

นวัตกรรมเพื่อสร้างคามยั่งยืนจากทุนทางวัฒนธรรม ภายใต้ศรัทธาหลวงปู่จ้อย อำเภอแกดำจังหวัดมหาสารคาม

Innovation for Sustainability Derived from Cultural Capital Based on the Faith of Luang Pu Choi in Kae Dam District, Maha Sarakham Province

ธนศ จัตจุตมานะ^{1*}, เกริกกฤษณ์ โชคชัยรัชดา², วุฒิกร กะตะสีลา³ และ มลฤดี เชาวรัตน์⁴
Thanet Chatjutamane^{1*}, Kerkkrit Chokchairatchada², Wuttikorn Kataseela³
and Monrudee Chaowarat⁴

Received: 18 April 2025 Revised: 10 June 2025 Accepted: 15 June 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างนวัตกรรม จากการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและเพื่อบ่มเพาะและสืบสานคุณค่าทางวัฒนธรรม อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม โดยเน้นการบูรณาการความเชื่อท้องถิ่นกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการและพื้นที่สร้างสรรค์ ผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคีเครือข่ายในพื้นที่ ภายใต้แนวคิด “ถวายเป็น – ไหว้ – เชื้อ” อันสะท้อนบริบทวัฒนธรรมในปฏิทินฮีด 12 โดยนำนวัตกรรมที่เกิดขึ้นไปใช้ในงานเทศกาลเข้าพรรษาแกดำ ซึ่งเป็นประเพณีประติษฐ์ของชุมชนประเภทการวิจัยที่ใช้คือวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มย่อย และใช้เครื่องมือแผนที่วัฒนธรรม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติพรรณนา การคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุนทั้งด้านเศรษฐกิจและอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคม (ROI/SROI) ขณะที่การวิเคราะห์เชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และการตีความเชิงวัฒนธรรม

โครงการได้ออกแบบนวัตกรรมผ่านการสร้างสัญลักษณ์ “เตาหลวงปู่” เพื่อเชื่อมโยงความเชื่อท้องถิ่นกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแสดง และพื้นที่วัฒนธรรม โดยมีเทศกาลเข้าพรรษาแกดำในฐานะ “ประเพณีประติษฐ์” เป็นเวทีขับเคลื่อนนวัตกรรมทางวัฒนธรรมระดับอำเภอ นำไปสู่การมีส่วนร่วมของ

¹ อาจารย์, หลักสูตรภูมิสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต, สาขาภูมิสถาปัตยกรรม, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,

² นักศึกษา, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาสังคมศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

³ นักวิชาการศึกษา, สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรม, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรเทคโนโลยีชีวภาพ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Lecturer, Faculty of Architecture, Landscape Architecture, Mahasarakham University

² Doctor of Philosophy (Social Studies), Faculty of Education, Rajabhat Mahasarakham University.

³ Academic officer, The Research Institute of Northeastern Arts and Culture, Mahasarakham University

⁴ Assistant Professor, Department of Biotechnology, Mahasarakham University

* Corresponding author: Thanet Chatjutamane, Email: Thanet.c@msu.ac.th

ชุมชนอย่างกว้างขวาง การสืบทอดองค์ความรู้ และการสร้างรายได้ ผลลัพธ์ที่ได้สะท้อนความเข้มแข็งของทุนทางวัฒนธรรม ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: นวัตกรรม, ทุนทางวัฒนธรรม, หลวงปู่จ้อย แกดำ, เต่าหลวงปู่, ประเพณีประดิษฐ์

Abstract

This research article aimed to develop innovation through the enhancement of cultural capital and to cultivate and sustain local cultural values in Kae Dam District, Maha Sarakham Province. The study emphasizes the integration of local belief systems with the design of products, services, and creative spaces, achieved through participatory collaboration among community members and local stakeholders. It is guided by the conceptual triad of Tawai–Wai–Serng, which reflects the cultural rhythms embedded in the Heet 12 traditional calendar. The innovations were implemented through the Kae Dam Candle Festival, a community-based invented tradition. A mixed-methods research approach was employed. Research tools included structured questionnaires, participant observation, in-depth interviews, focus group discussions, and cultural mapping. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics and return on investment and social return on investment frameworks (ROI/SROI), while qualitative data were analyzed through content analysis and cultural interpretation. The project introduced a symbolic innovation—Luang Pu's Turtle—to link sacred beliefs with the development of cultural products, performative arts, and community festival spaces. The Candle Festival, positioned as an invented tradition, functioned as a district-level cultural innovation platform, fostering widespread participation, intergenerational knowledge transfer, and income generation. The outcomes highlight the strength of cultural capital in reinforcing economic resilience, social cohesion, and sustainable identity preservation at the local level.

Keywords: Innovation, Cultural Capital, Luang Pu Choi of Kae Dam, Luang Pu's Turtle, Invented Tradition

บทนำ

ทุนทางวัฒนธรรม มีความหมาย คือ ภูมิปัญญาของผู้คนที่สั่งสมมาด้วยกระบวนการดำรงชีวิตและความคุ้นเคย จนเกิดเป็นองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดต่อกันมาสู่คนรุ่นหลัง แบ่งออกเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้คือจำพวก วัตถุ สิ่งก่อสร้าง และทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ จำพวกความเชื่อ จารีต ประเพณีพิธีกรรม ซึ่งทุน

ทางวัฒนธรรมที่ตกทอดมาอย่างยาวนานนั้นเป็น สิ่งมีคุณค่าที่ก่อให้เกิดคุณประโยชน์ต่อสังคม วิถีชีวิต และ อัตลักษณ์ของท้องถิ่นในที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการระบบนิเวศ ประกอบด้วยมิติด้าน ธรรมชาติ สังคม เศรษฐกิจ รวมอยู่ภายในคุณค่าและความหมายของ “วัฒนธรรม” ในการขยายตัวของชุมชนมีรูปแบบที่ต่างกันอย่างออกไป ก่อให้เกิดการเรียนรู้และ

