที่ 19 ซึ่งในสมัยนั้นนครแพร่มีฐานะเป็นเมืองบริวารของอาณาจักรสุโขทัยตามที่ปรากฏในศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหงมหาราช หลักที่ 1 (จารึกเมื่อ พ.ศ.1835) และปรากฏหลักฐานครั้งแรกว่าในสมัยกรุงสุโขทัย ระหว่าง พ.ศ. 1879- พ.ศ.1881 พระมหาธรรมราชา(ลีไท) ขณะดำรงพระยศเป็นพระมหาอุปราช ครองเมืองศรีสขณาสัย ได้เสด็จมาสักการะพระธาตุช่อแฮแห่งนี้ และเสด็จมาปฏิสังขรณ์พระธาตุช่อแฮอีกครั้ง เมื่อ พ.ศ. 1902 ( พระครูภาวนาเจติยานุกิจ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระธาตุช่อแฮ : สัมภาษณ์ 11 ม.ค.2565)

ชุมชนที่อาศัยอยู่ร่วมกันรอบพระธาตุช่อแฮ มีพัฒนาการทางวัฒนธรรมบนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเชื่อ จารีต ประเพณีที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม และมีพัฒนาการเป็นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยที่



หลากหลาย ทำให้จัดว่าเป็นพื้นที่วัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์และมีความโดดเด่นเฉพาะตัว ซึ่งปัจจุบันพระธาตุช่อแฮยังเป็นศาสนสถานที่เป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อของคนทั่วประเทศ โดยเฉพาะคนเกิดปีชาล ซึ่งตามคติความเชื่อล้านนา เชื่อกันว่า เป็นพระธาตุประจำปีเกิดคนเกิดปีชาล หรือปีนักษัตรที่มี “เสือ” เป็นสัตว์สัญลักษณ์นำโชค หรือนำสิริมงคลมาให้ผู้ที่เกิดในปีชาล

ซึ่งความเชื่อเรื่องพระธาตุประจำปีเกิดคนเกิดปีชาลนี้ สามารถนำมาต่อยอดเป็นกลไกเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมในมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่นี้ได้ นอกจากนี้ในพื้นที่ตำบลช่อแฮยังมีสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมอีก 2 แห่งที่สามารถเชื่อมโยงความหมายทางนิเวศน์วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพระธาตุช่อแฮ ได้ในมิติของทุนทางวัฒนธรรม คือ **วัดพระธาตุตอดอยเล้ง** ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากวัดพระธาตุช่อแฮ 3 กม. และมีทัศนียภาพสวยงามอยู่บนยอดตอดอยขนาดเล็กที่เห็นภูมิทัศน์วัฒนธรรมเมืองเก่าที่มีชีวิตของชุมชนวัดพระธาตุช่อแฮได้อย่างน่าสนใจ รวมทั้งยังมีตำนานการสร้างวัดพระธาตุตอดอยเล้งที่เชื่อมโยงกับผู้สร้างพระธาตุช่อแฮซึ่งเป็นชาว “ลัวะ” นามว่า “อ้ายก้อม” รวมทั้ง **วัดพระธาตุจอมแจ้ง** ซึ่งเป็นศาสนสถานเก่าแก่ใกล้เคียงกันและอยู่ห่างจากวัดพระธาตุช่อแฮ 2 กม. ซึ่งสามารถต่อยอดการพัฒนาทุนวัฒนธรรมร่วมกันได้ นอกจากนี้จะมีความเชื่อมโยงกันบนพื้นที่นิเวศน์วัฒนธรรมเดียวกันแล้ว ยังมีงานนมัสการพระธาตุจอมแจ้งจะอยู่ในช่วงวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 5 ตามคติเดือนล้านนา (ตรงกับวันมาฆบูชา) ซึ่งเชื่อมโยงกับความเชื่อเรื่อง สิ้นค้าความเชื่ออย่าง “สัมป่อยเดือน 5” ซึ่งเป็นพีชมงคลของชาวล้านนา และ “น้ำผึ้งเดือน 5” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีจำหน่ายใน “ถนนสายน้ำผึ้ง” เส้นทางหลักที่มุ่งสู่พระธาตุทั้งสาม (เกสร ปลาธาตุ ประธานสภาวัฒนธรรม ต.ช่อแฮ และประธานสภาวัฒนธรรม อ.เมือง จ.แพร่ อดีตนายกเทศมนตรีตำบลช่อแฮ : สัมภาษณ์ 10 ม.ค.2565)

พื้นที่ชุมชนรอบพระธาตุช่อแฮ ประกอบไปด้วยเขตปกครอง 12 หมู่บ้านใน ต.ช่อแฮ เป็นพื้นที่ที่มีการอาศัยอยู่อย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่การก่อสร้างพระธาตุช่อแฮ และยังคงเป็นแหล่งผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมในบริบทของการท่องเที่ยว ที่มีการประดิษฐ์ประเพณี ประดิษฐ์ความหมายทางสังคมจากวิถีความเชื่อ จารีต วัฒนธรรมของผู้คนมาตราบปัจจุบัน เช่น ประเพณีส่งเคราะห์ ประเพณีการสืบชะตา ประเพณีการเอาขวัญ(บายศรีสู่ขวัญ) หรือพิธีกรรมตามความเชื่อเพื่อเสริมสิริมงคลอื่นๆ แม้พื้นที่ชุมชนรอบพระธาตุช่อแฮ จะถูกแบ่งเขตโดยอำนาจรัฐชาติ เป็นเขตปกครองระดับตำบล ใน อ.เมือง จ.แพร่ หากแต่ชุมชนทั่วจังหวัดยังคงสืบต่อ อนุรักษ์ดำรงวิถีชีวิตจารีตแต่ครั้งอดีตกาลจนปัจจุบัน นับว่าพื้นที่ชุมชนรอบวัดพระธาตุช่อแฮ เป็น เมืองเก่าที่มีชีวิต (The living old town) เนื่องจากยังมีความเป็นพื้นที่วัฒนธรรมที่ถูกใช้งานตอบสนองความต้องการของมนุษย์อย่างต่อเนื่องมาตราบปัจจุบัน โดยไม่ถูกทิ้งเป็นโบราณสถานร้าง (dead monument) และยังคงมีการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Culture Re-production) ในพื้นที่เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม เช่น ด้านเศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยว เช่น ประเพณีงานนมัสการพระธาตุช่อแฮ ปัจจุบันถูกกระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Culture Re-production) มาตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในชื่อ “งานนมัสการพระธาตุช่อแฮ เมืองแพร่แห่งทุ่งหลวง” ซึ่งตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 หรือ “หกเป็ง” ประมาณเดือนมีนาคมของทุกปี ซึ่งกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี โดยมี “ตุง” เป็นเครื่องสักการบูชาพระธาตุช่อแฮ

จากความรู้ ความเข้าใจในทุนวัฒนธรรมของชุมชน ต.ช่อแฮ อันเป็นที่ตั้งของพระธาตุเก่าแก่ 3 พระธาตุ ดังกล่าวมาแล้ว จึงเป็นข้อมูลสำคัญในการวางนโยบายและแผนปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาสังคมด้านต่างๆ ของคนในพื้นที่ ด้วยเหตุนี้ การศึกษาวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาทุนวัฒนธรรมของพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะ จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพราะนอกจากจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากของพื้นที่ ซึ่งจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่แล้ว ยังช่วยเสริมสร้างภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่

หล่อหลอมสำนึกความสามัคคี ความร่วมมือและการอยู่ร่วมกัน ในสังคมภาพรวมระดับจังหวัดและระดับชาติอีกด้วย เพราะหน่วยพื้นที่ปกครองต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นสังคมระดับชาตินั้น ได้กระจายตัวไปเป็นองค์ประกอบของสังคมทั่วประเทศ ทำให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมทั่วประเทศ และในมิติของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ การสร้างมูลค่าสินค้า หรือ บริการที่เกิดจากความคิดภูมิปัญญาของมนุษย์ และในมิติการพัฒนานั้น ทูทางวัฒนธรรมของพื้นที่ยังเป็นทูทางสังคมที่จะช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของพื้นที่ได้อย่างดีในระยะยาว

สำหรับแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ถูกนำมาใช้เป็นครั้งแรกในหนังสือของ John Howskins ซึ่งให้คำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์” หลังจากนั้นคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางในนานาประเทศ จนถึงปัจจุบันก็ยังไม่ได้มีการกำหนดนิยามที่ชัดเจนของคำนี้ แต่ในประเทศไทยนั้น *เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม* พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม\* โดยรัฐบาล ได้ออกประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 เพื่อจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้นเป็นองค์การมหาชน ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว และจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ประกอบด้วย 15 สาขา คือ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ดนตรี 3) ศิลปะการแสดง 4) ทัศนศิลป์ 5) ภาพยนตร์ 6) การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7) การพิมพ์ 8) ซอฟต์แวร์ 9) การโฆษณา 10) การออกแบบ 11) การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 12) แฟชั่น 13) อาหารไทย 14) การแพทย์แผนไทย 15) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (\*ที่มา: พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561) ซึ่งในงานวิจัยนี้ ใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยเพื่อให้เห็นถึงความชัดเจนของต้นทุนที่จะเกิดขึ้น ซึ่งต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะเท่ากับต้นทุนคงที่รวมหารด้วยจำนวนการผลิตทั้งหมด ซึ่งต้นทุนต่อหน่วยเป็นต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรที่ใช้คำนวณสำหรับการผลิตสินค้าและบริการ โดยงานวิจัยนี้มีการคำนวณทั้งกลุ่มผู้ประกอบการ นวัตกรรมทางวัฒนธรรม สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม

