วารสารพัฒนาสังคมและการวิจัยเชิงปัญญา
Journal of Social Development and Wisdom Research

การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทุนชุมชน

Creating a creative economy through community capital

สุภัสรา บุญเรือง

Supasara Boonreang

คณะวิทยาการจัดการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิค

Faculty of Management, Pacific Institute Of Management Science

Corresponding author e-mail: Supasara_pu@hotmail.com Tel. 090-330-5858

Received : 26/08/2026 Revised : 09/09/2026 Accepted: 10/09/2026

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ ศึกษา การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทุนชุมชน มีวัตถุประสงค์ เพื่อ สังเคราะห์แนวคิดที่ใช้ในการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนชุมชนซึ่งเป็นฐานทรัพยากรที่ประกอบด้วยทุนหลายมิติและทุนแต่ละประเภทสามารถนำมาเชื่อมโยงเพื่อสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์ของชุมชน การนำความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ทักษะทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และทรัพย์สินทางปัญญามาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ โดยมิได้มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มปริมาณการผลิต หากแต่ให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่าง การพัฒนาอัตลักษณ์ และการสร้างคุณค่าที่เชื่อมโยงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับประเทศและระดับพื้นที่ โดยเฉพาะในบริบทที่ชุมชนสามารถนำทรัพยากรและองค์ความรู้ที่มีอยู่มาแปรเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีคุณค่าและมีเอกลักษณ์

ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทุนชุมชนเป็นกระบวนการเปลี่ยนทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทรัพยากรมนุษย์ และเครือข่ายทางสังคมของชุมชน ผ่านความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ นวัตกรรม และเทคโนโลยี ไปสู่ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอัตลักษณ์และความแตกต่าง ซึ่งนำไปสู่การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูทุนชุมชน ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดทุนชุมชน สร้างความแตกต่างด้วยอัตลักษณ์ของชุมชน เพิ่มมูลค่าให้ทุนชุมชนด้วยการออกแบบ พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ สร้างเรื่องราวและคุณค่าทางประสบการณ์ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและดิจิทัล

คำสำคัญ: เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ; ทุนชุมชน; ทุนทางวัฒนธรรม; ทุนภูมิปัญญาท้องถิ่น

ABSTRACT

The objective of this research is to synthesize concepts used in building a creative economy by utilizing community capital, a resource base comprising multiple dimensions. Each type of capital can be linked to enhance community creative capabilities. This involves applying creativity, knowledge, cultural skills, wisdom, and intellectual property to create added value for goods and services. The focus is not solely on increasing production volume, but rather on creating differentiation, developing identity, and establishing value linked to social and cultural contexts. The creative economy thus plays a crucial role in economic development at both national and regional levels, particularly in contexts where communities can transform existing resources and knowledge into valuable and unique economic products, services, or activities.

The study found that the approach to creating a creative economy through community capital is a process of transforming cultural capital, wisdom, human resources, and social networks of communities through creativity, design, innovation, and technology into products or services with unique identities and differentiation. This leads to the creation of economic, social, cultural, and environmental value and added value through the conservation and restoration of community capital; the use of creativity to build upon community capital; differentiation through community identity; adding value to community capital through design; developing creative products and services; creating narratives and experiential value; and applying technology and digital tools.

Keywords: creative economy; community capital; cultural capital; local wisdom capital.

บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับการนำความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ทักษะทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และทรัพย์สินทางปัญญามาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ โดยมิได้มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มปริมาณการผลิต หากแต่ให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่าง การพัฒนาอัตลักษณ์ และการสร้างคุณค่าที่เชื่อมโยงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับประเทศและระดับพื้นที่ โดยเฉพาะในบริบทที่ชุมชนสามารถนำทรัพยากรและองค์ความรู้ที่มีอยู่มาแปรเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีคุณค่าและมีเอกลักษณ์ (Amabile,1996)

ในระดับชุมชน แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับแนวคิดเรื่อง ทุนชุมชน (Community Capital) ซึ่งหมายถึงทรัพยากรและศักยภาพที่ชุมชนมีอยู่ ทั้งทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนมนุษย์ ทุนภูมิปัญญา ทุนธรรมชาติ และทุนทางเศรษฐกิจ ทุนดังกล่าวมิได้เป็นเพียงทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเท่านั้น แต่สามารถนำมาบูรณาการและต่อยอดผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาเป็นสินค้า บริการ และกิจกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ การนำทุนชุมชนมาใช้จึงเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรท้องถิ่น ตลอดจนสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและเสริมสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเองของชุมชน (Becker,1964)

การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทุนชุมชนยังเกี่ยวข้องกับกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ เนื่องจากองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรม และทรัพยากรท้องถิ่นล้วนเป็นองค์ประกอบที่เกิดจากการสั่งสมและถ่ายทอดภายในชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงไม่ควรพิจารณาเฉพาะมิติของผลิตภัณฑ์หรือผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ แต่ควรพิจารณาถึงกระบวนการที่ทำให้สมาชิกชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นหาอัตลักษณ์ การอนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญา การสร้างนวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างตลาด ทั้งนี้ การผสมผสานระหว่างทุนที่มีอยู่ในชุมชนกับความคิดสร้างสรรค์สามารถนำไปสู่การสร้างคุณค่าใหม่โดยยังคงรักษารากฐานทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นไว้

