

ดร. สีลาภรณ์ บัวสาย

วิทยสถานรัชภูมิเพื่อการพัฒนาพื้นที่



การสร้างการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ด้วยการจัดการทุนทางวัฒนธรรม

เป้าหมายการเปลี่ยนแปลง : การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและสำนักท้องถิ่น

มิติเศรษฐกิจ

- สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น
- สร้างงานในท้องถิ่น ดึงคนกลับบ้าน
- เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
- สร้างความรู้ความเข้าใจตลาด/ความต้องการสินค้าร่วมกันของผู้ผลิตในชุมชน
- ก่อให้เกิดการหมุนเวียนเศรษฐกิจในชุมชน

มิติสังคม

- สร้างสำนึกและความภูมิใจในรากเหง้าของตนเอง
- พัฒนาความเป็นชุมชน ความสามัคคีร่วมแรงร่วมใจกัน
- สร้างคุณค่าให้กับผู้สูงวัยในฐานะผู้รู้ผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรม
- เกิดการสืบสานมรดกวัฒนธรรมที่มีคุณค่าสู่คนรุ่นต่อไป

การจัดการทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ AREA BASED DEVELOPMENT

กระบวนการ

ข้อมูล

กลไก

สร้างเสริมพลัง
EMPOWERMENT

สร้าง
สิ่งแวดล้อมที่เอื้อ
ENABLING
ENVIRONMENT

สร้างคุณค่า
ENRICHMENT

การมีส่วนร่วม
ENGAGEMENT

ขยายผลให้เกิดมูลค่า
ENHANCEMENT

บริบทพื้นที่ประวัติศาสตร์
ภูมิวัฒนธรรม

แผนที่วัฒนธรรม
CULTURAL MAPPING

พื้นที่หาวัฒนธรรม
CULTURAL SPACE

ผู้ประกอบการหาวัฒนธรรม
CULTURAL ENTREPRENEUR

ฐานข้อมูล

ขับเคลื่อนต่อขยายผล

องค์กรปกครองท้องถิ่น

ประชาสังคม



ภาครัฐที่อยู่ในพื้นที่



ชุมชน



กลไกขับเคลื่อน
CAPACITY BUILDING



สถาบันการศึกษา

ภาคเอกชน



วัด

อื่นๆ

วิสาหกิจชุมชนเชิงวัฒนธรรม
COMMUNITY CULTURAL
ENTERPRISE

เศรษฐกิจชุมชน
COMMUNITY ECONOMY

“

การจัดการทุนทางวัฒนธรรม”

เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยยังคงรักษา อนุรักษ์ สืบสาน ตลอดจนพัฒนาคุณค่าเดิม ผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมหลากหลายรูปแบบที่ทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนกับชุมชนที่เป็นเจ้าของทุนทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดการพัฒนามนุษย์ที่มีทั้งประวัติศาสตร์ดั้งเดิมและประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นใหม่ แต่การจะอนุรักษ์ พื้นฟู สืบสาน และพัฒนาให้ได้ทั้งการรักษาคุณค่าและการสร้างมูลค่าในแต่ละพื้นที่นั้น จำเป็นต้องมี “การจัดการ” กับทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งต้องอาศัยบุคลากรทางด้านงานวัฒนธรรม เพื่อให้งานด้านวัฒนธรรมยังคงมีการสืบทอดเพื่อรักษาสมดุลของทั้งคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม

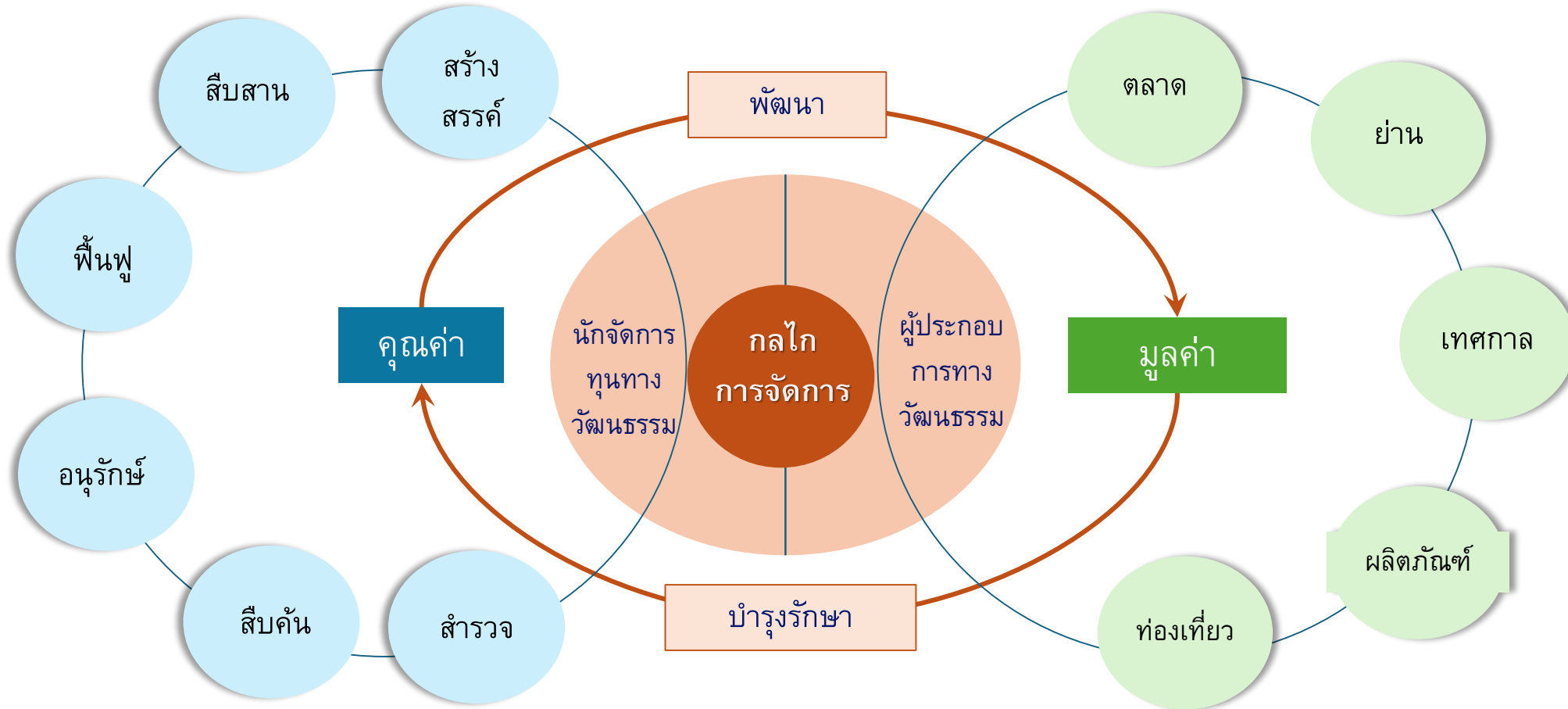
กรอบแนวคิดในการจัดการทุนทางวัฒนธรรม ให้มีความสำคัญกับองค์ประกอบ 3 ส่วน

- ส่วนที่ 1 คือ กลไกการจัดการ
- ส่วนที่ 2 คือ การธำรงรักษา “คุณค่า” ของทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น
- ส่วนที่ 3 คือ การเสริมสร้าง “มูลค่า” ทางเศรษฐกิจจากฐานทุนวัฒนธรรม

ที่มา : การจัดการทุนวัฒนธรรม ภายใต้วิสัยทัศน์เพื่อการพัฒนาพื้นที่ “ธัญมิ”
โดย ดร.สีลาภรณ์ บัวสาย และดร.ชนภณ วัฒนกุล ,2567



การจัดการทุนวัฒนธรรม



ที่มา : การจัดการทุนวัฒนธรรม ภายใต้วิสัยทัศน์เพื่อการพัฒนาพื้นที่ "ธัญภูมิ"
โดย ดร.สีลาภรณ์ บัวสาย และดร.ชนกณ วัฒนกุล 2567

“ ตลาด ชุมทางทุ่งสง ”

จังหวัดนครศรีธรรมราช



โครงการการจัดการตลาดวัฒนธรรมด้วยกลไกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประชาสังคมในพื้นที่