การลงพื้นที่ศึกษาชุมชน ต.ช่อแฮ อ.เมือง จ.แพร่ อยู่ในเขตปกครองเทศบาลตำบลช่อแฮ อ.เมือง จ.แพร่ อยู่ห่างจากตัวเมือง 9 กม. มีถนนหนทางสะดวกเนื่องจากมีสถานที่สำคัญที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงตั้งอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และเป็นพื้นที่ที่ตั้งของวัดพระธาตุเก่าแก่ สามพระธาตุ คือ วัดพระธาตุช่อแฮ วัดพระธาตุออยเล้ง วัดพระธาตุจอมแจ้ง ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญที่เคารพสักการะของนักท่องเที่ยวและมีศักยภาพดึงดูดความสนใจให้มาเยือนด้วยคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและเหตุผลเชิงจิตวิญญาณในแง่แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา รวมทั้งเป็นจุดก่อเกิดความเชื่อและศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่มากมายมาอย่างยาวนาน รวมทั้งยังเป็นพื้นที่ชุมชนที่ตอบสนองการใช้งานของสังคมมนุษย์มาตราจบจนปัจจุบัน และประชาชนประกอบอาชีพทางการเกษตร มีรายได้จากการทำไร่ ทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์ ค้าขาย นอกนั้นยังมีอาชีพเสริม คือ อุตสาหกรรมในครัวเรือน การทำเหมือง และบางส่วนไปรับจ้างในตัวเมืองและต่างจังหวัด ด้านวิถีชีวิตประชากรส่วนใหญ่ยึดมั่นในขนบธรรมเนียม วิถีจารีตวัฒนธรรมล้านนาตะวันออกและวัฒนธรรมภาคเหนือ สภาพสังคมเป็นสังคมชนบท มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย สถาบันครอบครัวเป็นครอบครัวใหญ่ ประชากรส่วนใหญ่ มีลำน้ำแม่สาย และลำน้ำแม่ก้อน ไหลผ่าน มีทรัพยากรป่าไม้สมบูรณ์ เนื่องจากด้านหลัง



พระธาตุช่อแฮเป็นเทือกเขาที่กั้นระหว่าง จ.แพร่ กับ จ.อุตรดิตถ์ ก่อให้เกิดนิเวศน์วัฒนธรรม ที่มีความลงตัวระหว่างมรดกธรรมชาติ และมรดกทางวัฒนธรรม มีสุนทรียศาสตร์ของพื้นที่มีดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีเริ่มมีการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวโดยเฉพาะในเขต 3 พระธาตุดังกล่าว (เกสร ปลาสาคร ประธานสภาวัฒนธรรม ต.ช่อแฮ และประธานสภาวัฒนธรรม อ.เมือง จ.แพร่ อดีตนายกเทศมนตรี ต.ช่อแฮ : สัมภาษณ์ 10 ม.ค.2565 ) ตำบลช่อแฮ มีศาสนาสถานในตำบล 13 แห่ง ประกอบด้วยวัด 9 วัด สำนักสงฆ์ 3 แห่ง โบสถ์คริสต์ 1 แห่ง มาตรฐานคุณภาพชีวิตดีพอใช้ มีไฟฟ้าใช้ครบ 3,105 ครั้วเรือน มีการประปาของเทศบาลให้บริการน้ำประปาใช้ 1,765 ครั้วเรือน และมีการใช้น้ำบ่อและน้ำบาดาลบางหมู่บ้าน มีสวัสดิการสังคมและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดูแลดี

ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีไม่มาก และยังไม่หลากหลายและไม่โดดเด่น เมื่อเทียบกับความเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญและมีชื่อเสียงอย่างวัดพระธาตุช่อแฮ พระอารามหลวง และมีวัดพระธาตุดอยเล้ง และวัดพระธาตุจอมแจ้ง อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ประกอบกับอยู่ในเขต อ.เมือง ซึ่งมีการคมนาคมสะดวกทั้งนักท่องเที่ยว ใน จ.แพร่ และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น หากมีการส่งเสริมการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่มีเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ก็จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ได้ดี เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาเยือนตลอดปี และมีทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงจากการมีพระธาตุเก่าแก่อยู่ในพื้นที่ ( สวัสดิ์ศรี ยิ้มศิริ หัวหน้าสำนักงานปลัดเทศบาล ต.ช่อแฮ รักษาการแทนปลัดเทศบาล ต.ช่อแฮ : สัมภาษณ์ 12 ม.ค.2565) และจากผลการศึกษาวิจัยที่ได้ศึกษามาแล้ว พบว่า วิวัฒนาการของชุมชนเกิดจากการรวมตัวของผู้คนทั้งในชนบทและในเมือง ในหมู่บ้านและระหว่างหมู่บ้าน อำเภอ จังหวัด ในอาชีพหนึ่งหรือในความสนใจร่วมกันของคนหลายอาชีพจากหลายแห่งหลายพื้นที่การรวมตัวกันดังกล่าวมีทั้งที่เป็นมูลนิธิต เป็นสหกรณ์ สมาคม หรือรูปแบบอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียน รวมกันเป็นกลุ่มอาชีพ เป็นชมรม มีกติกาหลักการและกฎเกณฑ์ของการอยู่ร่วมกัน การเสริมสร้างให้ชุมชนมีการรวมตัวอย่างเข้มแข็งมาร่วมคิดร่วมเรียนรู้สู่การปฏิบัติ มีกระบวนการเรียนรู้และการจัดการองค์ความรู้ในรูปแบบที่หลากหลายตาม ภูมิสังคม ที่เหมาะสมสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตบนฐานทรัพยากร ภูมิปัญญา และวิถีวัฒนธรรมชุมชน ด้วยความรอบคอบและระมัดระวัง มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรักความเอื้ออาทร มีความสามัคคี เสียสละ มุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองและผู้อื่น จึงเป็นการนำทุนทางสังคมที่มีอยู่มาเป็นหลักในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อมุ่งไปสู่ความสุขที่เกิดจากความสมดุล ความพอประมาณอย่างมีเหตุผล และภูมิคุ้มกันที่ดี สามารถพึ่งตนเองได้ (พระศรีรัตนมุนี โยอินทร์ และนายดาวเหนือ บุตรสีทา, 2559)

ดังนั้น การที่จะพัฒนาชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั้น จำเป็นต้องเข้าใจทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ เสียก่อน ซึ่งในงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยจะดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบตามหลักธรรมาภิบาล โดยคำนึงถึงผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม เพื่อขับเคลื่อนการจัดการทุนวัฒนธรรมให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนนิเวศน์วัฒนธรรมเมืองเก่าที่มีชีวิตของชุมชน ต.ช่อแฮ อย่างยั่งยืน เพื่อการยกระดับการดำเนินการนี้ไปยังผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ ต.ช่อแฮ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกันในเครือข่ายชุมชน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องการดำเนินงานจัดการทุนวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไปพร้อมๆ กัน ทั้งนี้คำนึงถึงความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียหลักในห่วงโซ่ธุรกิจของกิจกรรมโดยประกอบด้วยกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าความร่วมมือของภาคีทุกภาคส่วนในพื้นที่ ต.ช่อแฮ ที่มีส่วนช่วยสร้าง

คุณค่าให้แก่สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียหลักทุกภาคส่วน รวมทั้งเป็นกลไกสร้างรายได้กลับสู่ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในชุมชนอย่างยั่งยืน

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง คุณค่าที่บุคคลได้รับจากกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม จนกลายเป็นคุณสมบัติติดตัวที่เอื้อให้บุคคลนำไปเพิ่มพูนมูลค่าของตนได้ โดยแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ ทุนวัฒนธรรมที่แฝงฝังอยู่ในกาย (Embodied Form) ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปของวัตถุ (Objectified Form) และทุนวัฒนธรรมที่อาศัยการสถาปนา (Institutionalization State) ทางคณะผู้วิจัยจึงจัดทำโครงการ โครงการการพัฒนาภาคประชาคมวัฒนธรรมเพื่อการยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนนิเวศน์วัฒนธรรมชุมชน ตำบลช่อแฮ จังหวัดแพร่ เพื่อส่งเสริมให้เกิดกลไกประชาคมคนสามกลุ่มในการใช้ทุนวัฒนธรรมของสามประชาชาติจะทำให้เศรษฐกิจของชุมชนมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น สามารถสร้างชมรมคนรุ่นใหม่ ที่นำเอาองค์ความรู้ของช่างพื้นเมืองมาสกัดใส่ความเป็นนวัตกรรมจากมหาวิทยาลัยส่งผลให้เกิดสินค้าและบริการทางด้านความเชื่อ ที่ผู้ประกอบการสามารถใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ และจะเป็นกลไกที่สำคัญและยั่งยืน

ทั้งนี้ ในงานวิจัยนี้ ได้มีการให้อำนาจแก่บุคคล (People Empowerment) เพื่อเปิดโอกาสหรือให้อำนาจในการเรียนรู้การปราชญ์ท้องถิ่น ศิลปิน/ช่างฝีมือในชุมชน ร่วมกับผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมและนวัตกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นการส่งเสริมการใช้ความรู้ในการทำงานเพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานที่ดี สามารถแก้ไขปัญหา ปรับปรุง พัฒนางานและสร้างนวัตกรรมทางวัฒนธรรมร่วมกัน รวมทั้งมีการเรียนรู้ร่วมกับประชาคมทางวัฒนธรรมทั้งในและนอกพื้นที่ ต.ช่อแฮ และ องค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยสร้างเสริมและพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม ทั้งนี้ จะทำให้ผู้ประกอบการและนวัตกรรมทางวัฒนธรรมที่เข้าร่วมโครงการรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ มีความรับผิดชอบ มีการทำงานเป็นทีม และมุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมร่วมกันอย่างเป็นทีมและบูรณาการร่วมกัน ซึ่งจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ได้อย่างอิสระ สร้างให้เกิดการต่อยอดความคิดที่หลากหลาย ทำให้มีการยกระดับการพัฒนาตนเองและเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

