

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม
และการคิดเชิงออกแบบเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ กรุงเทพมหานคร*

DEVELOPMENT OF MON SABAI PRODUCTS USING THE CONCEPT OF
CULTURAL CAPITAL AND DESIGN THINKING TO DRIVE THE CREATIVE
ECONOMY OF THAI-RAMAN (MON) COMMUNITY, BANG KRADI,
BANGKOK

ชุนววัฒน์ ปุงบางกระดี่¹, ชมพูนุช จิตติถาวร² และ ณัฐรินทร์ ปริวงศ์กุลธร³

Shunnawat Pungbangkradee¹, Chompunuch Jittithavorn² and Nuttharin Pariwongkhuntorn³

¹⁻³วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

¹⁻³College of Management, University of Phayao, Thailand

Corresponding Author's Email: nuttharin.pa@up.ac.th

วันที่รับบทความ : 13 พฤศจิกายน 2568; วันแก้ไขบทความ 20 พฤศจิกายน 2568;

วันที่ตอบรับบทความ : 22 พฤศจิกายน 2568

Received 13 November 2025; Revised 20 November 2025; Accepted 22 November 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ และ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมและการคิดเชิงออกแบบเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ กรุงเทพมหานคร

Citation:



*ชุนววัฒน์ ปุงบางกระดี่, ชมพูนุช จิตติถาวร และ ณัฐรินทร์ ปริวงศ์กุลธร. (2568). การพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมและการคิดเชิงออกแบบเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ กรุงเทพมหานคร. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาลังคม, 3(6), 514-528.

Shunnawat Pungbangkradee, Chompunuch Jittithavorn and Nuttharin Pariwongkhuntorn. (2025). Development Of Mon Sabai Products Using The Concept Of Cultural Capital And Design Thinking To Drive The Creative Economy Of Thai-Raman (Mon) Community, Bang Kradi, Bangkok.

Journal of Interdisciplinary Social Development, 3(6), 514-528.;

DOI: <https://doi.org/10.>

Website: <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JISDIADP/>

โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับสไบมอญและการวิจัยเชิงปริมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญ มีผู้ให้ข้อมูล รวมจำนวน 152 คน ประกอบด้วย ผู้อาวุโสและปราชญ์ชุมชน จำนวน 3 คน และประชาชนทั่วไปในชุมชน จำนวน 149 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถามความพึงพอใจ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญสะท้อนรากเหง้าและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทย-รามัญ ผ่านองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ชนิดของผ้า ลวดลาย และสีสันทนผ้า ซึ่งมีความหมายอันสะท้อนถึงความเชื่อและประเพณีของชาวไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ และ 2) ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมและการคิดเชิงออกแบบทำให้ได้ผลิตภัณฑ์สไบมอญรูปแบบใหม่ที่ผสมระหว่างคุณค่าดั้งเดิมและความร่วมสมัย โดยผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านสีสันทนของผ้า ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบสามารถสร้างแนวทางเชิงนวัตกรรมในการต่อยอดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม อีกทั้งก่อให้เกิดข้อเสนอเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชน

คำสำคัญ: สไบมอญ, ทุนทางวัฒนธรรม, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, การพัฒนาที่ยั่งยืน

Abstract

This study aimed to 1) explore the body of knowledge related to Sabai Mon and 2) develop Sabai Mon products through the concept of cultural capital and design thinking to drive the creative economy of the Thai-Raman (Mon) community in Bang Kradi. The research employed a mixed-methods design, using qualitative research to study the cultural knowledge associated with Sabai Mon and quantitative research to evaluate the development of the product. The participants comprised 152 individuals, including 3 community elders and scholars, and 149 general residents of the Bang Kradi community.

Research instruments included in-depth interviews and a satisfaction questionnaire. The Data were analyzed using content analysis, frequency, mean, and standard deviation.

The findings revealed that: 1) the knowledge of Sabai Mon reflects the cultural roots and identity of the Thai-Raman (Mon) community through 3 key components such as fabric type, patterns, and colors, each of which embodies symbolic meanings tied to local beliefs and traditions. 2) The application of cultural capital and design thinking resulted in newly developed Sabai Mon products that integrate traditional value with contemporary appeal. Overall satisfaction with the developed products was high, particularly regarding the color design of the fabric. Moreover, the study highlights that integrating cultural capital with design thinking provides an innovative pathway for advancing cultural products and offers theoretical insights into how cultural capital can function as a key mechanism for fostering a community's creative economy.