โดย ดร.สุพรรณิ ฉายะบุตร มหาวิทยาลัยศิลปากร และคณะ ,2563

ตลาดวัฒนธรรม

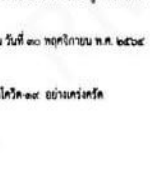
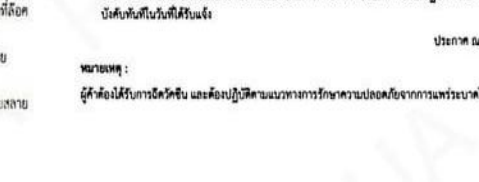
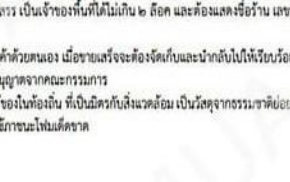
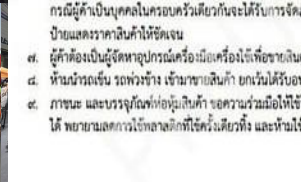
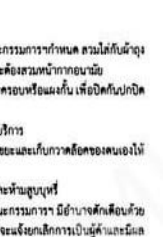
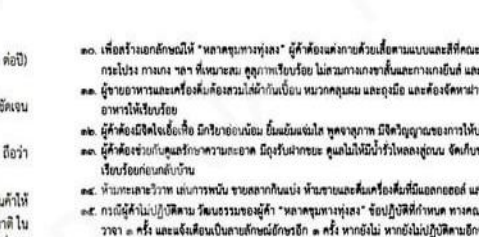
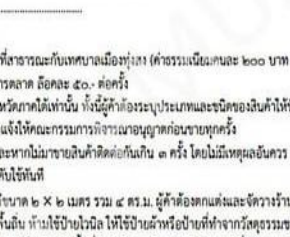
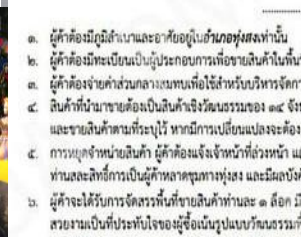
- เป้าหมายร่วม
- โครงสร้างและกติการ่วม
- ระดมทรัพยากรร่วม
- กิจกรรมร่วม
- ประโยชน์ร่วม

จำนวนมากกว่า 307 ครั้ง

รายได้ที่เกิดขึ้น มากกว่า 156 ล้านบาท

ค่า ROI = 27.93

ผู้ประกอบการ วัฒนธรรมกว่า 200 ร้านค้า



ประกาศประชาคมวัฒนธรรมเมืองทุ่งสง เรื่อง “วัฒนธรรมของผู้ค้า “ตลาดชุมทางทุ่งสง” ตลาดสินค้าเชิงวัฒนธรรม สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม ทุนวัฒนธรรม=ทุนชาติ ณ ถนนชัยชุมพล จากแยกถนนปรีดีพจน์วนรณานิก

๑. ผู้ค้าต้องมีถิ่นกำเนิดและอาศัยอยู่ในอำเภอทุ่งสงเท่านั้น
 ๒. ผู้ค้าต้องมีทะเบียนเป็นผู้ประกอบการเพื่อขายสินค้าในพื้นที่สาธารณะกับเทศบาลเมืองทุ่งสง (ค่าธรรมเนียมละ ๒๐๐ บาท ต่อปี)
 ๓. ผู้ค้าต้องจ่ายค่าส่วนกลางชุมชนเพื่อให้การบริหารจัดการตลาด มีมูลค่า ๕๐๐ ต่อครั้ง
 ๔. สินค้าที่นำมาขายต้องเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมของ ๑๔ จังหวัดภาคใต้เท่านั้น ทั้งนี้ผู้ค้าต้องระบุประเภทและชนิดของสินค้าให้ชัดเจน และขายสินค้าตามที่ระบุไว้ หากมีการเปลี่ยนแปลงจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการจัดการชุมทางทุ่งสงทราบทุกครั้ง
 ๕. การดูแลรักษาพื้นที่ผู้ค้าต้องแจ้งเจ้าหน้าที่ล่วงหน้า และหากไม่มาขายสินค้าติดต่อกันเกิน ๓ ครั้ง โดยไม่มีเหตุผลอันควร ถือว่าท่านละสิทธิ์การเป็นผู้ค้าในตลาดชุมทางทุ่งสง และมีสิทธิ์ปรับพื้นที่
 ๖. ผู้ค้าจะได้รับการจัดสรรพื้นที่ขายสินค้าตาม ๑ เลือก มีขนาด ๒ X ๒ เมตร รวม ๔ ตร.ม. ผู้ค้าต้องตกแต่งและจัดวางร้านค้าให้สวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อยและปฏิบัติตามวัฒนธรรมที่เห็นบน ที่ตั้งป้ายโฆษณา ให้ใช้ป้ายผ้าหรือป้ายที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ ไม่กรณีผู้ค้าเป็นบุคคลในครอบครัวเดียวกันจะได้รับจัดสรร เป็นเจ้าของพื้นที่ได้ไม่เกิน ๒ เลือก และต้องแสดงชื่อร้าน เลขที่เลือกป้ายและตราสินค้าให้ชัดเจน
 ๗. ผู้ค้าต้องเป็นผู้จัดหาอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้เพื่อขายสินค้าด้วยตนเอง เมื่อขายเสร็จจะต้องจัดเก็บและนำกลับไปให้เรียบร้อย
 ๘. ห้ามนำรถเข็น รถพ่วงเข้า เข้ามาขายสินค้า ยกเว้นได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการ
 ๙. ภาชนะ และบรรจุภัณฑ์ของผู้ค้า จะต้องมีความปลอดภัยในท้องถิ่น ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นวัสดุจากธรรมชาติย่อยสลายได้ พยายามลดการใช้พลาสติกให้ด้วยทั้ง และห้ามใช้ภาชนะโฟมเด็ดขาด

๑๐. เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้ “ตลาดชุมทางทุ่งสง” ผู้ค้าต้องแต่งกายด้วยเสื้อผ้าแบบและวิถีวัฒนธรรมการทอผ้า สวมใส่ผ้าถุง กระโปรง กางเกง ฯลฯ ที่เหมาะสม สวมใส่เสื้อขาว ไม่สวมกางเกงขาสั้นและกางเกงยีนส์ และต้องสวมหมวกกันน็อก
 ๑๑. ผู้ขายอาหารและเครื่องดื่มต้องสะอาด รับประทานบน ภาชนะที่สะอาด และจัดโต๊ะอาหารให้เรียบร้อย
 ๑๒. ผู้ค้าต้องเปิดใจและเชื้อเชิญนักท่องเที่ยว ชื่นชมและให้บริการที่ดีจากผู้มาเยือน
 ๑๓. ผู้ค้าต้องช่วยกันดูแลรักษาความสะอาด มีจุดรับพัสดุ และจุดให้บริการลูกค้า และเก็บขยะและเก็บกวาดขยะของตนเองให้เรียบร้อยก่อนกลับบ้าน
 ๑๔. ห้ามทะเลาะวิวาท ห้ามการพนัน ขายสุราห้ามเบ่ง ห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และห้ามสูบบุหรี่
 ๑๕. กรณีผู้ค้าไม่ปฏิบัติตาม วัฒนธรรมของผู้ค้า “ตลาดชุมทางทุ่งสง” จัดปฏิบัติตัวแบบ หากคณะกรรมการมีอำนาจสั่งการด้วยวาจา ๓ ครั้ง และจะสั่งเป็นลายลักษณ์อักษรอีก ๓ ครั้ง หากยังไม่ปฏิบัติตามจะเรียกเก็บค่าปรับและยึดพื้นที่ในทันทีได้ทันที

ประกาศ ณ วันที่ ๓๐ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

หมายเหตุ : ผู้ค้าต้องได้รับการคัดเลือก และต้องปฏิบัติตามแนวทางรักษาความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดโควิด-๑๙ อย่างเคร่งครัด

กติการ่วมหรือวัฒนธรรมของผู้ค้า “ตลาดชุมทางทุ่งสง” โดยประชาคมวัฒนธรรมเมืองทุ่งสง ณ วันที่ 30 พ.ย. 2564



“

ตลาดวัฒนธรรม สายบุรีบazaar

(ZAIBURI BAZAAR)

”

โครงการการพัฒนาย่านวัฒนธรรมชุมชนและการฟื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณี
และสร้างวัฒนธรรมใหม่เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่
โดย ดร.สุพรรณิ ฉายะบุตร มหาวิทยาลัยศิลปากร และคณะ ,2565

อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี

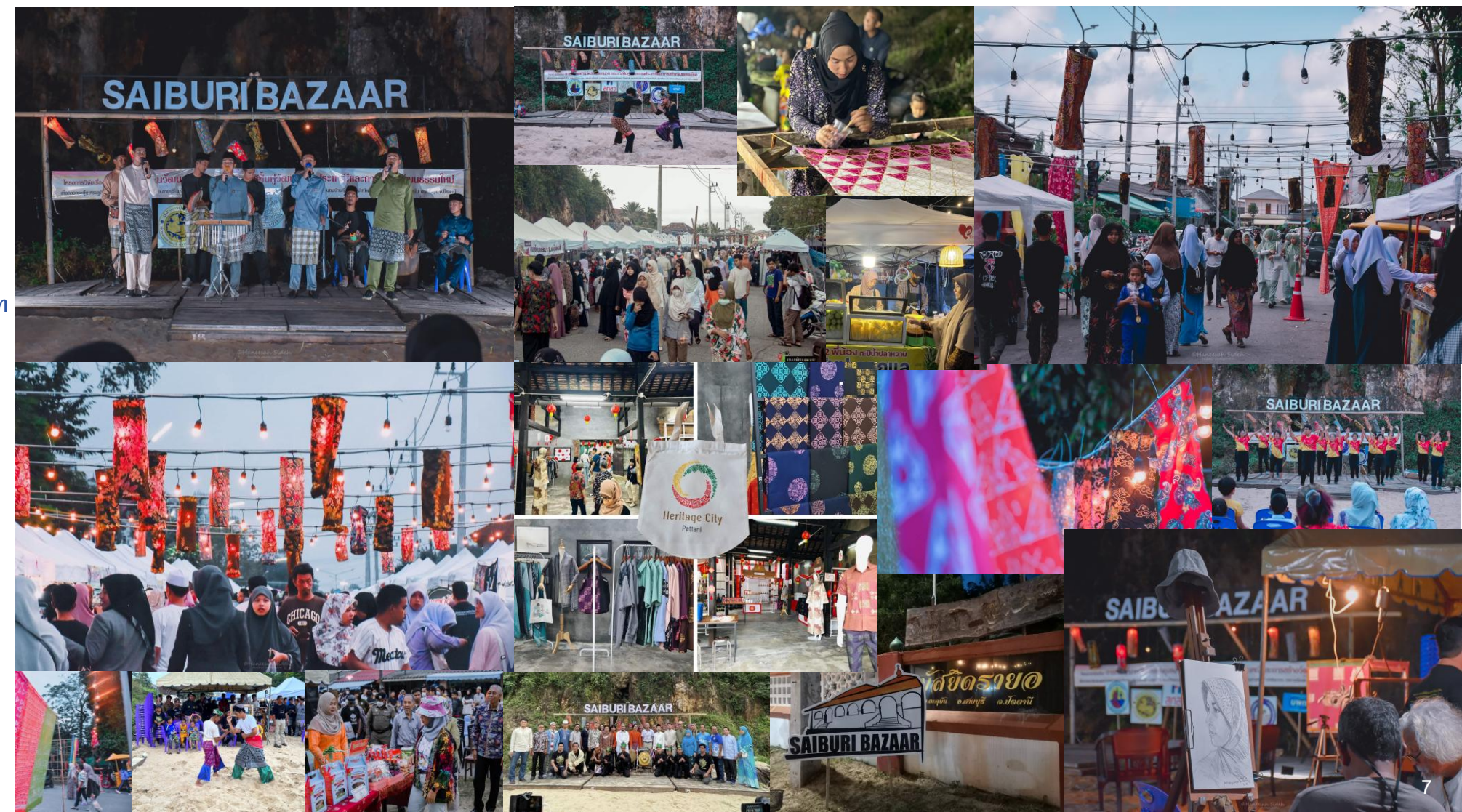
จำนวน
มากกว่า **27** ครั้ง

รายได้ที่เกิดขึ้น
มากกว่า **20** ล้านบาท

ค่า ROI = **14.61**

ผู้ประกอบการ
ในพื้นที่ **80** ร้านค้า

มีการคัดเลือกผู้ประกอบการ
เฉพาะคนในพื้นที่
และให้เหมาะกับผังที่ออกแบบไว้



“ 7 ย่าน พนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ”

โครงการการบริหารจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมชุมชน และการพัฒนาย่านวัฒนธรรมชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่อย่างยั่งยืน
โดย ดร.สุพรรณิ ฉายะบุตร มหาวิทยาลัยศิลปากร และคณะ ,2565

📍 ย่านวัฒนธรรม

จำนวนมากกว่า **139** ครั้ง
รายได้ที่เกิดขึ้น
มากกว่า **49** ล้านบาท
ผู้ประกอบการ
ในพื้นที่ **76** ราย



ตลาดวัฒนธรรม

ย่านวัฒนธรรม

เมืองวัฒนธรรม

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม

ผู้ประกอบการวัฒนธรรม

นักจัดการทุนวัฒนธรรม



พื้นที่ดำเนินการ

อ.เมือง จ.ลำปาง (6 ย่าน)

อ.เชียงแสน จ.เชียงราย

อ.เชียงคำ จ.พะเยา

อ.เมือง จ.ลำพูน

อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์ (3 ย่าน)

อ.เมือง จ.หนองคาย

อ.เมือง จ.สกลนคร

อ.เมือง จ.นครพนม

อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี (7 ย่าน)

อ.เสาไห้ จ.สระบุรี

อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี

อ.ท่ามะกา จ.กาญจนบุรี



อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช (4 ย่าน)

อ.เมือง จ.ภูเก็ต

อ.เมือง จ.พัทลุง

อ.สุไหงโกลลก จ.นราธิวาส

จำนวนร้านค้าเฉลี่ยรวม		จำนวนครั้งที่จัด		รายได้รวม (บาท)		ผลตอบแทนทางภาครัฐ (Public ROI)	
1,326		2,883		725,652,606		21.20	
วันที่จัดกิจกรรมวันแรก		วันที่จัดกิจกรรมวันสุดท้าย					
30/09/2560		10/04/2567					
ผลกระทบรวมจากรายได้ทางตรง ทางอ้อมและผลกระทบจากรายได้							
พื้นที่	รายได้รวม (บาท) *		รายได้จากการขายออนไลน์ (บาท)	รายได้ในช่วงไม่ได้จัดกิจกรรม (บาท)	ผลตอบแทนทางภาครัฐสะสม (Accumulated Public ROI)		
1.	13) อ.ทุ่งสง จ. นครศรีธรรมราช	148,986,794	20,556	28,944	26.56		
2.	1) อ.เมือง จ.ลำปาง	83,563,471	82,374	114,110	37.98		
3.	3) อ.เชียงคำ จ.พะเยา	72,273,271	3,275	8,614	24.5		
4.	9) อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์	71,018,812	6,819	29,057	28.07		
5.	10) อ.เมือง จ.หนองคาย	60,277,756	1,393,686	198,007	24.21		
6.	4) อ.เมือง จ.ลำพูน	54,217,707	1,399	17,681	19.72		
7.	8) อ.ท่ามะกา จ.กาญจนบุรี	50,903,307	0	13,800	17.14		
8.	7) อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี	44,652,541	0	0	21.36		
9.	5) อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี	30,560,376	7,854	73,950	13.89		
10.	15) อ.เมือง จ.พัทลุง	30,283,807	37,288	16,544	18.35		
11.	16) อ.สุไหงโกลก จ.นราธิวาส	18,531,067	4,439	11,796	11.23		
12.	12) อ.เมือง จ.นครพนม	16,201,374	0	27,000	13.39		
13.	6) อ.เสาไห้ จ.สระบุรี	15,986,358	0	21,375	20.76		
14.	14) เทศบาลตำบลสราญย์ อ.เมือง จ.ภูเก็ต	14,630,822	0	93,325	9.69		
15.	2) อ.เชียงแสน จ.เชียงราย	13,565,144	18,724	24,228	8.22		
Grand total		725,652,606	1,576,414	678,432	21.2		

ผู้ประกอบการวัฒนธรรมชุมชน

62 พื้นที่/ย่าน 16 จังหวัด รวม 3,338 ราย



การขับเคลื่อนผู้ประกอบการวัฒนธรรม ด้วยกลไกเครือข่ายมหาวิทยาลัยพัฒนาพื้นที่



99 พื้นที่ 47 จังหวัด
62 มหาวิทยาลัย



ย่าน-ผู้ประกอบการ วัฒนธรรม



ย่านเมืองเก่า จ.ลำปาง



ย่านวัฒนธรรมชุมชน จ.แพร่



ย่านวัฒนธรรมชุมชน จ.กระบี่



ย่านเศรษฐกิจวัฒนธรรม จ.พัทลุง



ย่านวัฒนธรรม จ.ลพบุรี



ย่านวัฒนธรรม จ.กาญจนบุรี



ย่านวิถีถิ่น กทม.



ชุมชนบ้านแอ่ จ.เลย



ย่านวัฒนธรรมชุมชน จ.สงขลา



ตลาดแลเล จ.ภูเก็ต



ตลาดชุมทางทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช



หอโหวด จ.ร้อยเอ็ด



ย่านวัฒนธรรม จ.เพชรบุรี



ย่านวัฒนธรรม จ.นครพนม



ย่านวัฒนธรรมชุมชน จ.เชียงใหม่



ปวงวัฒนธรรม-จ.พะเยา



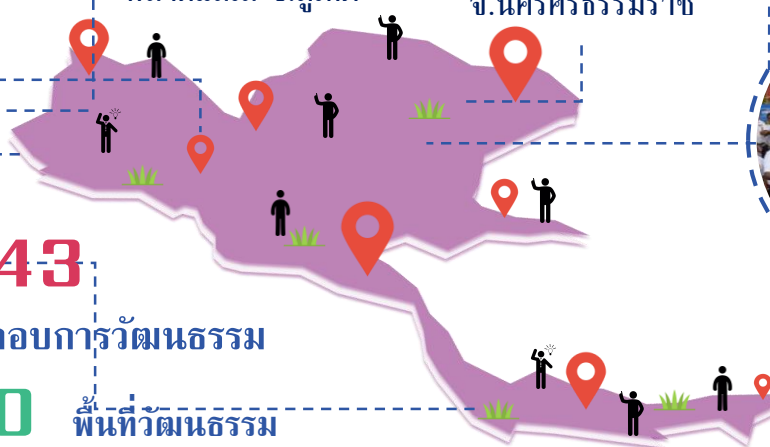
กาดดอยสะเก็น จ.เชียงราย

9,043

ผู้ประกอบการวัฒนธรรม

160

พื้นที่วัฒนธรรม



ถนนคนเดิน จ.