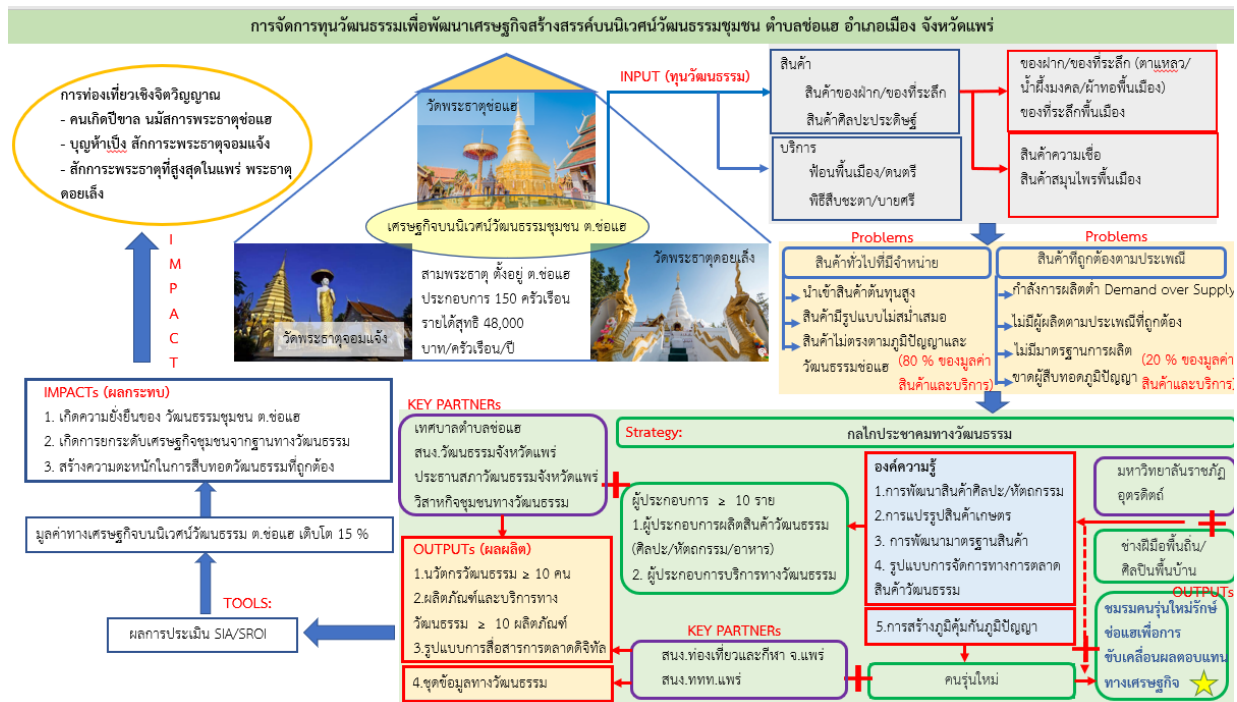
นอกจากนี้ กลุ่มปราชญ์ ศิลปิน ช่างฝีมือท้องถิ่น ที่เชี่ยวชาญด้านทุนทางวัฒนธรรมยังจะช่วยการสอนงาน (Coach) การให้คำปรึกษา และการสร้างการเรียนรู้ร่วมกันกับนวัตกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถดำเนินการต่อยอดการพัฒนาได้อย่างถูกต้อง ร่วมกับการสร้างการรับรู้และเข้าใจในทิศทาง เป้าหมายของโครงการตรงกัน และผู้บริหารชุมชน ให้การสนับสนุน ส่งเสริม และแก้ไขปัญหาพร้อมกัน ให้ข้อเสนอแนะ และส่งเสริมให้เกิดการคิดอย่างสร้างสรรค์ในการพัฒนางาน และสร้างนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง

### 3. คำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์

- 3.1 เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายในพื้นที่ชุมชน ต.ช่อแฮ
- 3.2 เพื่อสร้างกลไกประชาคมทางวัฒนธรรมด้วยการประสานความร่วมมือระหว่างคนรุ่นใหม่ ปราชญ์/ศิลปิน และผู้ประกอบการวัฒนธรรม
- 3.3 วิเคราะห์และประเมินศักยภาพการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานราก สู่แนวทางการใช้องค์ความรู้ด้านทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ต.ช่อแฮ
- 3.4 เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ บนฐานทุนวัฒนธรรม ต.ช่อแฮ ในมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์



#### 4. กรอบการวิจัย (ตอบข้อเสนอแนะข้อ 2 ข้อย่อย 2.2 และ 2.3)



แผนภาพแสดงกรอบงานวิจัย

#### 5. แนวคิด ทฤษฎี และสมมติฐานงานวิจัย

##### 5.1 แนวคิดการประดิษฐ์ประเพณี (The Invention of Tradition)

ของ อีริค ฮอบสบอว์ม (Hobsbawm)

แนวคิดการประดิษฐ์ประเพณี (The Invention of Tradition) เป็นแนวความคิดที่ใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ของการสร้างประเพณีขนานใหญ่ในหลายประเทศในยุโรป และในกลุ่มประเทศอาณานิคมของยุโรป เมื่อปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 เพื่อตอบรับการการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นในโลกใหม่อย่างรวดเร็ว ในยุคปัจจุบัน แนวคิด เรื่อง การประดิษฐ์ประเพณีนี้ได้รับความสนใจ ตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1980 ซึ่ง อีริค ฮอบสบอว์ม (Eric Hobsbawm) นำเสนอไว้ในหนังสือ ชื่อ "The Invention of Tradition" ซึ่งเขาเป็นบรรณาธิการร่วมกับเทเรนซ์ เรนเจอร์ (Terence Ranger) โดยในบทนำ ชื่อ "Introduction: Inventing Traditions" มีการตีพิมพ์ครั้งแรก เมื่อปี ค.ศ.1983

ประเด็นของแนวคิดนี้ สรุปลงในส่วนที่เกี่ยวข้องในบางประเด็นได้ว่า ประเด็นที่หนึ่ง ฮอบสบอว์ม (ดาร์รินทร์ อินทร์เหมือน. 2545: 198-202; อ้างอิงจาก Eric Hobsbawm. 1983: 1-14) ได้กล่าวว่า ประเพณีไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่ประเพณีถูกสร้างและประดิษฐ์ขึ้นใหม่เพื่อช่วยในการทำความเข้าใจสังคม ซึ่งหลายๆ ประเพณีที่พบเห็นได้ทั่วไป โดยเฉพาะประเพณีในประเทศอังกฤษ เช่น ขบวนแห่ในงานพิธีการของราชวงศ์นั้นถูกประดิษฐ์ขึ้นในปลายศตวรรษที่ 19 และศตวรรษที่ 20 ฮอบสบอว์ม ได้ให้ความหมายของ "ประเพณีประดิษฐ์" ไว้ว่าหมายถึง ชุดของปฏิบัติการ (A Set of Practice) ที่ถูกกำหนดขึ้นโดยมีลักษณะเป็นกฎเกณฑ์ที่มีแบบแผนในการปฏิบัติที่ชัดเจนเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป มีการสืบทอดแบบแผนการปฏิบัติในลักษณะการกระทำซ้ำและยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่องในสังคมรุ่นหลัง

ทั้งนี้ ฮอบบส์วอร์ม ได้นำเสนออีกประเด็นที่สองว่า ประเพณีที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่นั้น อาจจะไม่มีความเกี่ยวข้องกับอดีตที่ยาวนานก็ได้ และอาจจะมีประเพณีที่ใช้เพื่อตอบสนองปรากฏการณ์ทางสังคมหรือสถานการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นใหม่ โดยเชื่อมโยงกับสถานการณ์ในอดีต ประเพณีที่ประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่นั้นอาจถูกประดิษฐ์ขึ้นมาในลักษณะที่คงที่ไม่แปรเปลี่ยนซึ่งตรงข้ามกับโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ประเพณีอาจถูกประดิษฐ์ขึ้นมาทดแทนชุมชนโครงสร้างอำนาจแบบเดิมที่สูญสลายไป เนื่องจากไม่สามารถปรับตัวรับสภาพที่เปลี่ยนแปลงไปได้ในลักษณะของการประยุกต์ใช้ของเก่าในบริบทใหม่ หรือเพื่อวัตถุประสงค์ใหม่ เช่น การทำให้ชาติมีตัวตนโดยใช้เพลงชาติเป็นสัญลักษณ์ ในการเคลื่อนไหวกองทัพชาติ ซึ่งทำให้มีความเป็นสถาบันชาติมากขึ้น

สำหรับข้อสังเกตเกี่ยวกับประเพณีประดิษฐ์ หลังยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม นั้น ฮอบบอมส์ ได้ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ประเภทที่สร้างสัญลักษณ์ที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางสังคม (Social Cohesion) หรือความเป็นสมาชิกของกลุ่ม ทั้งที่เป็นชุมชนแท้และชุมชนเทียม
2. ประเภทที่สร้างความชอบธรรมให้กับสถาบัน สถานการณ์ หรือความสัมพันธ์เชิงอำนาจ
3. ประเภทที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีเป้าหมายในการการขัดเกลากองทัพสังคม (Socialization) อบรม สั่งสอนในเรื่องความเชื่อ ระบบคุณค่าและแบบแผนพฤติกรรมต่าง ๆ