Keywords: Sibai Mon, Cultural Capital, Creative Economy, Sustainable Development

บทนำ

การอนุรักษ์และการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนตามกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) โดยเฉพาะเป้าหมายที่ 8 การส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและครอบคลุม (UNESCO, 2019) ทั้งนี้ วัฒนธรรมท้องถิ่นไม่เพียงเป็นรากฐานของอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจของชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็นทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่สามารถต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) ได้อย่างมีศักยภาพ สอดคล้องกับนโยบายของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2565) ที่มุ่งผลักดันให้ทุนทางวัฒนธรรมกลายเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก สร้างรายได้ และเพิ่มคุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืน

ชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ กรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมโดดเด่น หนึ่งในสัญลักษณ์สำคัญที่สะท้อนอัตลักษณ์ดังกล่าวคือ “ผ้าสไบมอญ”

ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายประจำชาติพันธุ์ของสตรีมอญที่มีความหมายเชิงจารีตและศาสนา อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันชุมชนกำลังเผชิญปัญหาการลดลงของผู้ผลิตสไบมอญ ส่งผลให้การสืบทอดภูมิปัญญาการทอและการปักผ้าสไบเริ่มลดน้อยลง อันเป็นภาวะเปราะบางที่อาจนำไปสู่การสูญหายขององค์ความรู้ท้องถิ่น (สุวัฒน์ชัย สวัสดิผล, 2552)

ทั้งนี้ งานศึกษาหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมสามารถพัฒนาเป็นประโยชน์ในทางเศรษฐกิจได้หากมีการจัดการความรู้ที่เหมาะสม (Bourdieu, 1986; สมจันทร ศรีปรีชยานนท์ และคณะ, 2566) การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมจึงเป็นแนวทางสำคัญที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาดั้งเดิมเข้ากับแนวคิดสมัยใหม่ผ่านการคิดเชิงออกแบบที่เน้นการทำความเข้าใจผู้บริโภคและการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมใหม่ให้สอดคล้องกับยุคสมัย (Tran, 2016) แนวทางดังกล่าวช่วยให้การอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่หยุดอยู่เพียงการคงไว้ของรูปแบบดั้งเดิม แต่ยังขับเคลื่อนไปสู่การสร้างนวัตกรรมทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในอนาคตได้

แม้ว่างานวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่พบการศึกษาที่มุ่งพัฒนาหรือยกระดับผลิตภัณฑ์ “สไบมอญบางกระดี่” โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบอย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังไม่มีงานชิ้นใดที่จัดทำโมเดลเชิงนวัตกรรมที่เชื่อมโยงองค์ประกอบของทุนทางวัฒนธรรมมอญเข้ากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน นอกจากนี้ สถานะการณ์ที่ผู้ผลิตสไบมอญในชุมชนมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องและความเปลี่ยนแปลงด้านรสนิยมผู้บริโภค ทำให้เกิดช่องว่างความรู้ที่จำเป็นต้องได้รับการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับคุณค่าดั้งเดิมและตอบโจทย์สังคมร่วมสมัยได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้แนวคิดการจัดการความรู้ทุนทางวัฒนธรรมผ่านการคิดเชิงออกแบบเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนเกิดการตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม ตลอดจนกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญที่สามารถแข่งขันในเชิงพาณิชย์ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และในตลาดสากล อันจะนำไปสู่การธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การเสริมสร้างอาชีพในชุมชน และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้แนวคิดการจัดการความรู้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบและการจัดการความรู้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมของ Bourdieu (1986) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทุนทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรเชิงสัญลักษณ์ที่มนุษย์สั่งสมขึ้นจากประสบการณ์ การเรียนรู้ และการปฏิบัติในวงสังคม ซึ่งสามารถแปลงเป็นทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางสังคมได้เมื่ออยู่ในบริบทที่เหมาะสม โดยทุนทางวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 มิติ ประกอบด้วย 1) ทุนในตัวบุคคล ซึ่งสะท้อนผ่านทักษะ ความรู้ ความเชื่อของบุคคล 2) ทุนในรูปของวัตถุ ได้แก่ สิ่งของหรือผลงานทางศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนคุณค่าทางสังคม และ 3) ทุนในเชิงสถาบัน หมายถึง การได้รับการรับรองหรือยอมรับในคุณค่าทางวัฒนธรรมจากสถาบันหรือสังคม ในบริบทของประเทศไทย แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมได้รับการนำมาประยุกต์เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากและการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2565) โดยการศึกษาของสุวัฒน์ชัย สวัสดิผล (2552) พบว่า ชุมชนที่มีความตระหนักและสามารถจัดการทุนทางวัฒนธรรมของตนเองได้จะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีเอกลักษณ์สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ตลอดจนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจภายในชุมชนได้

2. แนวคิดการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

การจัดการความรู้ เป็นกระบวนการที่ช่วยให้เกิดการรวบรวม ถ่ายทอด และพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์และต่อยอดได้อย่างยั่งยืน โดย Nonaka และ Takeuchi (1995) ได้อธิบายกระบวนการจัดการความรู้ผ่านโมเดล SECI ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) การแลกเปลี่ยนความรู้แฝง 2) การแปลงความรู้แฝงให้เป็นความรู้ชัดเจน 3) การผสมผสานความรู้ให้เป็นระบบ และ 4) การนำความรู้กลับไปใช้ในการปฏิบัติจริง โดยโมเดลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการจัดการความรู้เป็นกระบวนการหมุนเวียนที่ไม่หยุดนิ่ง ทั้งนี้จากการศึกษาของ สมจันทร์ ศรีปรัชยานนท์ และคณะ (2566) ที่ได้ทำการศึกษาศักยภาพ

ผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพหุวัฒนธรรมชุมชน พบว่า กระบวนการที่สำคัญคือการที่ชุมชนร่วมกันระดมความคิดและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จากนั้นจึงนำแนวคิดที่ได้มาออกแบบสร้างผลิตภัณฑ์ ตลอดจนทดสอบกับกลุ่มผู้ใช้งานจริง ซึ่งสะท้อนกระบวนการจัดการความรู้ชุมชน (Community Knowledge Management) ที่ครบวงจร ตั้งแต่การรวบรวม ถ่ายทอด ประยุกต์ และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ กระบวนการจัดการความรู้จึงมีบทบาทสำคัญต่อการธำรงอัตลักษณ์ ในขณะเดียวกันก็เป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

3. แนวคิดการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

การคิดเชิงออกแบบ เป็นกระบวนการการคิดเชิงสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นการเข้าใจผู้ใช้และการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ โดยมีขั้นตอนประกอบด้วย 1) การทำความเข้าใจผู้ใช้ 2) การกำหนดปัญหา 3) การระดมความคิด 4) การสร้างต้นแบบ และ 5) การทดสอบ (Tran, 2016) กระบวนการข้างต้นไม่เพียงช่วยให้เกิดนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีรากฐานจากองค์ความรู้สู่การต่อยอดเป็นนวัตกรรมที่ยึดโยงศิลปะและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนได้ ทั้งนี้ การประยุกต์แนวคิดการคิดเชิงออกแบบสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมนั้น ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในการศึกษาเชิงการออกแบบและการศาสตร์การพัฒนาชุมชน เนื่องจากช่วยให้เกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นก้าวข้ามข้อจำกัดเดิม

โดยสรุป แนวคิดทั้งสามประการมีความสัมพันธ์และเกี่ยวพันกันในการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของชุมชน สร้างให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนเป้าหมายที่ 8 (Decent Work and Economic Growth) ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียม เสริมศักยภาพทุนมนุษย์ และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างยั่งยืน อีกทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สิ่งทอถือเป็นแนวทางสำคัญในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายนั้นสามารถมีบทบาทเป็น “สื่อทางวัฒนธรรม” (cultural expression) ที่สะท้อนค่านิยม ความเชื่อและอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ (Bourdieu, 1986) ในขณะที่ยังการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมต้องอาศัยนวัตกรรมที่ผสมระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับแนวคิดร่วมสมัยเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (สมจันทร์ ศรีปรีชยานนท์ และคณะ, 2566) จากการทบทวนวรรณกรรมชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาสไบมอญควรอยู่บนฐานแนวคิดที่ตระหนักถึงคุณค่า