มุกดาหาร



สะพานใต้ จ.สกลนคร

รูปธรรมความสำเร็จการยกระดับ

ทุนทางวัฒนธรรม หน่วย บพท.

เทศกาลแห่พระเจ้าตนหลวง (ม.พะเยา)
จังหวัดพะเยา



ผลิตภัณฑ์ผ้าคราม จังหวัดสกลนคร



ตลาดแคมของ
อำเภอเมือง
จังหวัดหนองคาย

ย่านวัฒนธรรม
จังหวัดกาฬสินธุ์

พื้นที่ทางวัฒนธรรม

161

พื้นที่

ผลิตภัณฑ์และบริการ

1,951

รายการ

ผู้ประกอบการวัฒนธรรม

9,043

ราย

ผลิตภัณฑ์ลูกปัดโนรา
จังหวัดสงขลา



ย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี



เทศกาลใส่ขันดอกวัดกลางเวียง
อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย



ตลาดรถไฟทุ่งสง อำเภอทุ่งสง
จังหวัดนครศรีธรรมราช



“สมุทรสงครามอยู่ดี” การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ฐานนิเวศวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน
โดยมหาวิทยาลัยศิลปากร



ได้รับรางวัล

Platinum Award

(Thailand Research Expo 2023)





การยกระดับคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่น

การทำเทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี

โดย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



ได้รับรางวัล

Silver Award

(Thailand Research Expo 2023)



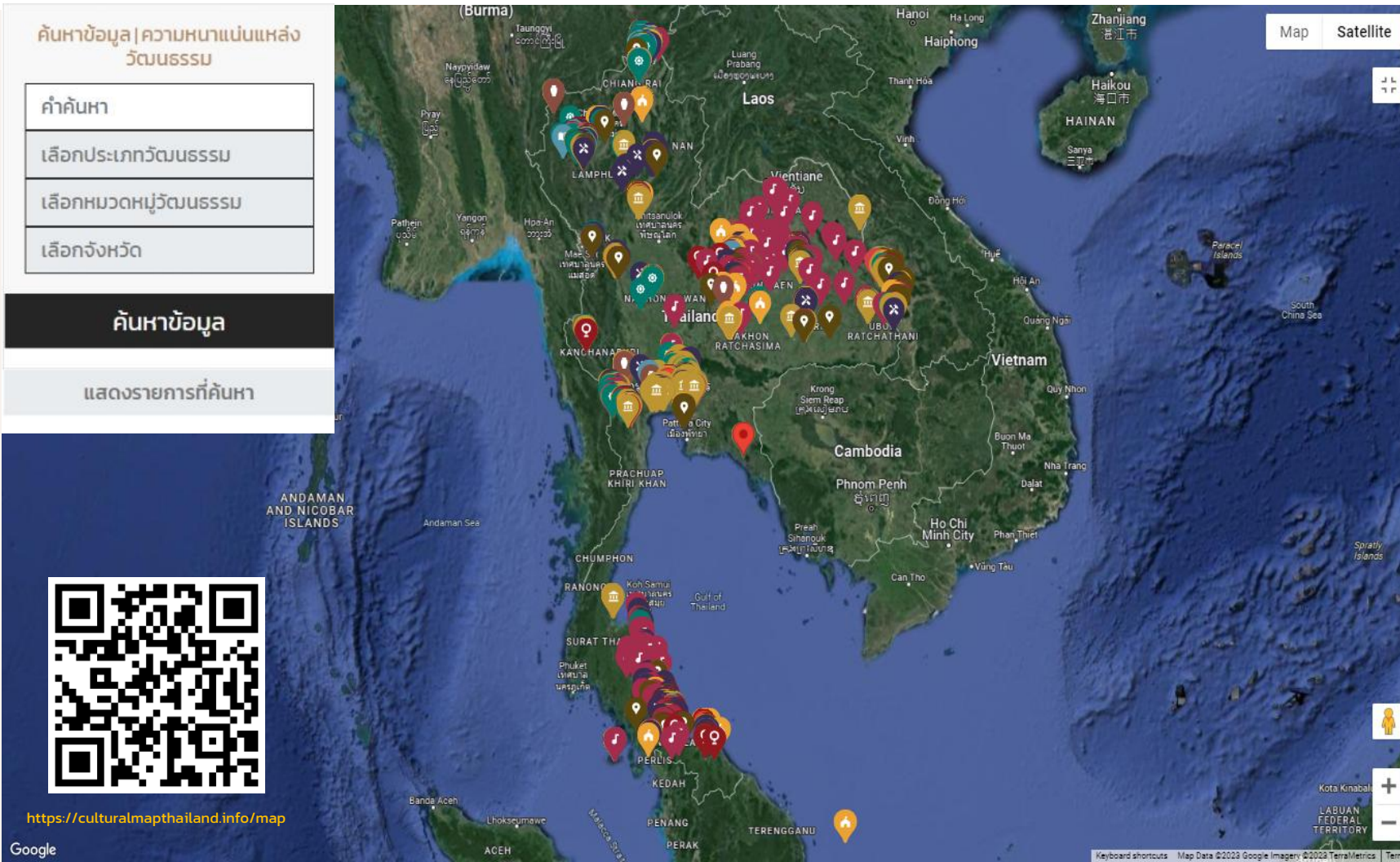
การยกระดับนวัตกรรม

Cultural Map Thailand

ระบบข้อมูลสารสนเทศด้านวัฒนธรรม
และแผนที่วัฒนธรรม



ที่มา : ชุดโครงการ “มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่” (2564)
และ “โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลทางวัฒนธรรม” (2566)



CULTURAL DATA

จำนวนข้อมูลวัฒนธรรมในระบบ

AA : โบราณวัตถุ	AR : สถาปัตยกรรม	AS : โบราณสถาน
7	679	230
CS : พื้นที่วัฒนธรรม	EL : ภาษา	FL : วรรณกรรมพื้นบ้าน
63	10	7
KP : ความรู้และแนวปฏิบัติ	NR :	PA : ศิลปะการแสดง
377	53	221
SM : กีฬามิปัญญาไทย	SP : แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล	TC : งานช่างฝีมือดั้งเดิม
26	198	326

สัญลักษณ์ และชื่อหมวดหมู่

(AA) โบราณวัตถุ	(AR) สถาปัตยกรรม	(AS) โบราณสถาน
(EL) ภาษา	(FL) วรรณกรรมพื้นบ้าน	(PA) ศิลปะการแสดง
(KP) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล	(SM) กีฬามิปัญญาไทย	(TC) งานช่างฝีมือดั้งเดิม
(SP) แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล	(CS) พื้นที่วัฒนธรรม	

ได้รับทุนสนับสนุนจาก

กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.)

และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)

Cultural Map Thailand

ระบบข้อมูลสารสนเทศด้านวัฒนธรรมและแผนที่วัฒนธรรม



จำนวนที่เข้าดูทั้งหมด
1,125,966 ครั้ง

Data จากระบบ
แผนที่วัฒนธรรม

160 ประเทศ

อันดับ

ประเทศ

การเข้าชม (ครั้ง)

1

สิงคโปร์

78,043

2

ฝรั่งเศส

63,241

3

สหรัฐอเมริกา

47,519

4

ไทย

20,006

5

แคนาดา

4,954

6

เนเธอร์แลนด์

4,644

7

สหพันธรัฐรัสเซีย

2,909

8

ญี่ปุ่น

2,245

9

ไอร์แลนด์

928

10

เยอรมนี

739

11

ฟินแลนด์

733

12

ออสเตรเลีย

604

13

จีน

522

14

ฮ่องกง

339

15

อังกฤษ

311

16

สาธารณรัฐเช็ก

218

17

สวีเดน

160

18

อินเดีย

142

19

เวียดนาม

99

20

อิตาลี

84

CULTURAL MAP THAILAND

หน้าแรก INSPIRATION Timeline METAVERSE เกี่ยวกับ สิ่งที่เราภูมิใจนำเสนอ ติดต่อเรา

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

โบราณสถานวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

ประเพณีสงกรานต์

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

เทศกาลสงกรานต์

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

CULTURAL MAP THAILAND

หน้าแรก INSPIRATION Timeline METAVERSE เกี่ยวกับ สิ่งที่เราภูมิใจนำเสนอ ติดต่อเรา