นอกจากนี้ ความแตกต่างระหว่างวิถีปฏิบัติของประเพณีแบบดั้งเดิมกับวิถีปฏิบัติของประเพณีประดิษฐ์ คือ ประเพณีแบบดั้งเดิมจะมีวิถีปฏิบัติที่มีความผูกพันกับวิถีปฏิบัติทางสังคมอย่างลึกซึ้ง ส่วนประเพณีประดิษฐ์นั้น จะมีความพยายามในการสร้างความคลุมเครือให้กับสิ่งที่เป็นค่านิยม หรือ สิทธิ พันธะหน้าที่ของสมาชิกกลุ่ม เช่น ความรักชาติ ความจงรักภักดี โดยมีการสร้างสัญลักษณ์ เป็นสัญลักษณ์เพื่อแสดงความเป็นสมาชิกกลุ่ม ทั้งนี้ประเพณีประดิษฐ์ยังใช้ประวัติศาสตร์มาสร้างความชอบธรรมในแบบแผนการกระทำและเชื่อมกับแบบแผนความสัมพันธ์ของคนผ่านสถาบันชาติ เช่น อุดมการณ์ความเป็นชาตินิยม พิธีการของรัฐ สัญลักษณ์ประจำชาติ

มีประเด็นที่สามที่เกี่ยวกับการนำเสนอกีฬาแบบมวลชน ซึ่งเป็นการทำให้กีฬาที่มีความเป็นสถาบัน ในลักษณะของมหกรรมสาธารณะ ซึ่งเป็นตัวอย่างการประดิษฐ์ประเพณีทางการเมืองและสังคม ที่เชื่อมโยงความเป็นพลเมืองเข้าด้วยกันเป็นมหกรรมกีฬาแห่งชาติ ภายใต้ความรู้สึกร่วมของการเป็นสมาชิกรัฐชาติและมีการสรุปว่า ประเพณีประดิษฐ์ มีหน้าที่สำคัญทางการเมืองและสังคม ถูกสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือรับใช้เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ต่างๆ ทั้งทางการเมืองและตอบสนองเป้าหมายทางเศรษฐกิจในตลาดทุนนิยม เช่น ธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือการผลิตสินค้าสนนียม แพ้ชั้นเพื่อสร้างจุดต่างการตลาด

จากความหมายของการประดิษฐ์ประเพณี (Inventing Tradition) ตามแนวคิดของฮอบบส์วอร์ม ข้างต้น ในงานวิจัยนี้ การประดิษฐ์ประเพณี จึงหมายถึง การสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงความหมายของสิ่งเดิมที่ขาดหายไป มาประดิษฐ์ใหม่เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดในเงื่อนไขใหม่ อาจเป็นการผลิตซ้ำในเงื่อนไขใหม่ ทั้งในลักษณะของการรื้อฟื้นประเพณีขึ้นมาใหม่ที่มีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติม บางส่วนของรายละเอียดจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบ เป้าหมายและการให้ความหมายใหม่ และยังหมายความรวมถึงการสร้างรูปแบบ ขั้นตอน พิธีกรรมทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับคุณค่าเดิมที่มีอยู่แล้ว ทั้งในด้านความเชื่อและแบบแผนทางวัฒนธรรม ซึ่งอาจจะสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวและบริการทางวัฒนธรรมได้

ในการศึกษาวิจัยทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ครั้งนี้ แนวคิดการประดิษฐ์ประเพณี สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการพัฒนาบริการทางวัฒนธรรมที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ ต.ช่อแฮ อ.เมือง จ.แพร่ ซึ่งมีศักยภาพทางวัฒนธรรมของพื้นที่สูงอยู่แล้ว และพื้นที่มีสถานที่สำคัญที่เก่าแก่และเป็นศูนย์รวมจิตใจใน ความเชื่อ และ



ความศรัทธาของผู้คน อย่างพระธาตุทั้งสาม ซึ่งตั้งอยู่บนนิเวศน์วัฒนธรรมเดียวกัน ซึ่งจะเอื้อต่อการเกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจในพื้นที่ในระยะยาว หากมีการพัฒนาบริการทางวัฒนธรรมที่อิงกับความเชื่อ ประเพณีดั้งเดิมของพื้นที่

## 5.2 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. “จอห์น ฮาวกินส์” ( John Howkins ) ซึ่งเป็นเจ้าของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เผยแพร่แนวคิดนี้ผ่านผลงานเขียนหนังสือ มีชื่อว่า “The Creative Economy : How People Make Money from Ideas” ซึ่งจัดพิมพ์ขึ้นในปี ค.ศ. 2001 ว่าด้วยเศรษฐกิจที่มีแนวคิดเติมเต็มไปด้วย “จินตนาการ ภูมิปัญญา สังคม วัฒนธรรม และผู้คน” ทำให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาจนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ซึ่ง จอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ประกอบด้วย 1. การใช้ความคิด (Ideas) ทั้งความคิดเดิมหรือใหม่ ในการสร้างความคิดใหม่ๆ โดย ความคิดนี้เริ่มต้นจากจินตนาการและพรสวรรค์ของปัจเจกบุคคลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) 2. เศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดขึ้นเมื่อมีการใช้ความคิด (Ideas) ผลิตสินค้าและบริการ ซึ่ง น่าสนใจและมีมูลค่า/คุณค่า 3. วิธีการที่หลากหลายในการที่คน มีแรงบันดาลใจ และขายความคิด (Ideas) คือ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ 4. ผลที่ตามมา คือ การเพิ่มขึ้นของ ราคาสินค้า/บริการ GDP และค่าจ้างเฉลี่ย

ซึ่งแนวคิดของจอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) นั้นให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่ผสมผสานกับจินตนาการ ภูมิปัญญา สังคม และผู้คน ล้วนเป็นปัจจัยเชื่อมโยงสัมพันธ์กันประกอบเป็นกลไกมูลค่าทางความคิดที่ต่อยอดออกมาเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน

นอกจาก จอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins)” ซึ่งเป็นเจ้าของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แล้วยังมีอีกหลายนิยามความหมายและแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ดังนี้

2.หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ได้กล่าวว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” คือ แนวคิดในการนำ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” (cultural assets-based) ทั้งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ผนวกเข้ากับ “นวัตกรรม” (innovation) และ “ความคิดสร้างสรรค์” (creativity) มาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (commercialization) สร้างเป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ จนอาจกล่าวได้ว่าแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือการคิดต่อยอดจากสิ่งที่มีสิ่งที่เป็น ให้มีคุณค่ามากขึ้น (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ : 2564 ) โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะสมบูรณ์ได้ต้องมีความแข็งแกร่งของ B 2 P คือ business, people and place (ธุรกิจ, ผู้คน และพื้นที่) พัฒนาไปด้วยกัน เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงไม่ใช่การมุ่งใช้จินตนาการเพื่อสร้างผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการคิดถึงทุกฝ่าย แล้วผลลัพธ์ในท้ายสุดคือ ธุรกิจมีการเติบโตอย่างเข้มแข็ง มีฐานรากที่มั่นคง และมีพันธมิตรมากขึ้น ในหลายประเทศทั่วโลกเล็งเห็นความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากในเศรษฐกิจโลกในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมา จึงจัดตั้งองค์กรเฉพาะด้านเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาประเทศ ในประเทศไทยมีการจัดตั้ง สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ Creative Economy Agency (CEA) ขึ้น เพื่อทำหน้าที่ในการส่งเสริมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย โดยมีภารกิจใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านการพัฒนาบุคลากรสร้างสรรค์ (creative people), ด้านการเพิ่มขีดความสามารถให้แก่ธุรกิจสร้างสรรค์ (creative business) และด้านการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ (creative place)

จากประเด็นนี้ จะเห็นได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องขับเคลื่อนไปด้วย ธุรกิจ ผู้คน และพื้นที่ ซึ่งมีบริบทที่แตกต่างกันไป ดังนั้น ในการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงน่าจะเป็นกลไกการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรม แล้วได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดรายได้จากความคิดสร้างสรรค์ จึงเป็นอีกแนวคิดที่สามารถนำมาขับเคลื่อนทางพัฒนาเชิงพื้นที่ได้

3. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ให้คำจำกัดความของ คำว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ไว้ว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่” จากประเด็นนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือกลไกการพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ โดยใช้องค์ความรู้ กระบวนการศึกษาวิจัย และสร้างสรรค์เป็นผลงานนวัตกรรมอันเป็นทรัพย์สินจากภูมิปัญญา สอดคล้องกับกรอบงานวิจัยที่เน้นกระบวนการใช้องค์ความรู้มาพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่

4. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม\* นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อีกว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ต้องอาศัยความเชื่อมโยงกันของทุกภาคส่วน เพราะสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน) ก่อตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริม และพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการพัฒนาผู้ประกอบการ สร้างนิเวศและสนับสนุนบุคลากรสร้างสรรค์ ให้เกิดการเชื่อมโยงกับภูมิปัญญา วัฒนธรรม และภาคการผลิตจริง ซึ่งเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไป สำหรับในประเทศไทยนั้น การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องขับเคลื่อนด้วยกลไก อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 15 สาขา คือ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ดนตรี 3) ศิลปะการแสดง 4) ทัศนศิลป์ 5) ภาพยนตร์ 6) การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7) การพิมพ์ 8) ซอฟต์แวร์ 9) การโฆษณา 10) การออกแบบ 11) การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 12) แฟชั่น 13) อาหารไทย 14) การแพทย์แผนไทย 15) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ที่มา: พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน) พ.ศ. 2561)

จากคำนิยามนี้ จะเห็นว่า ให้ความสำคัญกับ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางของสังคม รวมทั้งใช้กลไกเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจและผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่นั้น โดยเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ที่ต้องอาศัยความเชื่อมโยงกันของทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับการใช้กลไกประชาคมทางวัฒนธรรมในงานวิจัยนี้ที่เน้นการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนในพื้นที่

5. คณะกรรมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สมาชิกขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ได้กล่าวถึง การปฏิรูปเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และเชิงวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) ไว้ว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) เป็นส่วนหนึ่ง ของระบบเศรษฐกิจใหม่ เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สิน ทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ใน การผลิตสินค้าและ

บริการในรูปแบบใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือคุณค่าทางสังคม การปฏิรูปเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม จะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดการพัฒนาแบบใหม่ ๆ ที่ช่วยยกระดับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการในลักษณะองค์รวม และสนับสนุนการวางแผนและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยอาศัยแนวทางและเครื่องมือที่หลากหลาย

ในประเด็นสุดท้ายนี้ กล่าวถึง เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) ว่าเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจใหม่ เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สิน ทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ในการผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจคล้ายๆกับความหมายของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมมหาชน) และความหมายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ที่ได้กล่าวมาแล้ว

ดังนั้น แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่นำมาใช้วิเคราะห์ประกอบกระบวนการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จึงมีความสอดคล้อง เหมาะสมตามบริบททางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่เป็นอย่างยิ่ง ด้วยชุมชนช่อแฮ เป็นชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรม มีประวัติพื้นที่ที่ยาวนาน มีพระธาตุศกดิ์สิทธิ์เป็นศูนย์รวมจิตใจและดึงดูดพลังศรัทธาจากนักท่องเที่ยวให้มาเยือน การพัฒนาสินค้าและบริการจากทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่จึงเป็นการพัฒนาพื้นที่ด้วยองค์ความรู้เพื่อคนในพื้นที่อย่างแท้จริง และสามารถต่อยอดการพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืนในมิติอื่นที่เชื่อมโยงกันไปอย่างต่อเนื่อง

### 5.3 ทฤษฎีห่วงโซ่แห่งคุณค่า

ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์องค์การธุรกิจ ของพอร์เตอร์ (Porter) ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยได้นำเสนอไว้ในปี ค.ศ. 1985 ในหนังสือเรื่อง Competitive Advantage ซึ่งได้ให้ความเห็นไว้ว่าความสามารถในการแข่งขันขององค์การจะเกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์การหรือลูกโซ่แห่งกิจกรรมที่สร้างสรรค์คุณค่าและต่อเนื่องสัมพันธ์กันเหมือนลูกโซ่ เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณค่าให้กับลูกค้า ซึ่งสามารถช่วยให้เกิดการลดต้นทุน ผู้บริหารสามารถใช้เป็นกลยุทธ์และแนวทาง ในการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัทได้เป็นอย่างดี เนื่องจากแนวคิดลูกโซ่แห่งคุณค่า นี้ จะแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงของกิจกรรมทั้งระบบและหน้าที่งานต่าง ๆ ภายในองค์การ ตั้งแต่กิจกรรมการนำวัตถุดิบเข้ามาสู่ในกระบวนการผลิต ดำเนินการผลิต จนกระทั่งสำเร็จเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการและนำออกจำหน่ายแก่ลูกค้า ส่งมอบสินค้าและการให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า

ซึ่งห่วงโซ่แห่งคุณค่าตามแนวคิดของ วิลแลน และ ฮังเกอร์ (Wheelen and Hunger. 2012 : 146) สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

#### 1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ดังนี้

##### 1.1 การนำเข้าวัตถุดิบ (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมขั้นต้น ที่ทำหน้าที่นำเข้า

ปัจจัยการผลิต เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การลำเลียงวัตถุดิบ การควบคุมวัสดุคงคลังการเคลื่อนย้ายวัสดุ การบริหารคลังสินค้าและการจัดทำกำหนดเวลาของรถส่งของ ซึ่งการดำเนินงานในขั้นนี้จะช่วยลดต้นทุนการผลิต และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตได้มากขึ้น



1.2 การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (Operations) จะเป็นกิจกรรมที่ทำหน้าที่ในการแปรสภาพปัจจัยนำเข้า (Input) หรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้าสำเร็จ (Finished Goods) ประกอบด้วยกิจกรรมการแปรรูป การประกอบ การบรรจุหีบห่อ การดูแลรักษาเครื่องจักร การทดสอบ การวางแผนโรงงาน การทดสอบสินค้าออกก่อนจำหน่าย เป็นต้น ซึ่งการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานในขั้นนี้ ทำให้สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว

1.3 การนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเข้าสู่ระบบการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายอาจดำเนินการโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง หรือผู้บริโภคนสุดท้าย กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพในการเก็บสินค้าสำเร็จรูปอย่างมีประสิทธิภาพไว้ในคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงเหลือ การขนส่งการส่งมอบสินค้าและการดำเนินการสั่งซื้อ เป็นต้น การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานในขั้นนี้ จะช่วยลดต้นทุนด้านการจัดจำหน่าย ทำให้ฐานะทางการเงินดีขึ้น รวมทั้งระดับการให้บริการแก่ลูกค้ามีสูงขึ้นด้วย

1.4 การตลาดและการขาย (Marketing And Sales) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด การดำเนินกิจกรรมเหล่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า องค์กรต้องมีการกำหนดเป้าหมายการตลาดและการขายให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ การตลาดและการขายยังสามารถใช้เป็นตัววัดขีดความสามารถด้านการแข่งขัน เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและวัดความสามารถในการทำกำไรขององค์กรได้เป็นอย่างดี

1.5 การบริการ (Service) เป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในกิจกรรมการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า การบริการลูกค้าช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ได้แก่การให้ความสนใจในความต้องการของลูกค้า การผ่อนชำระซื้อสินค้า การรับคืนรับซ่อมสินค้า ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายในการเข้ารับบริการ การรับฟังคำติชมของลูกค้า เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงตัวสินค้าหรือบริการ ให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้ยังมีหน้าที่อื่น ๆ เช่น การติดตั้ง การซ่อมแซม และการบำรุงรักษา เป็นต้น

2. กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) จัดเป็นกิจกรรมปลายน้ำประกอบด้วยกิจกรรมสนับสนุน 4 กิจกรรม ดังนี้

2.1 การจัดหาจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) เป็นกิจกรรมที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการจัดหาจัดซื้อปัจจัยนำเข้า (Input) ที่จำเป็นในการดำเนินงาน ได้แก่ สินทรัพย์ วัตถุดิบ และวัสดุอุปกรณ์รวมทั้งเครื่องจักรและอาคาร เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมองค์กรและการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า การจัดหาจึงอาจดำเนินการโดยหน่วยงานใด หน่วยงานหนึ่งในองค์กรหรืออาจพึ่งพาตัวแทนคนกลางก็ได้ แม้ว่าการจัดหาจะเป็นกิจกรรมสนับสนุนแต่มีความสำคัญต่อต้นทุนในการดำเนินงานขององค์กร องค์กรจึงต้องดำเนินการในกิจกรรมด้วยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับผู้จัดส่งวัตถุดิบให้กับองค์กร

2.2 การพัฒนาทางเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมสำคัญขององค์กรสมัยใหม่ เนื่องจากเทคโนโลยีและเทคโนโลยีสารสนเทศจะเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะมีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนากระบวนการผลิต (Process Development) การเพิ่มผลผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นต้น สำหรับจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อ

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ในการปรับเทคนิคการทำงานให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มขององค์กรให้สูงขึ้น

2.3 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหา การคัดเลือก การจ้างงาน การฝึกอบรมเพื่อปฏิบัติงานในหน้าที่ต่างๆ การกำหนดค่าตอบแทน ค่าสวัสดิการ การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น กิจกรรมในหน่วยงานนี้มีส่วนอย่างมากในการสร้างคุณค่าให้กับองค์กรและส่งมอบคุณค่าไปยังลูกค้า ผู้บริหารจึงควรดำเนินการเพื่อตอบสนองในความต้องการของบุคคลในองค์กรก่อน ด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่สามารถสร้างขวัญกำลังใจให้ทุกคนในการทุ่มเทแรงกายแรงใจในการทำงานในหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยสามารถสร้างคุณค่าให้กับองค์กรและส่งมอบคุณค่าเหล่านั้นกลับคืนสู่ลูกค้าทุกกลุ่มได้อย่างเต็มที่ จะเห็นได้ว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ประสบผลสำเร็จจะถือเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดจุดแข็งขององค์กร

2.4 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปในองค์กรอาจกล่าวได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรมอื่น ๆ ในองค์กร ได้แก่ กิจกรรมด้านการจัดหา การบัญชีและการเงิน กฎหมาย การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เงินเดือนพนักงาน ระบบข้อมูลและงานธุรการ เป็นต้น ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรมีส่วนอย่างมากในการทำให้องค์กรสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้บริหารจึงไม่ควรละเลย เพราะอาจมีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร

กล่าวโดยสรุป ห่วงโซ่แห่งคุณค่า ประกอบไปด้วยกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร โดยใช้ห่วงโซ่แห่งคุณค่าเพื่อต้องการหาจุดเด่นและจุดด้อยภายในองค์กรของแต่ละส่วนในกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน โดยจุดด้อยอาจมีการแก้ไขด้วยการวางจ้างหน่วยงานนอก ที่เชี่ยวชาญเข้ามากระทำแทนเพื่อจะได้บริหารจัดการตามเป้าหมายที่วางไว้

## 6. ระเบียบวิธีวิจัย (research methodology) (ระเบียบวิธีการดำเนินงานวิจัยที่สำคัญโดยสรุป)

### 6.1 รูปแบบ/วิธีการดำเนินงานวิจัยโดยสรุป

- 1) พื้นที่เป้าหมายการเก็บข้อมูล คือ ชุมชน ต.ช่อแฮ อ.เมือง จ.แพร่ 12 หมู่บ้าน
- 2) วิธีการเก็บข้อมูล