ทางวัฒนธรรมควบคู่กับหลักการออกแบบสมัยใหม่ อันนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถแข่งขันและสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในตลาดต่อไปอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ที่ผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งการศึกษาเป็น 2 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ และ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญ โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบและการจัดการความรู้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ กรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มผู้อาวุโสและบุคคลที่มีความรู้ทางวัฒนธรรมในชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ จำนวน 3 คน ได้มาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยประสานงานผ่านผู้นำชุมชนและผู้แทนองค์กรชุมชน เพื่อคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ประกอบด้วย 1.1) อาศัยอยู่ในชุมชนบางกระดี่มาไม่น้อยกว่า 20 ปี 1.2) มีประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย-รามัญ เช่น การทอผ้า งานหัตถกรรม หรือการมีส่วนร่วมในพิธีกรรมทางศาสนาของชุมชน 1.3) เป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนว่าเป็นปราชญ์ชุมชน หรือมีบทบาทในการอนุรักษ์และถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับสไบมอญ 1.4) สามารถสื่อสารภาษาไทยหรือภาษามอญได้ดี และ 1.5) มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่สามารถให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ได้อย่างต่อเนื่อง โดยผู้วิจัยได้ติดต่อเพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขอความยินยอม จากนั้นจึงนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคลภายในชุมชนตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล

2) ประชาชนทั่วไปในชุมชนบางกระดี่รวมถึงผู้บริโภคร่วมเป้าหมายของผลิตภัณฑ์สไบมอญ จำนวน 149 คน ได้มาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ภายในชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ ประกอบด้วย บริเวณลานวัดบางกระดี่ พื้นที่ชุมชนอยู่อาศัย และพื้นที่สาธารณะของชุมชน ในวันที่ 23 ตุลาคม 2568 โดยขอความอนุเคราะห์ให้ประชาชนที่สมัครใจเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขั้นตอนการตอบแบบสอบถาม และสิทธิในการปฏิเสธหรือยุติการให้ข้อมูล รวมทั้งคัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปเพื่อร่วมให้ข้อมูล จากนั้นจึงดำเนินการเก็บข้อมูลจนได้จำนวนตามที่กำหนด ทั้งนี้

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกอาจมีข้อจำกัดด้านความเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยจึงใช้ผลการศึกษาเพื่อสะท้อนแนวโน้มความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในชุมชนเป็นสำคัญ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ประกอบด้วย 2 ตอน คือ 1.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ และ 1.2) องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ โดยแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ผลการตรวจสอบพบว่าเครื่องมือมีเนื้อหาครอบคลุมและตรงตามประเด็นที่ศึกษา

2) แบบสอบถามความพึงพอใจผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ประกอบด้วย 2 ตอน คือ 2.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2.2) ความพึงพอใจผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญ โดยแบบสอบถามฉบับนี้ผ่านการตรวจสอบ IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ผลการตรวจสอบคุณภาพพบว่าข้อคำถามมีค่า IOC ระหว่าง 0.66-1.00 จึงสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ระยะ มีรายละเอียดดังนี้

1) การเก็บข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ มีขั้นตอนและกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยติดต่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้อาวุโสและบุคคลที่มีความรู้ทางวัฒนธรรมในชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ โดยการส่งหนังสือนำ ตัวอย่างเครื่องมือและข้อคำถาม รายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัย รวมทั้งรายละเอียดเกี่ยวกับจริยธรรมการวิจัย จากนั้นจึงนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ เพื่อเข้าสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลด้วยตนเอง

2) การเก็บข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญ มีขั้นตอนและกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ โดยใช้วิธีการเดินลงพื้นที่และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกเพื่อสำรวจความคิดเห็น โดยใช้เวลาในการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเป็นเวลา 8 ชั่วโมง จากนั้นจึงถอนตัวจากพื้นที่

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ ซึ่งได้จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก มีกรอบแนวคิดในการศึกษาประกอบด้วย ชนิดของผ้า ลวดลายของผ้า และสีสันทนของผ้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยวิธีการ

เข้ารหัสข้อมูลเชิงคุณภาพแบบ Piori code และทำการวิเคราะห์ธีม (Theme Analysis) เพื่อสรุปองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ

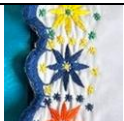
2) กระบวนการพัฒนาด้านแบบผลิตภัณฑ์ใช้แนวคิดการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การทำความเข้าใจผู้ใช้ (Empathize) การนิยามปัญหา (Define) การระดมความคิด (Ideate) การสร้างต้นแบบ (Prototype) และการทดสอบ (Test) ซึ่งดำเนินการผ่านกระบวนการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สไบมอญรูปแบบใหม่ ทั้งนี้ ข้อมูลความพึงพอใจผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญที่เป็นผลจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ ประกอบด้วย การทดสอบค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้แนวคิดการจัดการความรู้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระบือ กรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ ของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระบือ กรุงเทพมหานคร

ที่	กรอบแนวคิด	องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ
1	ชนิดของผ้า	● แบบดั้งเดิม ผ้าสไบมอญใช้ผ้าฝ้ายธรรมชาติและผ้าไหมอัตตาสีเป็นหลัก โดยที่ผ้าฝ้ายจะระบายอากาศได้ดี ส่วนผ้าไหมให้ความเงางาม ● แบบปัจจุบัน ผ้าสไบมอญเริ่มใช้ผ้าโพลีเอสเตอร์และผ้าใยสังเคราะห์ วัสดุเหล่านี้มีคุณสมบัติทนทาน ดูแลรักษาง่าย และอยู่ทรงสวยงาม
2	ลวดลายของผ้า	ลายผ้าสไบมอญของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระบือ ที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ประกอบด้วย 5 ลวดลาย ดังนี้      ลายดาวล้อมเดือน ลายดอกพิกุล ลายดอกมะลิ ลายดอกมะเขือ ลายดอกลิ้นี่
3	สีสันทนพื้นผ้า	สีสันทนของสไบมอญมีความหมายเชิงวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง มีความหมายดังนี้ สีแดง มีความหมายเกี่ยวข้องกับพลัง ความกล้าหาญ สีเหลือง มีความหมายเกี่ยวข้องกับศรัทธา ปัญญา

ที่	กรอบแนวคิด	องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ
	สีเขียว	มีความหมายเกี่ยวข้องกับความอุดมสมบูรณ์ ธรรมชาติ
	สีม่วง	มีความหมายเกี่ยวข้องกับศักดิ์ศรี ความเคารพ
	สีขาว-สีดำ	มีความหมายเกี่ยวข้องกับงานอวมงคล

2. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบและการจัดการความรู้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ สามารถนำมาใช้เป็นองค์ความรู้พื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์สไบมอญรูปแบบใหม่ แสดงดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ

จากภาพประกอบที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์สไบมอญที่พัฒนาขึ้นใหม่จำแนกตามประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์สไบมอญที่พัฒนาขึ้นใหม่

ที่	ข้อความถาม	ระดับคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ									
		เคยใช้สไบเป็นประจำ		เคยใช้สไบเป็นครั้งคราว		เคยเห็นสไบแต่ไม่เคยใช้		ไม่เคยรู้จักสไบมาก่อน		รวม	
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
1	ความพึงพอใจต่อชนิดของผ้า	3.93	.884	3.74	0.934	3.85	.907	4.00	1.528	3.83	.942
2	ความพึงพอใจต่อลวดลายของผ้า	3.95	.899	3.69	1.002	3.96	.980	4.00	1.528	3.83	.996
3	ความพึงพอใจต่อสีสันทของผ้า	4.05	.899	3.86	0.997	4.11	.847	4.29	1.496	3.98	.969
รวม		3.98	0.894	3.76	0.978	3.97	0.911	4.10	1.517	3.88	.969

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ให้ข้อมูลต่อผลิตภัณฑ์สไบมอญที่พัฒนาขึ้นใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D. = .969) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสีสันทนของผ้าสไบมอญที่พัฒนาขึ้นใหม่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านชนิดของผ้า และด้านลวดลายของผ้าตามลำดับ เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า กลุ่มผู้ที่ไม่เคยรู้จักสไบมาก่อนมีระดับความพึงพอใจสูงสุด 4.10 (S.D. = 1.517)