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

วัดจันทาราม (วัดจัน)

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

ประเพณีสงกรานต์

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

เทศกาลสงกรานต์

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

CULTURAL MAP THAILAND

หน้าแรก INSPIRATION Timeline METAVERSE เกี่ยวกับ สิ่งที่เราภูมิใจนำเสนอ ติดต่อเรา

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

ประเพณีสงกรานต์

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

เทศกาลสงกรานต์

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

CULTURAL MAP THAILAND

หน้าแรก INSPIRATION Timeline METAVERSE เกี่ยวกับ สิ่งที่เราภูมิใจนำเสนอ ติดต่อเรา

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

การตีเหล็กของช่างตีเหล็กบ้าน

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

ประเพณีสงกรานต์

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

เทศกาลสงกรานต์

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

พิกัด: 13°45'00"-101°05'00" N

18



Culture Connex

78 การกดถูกใจ • ผู้ติดตาม 117 คน

โทรเลย ส่งข้อความ ถูกใจ

โพสต์ เกี่ยวกับ Mentions รีวิว Reels รูปภาพเพิ่มเติม

แนะนำตัว

Cultural Space แหล่งรวมผลงานทางวัฒนธรรมจากงานวิจัยโดยมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ นำเสนอสู่ชาวไทยและต่างชาติ

- 📍 เพจ : ร้านขายของที่ระลึก
- 📍 196-198 ชุมชนเลื่อนฤทธิ์ ถนนเยาวราช แขวงจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์, Bangkok, Thailand, Bangkok
- 📞 02 223 0135
- ✉ cultureconnex.th@gmail.com
- 🎵 culture.connex
- 📱 793ftrqa

แนะนำ

Culture Connex ได้สร้างงานกิจกรรม
23 มีนาคม

ภาพนี้แสดงให้เห็น "การเชื่อมโยง" ของวัฒนธรรมจากงานวิจัยโดยมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ นำเสนอสู่ชาวไทยและต่างชาติ

อ. 31 มี.ค.
ไฮบริตนาฬิการนาฬิกาในหัวข้อ "ความลึ..."
17 คนสนใจ

☆ สนใจ

Culture Connex อยู่ที่ โครงการ ชุมชนเลื่อนฤทธิ์ เยาวราช - The...
28 มีนาคม

"ความลับที่อำพราง ขยับร่างในเรือนทอง" ถิ่นอาศัยของตำนาน "การกินปลาไหลเผือก" ของโยนคนครกว่าพันปีแล้ว...

ภาพนี้แสดงให้เห็น "การเชื่อมโยง" ของวัฒนธรรมจากงานวิจัยโดยมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ นำเสนอสู่ชาวไทยและต่างชาติ

Culture Connex อยู่ที่ โครงการ ชุมชนเลื่อนฤทธิ์ เยาวราช - The Luenrit, Yaowarat, Bangkok
1 วัน - กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

งานจักสานย้อนสวน
หนึ่งในผลผลิตจากทุนทางวัฒนธรรม เป็นงานหัตถกรรมทำมือของชาวบ้านในท้องถิ่น ที่สืบทอดทางภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น ลักษณะเป็นข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันของชุมชนที่ถูกดัดแปลงโดยเทคนิคการจักสานแบบย้อนสวนให้มีขนาดเล็กกะทัดรัด สามารถใช้เป็นของประดับตกแต่งเพื่อเพิ่มบรรยากาศบนโต๊ะอาหาร ห้องรับแขก เก็บเป็นของสะสมเก๋ๆ ตลอดจนใช้เป็นของที่ระลึกหรือของขวัญในงานเทศกาลต่างๆ

📅 พบกันได้ทุกวันอังคาร - อาทิตย์ เวลา 11.00 - 19.00 น.
📍 ณ ชุมชนเลื่อนฤทธิ์ ริมถนนเยาวราช
📞 แวะ... ดูเพิ่มเติม

งานจักสานย้อนสวน
ผลิตผลจากทุนทางวัฒนธรรม

📍 CultureConnex | 📱 culture.connex | 📞 02-223-0135

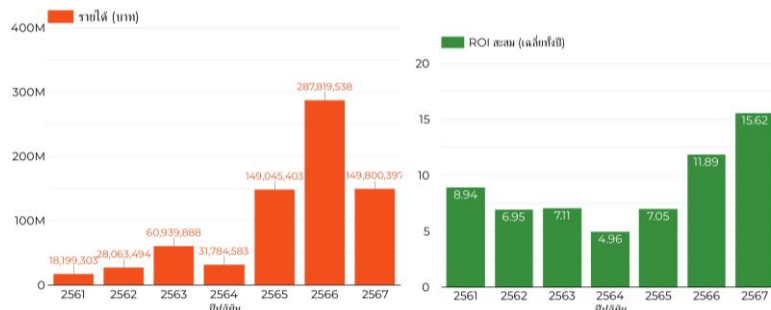


ข้อมูลเฉพาะกรณี 15 พื้นที่ (ปี 2561-2567)

รายได้รวม ปี 61-67 (บาท)	ผลตอบแทนทุน ภาครัฐสะสม (Public ROI)	รายได้ช่วงไม่มี กิจกรรม (บาท)	จำนวนครั้งที่จัด (ครั้ง)	จำนวนร้านค้า (เฉลี่ยทุกปี)
<u>725,652,606</u>	21.20	678,432	2,883	1,326



วันจัดกิจกรรมวันแรก **30/09/2560**
วันจัดกิจกรรมวันสุดท้าย **10/04/2567**



รายได้จากการจัดกิจกรรมเปิดพื้นที่ย่านวัฒนธรรม

รายได้ก่อนจัด กิจกรรม (บาท/ครั้ง)	รายได้หลังจัด กิจกรรม (บาท/ครั้ง)	ร้อยละของ รายได้ก่อน-หลัง (%)
<u>2,331</u>	<u>25,048</u>	<u>974.74</u>



ที่ สศส. 06/ 186

14 มีนาคม 2567

เรื่อง ขออนุมัติโครงการที่ข้อมูลของหน่วยวิจัยที่เคยได้รับทุนจาก บพท. เพื่อเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับ

เรียน ผู้อำนวยการหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่

นายอรรถพร ฤกษ์พิบูลย์
ผู้อำนวยการและจัดการทุน
ด้านการพัฒนาระดับพื้นที่
เลขที่ 15 มี.ค. 2567
วันที่ 15 มี.ค. 2567
เวลา 15.30 น.

ด้วย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ สศส. มีแผนดำเนินงานโครงการ
ศึกษาระบบการพัฒนา Local assets to Local stories เพื่อตอบโจทย์นโยบาย Soft Power ของรัฐบาล
ที่ต้องการเสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น และขยายผลจัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand
Creative Design Center: TCDC) ในพื้นที่ต่างจังหวัด สำหรับเป็นแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายและแนวทางการ
พัฒนารัฐกิจท้องถิ่น ให้สามารถขยายผลไปสู่ระดับประเทศและระดับสากลต่อไปได้

กรอบงานที่จะช่วยสนับสนุนให้นโยบายนี้ประสบความสำเร็จ สศส. เห็นว่า ควรจะกลับมาให้ความสำคัญกับกระบวนการบ่มเพาะที่ตั้งแต่ต้นมาจากสินทรัพย์ท้องถิ่น (Local Assets) ซึ่ง สศส. ได้ทดลองนำหลักการ
ดังกล่าวมาพัฒนาด้วยการใช้กระบวนการ Design Thinking และ Storytelling โดยประยุกต์ใช้วิธีการนี้กับ
หลายพื้นที่แล้ว พบว่าได้ผลลัพธ์เชิงบวก อย่างไรก็ตามกระบวนการที่ สศส. ลงมือทำที่ผ่านมา ยังเป็นลักษณะ
ของ Project based ที่ยึดสินทรัพย์บางเรื่องมาต่อยอดเท่านั้น ยังไม่ได้สร้างเป็นกระบวนการหรือระบบที่
จะสามารถนำไปใช้วางรากฐานในระดับพื้นที่ได้อย่างยั่งยืนเท่าที่ควร สศส. จึงต้องการศึกษาระบบการ
พัฒนา Local assets to Local stories จากสินทรัพย์ท้องถิ่น โดยตั้งต้นจากฐานข้อมูลที่หน่วยงานทั้งส่วน
กลางและจังหวัดได้ทำการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลไว้แล้ว นำมาพัฒนาเป็นเรื่องเล่า (Local Stories)
ผ่านมีเดียอาชีพ เพื่อเป็นตัวอย่างการใช้ประโยชน์ให้นักสร้างสรรค์นำไปต่อยอดเป็นสินค้า คอนเทนต์และ
บริการต่อไป