2.1) ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมข้อมูลจากแหล่งสืบค้นคือ บันทึกเรื่องวัฒนธรรม งานวิจัยเกี่ยวกับองค์ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมชุมชน ต.ช่อแฮ ข้อมูลสารสนเทศจากเว็บไซต์ต่างๆ เอกสาร สิ่งพิมพ์ เผยแพร่ต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องราวของท้องถิ่น ต.ช่อแฮ และที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือความเชื่อของตำนานพระธาตุช่อแฮ

2.2) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสืบค้นเรื่องวัฒนธรรมและความเชื่อชุมชนของ ต.ช่อแฮ ที่เกี่ยวข้องกับพระธาตุช่อแฮ ตามเป้าหมายในข้อ 1) จากการสอบถาม การสัมภาษณ์ การสำรวจตามร่องรอยของวัฒนธรรมและความเชื่อในชุมชน ต.ช่อแฮ มีกระบวนการดังนี้

(1) ติดต่อผู้นำชุมชน ประชาชน ศิลปิน พระสงฆ์ เพื่อจำแนกและคัดสรรผู้ที่มีภูมิรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ความเชื่อ ศาสตร์และศิลป์ต่างๆ ในพื้นที่ ต.ช่อแฮ

(2) นัดพบเพื่อเข้าสัมภาษณ์ สอบถาม เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นและบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร

(3) รวบรวมข้อมูลในข้อ (2) มาสืบค้นตรวจสอบอีกครั้ง โดยติดต่อกันนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์ผู้รู้ปราชญ์ ศิลปิน พระสงฆ์ มาตรวจสอบข้อมูลเพื่อความถูกต้อง และเข้าสัมภาษณ์สอบถาม รวบรวมข้อมูลโดยทำตารางการเปรียบเทียบข้อมูลที่เหมือนหรือคล้าย และแตกต่าง

(4) นำข้อมูลที่ได้จากข้อ (1) และ (2) มาเปรียบเทียบเพื่อทำการสำรวจในพื้นที่เป้าหมาย และตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธี 3 เสา คือ

4.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulate) เพื่อพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลทุนวัฒนธรรมที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน

4.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigation Triangulate) เพื่อตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลมาต่างกันหรือไม่ และอย่างไร โดยใช้ผู้วิจัยหลายคนในการรวบรวมข้อมูล ทั้งการผู้สัมภาษณ์หรือการสังเกต

4.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulate) เพื่อตรวจสอบว่าถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิม จะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด เป็นวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ยากกว่าแบบอื่น ๆ

4.4 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulate) เป็นการใช่วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายเพื่อรวบรวมข้อมูลเดียวกัน ในกรณีที่ไม่แน่ใจในคุณภาพของข้อมูลควรกำหนดให้มีผู้วิจัยหลายคนในการรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน แต่รวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่ไปกับการซักถาม พร้อมทั้งศึกษาเอกสารประกอบ

(5) ขั้นตอนสุดท้าย คือ การสร้างกลไกประชาคมทางวัฒนธรรม ได้แก่

การจัดการองค์ความรู้ทุนทางวัฒนธรรมร่วมกับสภาวัฒนธรรม ต.ช่อแฮ และสภาวัฒนธรรม อ.เมือง และสำนักงานวัฒนธรรม จ.แพร่ โดยสร้างอัตลักษณ์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดคุณค่าต่อสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ผ่านแบรนด์ท้องถิ่น โดยการประสานผู้ประกอบการในพื้นที่เป้าหมาย คือ ในเขต ต.ช่อแฮ ที่มีศักยภาพในการพัฒนาและสามารถต่อยอดเพื่อสร้างอาชีพและเกิดรายได้ที่ยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรม ดังนี้

(5.1) จัดการประชุม ครั้งที่ 1 ประชุมกลุ่มปราชญ์ท้องถิ่น ศิลปิน ผู้รู้ทางวัฒนธรรมเพื่อวิเคราะห์และจัดองค์ความรู้ และคัดเลือกรายการทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพและสามารถนำมาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมได้

(5.2) จัดประชุม ครั้งที่ 2 เพื่อประชุมกลุ่มปราชญ์ท้องถิ่น ศิลปิน ผู้รู้ทางวัฒนธรรม เพื่อจัดทำปฏิทินและแผนที่ทางวัฒนธรรม และสรุปรายการทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์และเป็นจุดเด่นทางวัฒนธรรมที่ก่อเกิดหรือเกี่ยวข้อง/เชื่อมโยงกับพื้นที่ ต.ช่อแฮ ในมิติต่างๆ

(5.3) จัดประชุม ครั้งที่ 3 พัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมกลุ่มเป้าหมาย 10 กลุ่ม เพื่ออบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านทุนวัฒนธรรมชุมชนช่อแฮ เพื่อการออกแบบและสร้างอัตลักษณ์หรือเพิ่มคุณค่าใส่ตราสัญลักษณ์ภายใต้แบรนด์สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม 10 รายการของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว



(5.4) จัดประชุม ครั้งที่ 4 พัฒนานวัตกรรมทางวัฒนธรรม เพื่ออบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนานวัตกรรมทางวัฒนธรรมรายใหม่ 10 ราย เพื่อพัฒนาต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมที่คัดเลือกแล้ว มาต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้เสริม

(5.5) จัดประชุม ครั้งที่ 5 อบรมกลุ่มผู้ประกอบการและนวัตกรรม เพื่อตั้งศูนย์สาธิตการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เพื่อทดลองจำหน่ายทั้งระบบออนไลน์และออฟไลน์ และผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการสื่อสารการตลาดและเพิ่มช่องทางการจำหน่าย

(5.6) จัดประชุม ครั้งที่ 6 ถอดบทเรียนเพื่อประเมินผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจจากฐานทุนวัฒนธรรมของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมกลุ่มเป้าหมาย 10 ราย ที่ผลิตสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม 10 รายการ

( 5.7 ) ดำเนินการวิเคราะห์ประเมินผลลัพธ์ทางสังคม ( SROI ) เพื่อวัดมูลค่าผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ทั้ง 10 รายการ เพื่อสะท้อนความคุ้มค่าของโครงการ โดยนำผลตอบแทนของทุนทางวัฒนธรรมมาแปลงค่าเป็นตัวเงิน ( Monetize Value)

## 7. แผนการดำเนินงานวิจัย

ตารางแสดงระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

กิจกรรม	ปี พ.ศ.2565											
	มี.ค.	เมย	พ.ค.	มิย.	กค.	สค.	กย.	ตค.	พย.	ธค.	ม.ค	ก.พ
1. สร้างกรอบความคิด	↔											
2. ทบทวนวรรณกรรม	↔	↔										
3. ออกแบบการวิจัย/ขอบเขตเป้าหมาย	↔	↔										
4. สัมภาษณ์ที่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	↔	↔										
5. เก็บข้อมูลทุติยภูมิ/ปฐมภูมิ/				↔	↔							
6.การประชุมกลุ่มปราชญ์ท้องถิ่น / ศิลปิน/ช่างฝีมือ ผู้รู้ทางวัฒนธรรม เพื่อวิเคราะห์และจัดองค์ความรู้				↔	↔							
7.จัดสัมมนาผู้นำและผู้แทนชุมชน 5 ครั้ง					↔	↔	↔					
8. การจัดทำแผนที่ทางวัฒนธรรม					↔	↔						
9. อบรมเชิงปฏิบัติการนวัตกรรมและผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม						↔	↔					

กิจกรรม	ปี พ.ศ.2565											
	มี.ค.	เมย.	พค.	มิย.	กค.	สค.	กย.	ตค.	พย.	ธค.	ม.ค.	ก.พ
10. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อจัดทำแผนที่ทางวัฒนธรรม							←→					
11. ตั้งศูนย์ สาธิตการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เพื่อทดลองจำหน่ายระบบออนไลน์									←→			
12. ประชุมถอดบทเรียนประเมินผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจจากทุนวัฒนธรรมและผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์											←→	
13. ประเมินผลตอบแทนทางสังคมสำหรับสำหรับงานวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรม											←→	
14. จัดทำรูปเล่มรายงานผลการวิจัย												←→

8. สถานที่ทำวิจัย : โปรตระบุสถานที่ทำวิจัยจำแนกตามโครงการวิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากระบบและเพิ่มเติมชื่อเฉพาะ เช่น ชุมชน หมู่บ้าน

- ชุมชนเทศบาลตำบลช่อแฮ อ.เมือง จ.แพร่ จำนวน 12 หมู่บ้าน
- วัดพระธาตุช่อแฮ พระอารามหลวง ต.ช่อแฮ อ.เมือง จ.แพร่ และสถานที่เชื่อมโยง

### 9. แผนการใช้จ่ายงบประมาณของโครงการวิจัย

#### สรุปงบประมาณโครงการวิจัย

รายการ	งวดที่ 1	งวดที่ 2	ค่าตอบแทนงวดสุดท้าย	รวม	สัดส่วนร้อยละในแต่ละหมวด
งบบุคลากร (ค่าจ้าง)	86,400	36,000	21,600	<u>144,000</u>	9.7
งบดำเนินการ					
- ค่าตอบแทน	136,800	50,700	34,200	<u>228,000</u>	15.2
- ค่าใช้สอย	385,800	160,750	96,450	<u>643,000</u>	42.8
- ค่าวัสดุ	201,000	83,750	50,250	<u>335,000</u>	22.3
งบลงทุน (ค่าครุภัณฑ์)	-	-	-	-	
งบค่าธรรมเนียมอุดหนุนสถาบัน (ไม่เกินร้อยละ 10)			150,000	150,000	10
รวม	<u>900,000</u>	<u>450,000</u>	<u>150,000</u>	<u>1,500,000</u>	100