อย่างไรก็ตาม จากการพิจารณาแนวคิดและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่าแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนชุมชนมีการอธิบายผ่านหลายมิติและหลายสาขาวิชา ทั้งด้านเศรษฐศาสตร์ การจัดการ การพัฒนาชุมชน การท่องเที่ยว วัฒนธรรม การออกแบบ และนวัตกรรม ส่งผลให้แนวคิดที่สามารถนำมาใช้ในการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทุนชุมชนมีความหลากหลายและมีองค์ประกอบที่แตกต่างกัน การสังเคราะห์แนวคิดดังกล่าวจึงมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจว่า ทุนประเภทใดสามารถนำมาใช้เป็นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระบวนการใดที่ทำให้ทุนชุมชนสามารถเปลี่ยนเป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยหรือกลไกใดที่สนับสนุนให้การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชนสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ดังนั้น บทความวิชาการเรื่อง “การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทุนชุมชน” จึงมุ่งสังเคราะห์แนวคิดและองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนชุมชนเป็นฐาน เพื่อจัดระบบองค์ความรู้จากแนวคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอความเชื่อมโยงระหว่างทุนชุมชน กระบวนการสร้างสรรค์ การสร้างคุณค่า และผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคม อันจะนำไปสู่กรอบแนวคิดที่สามารถใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาวิจัยและการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชนต่อไป

แนวคิดทุนชุมชน

ทุนชุมชน (Community Capital) หมายถึง ทรัพยากร ศักยภาพ ความรู้ ความสัมพันธ์ และสิ่งที่มีคุณค่าซึ่งชุมชนมีอยู่หรือสามารถนำมาพัฒนาและใช้ประโยชน์ร่วมกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็ง คุณภาพชีวิต

และมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน ทุนชุมชน ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ ทุนการเงิน/เศรษฐกิจ และ ทุนภูมิปัญญา (Becker,1964)

ทุนมนุษย์ (Human Capital) หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ คุณลักษณะ และศักยภาพที่สะสมอยู่ในตัวบุคคล ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน การสร้างคุณค่า และเพิ่มผลิตภาพให้แก่บุคคล องค์การ และเศรษฐกิจโดยรวม โดยทุนมนุษย์แตกต่างจากทรัพย์สินทั่วไปตรงที่เป็นทุนที่อยู่ภายในตัวบุคคล และสามารถพัฒนาเพิ่มขึ้นได้ผ่านการศึกษา การฝึกอบรม การเรียนรู้ และประสบการณ์ในการทำงาน

แนวคิดพื้นฐานของทุนมนุษย์ได้รับการพัฒนาอย่างสำคัญจาก Becker (1964) ซึ่งอธิบายว่า การศึกษา การฝึกอบรม และการลงทุนในความรู้และทักษะของบุคคลเป็นรูปแบบหนึ่งของการลงทุนที่สามารถก่อให้เกิดผลตอบแทนทั้งในรูปของรายได้ ความสามารถในการทำงาน และผลิตภาพที่เพิ่มขึ้นต่อมา Schultz (1961) เสนอว่า ทุนมนุษย์เป็นผลจากการลงทุนในมนุษย์ โดยเฉพาะด้านการศึกษา การฝึกอบรม สุขภาพ และการพัฒนาความสามารถ ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการผลิตและสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ ในมุมมองร่วมสมัย OECD (2022) ให้ความสำคัญกับทุนมนุษย์ในฐานะองค์ประกอบของทุนที่สะท้อน ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะของบุคคลที่ช่วยให้บุคคลสามารถสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับตนเองและมีส่วนสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม

องค์ประกอบสำคัญของทุนมนุษย์ ประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) ความรู้ทางวิชาการ ความรู้เฉพาะด้าน และความรู้ที่เกิดจากการทำงาน, ทักษะ (Skills) ความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน, ความสามารถ (Competencies) ความสามารถในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเป้าหมาย ประสบการณ์ (Experience) ความรู้และความชำนาญที่สะสมจากการทำงานและการเรียนรู้, การศึกษา (Education) การพัฒนาความรู้และศักยภาพผ่านระบบการศึกษา, การฝึกอบรมและการเรียนรู้ (Training & Learning) การพัฒนาความสามารถให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง, คุณลักษณะของบุคคล (Personal Attributes) เช่น ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการปรับตัว และความรับผิดชอบ และสุขภาพ (Health) ศักยภาพทางกายและจิตใจที่สนับสนุนความสามารถในการทำงาน

ทุนทางสังคม (Social Capital) หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่ม และองค์กรในสังคม ซึ่งประกอบด้วยเครือข่ายทางสังคม บรรทัดฐาน ความไว้วางใจ และความร่วมมือที่ช่วยให้สมาชิกสามารถประสานงาน แลกเปลี่ยนทรัพยากรและข้อมูล และดำเนินกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่บุคคล กลุ่ม และส่วนรวม โดย World Bank อธิบายทุนทางสังคมในลักษณะของ กลุ่ม เครือข่าย บรรทัดฐาน และความไว้วางใจที่บุคคลสามารถนำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ สำหรับบริบทชุมชนไทย ทุนทางสังคมยังครอบคลุมสิ่งดีงามที่สังคมสั่งสมและต่อยอด ตลอดจนการรวมตัวของคนเพื่อสร้างประโยชน์ส่วนรวม โดยมีพื้นฐานสำคัญจาก ความไว้วางใจ ความผูกพัน และความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรม องค์ประกอบของทุนทางสังคม จากแนวคิดของนักวิชาการและ World Bank สามารถสังเคราะห์

องค์ประกอบสำคัญได้ 6 องค์ประกอบ 1. เครือข่ายทางสังคม (Social Networks) ความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงระหว่างบุคคล กลุ่ม องค์กร และหน่วยงาน ซึ่งเอื้อต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูล ทรัพยากร และความช่วยเหลือ