ปัจจุบัน สศส. อยู่ระหว่างจัดหาที่ปรึกษาเพื่อร่วมดำเนินงานในโครงการดังกล่าว และจากข้อมูล
รายงานประจำปีของหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) พบว่า ทางหน่วยมีการ
ให้ทุนกับสถาบันอุดมศึกษาในหลายแห่ง ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก การบ่มเพาะ
ที่ 2 การจัดการทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งมองว่าน่าจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ สศส. ในกรณีนี้ จึง
จะขอความอนุเคราะห์มายังท่าน โปรดให้คำแนะนำและข้อมูลติดต่อของหน่วยวิจัยที่เคยได้รับทุน
จาก บพท. ที่มีขอบเขตงานใกล้เคียงกับงานที่ สศส. ตั้งใจดำเนินการ เพื่อแสวงหาความร่วมมือและเชื่อมโยง
การทำงานร่วมกันต่อไป ทั้งนี้ได้แนบร่าง Concept Idea ของโครงการมาให้ท่านพิจารณาตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

ขอแสดงความนับถือ



(นายชคริต พิษยางกูร)

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ขอแสดงความนับถือ
นายอรรถพร ฤกษ์พิบูลย์
ผู้อำนวยการและจัดการทุน
ด้านการพัฒนาระดับพื้นที่
เลขที่ 15 มี.ค. 2567
วันที่ 15 มี.ค. 2567
เวลา 15.30 น.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ / อินทราพิพัทธ์ โทร. 02-105-7441 ต่อ 219



เทศบาลในพื้นที่ดำเนินงาน



การจัดการย่านวัฒนธรรม ประเทศญี่ปุ่น

กรณีศึกษา : ย่านประวัติศาสตร์คุราชิกิบัง เมืองคุราชิกิ จังหวัดโอคายาม่า ประเทศญี่ปุ่น



คะโอรุ อิโต นายกเทศมนตรีเมืองคุราชิกิ

การจัดการเทศกาลวัฒนธรรม ประเทศญี่ปุ่น

กรณีศึกษา : เทศกาลควาโกเอะ เมืองไซตามะ และเมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น





“ธัชภูมิ”

วิทยาลัยเพื่อการพัฒนาพื้นที่

TACIT: Thailand Academy for Area

Collaboration, Innovation and Transformation

หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)



ที่มามีความสำคัญ และเป้าหมายของการจัดตั้ง “ธัชภูมิ”

สร้างคน

สร้างความรู้

สร้างสถาบันความรู้
เฉพาะทาง

ขยายผล สร้างการ
เปลี่ยนแปลง

หน่วย บพท. ได้เล็งเห็นความจำเป็นต้อง
เพิ่มอัตราเร่งในการสร้างคน สร้างความรู้และสร้างสถาบัน
ความรู้เฉพาะทางเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นตัวเร่งและตัวหนุนเสริม
การพัฒนาคุณภาพทางวิชาการของมหาวิทยาลัยที่กระจาย
ตัวอยู่ในพื้นที่ รวมถึงการเร่งยกระดับความรู้จากงานวิจัย
เชิงพื้นที่ให้ขึ้นสู่ระดับทฤษฎีและกระบวนการสร้างความรู้
(Theory&Epistemology) การสังเคราะห์ความรู้เพื่อ
เชื่อมโยงสู่นโยบายและพัฒนางานวิชาการ ทั้งด้าน
สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีที่มี
ผลต่อการพัฒนาพื้นที่



กรอบแนวคิด “ธัชภูมิ”

วิทยสถาน “ธัชภูมิ” เพื่อการพัฒนาพื้นที่ เป็นกลุ่มของสถาบันความรู้และแพลตฟอร์มความรู้เพื่อการพัฒนาพื้นที่ ที่ทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มเชื่อมโยงและสังเคราะห์ความรู้ของเครือข่ายวิจัย สถาบันและศูนย์วิจัยต่างๆ ของประเทศที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่ ทั้งศาสตร์และศิลป์ที่นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิต ความยั่งยืน เสริมสร้างโอกาสและความเป็นธรรมเพื่อประชาชนในพื้นที่

“ธัชภูมิ” ตั้งอยู่บนฐานแนวคิดของการยกระดับระบบโครงสร้างพื้นฐานความรู้ (Knowledge Infrastructure System) ของสังคม กลไกและกระบวนการของ “ธัชภูมิ” จะเชื่อมโยงกับสถาบันความรู้และเครือข่ายวิชาการเพื่อการพัฒนาพื้นที่ต่างๆ ของประเทศ อาทิ เครือข่ายมหาวิทยาลัย ภาคประชาสังคม ตลอดจนสถาบันความรู้เฉพาะด้านต่างๆ ผ่านการทำงานร่วมกับแผนงานวิจัยสำคัญที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก บพท. เพื่อยกระดับแนวคิด ทฤษฎี สร้างชุดความรู้ที่สามารถส่งออกสู่สากล รวมถึงการผลักดันข้อเสนอเชิงนโยบาย (System based Research) เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงนำไปสู่การพัฒนาพื้นที่ และสร้างโอกาสทางสังคม

กิจกรรม



Output-Outcome

- เอกสารวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี ประสพการณ์
- หลักสูตรพัฒนานักวิจัยเชิงพื้นที่
- นักจัดการการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่
- ข้อเสนอแนะหรือกรอบนโยบายใหม่
- ระบบข้อมูล
- Policy papers
- เครือข่ายวิชาการ ทั้งใน-ต่างประเทศ
- เครือข่ายท้องถิ่นร่วมขับเคลื่อน-เครือข่ายหน่วยงานร่วมสนับสนุน
- คลิป-ข่าว เพื่อสื่อสารสาธารณะ

พื้นที่คือคำตอบและโอกาสใหม่

กรอบแนวคิดธัชภูมิ





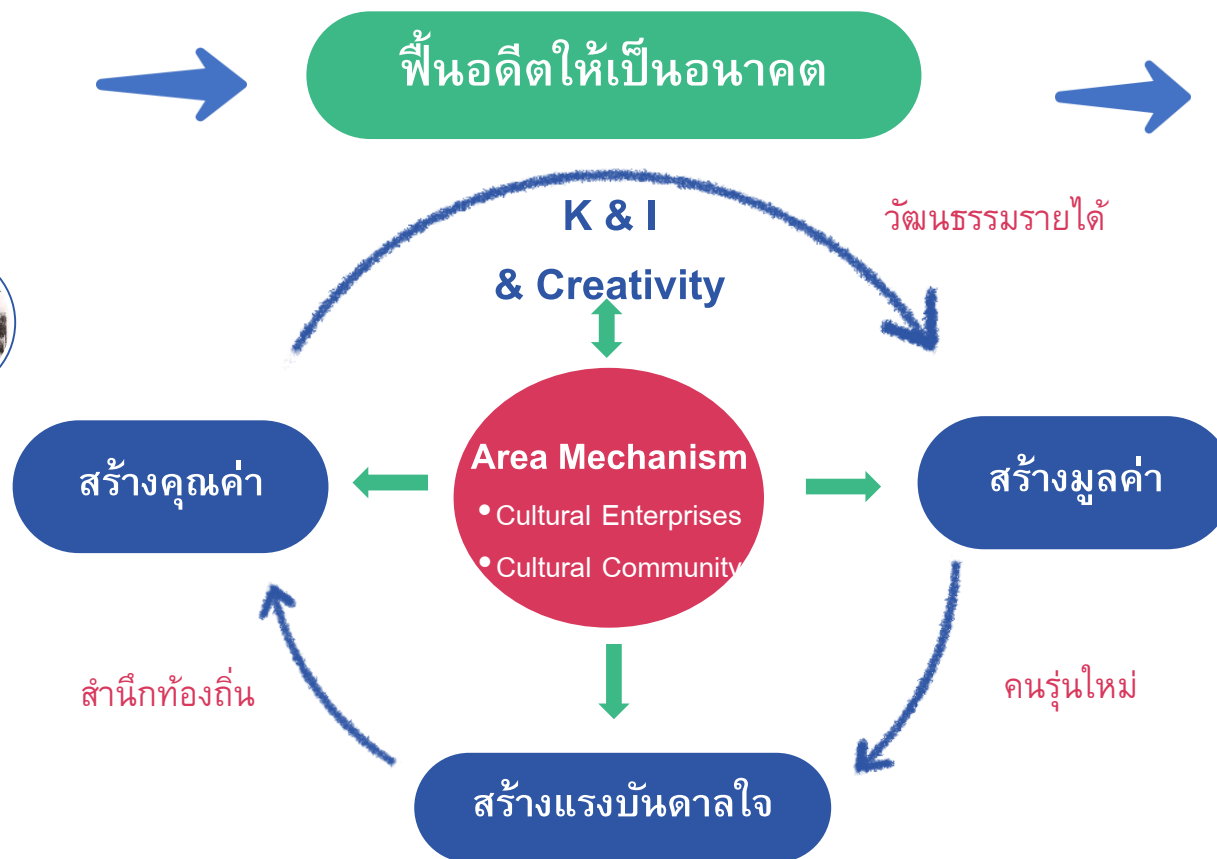
5

สถาบัน
รัชภูมิ



“สถาบันความรู้เพื่อจัดการ
ทุนทางวัฒนธรรม”