รายละเอียดงบประมาณ

รายการ	งวดที่ 1 (1-6 ค.)	งวดที่ 2 (6-12 ค.)	ค่าตอบแทน งวดสุดท้าย	รวม
<b>งบบุคลากร</b>				
<b>ค่าจ้าง</b>				
1.ผู้ช่วยนักวิจัยระดับปริญญาตรี (เต็มเวลา) (12,000 บาท x 12 เดือน)	86,400	36,000	21,600	144,000
<b>รวมหมวดค่าจ้าง</b>	<b>86,400</b>	<b>36,000</b>	<b>21,600</b>	<b><u>144,000</u></b>
<b>งบดำเนินการ</b>				
<b>1. ค่าตอบแทน</b>				
1.1 ค่าตอบแทนหัวหน้าโครงการวิจัย (5,000 บาท x 12 เดือน)	36,000	15,000	9,000	<u>60,000</u>
1.2 ค่าตอบแทนผู้ร่วมวิจัย (4 คน x 3,000 บาท x 12 เดือน)	86,400	36,000	21,600	144,000
1.3 ค่าตอบแทนที่ปรึกษาโครงการ (1 คน x 20 วัน x 1,200 บาท)	14,400	6,000	3,600	24,000
<b>รวมหมวดค่าตอบแทน</b>	<b>136,800</b>	<b>50,700</b>	<b>34,200</b>	<b><u>228,000</u></b>
<b>2. ค่าใช้สอย</b>				
2.1 ค่าที่พักเหมาจ่าย ( 10 ห้อง x 12 คืน x 600 บาท)	43,200	18,000	10,800	72,000
2.2 ค่าเดินทางผู้เข้าร่วมประชุม (6 ครั้ง x 200 บาท x 20 คน)	14,400	6,000	3,600	24,000
2.3 ค่าเบี้ยเลี้ยงทีมเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ (10 คน x 240 บาท x 20 วัน)	28,800	12,000	7,200	48,000
2.4 ค่าน้ำมันรถตลอดโครงการ	30,000	12,500	7,500	50,000
2.5 ค่าจัดทำและผลิตสื่อแผ่นที่วัฒนธรรม	90,000	97,500	22,500	150,000
2.6 ค่าจัดทำเอกสารประกอบการประชุม	6,000	2,500	1,500	10,000
2.7 ค่าตอบแทนวิทยากร (20 คน X 600 บาท X 6 ชม.)	43,200	18,000	10,800	72,000
2.8 ค่าตอบแทนสอบถาม (150 คน X 300 บาท x 2 ครั้ง)	54,000	22,500	13,500	90,000
2.9 ค่าผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์	90,000	97,500	22,500	150,000
2.10 ค่าผลิตสื่อเอกสารเผยแพร่ เล่มวิจัยฉบับสมบูรณ์	33,000	13,750	8,250	55,000
<b>รวมหมวดค่าใช้สอย</b>	<b>385,800</b>	<b>160,750</b>	<b>96,450</b>	<b><u>643,000</u></b>
<b>3. ค่าวัสดุ</b>				
ค่าวัสดุอบรม (3,500 บาท x 6 ครั้ง)	12,600	5,250	3,150	21,000
ค่าวัสดุในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (10 ผลิตภัณฑ์ x 30,000 บาท)	180,000	75,000	45,000	300,000



รายการ	งวดที่ 1 (1-6 ต.)	งวดที่ 2 (6-12 ต.)	ค่าตอบแทน งวดสุดท้าย	รวม
ค่าวัสดุคอมพิวเตอร์ (แผ่นบันทึกข้อมูล หมึกพิมพ์)	8,400	3,500	2,100	14,000
รวมหมวดค่าวัสดุ	201,000	83,750	50,250	<u>335,000</u>
<b>งบค่าธรรมเนียมอุดหนุนสถาบัน</b>				
ไม่เกินร้อยละ10 (เบิกจ่ายงวดสุดท้าย)			150,000	150,000
<b>รวมงบประมาณทั้งสิ้น</b>	<u>900,000</u>	<u>450,000</u>	<u>150,000</u>	<u>1,500,000</u>

10. มาตรฐานการวิจัย มีการวิจัยในมนุษย์

11. หน่วยงานร่วมดำเนินการ/ภาคเอกชนหรือชุมชนที่ร่วมลงทุนหรือดำเนินการ

ที่	ปีงบประมาณ	ชื่อหน่วยงาน/บริษัท	แนวทางร่วมดำเนินการ	การร่วมลงทุน ในรูปแบบ ตัวเงิน (in-cash) (บาท)	การร่วมลงทุนใน รูปแบบอื่น(in-kind)	รวม
1	2565	วัดพระธาตุ ช่อแฮและ เครือข่ายวัดใน พื้นที่	ร่วมตรวจสอบ ข้อมูล/ร่วมให้องค์ ความรู้ทาง วัฒนธรรมและร่วม สื่อสารการตลาดสู่ นักท่องเที่ยว		-เป็นที่ปรึกษา -เป็นผู้ประสานงานในพื้นที่ -เป็นหน่วยงานหลักในพื้นที่ ที่จัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม -เป็นสถานที่จัดกิจกรรม	
2	2565	เทศบาลตำบล ช่อแฮ	ร่วมดำเนินนโยบาย พัฒนา ผู้ประกอบการเชิง วัฒนธรรมและ ผู้ประกอบการราย ย่อย		-เป็นที่ปรึกษา -เป็นผู้ประสานงานในพื้นที่ -เป็นหน่วยงานสนับสนุน/ อำนวยความสะดวกในพื้นที่	
3	2565	สภาวัฒนธรรม ตำบลช่อแฮ/ สภาวัฒนธรรม อ.เมือง	ร่วมตรวจสอบ ข้อมูล/และให้องค์ ความรู้ทาง วัฒนธรรม		-เป็นหน่วยงานให้ข้อมูล สารสนเทศทางวัฒนธรรม/ ให้องค์ความรู้ทางวัฒนธรรม	

4	2565	สำนักงาน วัฒนธรรม จ.แพร่	ร่วมวิเคราะห์ทุน ทางวัฒนธรรม และศักยภาพทาง วัฒนธรรมของพื้นที่		-เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ ข้อมูลทางวัฒนธรรมเชิง วิชาการและนโยบายการ พัฒนาในมิติวัฒนธรรม	
5	2565	สภา อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว จ.แพร่	ร่วมวิเคราะห์ การตลาดและ พฤติกรรม นักท่องเที่ยว		-เป็นหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์และสื่อสาร การตลาดสู่นักท่องเที่ยว	
6	2565	การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย (สำนักงาน แพร่-อุตรดิตถ์)	ร่วมวิเคราะห์ ประชาสัมพันธ์และ ส่งเสริมการตลาด		-เป็นหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์และสื่อสาร การตลาดสู่นักท่องเที่ยว	

## 12. ระดับความพร้อมที่มีอยู่ในปัจจุบันและศักยภาพองค์ความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่จะพัฒนา

### 12.1 ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness Level: TRL)

TRL ณ ปัจจุบัน  ระบุ  ไม่ระบุ TRL ระดับ 5

อธิบาย: นักวิจัยมีทักษะความสามารถด้านเทคโนโลยีและการออกแบบสื่อออนไลน์ และระบบสารสนเทศแผนที่วัฒนธรรม และองค์ความรู้ที่ผ่านการถ่ายทอดให้ชุมชนอื่นๆ มาแล้ว และนำมาพัฒนาให้สอดคล้องกับทุนวัฒนธรรมของพื้นที่

TRL เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้น  ระบุ  ไม่ระบุ ระดับ 7

อธิบาย: นวัตกรรมที่เกิดขึ้นสามารถนำมาสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้จริง ตามบริบทของทุนวัฒนธรรมของพื้นที่

### 12.2 ระดับความพร้อมทางสังคม (Societal Readiness Level: SRL)

SRL ณ ปัจจุบัน  ระบุ  ไม่ระบุ SRL ระดับ 4

อธิบาย - มีเครือข่ายคณะกรรมการวัดพระธาตุช่อแฮและวัดในเครือข่ายพื้นที่  
-มีเครือข่ายปราชญ์/ศิลปิน/ช่างฝีมือในพื้นที่  
-มีเครือข่ายสภาวัฒนธรรมชุมชนและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดที่พร้อมร่วมงาน  
-มีเครือข่ายองค์กรปกครองท้องถิ่น หน่วยงานส่วนราชการในพื้นที่ที่พร้อมร่วมมือ  
-มีสถานที่ที่พร้อมจัดกิจกรรมและดำเนินงานเชิงปฏิบัติการ รวมทั้งมีผู้บริโภครที่เข้ามาเยือนในพื้นที่ตลอด  
-มีเครือข่ายโรงเรียนผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่พร้อมเข้าร่วม

SRL เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้น  ระบุ  ไม่ระบุ ระดับ 7

อธิบาย: เกิดการสร้างคุณภาพชีวิตของชุมชน และการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ผ่านความร่วมมือของประชาสังคมวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน ดังนี้

- ผู้ประกอบการและนวัตกรรมทางวัฒนธรรมในโครงการทั้ง 10 ราย มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 15
- มูลค่าสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและบริการทางวัฒนธรรมบนฐานทุนวัฒนธรรมในโครงการเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 10

**ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัยที่สอดคล้องกับ OKR (Output/Outcome/Impact)**

13.1 ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบที่สำคัญของงานวิจัย และนวัตกรรมของโครงการวิจัยที่สอดคล้องกับ OKR ของแผนงานสำคัญ

#### 13.1.1 ผลผลิต (Output)

1.ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการทางวัฒนธรรมอย่างน้อย 10 รายการ ได้แก่