กลุ่มอาชีพ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายผู้ผลิต เครือข่ายผู้นำชุมชน 2. ความไว้วางใจและความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน (Trust & Solidarity) ความเชื่อมั่นระหว่างสมาชิกว่าบุคคลอื่นจะปฏิบัติอย่างซื่อสัตย์ รับผิดชอบ และคำนึงถึงประโยชน์ร่วมกัน สมาชิกกลุ่มเชื่อมั่นในผู้นำและสามารถร่วมลงทุนหรือทำกิจกรรมร่วมกัน 3. การช่วยเหลือและการตอบแทนซึ่งกันและกัน (Mutual Help & Reciprocity) การให้ความช่วยเหลือ การแบ่งปันทรัพยากร และการตอบแทนซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก ช่วยกันผลิตสินค้า แบ่งปันวัตถุดิบ ถ่ายทอดความรู้ หรือช่วยเหลือในยามเกิดปัญหา 4. ความสามัคคีและการมีส่วนร่วมของสมาชิก (Social Cohesion & Inclusion) ความสัมพันธ์ที่ทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ยอมรับความแตกต่าง และร่วมกันแก้ไขปัญหา คนในชุมชนร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์และไม่กีดกันสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ 5. การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Participation) การเข้าร่วมกิจกรรม กลุ่ม องค์กร หรือกระบวนการตัดสินใจของชุมชน การเข้าร่วมประชุมกลุ่มอาชีพ การจัดงานประเพณี หรือกิจกรรมพัฒนาชุมชน 6. การสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูล (Information & Communication) ความสามารถของสมาชิกในการเข้าถึง แลกเปลี่ยน และใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์ร่วมกัน การใช้ Line, Facebook หรือเครือข่ายชุมชนในการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านตลาดและการผลิต

องค์ประกอบทั้ง 6 ด้านนี้สอดคล้องกับกรอบการวัดทุนทางสังคมของ Grootaert et al. (2004) ซึ่งประกอบด้วย เครือข่ายทางสังคม ความไว้วางใจและความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน การช่วยเหลือและการตอบแทนซึ่งกันและกัน ความสามัคคีและการอยู่ร่วมกัน การมีส่วนร่วมทางสังคม และข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร

ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดจากความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ภาษา วิถีชีวิต ประเพณี ศิลปะ ภูมิปัญญา และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่บุคคลหรือชุมชนสั่งสม ถ่ายทอด และนำมาใช้ในการดำรงชีวิต รวมถึงสามารถนำไปสร้างคุณค่าทางสังคม เศรษฐกิจ และอัตลักษณ์ของชุมชนได้ แนวคิดทุนวัฒนธรรมได้รับการพัฒนาอย่างสำคัญโดย Pierre Bourdieu ซึ่งมองว่าทุนวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรที่บุคคลสะสมผ่านการเรียนรู้และการขัดเกลาทางสังคม และสามารถเปลี่ยนเป็นความได้เปรียบทางสังคมในบริบทต่าง ๆ ได้ (Bourdieu, 1986) ในระดับชุมชน ทุนวัฒนธรรมจึงมิได้หมายถึงเพียง โบราณสถาน ศิลปวัตถุ หรือประเพณี เท่านั้น แต่ครอบคลุมทั้งสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา อาหาร งานหัตถกรรม ดนตรี การแต่งกาย ตลอดจนค่านิยมและวิถีชีวิตที่สะท้อนอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่

องค์ประกอบสำคัญของทุนวัฒนธรรม ประกอบด้วย 1. ความรู้และภูมิปัญญา ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่สั่งสมและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น การทอผ้า การจักสาน การย้อมสีธรรมชาติ การแพทย์พื้นบ้าน 2. ภาษาและการสื่อสาร ภาษา คำศัพท์ สำเนียง สำนวน และรูปแบบการสื่อสารที่สะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่ม

ภาษาถิ่นล้านนา คำเมือง สำนวนและคำเรียกเฉพาะท้องถิ่น 3. ความเชื่อและค่านิยมระบบความคิด ความเชื่อ ศีลธรรม และค่านิยมที่กำหนดพฤติกรรมของสมาชิกในชุมชน ความกตัญญู การเคารพผู้สูงอายุ ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ 4. ประเพณีและพิธีกรรม แบบแผนการปฏิบัติที่ชุมชนยึดถือและสืบทอดต่อกันมา ประเพณีสงกรานต์ ยี่เป็ง สืบชะตา ปอยหลวง 5. ศิลปะและการแสดงผลงานและทักษะด้านศิลปะ ดนตรี นาฏศิลป์ และการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ ฟ้อนล้านนา ดนตรีสะล้อ–ซึง งานจิตรกรรมพื้นบ้าน 6. งานหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสิ่งของหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากทักษะ ภูมิปัญญา และรูปแบบทางวัฒนธรรม ผ้าทอ เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ 7. อาหารและภูมิปัญญาด้านอาหารความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบ วิธีการปรุง และวัฒนธรรมการบริโภค อาหารพื้นเมืองล้านนา น้ำพริกอ่อง แกงฮังเล ข้าวซอย 8. วิถีชีวิตและแบบแผนการดำรงชีวิต รูปแบบการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ และความสัมพันธ์ทางสังคมที่สืบทอดในชุมชน วิถีเกษตรกรรม การลงแขก การพึ่งพาอาศัยกัน 9. มรดกทางวัฒนธรรมและแหล่งวัฒนธรรม สถานที่ วัตถุ หรือพื้นที่ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม วัด โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ชุมชน และ10. อัตลักษณ์และเรื่องเล่าของชุมชน เรื่องราว ประวัติศาสตร์ ความทรงจำ และสัญลักษณ์ที่ทำให้ชุมชนมีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น ตำนานท้องถิ่น เรื่องเล่าบรรพบุรุษ สัญลักษณ์ประจำชุมชน