ปรับตัวในสภาพแวดล้อมในแต่ละ บริบท ในขณะที่เดียวกันการปรับตัวส่งผลในด้าน การเปลี่ยนแปลง เช่น ขาดการวางแผนในการใช้ทรัพยากรทาง ธรรมชาติ การสูญหายขององค์ความรู้ท้องถิ่น การโยกย้ายมวลชนไปตามแหล่งงานนอกพื้นที่ การแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างชุมชนใกล้เคียง เป็นต้น ประเด็นดังกล่าวนำมาสู่คำถามในงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับ ทูทางวัฒนธรรม สามารถนำมา ประยุกต์ใช้เป็นกลไกให้ชุมชนให้เกิดความ ห่วงแหนท้องถิ่นและที่สำคัญคือการสร้างคุณภาพ ชีวิตที่ดีโดยมีจุดเริ่มต้นจากชุมชนโดยแท้จริงและ ก่อให้เกิดความยั่งยืน

บริบทชุมชนแกด้าพร่องรอยการตั้ง ถิ่นฐานในสมัยวัฒนธรรมเขมรรวพุทธศตวรรษที่ 16-18 ซึ่งปรากฏหลักฐานทางโบราณคดีที่โนน พระในพื้นที่ของตำบลวังแสงอำเภอแกด้า หลังจากนั้นประชากรที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานและ เป็นกลุ่มคนที่สืบเชื้อสายมาจนถึงปัจจุบันคือกลุ่ม คนในวัฒนธรรมลาวที่เข้ามาก่อตั้งบ้านแกด้า ประมาณ พ.ศ.2338 เชื่อกันว่าเป็นกลุ่มที่อพยพมาจากเมืองทุ่งในอดีตกาล ปัจจุบันคืออำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ต่อมาเกิดการขยายตัวของชุมชน ในแต่ละช่วงเวลาส่งผลให้เห็นภาพการเปลี่ยนแปลง ของชุมชนจากในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน

ปัจจุบันอำเภอแกด้า ประกอบด้วย 5 ตำบล 21 ชุมชน โดยเฉพาะชุมชนบ้านแกด้า-ชุมชนบ้าน หัวขัวที่ได้รับการสนับสนุนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของ จังหวัดมหาสารคาม มีทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ 1) รูปปั้นเคารพหลวงปู่จ้อย พระผู้นำชาวบ้านอพยพจากสุวรรณภูมิมาตั้งบ้านแกด้าและเป็นบรรพบุรุษผู้ก่อตั้งชุมชน มีศาลตั้งอยู่บริเวณ ดอนหลวงปู่ ชาวบ้านให้ความเคารพนับถือครอบคลุม ในระดับพื้นที่อำเภอแกด้า 2) สะพานไม้แกด้า สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดมหาสารคาม สัญลักษณ์แสดงความสามัคคีของสองชุมชนผ่าน

การใช้สะพานในการเดินทางไปมาหาสู่ของสอง หมู่บ้านบริเวณริมหนองแกด้าเพื่อใช้วัดและ โรงเรียนร่วมกันในอดีต 3) การแข่งกระโจม คือการ แสดงในงานบุญบั้งไฟของทุกปีในการถวายแด่ หลวงปู่จ้อยซึ่งชาวบ้านเชื่อว่าท่านขึ้นขอบั้งไฟ ในด้านการเปลี่ยนแปลงจากอดีตสู่ปัจจุบันแบ่ง ออกได้เป็น 5 ยุค (ทวีศิลป์ สืบวัฒนะ และคณะ, 2561) ได้แก่

ยุคที่ 1) ก่อน พ.ศ. 2403 ยุคก่อนการ ตั้งบ้านของชุมชนแกด้า

การตั้งถิ่นฐานของผู้คนวิเคราะห์จากหลักฐานทางโบราณคดีซึ่งปรากฏหลักฐานโบราณคดี ที่อยู่ในสมัยวัฒนธรรมเขมรรวพุทธศตวรรษที่ 16-18 และจากความทรงจำร่วมของผู้คนในชุมชน จากคำบอกเล่า(Oral history) ได้กล่าวไว้ว่า ช่วง พ.ศ.2338 กลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาวได้เคลื่อนย้ายเข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่บริเวณหนองแกด้าแต่ยังไม่ หนาแน่นนัก เป็นชุมชนขนาดเล็กอาศัยอยู่บริเวณ ที่ดอนสูง บริเวณป่าโปร่ง ใกล้กับลำห้วยชาวบ้าน ใช้ที่ลุ่มใกล้กับลำห้วยในการทำเกษตรกรรม โดย “แกด้า” เป็นภูมินาม (Typonomy) ที่มาจากต้นแก หรือต้นสะแก (*Combretum quadrangulare Kurz.*) พบมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของ ประเทศไทย จึงนำมาตั้งเป็นชื่อบ้านนามเมืองของ ชุมชน

ยุคที่ 2) พ.ศ. 2403-2495 ยุคการเข้า มาของกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ลาว กลุ่มใหญ่ของ หลวงปู่จ้อยและการขยายตัวของชุมชนแกด้า

การเข้ามาของหลวงปู่จ้อยและกลุ่มคนที่ อพยพเข้ามาในพื้นที่ระลอกที่ 2 ส่งผลให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงด้านการขยายตัวของชุมชนและพื้นที่ มีถนนเป็นทางเกวียนเชื่อมกับชุมชนรอบข้างและ มีการสร้างวัดดาวดึงส์ขึ้นเพื่อเป็นศาสนสถาน สำคัญของชุมชน ส่งผลให้ผู้คนเริ่มสร้างที่อยู่อาศัย มากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดของการขยายตัวของชุมชน มายังพื้นที่บริเวณรอบวัดดาวดึงส์

ยุคที่ 3) พ.ศ.2496-2519 ยุคการเปลี่ยนแปลงระบบสาธารณูปโภคในพื้นที่แกดำ

จากนโยบายของรัฐบาลส่งผลให้เกิดการสร้างโครงสร้างพื้นฐานถนน ไฟฟ้า น้ำประปา รวมถึงการขยายและขุดลอกลำห้วยเพื่อใช้ในการกักเก็บน้ำส่งผลให้เกิดเป็นหนองแกดำ ยุคที่การโยกย้ายเข้าสู่แหล่งงาน การปรับตัวเพื่อให้มีรายได้สอดคล้องกับระบบของการอยู่อาศัย การศึกษา และสาธารณสุข ส่งผลให้ชาวบ้านบางกลุ่มตัดสินใจเคลื่อนย้ายถิ่นฐานเพื่อเดินทางเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมตามหัวเมืองต่างๆ โดยจะกลับมายังภูมิลำเนาในช่วงงานบุญประเพณีที่สำคัญของทุกปี เช่น งานบุญบั้งไฟ งานปีใหม่ งานสงกรานต์ เป็นต้น