- 1.1 กลุ่มสินค้าความเชื่อ/พิธีกรรม
- 1.2 ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งมงคล
- 1.3 ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
- 1.4 ผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์ทางพุทธศิลป์
- 1.5 บริการสืบชะตาและบายศรี
- 1.6 ฟ้อนพื้นเมือง
- 1.7 ผลิตภัณฑ์ตุ้มไฉย
- 1.8 ดนตรีพื้นเมืองสะล้อซอซึง
- 1.9 ของที่ระลึกพื้นเมือง
- 1.10 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นเมือง
- 1.11 ผลิตภัณฑ์จักสานภูมิปัญญาจากไม้ไผ่
- 1.12 ลานพื้นวัฒนธรรมสร้างสรรค์ “ซอแฮศรีเมือง”

2.ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม 10 รายการ

- 2.1 กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าความเชื่อ/พิธีกรรม
- 2.2 กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งมงคล
- 2.3 กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
- 2.4 กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์ทางพุทธศิลป์
- 2.5 กลุ่มผู้ประกอบการบริการสืบชะตาและบายศรี
- 2.6 กลุ่มผู้ประกอบการฟ้อนพื้นเมือง
- 2.7 กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ตุ้มไฉย
- 2.8 กลุ่มผู้ประกอบการดนตรีพื้นเมืองสะล้อซอซึง

- 2.9 กลุ่มผู้ประกอบการของที่ระลึกพื้นเมือง
- 2.10 กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นเมือง
- 2.11 กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จักสานภูมิปัญญาจากไม้ไผ่
- 2.12 กลุ่มผู้ประกอบการลานพื้นวัฒนธรรมสร้างสรรค์ “ซ่อแฮศรีเมือง”

- 3. เกิดนวัตกรรมทางวัฒนธรรม 10 ราย
- 4. รายได้ของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 15
- 5. ชุดข้อมูลองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมในระบบสารสนเทศแผนที่วัฒนธรรม
- 6. สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ และสื่อการตลาดจำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมออนไลน์

### 13.1.2 ผลลัพธ์ (Outcome)

ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น (Outcome)	ผู้ได้รับผลกระทบ
ทุนทางวัฒนธรรมในชุมชนถูกนำมาผลิตเป็นสินค้าและบริการ อย่างน้อย 10 รายการ	ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม
เกิดการประสานองค์ความรู้ระหว่างศิลปิน/ช่างฝีมือ/ปราชญ์ภูมิปัญญากับคนรุ่นใหม่ผู้รับองค์ความรู้มาพัฒนา	นวัตกรรมทางวัฒนธรรม(ผู้ประสานองค์ความรู้ด้านการผลิตสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม)
เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนจากการประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 15
เกิดการเผยแพร่ชุดข้อมูลองค์ความรู้และสื่อการตลาดทางวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชน	ชุมชน ต.ซ่อแฮ /สภาวัฒนธรรม อ.เมือง /สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดแพร่//เทศบาลตำบลซ่อแฮ

### 13.1.3 ผลกระทบ (Impact)

ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น (Impact)	ผู้ได้รับผลกระทบ
เกิดการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมในมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของพื้นที่	ปราชญ์ /ศิลปิน/ช่างฝีมือท้องถิ่นและกลุ่มคนรุ่นใหม่
องค์ความรู้ด้านทุนทางวัฒนธรรมได้รับการประสานระหว่างคนปราชญ์/ ศิลปิน /ช่างฝีมือกับคนรุ่นใหม่	นวัตกรรมทางวัฒนธรรม
ศูนย์สาธิตการผลิต-จำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งสร้างรายได้และจำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม	ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม
เกิดการเรียนรู้ทุนทางวัฒนธรรมผ่านสารสนเทศแผนที่วัฒนธรรมและสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการตลาด	ชุมชน ต.ซ่อแฮ อ.เมือง จ.แพร่/สภาวัฒนธรรม อ.เมือง จ.แพร่

### 13.2 ผลผลิต (Output) ของแต่ละระยะเวลา

ระยะเวลา	กิจกรรม	Output
เดือนที่ 1-3 (3 เดือน) Inception Report	ออกแบบการวิจัย ทบทวนวรรณกรรม สำรวจพื้นที่	องค์ความรู้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชน



เดือนที่ 4-9 (ระยะ 9 เดือน)	-ประชุมกลุ่มปราชญ์/ศิลปิน/ช่างฝีมือ -จัดสัมมนาผู้นำและผู้แทนชุมชน เก็บข้อมูลทฤษฎี/ปฐมภูมิ/วิเคราะห์ การจัดทำปฏิทินและแผนที่ทาง วัฒนธรรม -อบรมเชิงปฏิบัติการนวัตกรรมทาง วัฒนธรรมรายใหม่ -อบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ ความรู้ทางด้านทุนวัฒนธรรม	-นวัตกรรมทางวัฒนธรรม 10 ราย -ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม 10 ราย -ปฏิทินและแผนที่ทางวัฒนธรรม -ศูนย์สาธิตการผลิตและจำหน่ายสินค้าและ บริการทางวัฒนธรรม เพื่อทดลองจำหน่ายทั้ง ระบบออนไลน์ -สื่ออิเล็กทรอนิกส์
เดือนที่ 10-12 (ระยะ 12 เดือน)	-ถอดบทเรียนประเมินผลลัพธ์ทาง เศรษฐกิจจากฐานทุนวัฒนธรรม -จัดทำรูปเล่มรายงานผลการวิจัย	-รูปเล่มรายงานผลการวิจัย -ประเมินผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจจากฐาน ทุนวัฒนธรรม

#### 14. แนวทางการขับเคลื่อนผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปสู่ผลลัพธ์และผลกระทบ

14.1 การเชื่อมโยงกับนักวิจัยที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่ทำการวิจัยทั้งในและต่างประเทศ (ถ้ามี)  
(Connections with other experts within and outside Thailand)

เตรียมนำเสนอและเผยแพร่ผลงานวิจัย ในรูปแบบบทความวิจัย ในที่ประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ รวมทั้งตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการร่วมพิจารณาผลงาน

14.2 การเชื่อมโยงหรือความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย (Stakeholder and User Engagement) โดยระบุชื่อหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม และชุมชน โดยอธิบายกระบวนการดำเนินงานร่วมกันและการเชื่อมโยงการขับเคลื่อนผลการวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างชัดเจนรวมถึงอธิบายกระบวนการดำเนินงานต่อเนื่องของผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยเมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

ที่	ชื่อหน่วยงาน/บริษัท	การทำงานร่วมกันดำเนินการ	การเชื่อมโยงสู่การใช้ประโยชน์เมื่อโครงการเสร็จสิ้น
1	วัดพระธาตุซ่อแฮและเครือข่ายวัดในพื้นที่	-ร่วมตรวจสอบข้อมูล/ร่วมให้องค์ความรู้ทางวัฒนธรรมและร่วมสื่อสารการตลาดสู่นักท่องเที่ยว -ร่วมประสานอำนวยความสะดวกด้านสถานที่	-เป็นแหล่งถ่ายทอดองค์ความรู้ ผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมสู่สาธารณชน -เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่และประสานผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมและนวัตกรรมทางวัฒนธรรม และนำเสนอสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภค ในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนและศูนย์สาธิตการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เพื่อทดลองจำหน่ายทั้งระบบออนไลน์

2	เทศบาลตำบล ช่อแฮ	ร่วมดำเนินนโยบาย พัฒนา ผู้ประกอบการเชิง วัฒนธรรมและ ผู้ประกอบการราย ย่อย	-เป็นที่ปรึกษา -เป็นผู้ประสานงานในพื้นที่ -เป็นหน่วยงานสนับสนุน/อำนวยความสะดวกในพื้นที่ ทั้ง ในการจัดประชุมและอบรม รวมทั้งส่งเสริมการดำเนินงาน เมื่อเสร็จสิ้นโครงการ
3	สภาวัฒนธรรม ตำบลช่อแฮ/ สภาวัฒนธรรม อ.เมือง	ร่วมตรวจสอบ ข้อมูล/และให้องค์ ความรู้ทาง วัฒนธรรม	-เป็นหน่วยงานให้ข้อมูลสารสนเทศทางวัฒนธรรม/ให้องค์ ความรู้ทางวัฒนธรรม และร่วมตรวจสอบ ร่วมนำเสนอ ขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านทุนทางวัฒนธรรมที่แปรรูปเป็น สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ทั้ง 10 รายการ
4	สำนักงาน วัฒนธรรม จ.แพร่	ร่วมวิเคราะห์ทุน ทางวัฒนธรรม และศักยภาพทาง วัฒนธรรมของพื้นที่	-เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์ข้อมูลทางวัฒนธรรมเชิง วิชาการและนโยบายการพัฒนาในมิติวัฒนธรรม รวมทั้ง ร่วมเผยแพร่องค์ความรู้สู่สาธารณชน
5	สภา อุตสาหกรรม ท่องเที่ยวจ.แพร่	ร่วมวิเคราะห์ การตลาดและ พฤติกรรม นักท่องเที่ยว	-เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดสู่ นักท่องเที่ยว และสาธารณชน
6.	การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย (สำนักงาน แพร่-อุตรดิตถ์)	ร่วมวิเคราะห์ ประชาสัมพันธ์และ ส่งเสริมการตลาด	-เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดสู่ นักท่องเที่ยว และสาธารณชน

#### 15. การประเมินตนเองระดับโครงการวิจัย (Self-assessment)

- ความสอดคล้องและความเป็นไปได้ในการตอบ OKR ของแผนด้าน ววน. ของประเทศ
- สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และตอบ KR ของ Platform
- ตอบ KR ของ Platform และ KR ของ Program
- ตอบเฉพาะ KR ของ Program
- ตอบเฉพาะตัวชี้วัดของโครงการ

ลงนาม



( ดร.ภาณุรังษี เตือนไธ้ )

หัวหน้าโครงการ