Bourdieu กับทุนวัฒนธรรม Bourdieu (1986) เสนอว่าทุนวัฒนธรรมสามารถพิจารณาได้ 3 รูปแบบสำคัญ ได้แก่ ทุนวัฒนธรรมในรูปแบบที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล (Embodied State) หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ รสนิยม ภาษา และพฤติกรรมที่บุคคลสั่งสมผ่านการเรียนรู้และประสบการณ์ เช่น ช่างฝีมือที่มีทักษะการทอผ้า หรือผู้สูงอายุที่มีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรพื้นบ้าน ทุนวัฒนธรรมในรูปแบบวัตถุ (Objectified State) หมายถึง สิ่งของหรือวัตถุที่สะท้อนความรู้และคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น หนังสือ งานศิลปะ เครื่องมือพื้นบ้าน งานหัตถกรรม เครื่องแต่งกาย และผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ทุนวัฒนธรรมในรูปแบบสถาบัน (Institutionalized State) หมายถึง การรับรองคุณค่าหรือความรู้ทางวัฒนธรรมผ่านสถาบันหรือระบบที่เป็นทางการ เช่น วุฒิการศึกษา ประกาศนียบัตร การรับรองมาตรฐาน หรือการขึ้นทะเบียนมรดกทางวัฒนธรรม ทุนวัฒนธรรมในบริบทการพัฒนาชุมชน หากนำแนวคิดทุนวัฒนธรรมมาใช้ในการศึกษาการพัฒนาชุมชน สามารถสังเคราะห์เป็น 4 มิติหลัก ได้ดังนี้ ทุนวัฒนธรรม ⟶ การอนุรักษ์ ⟶ การสร้างคุณค่า ⟶ การสร้างมูลค่า กล่าวคือ ชุมชนมีทุนวัฒนธรรมเดิม เช่น ภูมิปัญญา ประเพณี ศิลปะ อาหาร งานหัตถกรรม และเรื่องราวท้องถิ่น จากนั้นนำทุนดังกล่าวมาพัฒนาและสร้างสรรค์เป็นสินค้า บริการ กิจกรรม หรือประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างรายได้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการเพิ่มความเข้มแข็งของชุมชนได้ ดังนั้น หากใช้ในงานวิจัยเรื่อง “การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทุนชุมชน” ทุนวัฒนธรรมสามารถกำหนดเป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนชุมชน โดยเน้น ภูมิปัญญาและความรู้ท้องถิ่น ประเพณีและวิถีชีวิต ศิลปะและงานหัตถกรรม อาหารและอัตลักษณ์ ตลอดจนมรดกและเรื่องเล่าทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำมาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน

ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) เป็นแนวคิดสำคัญทางสังคมวิทยาที่พัฒนาโดย Pierre Bourdieu ซึ่งมองว่า “ทุน” ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะทรัพย์สินหรือเงิน แต่รวมถึงความรู้ ทักษะ ความสามารถ รสนิยม แบบแผนการดำเนินชีวิต และทรัพย์สินทางวัฒนธรรมที่บุคคลหรือกลุ่มคนสะสมไว้ และสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างคุณค่า สถานะทางสังคม หรือเปลี่ยนไปเป็นทุนรูปแบบอื่นได้ Bourdieu (1986) อธิบายว่า ทุนวัฒนธรรมมี 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในตัวบุคคล ทุนวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ และทุนวัฒนธรรมในรูปแบบสถาบัน สำหรับบริบทชุมชนไทย แนวคิดทุนวัฒนธรรมสามารถขยายความให้ครอบคลุมทั้ง มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต ประเพณี ความเชื่อ ศิลปะ ภาษา อาหาร งานหัตถกรรม และอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นสินค้า บริการ หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมและสร้างคุณค่าทางสังคมเศรษฐกิจได้ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธรอธิบายว่าทุนวัฒนธรรมสามารถใช้เป็นทุนใน การผลิตสินค้าบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวอยู่

องค์ประกอบของทุนวัฒนธรรม แนวคิดของ Bourdieu มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาทุนวัฒนธรรม สามารถจำแนกองค์ประกอบสำคัญได้ 3 องค์ประกอบ คือ 1. ทุนวัฒนธรรมในตัวบุคคล (Embodied Cultural Capital) ความรู้ ความสามารถ ทักษะ รสนิยม ค่านิยม และแบบแผนการปฏิบัติที่บุคคลสั่งสมและฝังอยู่ในตัวบุคคล ภูมิปัญญาการทอผ้า การทำอาหารพื้นถิ่น การฟ้อนรำ การขับซอ ภาษาถิ่น ความรู้ด้านสมุนไพร 2. ทุนวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Objectified Cultural Capital) สิ่งของ วัตถุ หรือผลงานที่สะท้อนและมีความหมายทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถเก็บรักษา ถ่ายทอด หรือพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้ ผ้าทอ เครื่องจักสาน เครื่องเงิน เครื่องดนตรีพื้นเมือง งานศิลปกรรม โบราณวัตถุ หนังสือ ภาพถ่าย 3. ทุนวัฒนธรรมเชิงสถาบัน (Institutionalized Cultural Capital) การรับรองคุณค่าหรือความรู้ทางวัฒนธรรมโดยสถาบันหรือองค์กร ทำให้ทุนวัฒนธรรมนั้นมีสถานะและได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการ ใบรับรองภูมิปัญญาท้องถิ่น หลักสูตรการเรียนรู้ด้านหัตถกรรม การขึ้นทะเบียนมรดกทางวัฒนธรรม รางวัลหรือมาตรฐานด้านวัฒนธรรม Bourdieu ชี้ให้เห็นว่า ทุนวัฒนธรรมทั้งสามรูปแบบมีความสัมพันธ์กัน เช่น ความรู้และทักษะของช่างฝีมือ (Embodied) สามารถถูกถ่ายทอดออกมาเป็น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (Objectified) และเมื่อได้รับการรับรองจากหน่วยงานหรือสถาบัน ก็สามารถกลายเป็น ทุนวัฒนธรรมเชิงสถาบัน (Institutionalized) ได้