ยุคที่ 4) พ.ศ.2520-2557 ยุคการยกฐานะเป็นอำเภอแกดำการพัฒนาพื้นที่ในระบบราชการและสร้างอัตลักษณ์ของชาวแกดำ

หลังจากถูกยกฐานะให้เป็นกิ่งอำเภอแกดำความเจริญด้านต่าง ๆ เริ่มเข้ามาในพื้นที่โดยเฉพาะการตั้งหน่วยงานราชการต่าง ๆ สถานีตำรวจ โรงเรียนมัธยม โรงพยาบาลและอื่น ๆ รวมทั้งการพัฒนาประเพณีบุญบั้งไฟของชาวแกดำให้ยิ่งใหญ่และมีการสร้างสัญลักษณ์ให้กับชาวแกดำคือ กบใหญ่แกดำ เกิดการตื่นตัวของผู้คนในการยกระดับตนเองทั้งทางด้านการศึกษา ศิลปะและวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเจริญและความทันสมัยเริ่มเข้ามาในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

ยุคที่ 5) พ.ศ.2558-ปัจจุบัน (2567) ยุคการพัฒนาพื้นที่แกดำผ่านสัญลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม

หลังจากการสร้างกระแสพัฒนาอำเภอแกดำให้มีสถานะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้แกดำกลายเป็นสัญลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคามผ่านสะพานไม้แกดำรวมทั้งการฟื้นฟูศิลปและวัฒนธรรม ชุมชนแกดำนอกเหนือจากการเป็นที่รู้จักด้านการท่องเที่ยว ยังมี

การส่งเสริมงานฝีมือผลิตภัณฑ์ อาทิเช่น เครื่องสานจากไม้ไผ่ กลุ่มผลิตและแปรรูปผ้าขาวม้า ด้านการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เช่นกลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มการแสดงเชิงกระโจม วงพิน แคนซอ กลุ่มการแสดงเยาวชนฮอยติลปี ถิ่นอีสาน และศิลปินหมอลำในพื้นที่และเหตุการณ์ช่วงหลังโควิด19 (2564-2567) หลังจากสถานการณ์โรคระบาด Covid-19 ส่งผลให้การท่องเที่ยว สินค้าและบริการลดจำนวนลง เนื่องจากขาดการเข้าถึงของผู้คน ส่งผลให้ในช่วงที่ชาวบ้านเริ่มหันไปประกอบอาชีพเสริมอื่น ๆ ด้วยสาเหตุนี้เองทางผู้วิจัยเห็นว่า นวัตกรรมสามารถเข้ามาแก้ปัญหาสำคัญ เพื่อช่วยชุมชนด้านการลดความเสี่ยงต่อการสูญเสียอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและผู้สืบทอดทางวัฒนธรรม จากการอาศัยทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างการสืบทอด รองรับการพัฒนาในสถานการณ์ปัจจุบันและยั่งยืนต่อไปในอนาคต เป็นที่มาของวัตถุประสงค์ในการศึกษาเชิงทดลองเพื่อทราบถึงบทบาททุนทางวัฒนธรรม ประยุกต์ใช้ให้เกิดนวัตกรรม โดยการผสมองค์ความรู้ร่วมกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อสร้างนวัตกรรม จากการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม
- 2) เพื่อประเมินและสืบสานคุณค่าทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความสามัคคีขึ้นใน อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม

การทบทวนวรรณกรรม

ภายใต้กรอบของการศึกษาลำดับเวลาวิธีการทางประวัติศาสตร์ โดยอาศัย ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น (Local History) เป็นเครื่องมือในการวิจัยสำหรับสร้างกระบวนการค้นหาความทรงจำร่วมให้ได้มาซึ่งข้อมูลทางประวัติศาสตร์ เพื่อเป็น

แนวทางกำหนดทิศทางแนวโน้มของมิติชุมชน ในแง่ของคุณค่าและความหมาย (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2562) นอกจากนี้การมองประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในรูปแบบของ ศาสตร์และศิลป์ ของสิ่งที่จับต้องได้ (Tangible) และจับต้องไม่ได้ (Intangible) เพื่อให้อยู่ในรูปแบบของ ทรัพยากร (Resource) และการจัดการ (management) เพื่อการถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง (ณัฐชา ลีปัญญาพร, 2563) สอดคล้องกันกับทฤษฎีของ การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม (กาญจนา แก้วเทพ, 2560) ยกตัวอย่างเช่นในบริบทชุมชนชนบทอีสาน ชีตความจุของพื้นที่รองรับปริมาณของกิจกรรมการรวมตัวมากที่สุดอย่างเห็นได้ชัดในช่วงเวลาของงานบุญประเพณี ซึ่งถือเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าทางวัฒนธรรม (Throsby, 2001) ในบริบทอีสานอาทิเช่น งานบุญบั้งไฟ หรืองานเข้าพรรษา เป็นต้น ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติจากประเพณี อีสาน 12 ของชาวอีสาน (Twelve Annual Festival of Isan people)

นอกจากนี้ในด้านเศรษฐกิจในช่วงงานบุญมี ปรากฏการณ์จากการกลับคืนสู่ภูมิสำเนาของลูกหลานในชุมชน จากทั้งในและนอกพื้นที่แล้วแต่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจชุมชน (local Isan Economic) เช่นเดียวกันกับ นวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design Innovation) ที่มีพื้นฐานมาจากการสร้างความแตกต่างบนพื้นฐานเดิม เพื่อตั้งศักยภาพในการแก้ไขปัญหาหรือบรรเทาผลกระทบ เนื่องจากแต่ละท้องถิ่นจะมีกลไกการผลิตวัตถุดิบ การจัดจำหน่ายและกลุ่มผู้บริโภคแตกต่างกัน ทั้งนี้การสร้างนวัตกรรมในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์รวมถึงการบริการ สามารถผลักดันและเสริมศักยภาพที่ก่อให้เกิดการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม (ชนิก เลิศชาญฤทธิ์, 2554) โดยอาศัยองค์ประกอบของ 1) ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Product) และบริการทางวัฒนธรรม (Cultural Service) หมายถึงการมองผลิตภัณฑ์