สถาบันความรู้เพื่อจัดการทุนทางวัฒนธรรม



“ สถาบันความรู้เพื่อจัดการทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital Management Institute) ”

แผนที่วัฒนธรรม
(CULTURAL MAP)

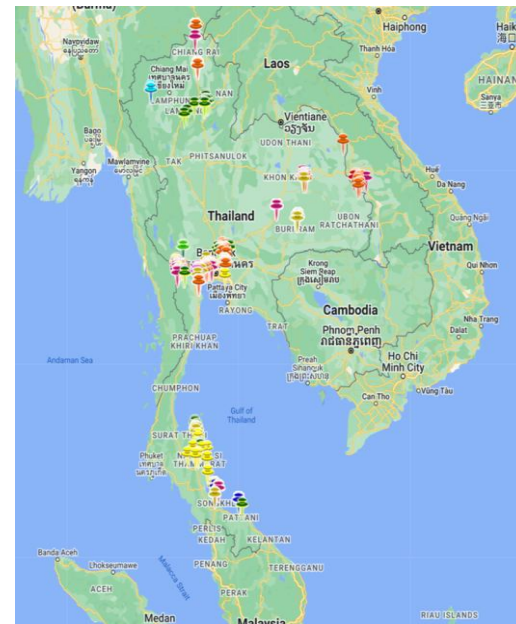
องค์ความรู้ :
การจัดการทุนทางวัฒนธรรม
ทฤษฎีและปฏิบัติการ

เครื่องมือสังเคราะห์ศักยภาพ
วัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สอดคล้อง
กับบริบทของพื้นที่

หลักสูตร-แนวทางการ
พัฒนานักจัดการทุนทาง
วัฒนธรรม

Showroom
CULTURE CONNEX

แนวทางการสร้างสรรค์
และออกแบบผลิตภัณฑ์
และบริการทางวัฒนธรรม





สถาบันความรู้เพื่อพัฒนา
เศรษฐกิจชุมชน

สถาบันความรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (Local Economy Development Institute)

“ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน”

สถาบันได้บุกเบิกชุดความรู้ว่าด้วยเศรษฐกิจชุมชนและค้นพบข้อต่อคานงัดที่เชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจของพื้นที่ผ่านการคลี่ภาพ/วิเคราะห์ Network Value Chain จนทำให้เกิดการกระจายรายได้และสัดส่วนแบ่งรายได้ที่เป็นธรรม

Entry Point สำคัญในการพัฒนา Local Economy คือ “**Local Enterprises-LE**” ธุรกิจที่เข้ามา-หากิน สร้างท้องถิ่นให้แข็งแกร่ง บนฐานทรัพยากรพื้นที่น ภายใต้เงื่อนไข 3 ข้อ

1. ใช้ทรัพยากรพื้นที่นมาสร้างมูลค่า
2. สร้าง/จ้างงานคนในพื้นที่
3. มีโครงสร้างการกระจายรายได้ถึงคนฐานราก

กลไกการขับเคลื่อนงาน “คน-ของ-ตลาด”

หลักคิด

มุ่ง Empower “คน” (ธุรกิจ)
โดย Engage data “ตลาด”
สร้าง “ของ” (สินค้า) ตอบโจทย์
และตรงใจผู้บริโภค

กระบวนการ

เปลี่ยน Mindset
ปลูก skill
ปรับ Management



GAP function

01 เห็นปัญหา

การกระจุกแต่ไม่กระจายตัว
ของรายได้ / ความเป็นธรรม
/ การไม่มีอำนาจต่อรอง

02 สร้างโอกาส

การใส่คุณค่าและมูลค่าเพิ่ม
• value addition
• value creation

เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ LE
ถึง **14%** โดยสามารถเพิ่ม
สัดส่วนแบ่งรายได้สู่ฐานราก

จากเดิม 7%

เป็น **17%**

“



สถาบันเกอูลเศรษฐกิจชุมชน

Institute for Local Economy Foundation

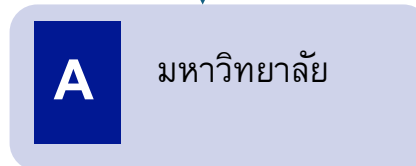
”

- ให้คำปรึกษาและแนะนำแนวทางในการแก้ปัญหาเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการ (LE-Business Platform Coaching & consult Practice) เช่น การจัดการด้านเงินทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและตอบโจทย์ความต้องการของตลาด การปรับตัวในการทำธุรกิจในสภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เป็นต้น



โดยคาดหวังผลักดันแพลตฟอร์มทั้งสองในการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่กว่า 100,000 กลุ่ม/ราย ทั่วประเทศ ภายในปี 2570 เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์ State of Development for Thai Local Enterprises จาก Deep LE-Data

สถาบันเกอูลเศรษฐกิจชุมชน CORE STRUCTURE



- พัฒนานักวิจัยมหาวิทยาลัยผ่านกลไกทุนวิจัย
- Knowledge+Innovation

มหาวิทยาลัยจำนวน **10-15** แห่ง
มหาวิทยาลัย Boost LE ที่ผ่านธุรกิจบ้านกัน
มหาวิทยาลัย “Diamond Project”



- LE-Business Platform Coaching & consulting Practice
- WOW-ชุดความรู้ ที่ถูกต้อง และเครื่องมือ

ผู้ประกอบการ LE **200** ราย
ผ่านกิจกรรม Financing literacy (ประตูเศรษฐกิจ เศรษฐกิจเรือนใน)
ผู้ประกอบการ LE XXX ราย
ผ่านกิจกรรม Business Management (เศรษฐกิจเรือนนอก และ WOW การตลาด)

ยกระดับและพัฒนาขีดความสามารถ LE

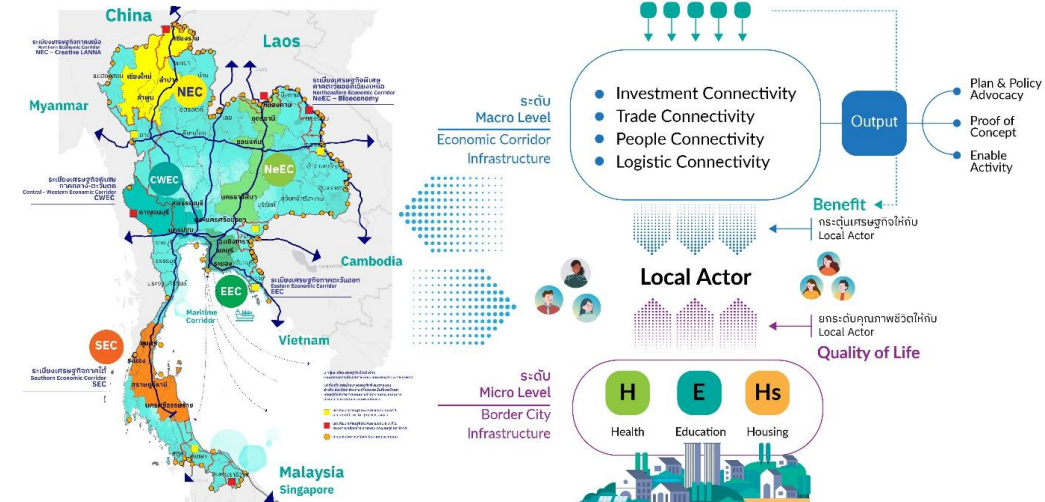
- มูลค่าสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มขึ้น 10 %
- ชุมชน/กลุ่มเป้าหมายมีรายได้เพิ่มขึ้น 15 %

อัตราการเติบโตของมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก/เศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่เป้าหมายบนฐานทุนทรัพยากร/วัฒนธรรมในพื้นที่

“สถาบันความรู้เพื่อการพัฒนาเมือง (City Development Institute)”

กรอบแนวคิด

“การพัฒนาเมือง” เป็นกุญแจสำคัญของการพัฒนาเชิงโครงสร้างที่เน้นการสร้างผู้เล่นใหม่ๆ และการลงทุนใหม่ๆ ในเมือง เพื่อพัฒนาเมืองให้เป็นศูนย์เศรษฐกิจและการจ้างงานในพื้นที่ใกล้บ้าน **โจทย์หลักของการพัฒนาเมือง คือ การค้นหาและเสริมความเข้มแข็งของกลไกขับเคลื่อนใหม่ (New engine of growth)** การสร้างเป้าหมายและวาระการพัฒนาร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่ การหาแนวทางส่งเสริมการลงทุนและแหล่งทุนเพื่อกิจการพัฒนาเมือง และการสร้างกระบวนการขับเคลื่อนทิศทางการพัฒนาเมืองด้วยข้อมูล



“สถาบันความรู้เพื่อการพัฒนาเมือง (City Development Institute)”