การประยุกต์องค์ประกอบทุนวัฒนธรรมกับบริบทชุมชน สำหรับการวิจัยเกี่ยวกับ “ทุนชุมชน ⟶ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ⟶ การสร้างคุณค่า” สามารถขยายองค์ประกอบทุนวัฒนธรรมให้เหมาะกับบริบทของชุมชนได้ ดังนี้ ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ ศิลปะ ประเพณีและวิถีชีวิต ทรัพย์สินและมรดกทางวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อและอัตลักษณ์ การสร้างคุณค่าและมูลค่าจากทุนวัฒนธรรม

ทุนธรรมชาติ (Natural Capital) หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ซึ่งทำหน้าที่เป็นฐานทรัพยากรในการสร้างประโยชน์และบริการให้แก่มนุษย์ เศรษฐกิจ และสังคม ทั้งในรูปของวัตถุดิบโดยตรง เช่น น้ำ ดิน ป่าไม้ แร่ธาตุ และอาหาร และในรูปของบริการจากระบบนิเวศ เช่น การควบคุม

สภาพภูมิอากาศ การกักเก็บคาร์บอน การป้องกันน้ำท่วม การพักผ่อน และคุณค่าทางวัฒนธรรม กล่าวอีกนัยหนึ่ง ทุนธรรมชาติไม่ได้หมายถึงเพียง “ทรัพยากรธรรมชาติ” ที่นำมาใช้ประโยชน์เท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงระบบนิเวศ กระบวนการทางธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ และบริการที่ธรรมชาติมอบให้มนุษย์ ด้วยดังนั้น หากทุนธรรมชาติถูกใช้เกินขีดความสามารถในการฟื้นตัวหรือเกิดการเสื่อมโทรม ย่อมส่งผลต่อความสามารถของระบบนิเวศในการสร้างประโยชน์ให้แก่คนรุ่นปัจจุบันและอนาคต

องค์ประกอบของทุนธรรมชาติ จากแนวคิดของ UNEP, United Nations และ European Environment Agency สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของทุนธรรมชาติ คือ 1. ทรัพยากรธรรมชาติที่มีชีวิต (Biotic Resources) สิ่งมีชีวิตและทรัพยากรชีวภาพที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ป่าไม้ พืช สัตว์ ปลา จุลินทรีย์ 2. ทรัพยากรธรรมชาติที่ไม่มีชีวิต (Abiotic Resources) ทรัพยากรทางกายภาพและธรณีวิทยาที่ไม่ได้เกิดจากสิ่งมีชีวิต ดิน น้ำ อากาศ แร่ธาตุ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ 3. ระบบนิเวศ (Ecosystems)ระบบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตกับสิ่งแวดล้อมที่ทำงานร่วมกันและสร้างประโยชน์ให้มนุษย์ ป่าไม้ พื้นที่ชุ่มน้ำ แม่น้ำ ทะเล พื้นที่เกษตร 4. ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) ความหลากหลายของชนิดพันธุ์ พันธุกรรม และระบบนิเวศ ซึ่งช่วยรักษาความสมดุลและความสามารถในการฟื้นตัวของระบบนิเวศ พันธุ์พืชพื้นถิ่น พันธุ์สัตว์พื้นเมือง พันธุ์พืชอาหาร 5. บริการจากระบบนิเวศ (Ecosystem Services) ประโยชน์ที่มนุษย์ได้รับจากการทำงานของระบบนิเวศอาหาร น้ำสะอาด การควบคุมน้ำท่วม การกักเก็บคาร์บอน การท่องเที่ยว 6. คุณภาพและสภาพของทรัพยากรธรรมชาติ ระดับความสมบูรณ์ ปริมาณ คุณภาพ และความสามารถของทรัพยากรในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ทุนกายภาพ (Physical Capital) หมายถึง ทรัพยากรที่เป็นรูปธรรมและมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ การผลิต การให้บริการ และการพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคลหรือชุมชน โดยครอบคลุมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน อาคารสถานที่ เครื่องมือ เครื่องจักร ระบบสาธารณูปโภค ตลอดจนเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ช่วยให้คนในชุมชนสามารถดำรงชีวิตและสร้างรายได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในแนวคิด Sustainable Livelihoods Framework ของ DFID ทุนกายภาพเป็นหนึ่งในทุนสำคัญที่ประชาชนสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างความเป็นอยู่และดำรงชีพ ประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานพื้นฐานและอุปกรณ์การผลิต เช่น การคมนาคม น้ำ พลังงาน การสื่อสาร เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ ขณะที่ World Bank อธิบายทุนกายภาพหรือทุนที่มนุษย์สร้างขึ้นว่าเป็น สต็อกของโรงงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ โครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต สำหรับบริบท ทุนชุมชน ทุนกายภาพจึงสามารถมองได้ว่าเป็น “สิ่งที่จับต้องได้” ซึ่งชุมชนมีอยู่และสามารถนำมาใช้สนับสนุนทุนด้านอื่น ๆ เช่น ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม และทุนธรรมชาติ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาชุมชน

องค์ประกอบของทุนกายภาพ องค์ประกอบด้วย 1. โครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม สิ่งก่อสร้างและระบบที่ช่วยให้ประชาชนเดินทางและขนส่งสินค้าได้สะดวก ถนน สะพาน ทางเชื่อม ระบบขนส่ง ลานขนส่ง 2. ระบบสาธารณูปโภค ระบบพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ไฟฟ้า ประปา ระบบระบายน้ำ ระบบพลังงาน 3. อาคารและสิ่งปลูกสร้าง สถานที่ที่ใช้เพื่อการอยู่อาศัย การผลิต การจำหน่าย และกิจกรรมส่วนรวม บ้าน ศาลาชุมชน อาคารกลุ่มอาชีพ โรงเรียน ตลาด ศูนย์เรียนรู้ 4. เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต สิ่งที่ใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการเครื่องจักรแปรรูป เครื่องทอผ้า อุปกรณ์การเกษตร เครื่องมือช่าง 5. ระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีเครื่องมือและโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยให้เกิดการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูล และการทำธุรกรรมอินเทอร์เน็ต โทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ ระบบดิจิทัล 6. ระบบชลประทานและแหล่งสนับสนุนการผลิต สิ่งก่อสร้างที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางการเกษตรและการผลิต ฝาย อ่างเก็บน้ำ คลองส่งน้ำ ระบบสูบน้ำ และ 7. สิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ร่วมกันเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตโรงพยาบาล สวนสาธารณะ ตลาด สนามกีฬา ศูนย์บริการชุมชน

ทุนการเงิน/ทุนเศรษฐกิจ (Financial/Economic Capital) ทุนการเงิน/ทุนเศรษฐกิจ หมายถึงทรัพยากรที่มีลักษณะเป็นตัวเงินหรือสามารถเปลี่ยนเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ซึ่งบุคคล ครัวเรือน กลุ่ม องค์กร หรือชุมชนสามารถนำมาใช้เพื่อการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ การลงทุน การผลิต การพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการสร้างรายได้ ทุนประเภทนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรอื่นและสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ แนวคิดเรื่องทุนทางเศรษฐกิจของ Bourdieu (1986) อธิบายว่า ทุนทางเศรษฐกิจอยู่ในรูปของทรัพย์สินและทรัพยากรทางการเงินที่สามารถนำไปใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรหรือประโยชน์อื่น ๆ ขณะที่กรอบ Sustainable Livelihoods Framework ของ DFID มองว่า “ทุนทางการเงิน” เป็นหนึ่งในทุนหลักที่ประชาชนใช้ในการดำรงชีวิต โดยครอบคลุมทรัพยากรทางการเงินที่สามารถนำมาใช้เพื่อบรรลุเป้าหมายในการดำรงชีพ (Department for International Development [DFID], 1999)

องค์ประกอบของทุนการเงิน/ทุนเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 1. เงินทุนและเงินออม เงินที่บุคคลหรือกลุ่มสะสมไว้และสามารถนำมาใช้ในการดำรงชีวิตหรือดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เงินออมของครัวเรือน เงินออมกลุ่มอาชีพ กองทุนชุมชน 2. รายได้ เงินหรือผลตอบแทนที่เกิดจากการประกอบอาชีพ การผลิต การจำหน่ายสินค้าและบริการ หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รายได้จากเกษตรกรรม งานหัตถกรรม การท่องเที่ยวชุมชน 3. สินทรัพย์และทรัพย์สิน สิ่งที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและสามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือสร้างรายไดที่ดิน อาคาร เครื่องมือการผลิต เครื่องจักร 4. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความสามารถในการเข้าถึงสินเชื่อ เงินกู้ หรือแหล่งทุนเพื่อใช้ในการลงทุนและพัฒนาอาชีพ ธนาคาร สหกรณ์ กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์ 5. เงินทุนเพื่อการลงทุนทรัพยากรทางการเงินที่นำไปใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตหรือสร้างมูลค่าในอนาคต เงินลงทุนซื้อวัตถุดิบ เครื่องมือ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ 6. ความสามารถในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจความสามารถในการนำทุนและทรัพยากรที่มีอยู่มาพัฒนาเป็นสินค้า บริการ หรือกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ 7. ความมั่นคงและสภาพคล่องทางการเงิน ความสามารถในการรองรับค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงทางเศรษฐกิจโดยไม่กระทบต่อการดำรงชีวิตหรือการดำเนินกิจกรรมมีเงินสำรองฉุกเฉิน มีรายได้หลายทาง และมีภาระหนี้อยู่ในระดับที่บริหารจัดการได้

ความสำคัญต่อ “ทุนชุมชน”ทุนการเงิน/ทุนเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับทุนชุมชนในลักษณะ เป็นกลไกที่ช่วยให้ทุนประเภทอื่นสามารถถูกนำไปใช้และพัฒนาให้เกิดมูลค่า ตัวอย่างเช่น ชุมชนมี ทุนวัฒนธรรม คือ ภูมิปัญญาการทอผ้า แต่หากขาดเงินทุนสำหรับซื้อวัตถุดิบ เครื่องมือ การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือการตลาด ก็อาจไม่สามารถเปลี่ยนทุนวัฒนธรรมดังกล่าวให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ได้ ดังนั้น ทุนการเงินจึงทำหน้าที่สนับสนุนการเปลี่ยน ทุนชุมชน ⟶ การสร้างมูลค่า ⟶ รายได้ ⟶ การพัฒนาชุมชน

กล่าวโดยสรุป ทุนการเงิน/ทุนเศรษฐกิจของชุมชน ไม่ได้หมายถึงเพียง “จำนวนเงินที่ชุมชนมี” แต่หมายรวมถึง เงินออม รายได้ สินทรัพย์ แหล่งเงินทุน ความสามารถในการลงทุน และศักยภาพในการสร้างรายได้และมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถนำไปใช้สนับสนุนการดำรงชีพ การประกอบอาชีพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน

ทุนภูมิปัญญา (Wisdom Capital) หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ และวิธีคิดที่บุคคลหรือชุมชนได้สั่งสม เรียนรู้ และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งเกิดจากการปรับตัวและการใช้ความรู้ให้เหมาะสมกับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และทรัพยากรของพื้นที่ ทุนภูมิปัญญาจึงมิได้หมายถึงเพียง “ความรู้” ในเชิงทฤษฎี แต่รวมถึง ความรู้เชิงปฏิบัติ (practical knowledge) เทคนิค วิธีการ และความชำนาญที่สามารถนำมาใช้ในการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ การแก้ไขปัญหา และการสร้างคุณค่าให้แก่ทรัพยากรของชุมชน แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ภูมิปัญญาท้องถิ่น (local/indigenous knowledge) ของ UNESCO ซึ่งให้ความสำคัญกับระบบความรู้ ความรู้เชิงปฏิบัติ และการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้นภายในชุมชนและมีการสืบทอดระหว่างรุ่น ขณะที่แนวคิด ทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ของ Bourdieu ชี้ให้เห็นว่าความรู้ ทักษะ และความสามารถที่บุคคลสั่งสมสามารถทำหน้าที่เป็นทรัพยากรที่ก่อให้เกิดคุณค่าและความได้เปรียบได้ ดังนั้น ในบริบทของการพัฒนาชุมชน ทุนภูมิปัญญาสามารถมองได้ว่าเป็นทรัพยากรที่อยู่ในตัวคนและระบบความรู้ของชุมชน ซึ่งสามารถนำมาผสมผสานกับทุนประเภทอื่น เช่น ทุนมนุษย์ ทุนวัฒนธรรม ทุนธรรมชาติ และทุนทางสังคม เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ บริการ อัตลักษณ์ และมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

องค์ประกอบของทุนภูมิปัญญา ประกอบด้วย 1. องค์ความรู้ท้องถิ่น ความรู้ที่เกิดจากการเรียนรู้และสั่งสมภายในพื้นที่ ความรู้เกี่ยวกับพืชสมุนไพร การทอผ้า การย้อมสีธรรมชาติ 2. ทักษะและความชำนาญ ความสามารถในการนำความรู้ไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะการจักสาน การแกะสลัก การทำเครื่องเงิน 3. ประสบการณ์และการเรียนรู้ ความรู้ที่เกิดจากการปฏิบัติ การทดลอง และการแก้ปัญหาที่สั่งสมมาเทคนิคการผลิตที่ช่างในชุมชนพัฒนาจากประสบการณ์ 4. การถ่ายทอดความรู้ กระบวนการส่งต่อความรู้และทักษะจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง การถ่ายทอดจากปราชญ์ชาวบ้านสู่เยาวชน 5. การประยุกต์และพัฒนาความรู้ การนำภูมิปัญญาเดิมมาปรับให้เหมาะกับสถานการณ์และความต้องการใหม่ นำลวดลายผ้าพื้นเมืองมาพัฒนาเป็นสินค้าแฟชั่น 6. ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการต่อยอดความรู้เดิมเพื่อสร้างสิ่งใหม่หรือสร้างคุณค่าเพิ่ม การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากภูมิปัญญาดั้งเดิม 7. อัตลักษณ์ของพื้นที่ลักษณะเฉพาะของ

ความรู้และวิถีปฏิบัติที่สะท้อนความเป็นชุมชน ลวดลายผ้า เรื่องเล่า เทคนิคการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และ 8. การใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญา การนำความรู้ไปสร้างประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือคุณภาพชีวิต พัฒนาภูมิปัญญาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือกิจกรรมสร้างรายได้

สรุป ทุนภูมิปัญญา หมายถึง ทรัพยากรด้านความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสบการณ์ และองค์ความรู้ที่บุคคลและชุมชนสั่งสมจากการเรียนรู้และการปฏิบัติ และมีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีความสัมพันธ์กับบริบท วิถีชีวิต ทรัพยากร และวัฒนธรรมของพื้นที่ ทุนดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ พัฒนาและต่อยอดให้เกิดนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน และสามารถก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมได้ ทั้งนี้ องค์ประกอบสำคัญของทุนภูมิปัญญาประกอบด้วย ความรู้และองค์ความรู้ท้องถิ่น ทักษะและความชำนาญ การถ่ายทอดและสืบทอดภูมิปัญญา การประยุกต์และพัฒนาความรู้ ตลอดจนการสร้างสรรค์และต่อยอดภูมิปัญญาให้เกิดคุณค่า

โดยสรุป ทุนชุมชน เป็น ทรัพยากรและศักยภาพที่มีอยู่ภายในชุมชน ทั้งในด้านมนุษย์ สังคม วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ธรรมชาติ กายภาพ และเศรษฐกิจ ซึ่งเกิดจากการสั่งสมและการใช้ประโยชน์ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน และสามารถนำมาบูรณาการ พัฒนา และต่อยอดให้เกิดคุณค่าและมูลค่าใหม่ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อันนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งและการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ทักษะทางวัฒนธรรม และทรัพย์สินทางปัญญา มาเป็นปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ โดยไม่ได้พึ่งพาเพียงทรัพยากรธรรมชาติหรือการผลิตในปริมาณมาก แต่เน้นการนำ “ความคิด” และ “ความแตกต่าง” มาสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีพัฒนาการจากแนวคิดเรื่อง อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) โดยให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และความสามารถของบุคคลในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม กล่าวโดยสรุป เศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถอธิบายได้ว่า การนำความคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้ ทุนทางวัฒนธรรม และทรัพย์สินทางปัญญามาผสมผสานกับการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