และบริการไม่เพียงแต่สร้างประสบการณ์จากการได้รับสินค้าหรือความบันเทิงจากการชมการแสดง ยังหมายรวมถึงวิธีการเฉพาะที่ถูกถ่ายทอดผ่านสิ่งเหล่านั้น ตลอดจนมิติด้านวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในสินค้าและบริการ 2) ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม (Cultural Entrepreneurs) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนให้เกิดความสมดุลในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมให้เกิดความเหมาะสมในสังคม ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม หมายถึง ผู้ที่สามารถนำคุณค่า อัตลักษณ์ และทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นสินค้า บริการ หรือกิจกรรมสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมของชุมชน (เอกรินทร์ พึ่งประชา, 2566) ภายใต้ความเชี่ยวชาญหลากหลายศาสตร์ผนวกกันเพื่อให้เกิดนวัตกรรม เช่น กลยุทธ์ทางการตลาด โดยการใช้การออกแบบ แบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model Canvas) (Magretta, 2002) ร่วมกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) (Brown & Wyatt, 2010) เพื่อประสานเชื่อมบทบาทของทุนทางวัฒนธรรมจากอดีตมาสู่ปัจจุบันแนวคิดที่นำมาใช้อธิบายในงานด้านทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) โดยได้นำแนวคิดของ บูร์ดิเยอที่อธิบายไว้ว่าโครงสร้างทางสังคมผ่านแนวความคิดเรื่อง (Forms of capitals) ซึ่งรูปแบบทุนมี 4 ประเภท คือ 1) ทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) 2) ทุนทางสังคม (social capital) 3) ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) และ 4) ทุนทางสัญลักษณ์ (symbolic capital) ทั้งนี้ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ถูกอธิบายว่าเป็นคุณสมบัติหรือมรดกติดตัว ที่หล่อหลอมให้กลายบุคคลคนนั้น เป็นคุณสมบัติติดตัวที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับตนเองและสังคมได้ ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวเกิดจากกระบวนการขัดเกลาทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ คุณสมบัตินี้แน่นอนอาจหมายถึงความรู้ความสามารถ กิริยามารยาท พฤติกรรม บุคลิกภาพ

และรสนิยมของบุคคล ในด้านของรูปแบบ ทุนทางวัฒนธรรม ถูกแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้ 1) ทุนที่อยู่ในตัวบุคคล (The Embodied State) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ รสนิยม ค่านิยม และลักษณะความเคยชินในการดำเนินชีวิต (Habitus) ที่บุคคลสั่งสมผ่านการเรียนรู้ การอบรม และการขัดเกลาทางสังคม ทุนลักษณะนี้ไม่สามารถถ่ายทอดได้โดยตรงเหมือนทรัพย์สิน แต่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์จนหล่อหลอมเป็นคุณลักษณะเฉพาะ ซึ่งส่งผลต่อการรอบความคิด ทักษะคิด วิสัยทัศน์ และพฤติกรรมของบุคคล 2) ทุนที่อยู่ในรูปของวัตถุ (The Objectified State) หมายถึง ทุนทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในรูปของสิ่งของหรือทรัพย์สินที่จับต้องได้ เช่น งานศิลปะ โบราณวัตถุ หนังสือ เครื่องมือ เครื่องใช้ และมรดกจากบรรพบุรุษ ซึ่งสะท้อนองค์ความรู้ ความเชื่อ รสนิยม และคุณค่าทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งสามารถถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อไปได้ 3) ทุนในรูปของสถาบัน (The Institutionalized State) หมายถึง การรับรองทุนทางวัฒนธรรมผ่านสถาบัน โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาและองค์กรวิชาชีพ ที่รับรองความรู้ ความสามารถ และคุณสมบัติ

ของบุคคลผ่านวุฒิการศึกษา ประกาศนียบัตร หรือคุณวุฒิวิชาชีพ ส่งผลให้ทุนทางวัฒนธรรมได้รับการยอมรับ และสามารถสร้างโอกาส ความน่าเชื่อถือ และสถานะทางสังคมได้ (ปีแยร์ บูร์ดิเยอ, 2550)

ทุนทางวัฒนธรรมทั้งสามรูปแบบอาจดำรงอยู่ทั้งในลักษณะที่เป็นรูปธรรมและในลักษณะที่อยู่ในตัวบุคคลหรือกลุ่มคน โดยได้รับการเรียนรู้สั่งสม และถ่ายทอดอย่างต่อเนื่อง จึงมีลักษณะเสมือนมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ตามบริบท ทั้งในมิติที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ทั้งนี้การเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเหล่านั้นเข้าสู่กระบวนการสร้างความหมายและการใช้ประโยชน์ในบริบทปัจจุบัน สามารถอธิบายร่วมกับแนวคิด “ประเพณีประดิษฐ์” (Invented Tradition) ของ Hobsbawm and Ranger (1983) ซึ่งมุ่งอธิบายกระบวนการสร้างขึ้นมาใหม่หรือการฟื้นฟูประเพณีเพื่อรองรับบริบททางสังคม การเมือง หรือการก่อรูปอัตลักษณ์ร่วมในช่วงเวลาหนึ่ง กระบวนการดังกล่าวมักอ้างอิงอดีตผ่านการคัดเลือกตีความ และจัดวางใหม่ เพื่อสร้างความรู้สึกลึกซึ้งต่อเนื่องทางวัฒนธรรมระหว่างอดีตกับปัจจุบัน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ระเบียบวิธีการวิจัย

รูปแบบงานวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods) ประกอบด้วย วิธีการเก็บรวบรวมเชิงคุณภาพ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ 5 ประเภท ได้แก่ 1) การทบทวนวรรณกรรม 2) การสำรวจภาคสนาม 3) การสังเกตการณ์ 4) การใช้แบบสอบถาม 5) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) รวมถึงมีการพัฒนาแผนที่วัฒนธรรมโดยอาศัยข้อมูลจากเอกสารตำรา และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อบูชาขอบเขตของแผนที่ ก่อนนำไปสำรวจพื้นที่จริง และนำมาปรับปรุงร่วมกับตัวแทนชุมชนทั้งนี้วิธีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยได้แก่ การกลั่นกรองโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Review) และการทดสอบความเหมาะสมร่วมกับตัวแทนชุมชน กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์ต้นทุน รายได้ การวัดผลตอบแทนจากการลงทุน และการวัดผลตอบแทนทางสังคม กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากบทสัมภาษณ์ สังเกตการณ์ สนทนากลุ่มย่อย และแบบสอบถามปลายเปิด ร่วมกับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิดในการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็นหลายตอน เช่น ข้อมูลพื้นฐาน ความรู้ ทักษะ การมีส่วนร่วม และประโยชน์ที่ได้จากโครงการ ด้านผู้ให้ข้อมูลกลุ่มต่าง ๆ ถูกคัดเลือกตามบทบาทและลักษณะเฉพาะ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมรายเดิม ที่เคยผลิตหรือจำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรมมาก่อน 2) ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมรายใหม่ที่เข้าร่วมฝึกอบรมและเริ่มดำเนินการใหม่จากโครงการ 3) ศิลปินท้องถิ่น ผู้ที่มีบทบาทในศิลปะการแสดง เช่น เชิงกระจ่าง 4) เยาวชน ผู้ที่เข้าร่วมโครงการในนามกลุ่ม “เต้านินจา” และ “ฮอยศิลป์ถิ่นแคว้น” 5) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน – กลุ่มที่มีการ