Institution for Networking





สถาบันความรู้เพื่อเสริมพลังท้องถิ่น

“ สถาบันความรู้เพื่อเสริมพลังท้องถิ่น (Local Government Capacity Building Institute) ”

กรอบแนวคิด

เพื่อยกระดับระบบโครงสร้างพื้นฐานทางความรู้เพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยดำเนินงานร่วมกับสมาคมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการขยายผลลัพท์และผลกระทบจากงานวิจัยไปสู่การเปลี่ยนแปลงในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนการเชื่อมโยงและผลักดันสู่ระดับนโยบาย และลงมาสู่การปฏิบัติที่ตอบโจทย์ตามความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง

เป้าหมาย

1. เพิ่มความสามารถในการบริหารงานคลังและความเป็นอิสระทางการคลังโดยการหนุนให้ท้องถิ่นสามารถจัดเก็บรายได้เองมากขึ้น
2. พลิกโฉมการบริหารงานท้องถิ่นด้วยดิจิทัล

Key agenda

- Digital Transformation in Local Government
- Public Finance and Resource Management
- Knowledge and Technology Transfer
- Public Private Partnership and Social Enterprise
- Open Data and Deliberative Space

รายได้ท้องถิ่นที่จัดเก็บเอง
เพิ่มขึ้น

ความโปร่งใส
ของระบบการคลังท้องถิ่น

ประสิทธิภาพ
ของการจัดการท้องถิ่น

“

สถาบันความรู้เพื่อเสริมพลังท้องถิ่น (Local Government Capacity Building Institute)

”

Fiscal Autonomy

มาตรการที่ผ่านการทดลองแล้ว อาทิ การพัฒนาระบบงาน ฐานข้อมูล และกระบวนการบริหารจัดการรายได้ท้องถิ่น มาตรการกระตุ้นเชิงพฤติกรรมศาสตร์การรับชำระภาษี/ค่าธรรมเนียม ผ่านระบบออนไลน์การสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในด้านการบริหารจัดการภาษี มาตรการทางกฎหมายเพื่อเพิ่มรายได้ท้องถิ่น การเพิ่มฐานรายได้ท้องถิ่น

Digital Transformation

พลิกโฉมการพัฒนาท้องถิ่นด้วยดิจิทัล ด้วยต้นแบบระบบและแพลตฟอร์มสารสนเทศ ERP และ AI เพื่อการบริหารองค์กรปกครองท้องถิ่น ได้แก่ ระบบ NEXTGOV และ CONVERGOV ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มบริการประกอบด้วยระบบย่อย ได้แก่ ระบบงบประมาณ พัสดุ การเงิน บัญชี รองรับการวางแผนและจัดทำคำของบประมาณ การจัดทำแผนงานและติดตามการดำเนินงานของโครงการทั้งหมดของ อปท. และสามารถรองรับการเชื่อมต่อข้อมูลจากระบบงานอื่นๆ ทั้งของกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานงบประมาณ และกระทรวงการคลัง

ขยายผลผ่านการทำหลักสูตรผู้นำท้องถิ่น และผู้นำการพัฒนาเมืองด้วยนวัตกรรม



“

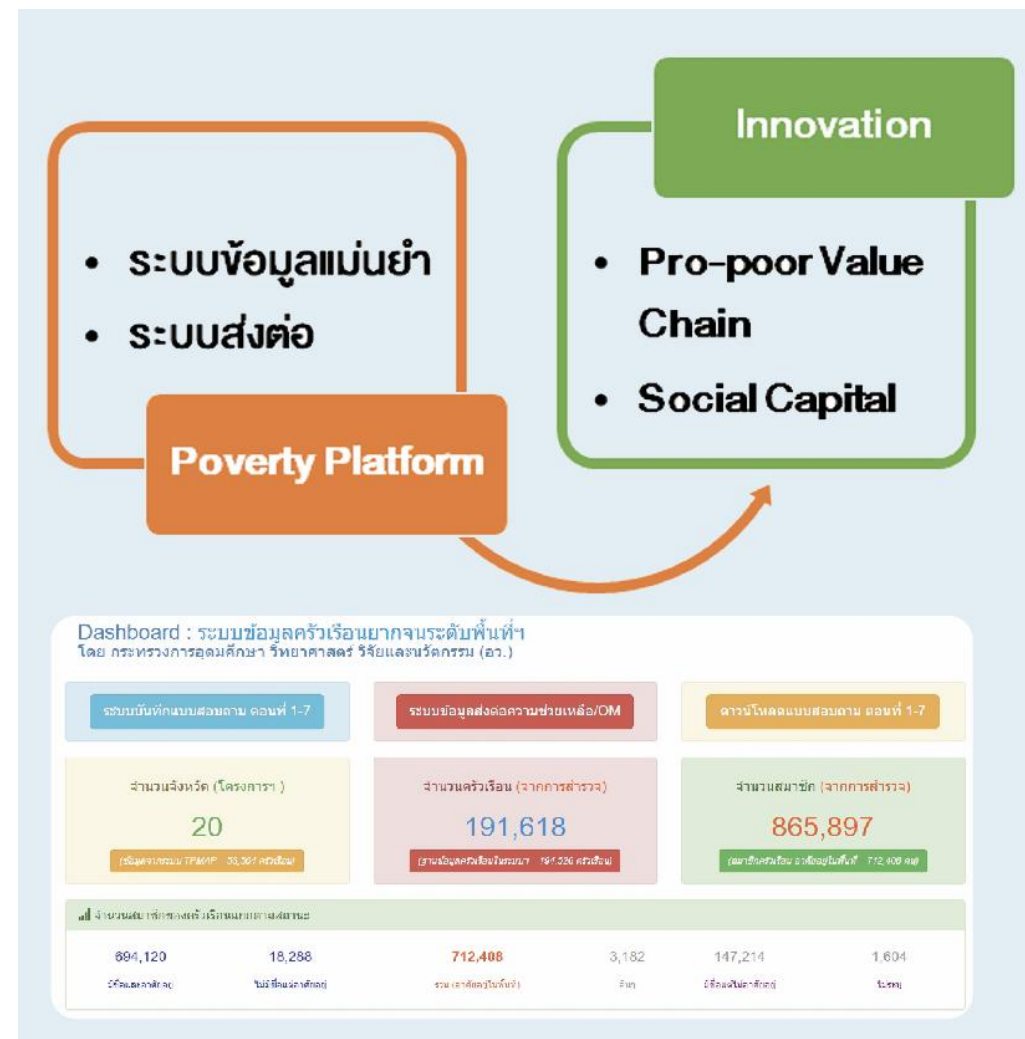
สถาบันความรู้เพื่อสร้างโอกาสทางสังคม

”

“สถาบันความรู้เพื่อสร้างโอกาสทางสังคม (Poverty Alleviation & Social Mobility Enhancement Institute)”

กรอบแนวคิด

- การจัดการแก้ไขปัญหาความยากจนด้วยระบบข้อมูลที่แม่นยำและเบ็ดเสร็จ และการมีส่วนร่วมของหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุดและเหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่
- สร้างนวัตกรรมทางสังคมเพื่อยกระดับรายได้ของครัวเรือนยากจนด้วยความร่วมมือของภาคีในพื้นที่
- หนุนเสริมให้คนจน สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
- สร้างโอกาสในการยกระดับฐานะทางสังคม (Social Mobility) ของครัวเรือนยากจนให้สูงขึ้น



1 ระบบค้นหาและสอบถามข้อมูล

336,239 คน
 TMAP 2562
 (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564)

217,798ครัวเรือน
หรือ 983,427 คน
 PPPConnext 2563-2565
 (ข้อมูล ณ วันที่ 10 มกราคม 2566)



	TMAP (2562)	จำนวนครัวเรือน	ไม่อยู่ใน PPPCONNEXT	อยู่ใน PPPCONNEXT
ศรีสะเกษ		18,028	3,441	14,587
พิษณุโลก		13,831	347	13,484
	PPPConnext (2563-2565)	จำนวนครัวเรือน	ไม่อยู่ใน TMAP	อยู่ใน TMAP
ศรีสะเกษ		19,261	4,443	14,818
พิษณุโลก		15,291	1,278	14,013

2 ระบบวิเคราะห์ปัญหาและฐานทุน



3 ระบบส่งต่อความช่วยเหลือ

บ้านพอเพียง **10,093** ครัวเรือน
 บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ **55,992** ครัวเรือน



คำถามหลัก

คนจน คือใคร อยู่ที่ไหน ?
สาเหตุความจน ศักยภาพคนจน ?
จะฟื้นความจนได้อย่างไร ?



ภาคิเครือข่าย



กลไกความร่วมมือเพื่อจัดความยากจน



กลไกความร่วมมือระดับพื้นที่ ศพพ. มหาวิทยาลัย กสศ. ภาคประชาชน

4 Pro-Poor Value Chain & Social Mobility



ขยายทุนทางสังคม



สร้างโอกาส อาชีพและรายได้