องค์ประกอบสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถสรุปเป็น 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. ความคิดสร้างสรรค์ การคิดค้นหรือออกแบบสิ่งใหม่ หรือพัฒนาสิ่งเดิมให้มีความแตกต่างออกแบบลวดลายใหม่ 2. ทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ประเพณี อัตลักษณ์ และวิถีชีวิต ภูมิปัญญาการย้อมผ้า 3. องค์ความรู้และทักษะ ความรู้และความสามารถที่นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทักษะงานหัตถกรร 4. นวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการและตลาด การออกแบบด้วยดิจิทัลและขายผ่านออนไลน์

5. การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ทำให้สินค้า/บริการมีความโดดเด่นและสามารถสร้างรายได้สินค้าชุมชนที่มีเรื่องราวและอัตลักษณ์

สังเคราะห์จากแนวคิดของนักวิชาการและองค์การระหว่างประเทศ แล้วกำหนดเป็นกรอบแนวคิดที่เชื่อมโยง “ทุนชุมชน ⟶ กระบวนการสร้างสรรค์ ⟶ การสร้างคุณค่าและมูลค่าแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

John Howkins (2001) เป็นนักคิดสำคัญที่ทำให้แนวคิด Creative Economy เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยมองว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดจากการนำ ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์มาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา

สรุป

แนวทางการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านทุนชุน ทุนชุมชนเป็นวัตถุดิบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์เป็นกลไกในการเปลี่ยนทุนดังกล่าวให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ดังนี้

1. สำรวจและระบุทุนชุมชนที่มีอยู่ ค้นหาและรวบรวมทุนของชุมชน เช่น ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม ทุนภูมิปัญญา ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ และทุนการเงิน/เศรษฐกิจ เพื่อให้เห็นศักยภาพและทรัพยากรที่สามารถนำมาต่อยอดได้

2. อนุรักษ์และฟื้นฟูทุนชุมชน รักษาองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นไม่ให้สูญหาย เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นฐานสำคัญของการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีเอกลักษณ์ของชุนชน

3. ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดทุนชุมชน นำความรู้ ภูมิปัญญา วัตถุดิบ และอัตลักษณ์ของชุมชนมาผสมผสานกับความคิดใหม่ การออกแบบ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อสร้างสิ่งใหม่ที่มีคุณค่ามากกว่าการใช้ทุนในรูปแบบเดิม

4. สร้างความแตกต่างด้วยอัตลักษณ์ของชุมชน นำเรื่องราว วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่มาเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสร้างความแตกต่างและทำให้สินค้าไม่สามารถทดแทนได้ง่าย

5. เพิ่มมูลค่าให้ทุนชุมชนด้วยการออกแบบ เปลี่ยนทุนที่มีอยู่ เช่น วัตถุดิบท้องถิ่น งานหัตถกรรม หรือภูมิปัญญา ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ รูปแบบ และฟังก์ชันที่ตอบสนองความต้องการของตลาด ทำให้เกิดสร้างมูลค่า(Value Added)

6. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ นำทุนชุมชนมาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการหลากหลาย เช่น อาหารพื้นถิ่น งานหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์แฟชั่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ของหน่วยงานและองค์การถึงการผู้ประกอบการตลอดถึงการเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อยอดสำหรับผู้ที่สนใจ ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลศึกษา

1. สร้างเรื่องราวและคุณค่าทางประสบการณ์ (Storytelling & Experience) ถ่ายทอดที่มา ความหมาย และเรื่องราวของทุนชุมชนให้ผู้บริโภครับรู้ เพื่อเปลี่ยนจากการขาย “สินค้า” ไปสู่การขาย “เรื่องราว ประสบการณ์ และคุณค่า” เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ทุนชุมชน

2. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและดิจิทัล ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น สื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การตลาดดิจิทัล และ AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การสื่อสาร การตลาด และการเข้าถึงตลาดใหม่ได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Amabile, T. M. (1996). *Creativity and innovation in organizations.* Harvard Business School.

Amabile, T. M., & Pillemer, J. (2015). Creativity. In *Wiley encyclopedia of management.* https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom11010

Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education.* University of Chicago Press.

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood.

Department for International Development. (1999). *Sustainable livelihoods guidance sheets.*

European Environment Agency. (2015). *Natural capital and ecosystem services.*

Grootaert, C., Narayan, D., Jones, V. N., & Woolcock, M. (2004). *Measuring social capital: An integrated questionnaire.* World Bank.

Hein, L., Bagstad, K. J., Edens, B., Obst, C., de Jong, R., & Lesschen, J. P. (2016). Defining ecosystem assets for natural capital accounting. *PLoS ONE, 11*(11), Article e0164460. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0164460

Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas.* Allen Lane.

OECD. (2022). *Human capital.* https://www.oecd.org/

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community.* Simon & Schuster.

Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review, 51*(1), 1–17.

Scoones, I. (1998). *Sustainable rural livelihoods: A framework for analysis.* Institute of Development Studies, University of Sussex.

UNESCO. (2003). *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage.*

UNESCO. (2022). *Culture: The missing SDG.*

UNESCO. (n.d.). *Local and indigenous knowledge systems (LINKS).*

United Nations Conference on Trade and Development. (2024). *Creative economy outlook 2024.* United Nations.

United Nations Environment Programme. (n.d.). *NCAVES FAQ: Natural capital accounting and valuation of ecosystem services.*

United Nations Statistics Division. (n.d.). *Natural capital and ecosystem services FAQ.*

Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. *The World Bank Research Observer, 15*(2), 225–249.

World Bank. (2004). *Measuring social capital: An integrated questionnaire.*