รวมตัวกันเชิงธุรกิจเพื่อดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

จากเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลนำมาซึ่ง จำนวนทั้งหมดในการศึกษา จำนวน 550 ราย แบ่งออกเป็น แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) กลุ่มหรือสมาคมภายในชุมชน 2) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ 3) กลุ่มผู้สืบทอดภายในชุมชน 4) กลุ่มอื่น ๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรม

ข้อที่ 1. วิธีการเก็บข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์เอกสารศึกษาข้อมูลพื้นฐานและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น องค์ความรู้ที่มีอยู่เดิม 2) พัฒนาและใช้แผนที่วัฒนธรรมเพื่อสื่อสารกับชุมชน 3) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูล Baseline Data จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเข้าใจ ความเชื่อ แรงจูงใจของชาวบ้าน 5) การสนทนากลุ่มย่อย ประเมินความคิดเห็นและข้อเสนอแนะร่วม 6) การสังเกตการณ์เพื่อติดตามพฤติกรรมในการมีส่วนร่วมและตอบสนองในพื้นที่ของชุมชน 7) การจัดเวทีระดมความคิดเห็น เวทีการตรวจสอบข้อมูล และกระบวนการคิดเชิงออกแบบ

ข้อที่ 2. ขั้นตอนการวิจัย ประกอบด้วย 4 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม ระยะที่ 2 การออกแบบกระบวนการมีส่วนร่วม ระยะที่ 3 การออกแบบนวัตกรรม ระยะที่ 4 การทดลองใช้และประเมินผล

ข้อที่ 3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการสรุปผล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม เพื่ออธิบายความเชื่อมโยงระหว่างสัญลักษณ์ ความเชื่อ พิธีกรรม และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน 2) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากคำบอกเล่า เอกสาร และข้อมูลภาคสนาม

3) การสังเคราะห์ข้อมูลจากเวทีระดมความคิดเห็น และกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่ออธิบายกระบวนการพัฒนานวัตกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 1) การใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐาน ระดับความรู้ การมีส่วนร่วม และประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ 2) การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) และอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคม (SROI) และ 3) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลและสนับสนุนการตีความผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อที่ 4. กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 4 ประเภท จำนวน 550 ราย ภายใต้การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมในการวิจัยในคน รวมถึงการขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล การจัดเก็บข้อมูลด้วยความปลอดภัย ตลอดจนมีการใช้วิธีการสุ่มแบบมีส่วนร่วม (Participatory Selection) เพื่อสร้างความเป็นธรรม ใช้การเข้าถึงผ่านการประชุมประจำเดือนของหัวหน้าส่วนราชการ ร่วมกับการประชุมกลุ่มย่อย ทั้งนี้ทุกประเภทมีบทบาทเป็นผู้สืบทอดทางวัฒนธรรมร่วมกัน จำแนกได้เป็น 4 กลุ่มดังนี้ 1) กลุ่มหรือสมาคมภายในชุมชนที่มีศักยภาพด้านสินค้าและบริการ รวมถึงด้านความศรัทธา ประกอบด้วย กลุ่มกรรมการศาลหลวงปู่จ้อย กลุ่มเชิงกระโจม กลุ่มเชิงถวาย กลุ่มศิลปินพื้นบ้าน กลุ่มอาชีพจักสาน กลุ่มอาชีพทอผ้า แบ่งออกเป็นผู้ประกอบการรายเดิม 79 ราย และผู้ประกอบการรายใหม่ 91 ราย รวมเป็นจำนวน 170 ราย 2) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล โรงเรียน สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 50 ราย 3) กลุ่มผู้สืบทอดภายในชุมชนประกอบด้วย นักเรียนในชุมชนระดับประถมถึงมัธยมในพื้นที่จำนวน 300 ราย 4) กลุ่มอื่น ๆ ประกอบด้วย วัด

สถาบันวิจัย และเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัย จำนวน 30 ราย

ข้อที่ 5. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วยพื้นที่และการมีส่วนร่วมจาก 5 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลแกดำ ตำบลวังแสง ตำบลโนนภิบาล ตำบลมิตรภาพ และตำบลหนองกุง อำเภอกำแพง จังหวัดมหาสารคาม ภายใต้ระยะเวลาดำเนินโครงการ วันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2566 ถึงวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2567

ผลการวิจัย

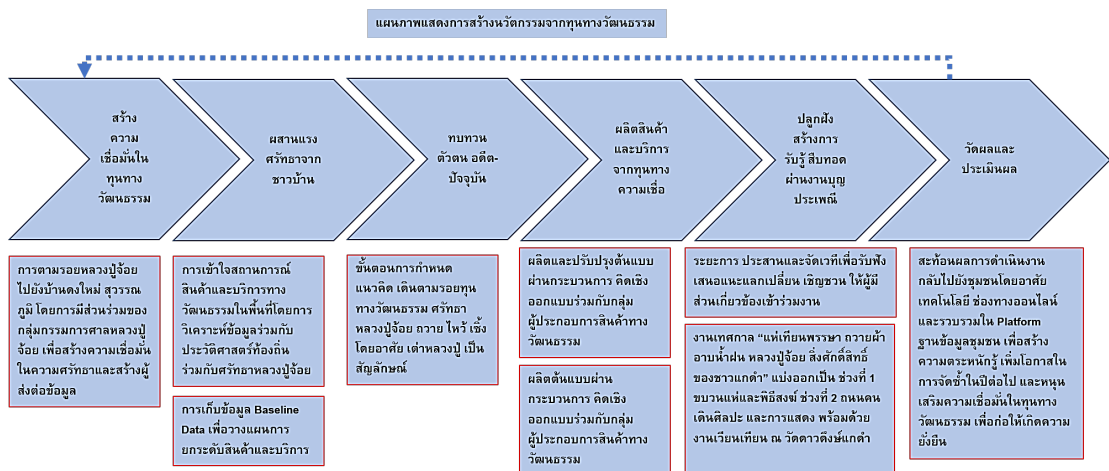
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 ประเด็นที่ 1 การรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม พบว่า สิ่งยึดโยงชาวบ้านคือ ศรัทธาต่อหลวงปู่จ้อย โดยมี คณะกรรมการดอนหลวงปู่ ดำเนินการดูแลและเป็นผู้ประสานงานประเพณี บวงสรวงศาลหลวงปู่จ้อย งานบุญบั้งไฟแกดำ โดยชาวบ้านรับรู้ร่วมกันว่า “เต่าดิน” คือสัตว์สัญลักษณ์บารมีของหลวงปู่จ้อย ใช้ในการติดต่อสื่อสารและดูแลลูกหลานในชุมชน ดังนั้นชาวบ้านจะไม่ทำร้ายเต่าหากพบอยู่ในชุมชน จากการค้นพบข้อมูลดังกล่าวจึงเป็นที่มาของการพัฒนาเต่าในฐานะเครื่องมือการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ เต่าของถวาย ภายใต้ศรัทธา หลวงปู่จ้อย “ถวาย ไหว้ เช้ง”

ประเด็นที่ 2 กลุ่มอาชีพภายในอำเภอกำแพงที่มีศักยภาพในการดำเนินการประกอบด้วย 1) ตำบลแกดำ ได้แก่ กลุ่มจักสานบ้านแกดำ กลุ่มจักสานหมวกจากเชือกฟางพลาสติก บ้านนาฏ กลุ่มแปรรูปผ้าขาวม้าบ้านหัวขัว 2) ตำบลโนนภิบาล ได้แก่ กลุ่มจักสานไม้ไผ่บ้านไผ่ล้อม และกลุ่มผู้สืบทอดได้แก่ 1) ตำบลแกดำ ได้แก่ กลุ่มเยาวชนบ้านแกดำ โรงเรียนแกดำวิทยาคาร โรงเรียนอนุบาลแกดำ กลุ่มกรรมการศาลหลวงปู่จ้อย

โรงพยาบาลแกดำ เทศบาลแกดำ สำนักงาน
อำเภอแกดำ 2) ตำบลมิตรภาพ ได้แก่ โรงเรียน
มิตรภาพ และ 3) ตัวแทนผู้ที่สนใจจากเทศบาล
และวัดจากทุกตำบล ในอำเภอแกดำ

ระยะที่ 2 การออกแบบกระบวนการมีส่วนร่วม เริ่มพัฒนารูปแบบสินค้าจากเต้าโดยเริ่ม
จากการสานเต้า พัฒนาต้นแบบโดยนักวิจัยร่วม
กับชุมชน จากการหยิบยกภูมิปัญญาการสาน
และหาค่ากลางจากความถนัดโดยวิเคราะห์จาก
รูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน



ภาพที่ 2 แผนภาพแสดงแผนการสร้างนวัตกรรมจากทุนทางวัฒนธรรม

ระยะที่ 3 การออกแบบนวัตกรรมและการทดลองใช้เพื่อประเมินผล

จากการสังเกตการณ์ พบว่าผู้เข้างานประเพณีเข้าพรรษาโดยการถวายเทียนพรรษาและผ้าอาบน้ำฝนแก่หลวงปู่จ้อย ภายใต้ชื่องาน “แห่เทียนพรรษา ถวายผ้าอาบน้ำฝน หลวงปู่จ้อย สิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวแกดำ” มีผู้เข้าร่วมกว่าสองพันคน และสิบสามหน่วยงานภาคีเครือข่ายเข้าร่วม

กิจกรรมดังกล่าว มีผลิตภัณฑ์เต้าสองพันตัวจากสี่กลุ่มผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม และ หกชุดการแสดงจากศิลปินท้องถิ่น โดยยอดบริจาคดำเนินการแบ่งไปยังวัดแต่ละตำบล ทั้งนี้ สรุปยอดบริจาคทำนุบำรุง สถานที่ดอนหลวงปู่จ้อยกว่า สองหมื่นบาท หลังหักค่าใช้จ่าย รายละเอียดโดยสรุปดังปรากฏที่ตารางดังต่อไปนี้

ประเภท	รายละเอียด ทุน	ผลผลิต/บริการที่เกิดขึ้น	ผลลัพธ์เชิง คุณภาพ	ผลลัพธ์เชิงปริมาณ
ความเชื่อ (ศรัทธา)	หลวงปู่จ้อย เต่าแก่ดำ	พิธีถวาย เทียนพรรษา และผ้าอาบน้ำฝน / ตักบา เต่า	ความสามัคคี / เอกลักษณ์ชุมชน	ตักบาเต่า 2,000 ตัว / ผู้เข้าร่วม 1,700 คนจากทั้งอำเภอ / เงินบริจาค ศาลหลวงปู่จ้อย 20,000 บาท
พื้นที่ (ภูมิทัศน์)	ดอนหลวงปู่ จ้อย	สัญลักษณ์ทางความเชื่อ สำหรับใช้ในพื้นที่	พื้นที่สร้างมูลค่า ทางเศรษฐกิจ	การปรับปรุงพื้นที่สำหรับเทศกาลเพื่อ รองรับสินค้าของถวาย
ภูมิปัญญา	การแข่ง / ฟ้อน / จักสาน	ชุดการแสดง / ผลิตภัณฑ์ จักสาน	รายได้ใหม่ / ถ่าย โอนความรู้	ทักษะการผลิตมากขึ้น 3 เท่าจากเดิม ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษา
ประเพณี	งานบุญบั้งไฟ / เข้าพรรษา แก่ดำ	เทศกาลใหม่ประจำปี / การท่องเที่ยว	ความต่อเนื่องของ ประเพณี	1 ขบวนแห่หลวงปู่จ้อยในงานบั้งไฟ / 1 ประเพณีประติษฐ์ เทศกาลเข้า พรรษาแก่ดำ
กลุ่มบุคคล/ เครือข่าย	กลุ่มเต่าหินจา / ศิลปินท้องถิ่น	กลุ่มเยาวชนสร้าง ผลิตภัณฑ์	การมีส่วนร่วม ระยะยาว	6 ชุดการแสดงภายในงานประเพณี ประติษฐ์

ระยะที่ 4 ผลการสร้างนวัตกรรม

ผู้วิจัยได้ร่วมสร้างกลไก การมีส่วนร่วม
ของชุมชนและหน่วยงานตั้งแต่ระยะเตรียมงาน
วางแผนงาน และดำเนินการ โดยมุ่งหวังให้เกิด
การสืบทอดและดำเนินการต่อไปในทุก ๆ ปีเพื่อ
สร้างที่ยั่งยืน ภายใต้กรอบแนวคิดของนวัตกรรม
จากทุนทางวัฒนธรรม อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม
กลไกการนำทุนทางวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อ
ให้เกิดนวัตกรรมโดยอาศัย “เต่าหลวงปู่” สัญลักษณ์
ของการ ถวาย ไหว้ แข็ง และกลับมามีส่วนร่วมกัน
โดยอาศัยโอกาสงานบุญเข้าพรรษาที่ชุมชนยังไม่
เคยจัดร่วมกันในระดับอำเภอมาก่อน รวมถึงความ
สามัคคีในกิจกรรมย่อย เช่น กลุ่มการแสดงโดย
เยาวชนบ้านแกดำร่วมกับกลุ่มมัคคุเทศก์บ้านหัวขัว
ที่ร่วมออกแบบร่วมซ้อมและรับงานแสดงร่วมกัน
ระหว่างชุมชน หลังการการฝึกอบรม สามารถรับ
งานแสดงด้วยตนเอง จึงนับเป็นนวัตกรรมที่มีจุด
เด่นมาจากกลไกความแตกต่างภายใต้จุดร่วมของ
ทุนทางวัฒนธรรมเดียวกันภายในชุมชน นำมาสร
สร้างคามเข้มแข็งและความสามัคคีในชุมชน โดย
สรุป นวัตกรรมดังกล่าวพัฒนาจากขั้นตอนดังนี้
1) สร้างสำนึกร่วมและศรัทธาความเชื่อของหลวงปู่

จ้อยในฐานะศูนย์รวมใจผ่านการศึกษาข้อมูล
ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นแกดำ 2) การประยุกต์ใช้
เต่าหลวงปู่ เป็นสัญลักษณ์เครื่องถวายหลวงปู่จ้อย
และเพิ่มเรื่องราวเกี่ยวกับบารมีที่เกิดจากการ
ถวายเต่าหลวงปู่จ้อย เกิดเป็นสินค้าของถวายจาก
การเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อ
วัดผลผ่านจำนวนในการผลิตซ้ำรวมถึงการเผยแพร่
ทักษะการผลิตที่มีผู้สมัครใจมาเข้าร่วมเพิ่ม
มากขึ้นหลังจากการฝึกอบรม 3) การนำการแสดง
เชิงกระโจมซึ่งมีอยู่ในพื้นที่มาประยุกต์เป็นการแข่ง
ถวายหลวงปู่จ้อยในโอกาสต่าง ๆ จากกลไกทั้ง
3 ข้อ จึงนำมาสู่การสร้างประเพณีประติษฐ์ งาน
“แห่เทียนพรรษา ถวายผ้าอาบน้ำฝน หลวงปู่จ้อย
สังคีตลีลพิธีของชาวแกดำ” เป็นการรวมกลไกใน
งานวิจัยมาส่งเสริมให้เกิดเทศกาลที่เกิดจากทุน
ทางวัฒนธรรมในชุมชน ตลอดจนกิจกรรมอื่น ๆ
ภายในงานล้วนแล้วแต่เพื่อการสร้างการรับรู้กลับ
ไปยังทุนทางวัฒนธรรม ด้านศิลปะ ดนตรี และ
ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทุกภาคส่วนเกิดการเข้าร่วมโดย
เท่าเทียมและทั่วถึง ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจจาก
การมีส่วนร่วมตระหนักและมั่นใจถึงความสำคัญ
ของทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง ไปพร้อม

กันการขยายบารมีหลวงปู่จ้อยอันเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำอำเภอแกลง โดยอ้างอิงจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่สนับสนุนผลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์เต่าหลวงปู่จ้อยเป็นหนึ่งในผลผลิตสำคัญที่มีส่วนสนับสนุนผลลัพธ์ของโครงการ ขณะที่ผลการประเมินในภาพรวม ซึ่งครอบคลุมผลผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมทั้งหมด แสดงให้เห็นอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ต่อการลงทุน 100 บาท เท่ากับ 19.10831 % และอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคม (SROI) เท่ากับ 0.44275 บาท ต่อการลงทุน 1 บาท

อภิปรายผล

1. ประเด็นทุนทางวัฒนธรรม กับนวัตกรรม การศึกษาดังกล่าวเป็นหนึ่งในกระบวนการสร้างกลไกจากทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน จากการศึกษาประวัติชุมชน ในรูปแบบของแผนที่วัฒนธรรม ทั้งนี้หลักการสร้างนวัตกรรมที่มุ่งเน้นสร้างความแตกต่าง จึงต้องอาศัยความร่วมมือและระยะเวลามากกว่าการพัฒนาเพียงผลผลิตภัณฑ์ จึงต้องเสริมการส่งต่อกลับไปยังชุมชนโดยสร้างเวทีเพื่อให้ชาวบ้านได้ตระหนักถึงบทบาทของตนในงานเทศกาลจากการมีส่วนร่วม นวัตกรรมเพื่อสร้างความยั่งยืนจากทุนทางวัฒนธรรม ภายใต้ศรัทธาหลวงปู่จ้อยในพื้นที่อำเภอแกลง จังหวัดมหาสารคาม สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมผ่านกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชน มหาวิทยาลัย และภาคีเครือข่าย โดยใช้ความเชื่อท้องถิ่นเป็นแกนกลางในการพัฒนาแนวคิด “ถวายเป็นบุญ – ไหว้ – เชื้อ” สู่นวัตกรรมผลผลิตภัณฑ์และบริการวัฒนธรรมบนพื้นที่ทางวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งนี้ ผลสัมฤทธิ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากโครงการสะท้อนผ่านตัวชี้วัดผลตอบแทนจากการลงทุน และอัตราส่วนผลตอบแทนทางสังคม อันเป็นการ

วางรากฐานสู่การพัฒนาเชิงนโยบายและการยกระดับทุนทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในระยะยาว 2. ประเด็นจุดแข็งของโครงการได้แก่ ระยะเวลาในการวิจัยเชิงพื้นที่ ที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ระยะเวลา พ.ศ. 2562-2567 จำนวน 3 ระยะ ส่งผลให้มีฐานข้อมูล ตลอดจนกลุ่มภาคีเครือข่าย และกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง การติดต่อสื่อสารและระดมความคิดเห็นจึงสามารถดำเนินการได้ต่อเนื่อง ทั้งนี้ในด้านข้อจำกัด ระหว่างดำเนินโครงการเกิดสภาวะโรคระบาด Covid-19 ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในพื้นที่และการเข้าถึงทำได้ลำบากมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การดำเนินการต้องใกล้ชิดกับกลุ่มภาคีเครือข่ายรวมถึงสอบถามความเป็นอยู่ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกันสถานการณ์โรคระบาดส่งผลให้เกิดโอกาสในการที่ชุมชนคาดหวังอยากกลับมาจัดงานเทศกาลที่เกิดจากการร่วมแรงร่วมใจกันอีกครั้ง จากเหตุผลข้างต้นส่งผลสนับสนุนให้การสร้างประเพณีประดิษฐ์จึงได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีจากชุมชน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบนวัตกรรมจากทุนทางวัฒนธรรมภายใต้ศรัทธาหลวงปู่จ้อยสามารถตอบวัตถุประสงค์ทั้งสองข้อได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยในข้อแรก งานวิจัยได้นำทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมผ่านการออกแบบผลผลิตภัณฑ์ บริการ การแสดง และเทศกาลประเพณีประดิษฐ์ โดยมีสัญลักษณ์ “เต่าหลวงปู่” และแนวคิด “ถวายเป็นบุญ – ไหว้ – เชื้อ” เป็นแกนกลางของการสื่อสารและพัฒนา ส่งผลให้เกิดกิจกรรมสร้างรายได้และชุดความรู้ วัฒนธรรมที่ถ่ายทอดได้จริง

ในข้อที่สอง งานวิจัยสามารถสร้างกลไกการมีส่วนร่วมที่นำไปสู่การบ่มเพาะความรู้ ความภาคภูมิใจ และการสืบทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านกระบวนการเรียนรู้ข้ามรุ่น การแสดงของเยาวชน และความร่วมมือระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ซึ่งช่วยหล่อหลอมความสามัคคีและความเข้มแข็งของชุมชนอำเภอแกดำ ทั้งในมิติศรัทธาและเศรษฐกิจ ผลการประเมินเชิงปริมาณ (ROI และ SROI) สนับสนุนผลลัพธ์เชิงคุณภาพได้อย่างชัดเจน แสดงถึงศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างความยั่งยืนทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ในอนาคต วิธีที่สามารถนำทุนทางวัฒนธรรมบริบทของชุมชนแกดำมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้นในการพัฒนานวัตกรรม สามารถเชื่อมร้อยการมีส่วนร่วมได้มากยิ่งขึ้น จากการขยายไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการที่หลากหลายในด้านของกลุ่มและปริมาณการเข้าร่วมที่มากยิ่งขึ้นของสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ในขณะที่เดียวกันการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อให้ข้อมูลบริเวณพื้นที่ทางวัฒนธรรมมีความจำเป็นต้องดำเนินการควบคู่กัน ทั้งนี้ในบริบทสังคมและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

อย่างรวดเร็ว นวัตกรรมดังกล่าวยังคงต้องอาศัยการติดตามผลในดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และบทบาทผู้ประสานของกลุ่มผู้วิจัยควรมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนเป็นผู้สนับสนุนและให้คำแนะนำต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นการสังเคราะห์ผลการดำเนินงานของโครงการวิจัย ผู้เขียนขอขอบคุณผู้บริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ภายใต้แผนวัฒนธรรม ประจำปี 2566 โครงการจากต้นทุนของแหล่งน้ำสู่กลุ่มศิลปวัฒนธรรมหนองแกดำ (เลขที่สัญญาทุน A11F660 096) ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำ เสนอแนะ และตรวจสอบข้อบกพร่องของการดำเนินงานวิจัย เพื่อให้โครงการวิจัยมีคุณภาพและประสบความสำเร็จ ขอขอบพระคุณผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน และคนในชุมชนพื้นที่อำเภอแกดำ รวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ให้ข้อมูลและสนับสนุนการดำเนินงานวิจัยเป็นอย่างดี ตลอดจนเป็นกำลังสำคัญในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ และขอขอบคุณคณะดำเนินงานโครงการทุกท่านที่ทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจ และองค์ความรู้ในการดำเนินโครงการวิจัยจนประสบความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2562). วัฒนธรรมคุณค่าสู่มูลค่า. https://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?nid=3972&filename=index
- กาญจนา แก้วเทพ. (2560). เครื่องมือทำงานวัฒนธรรมชุมชนและสื่อพิธีกรรมศึกษา. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ณัฐชา ลิ้มปัญญาพร. (2563). การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ลาวครั้งในมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน บ้านทุ่งสีหลง อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ตีพิมพ์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทวีศิลป์ สืบวัฒนะ, นราวิทย์ ดาวเรือง, เกริกฤชณ์ โชคชัยรัชดา, วุฒิกกร กะตะสีลา, ปรีดี สาดิ, ณัฐพล นาทันตอง, และชิสสิกา วันจันทร์. (2561). การขยายตัวของชุมชนจังหวัดมหาสารคาม พ.ศ. 2408–2560. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 37(2), 44–56.

- ชนิก เลิศชาญฤทธ์. (2554). *การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม*. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ปิแยร์ บูร์ดิเยอ. (2550). *เศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์* (ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข, แปล). สำนักพิมพ์คบไฟ.
- เอกรินทร์ พึ่งประชา. (2566, 19 ตุลาคม). ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม “กลไก” การเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรม และมูลค่าเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) <https://www.sac.or.th/portal/th/article/detail/532>
- Brown, T., & Wyatt, J. (2010). *Design thinking for social innovation*. *Stanford Social Innovation Review*, 8(1), 31–35.
- Hobsbawm, E., & Ranger, T. (Eds.). (1983). *The invention of tradition*. Cambridge University Press.
- Magretta, J. (2002). *Why business models matter*. *Harvard Business Review*. *Harvard Business Review*, 80(5), 86–92.
- Throsby, D. (2001). *Economy and culture*. Cambridge University Press.