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้แนวทางการจัดการความรู้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ ประกอบด้วยองค์ความรู้ 3 ด้าน คือ ชนิดของผ้า ลวดลาย และสีสันทนบนผืนผ้าซึ่งสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีระบบแบบแผนและความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยเหตุผลที่องค์ความรู้เหล่านี้ยังคงดำรงอยู่ได้ เกิดจากการที่ชุมชนบางกระดี่ มีการสืบทอดภูมิปัญญาที่ผูกพันกับวิถีชีวิตและความเชื่อทางศาสนา การผลิตและการสวมใส่ผ้าสไบที่เป็นการแสดงออกถึงค่านิยมทางจริยธรรมและความสุภาพเรียบร้อยของสตรีมอญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมของ Bourdieu (1986) ที่อธิบายว่า ทุนทางวัฒนธรรมมิได้จำกัดอยู่ที่วัตถุหรือสิ่งของเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความรู้ ทักษะ และแบบแผนการปฏิบัติที่ฝังลึกอยู่ในตัวบุคคล นอกจากนี้ ลักษณะของลวดลายและสีสันทนผ้าสไบมอญที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ เช่น ลายดาวล้อมเดือน ลายดอกพิกุล และสีแดง สีเหลือง สีเขียว ซึ่งสื่อถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณและพิธีกรรม ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สุวัฒน์ชัย สุวดีผล (2552) ที่ระบุว่าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านไม่เพียงเป็นงานฝีมือ หากแต่เป็น “ระบบสื่อความหมายทางวัฒนธรรม” ที่สะท้อนคติ ความเชื่อ และบทบาททางสังคมของกลุ่มชนดั้งเดิม ผลการวิจัยครั้งนี้จึงยืนยันได้ว่าผ้าสไบมอญเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต และเป็นรากฐานสำคัญของทุนวัฒนธรรมที่สามารถต่อยอดสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคต

2. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบและการจัดการความรู้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ และแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมส่งผลให้ผู้ให้ข้อมูลมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

โดยเฉพาะด้านสีสันทองผ้า รองลงมาคือด้านชนิดของผ้า และด้านลวดลายตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้ที่ไม่เคยรู้จักสไบมอญมาก่อนมีความพึงพอใจสูงสุดในทุกด้าน โดยเหตุผลที่ผลิตภัณฑ์สไบมอญที่ได้รับการพัฒนาเป็นที่พึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เกิดจากการนำกระบวนการคิดเชิงออกแบบมาประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการพัฒนาซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายไปจนถึงการทดสอบผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้จริง ขณะเดียวกันยังคงรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้ กระบวนการดังกล่าวสอดคล้องกับ Tran (2016) ที่ระบุว่าความคิดเชิงออกแบบ เป็นกลไกสำคัญในการสร้างนวัตกรรมที่มีรากฐานจากบริบทท้องถิ่นและช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีมิติทางวัฒนธรรมควบคู่กับประโยชน์ใช้สอย สอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2565) ที่ระบุว่า การต่อยอดทุนวัฒนธรรมสู่ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เป็นแนวทางสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงและยั่งยืน รวมทั้ง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับสมจันทร์ ศรีปรัชยานนท์ และคณะ (2566) ที่ชี้ว่าการใช้ทุนทางวัฒนธรรมร่วมกับแนวทางการออกแบบเชิงสร้างสรรค์สามารถเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสรุป การดำรงอยู่ขององค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระตี เป็นหลักฐานที่ชัดเจนของพลังทุนทางวัฒนธรรมในระดับชุมชน ซึ่งเปิดโอกาสให้เกิดการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจผ่านการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ตั้งอยู่บนฐานวัฒนธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ UNESCO (2019) ที่ย้ำถึงความสำคัญของการบูรณาการวัฒนธรรมเข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อสร้างการเติบโตที่ครอบคลุมและมีคุณค่าตามกรอบของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 8 (SDG 8: Decent Work and Economic Growth)

องค์ความรู้ใหม่

1. องค์ความรู้ทางวัฒนธรรม (Cultural Knowledge) องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สไบมอญของชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระตี กรุงเทพมหานคร ได้เผยให้เห็นระบบองค์ความรู้เชิงลึกที่เชื่อมโยงระหว่าง “ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน” กับ “ระบบคุณค่าเชิงจารีต” ของชุมชน ผลการศึกษาชี้ว่า สไบมอญเป็น “สื่อทางวัฒนธรรม” ที่สะท้อนความเชื่อทางศาสนา ความสุภาพของสตรี และความสัมพันธ์ทางสังคม ชุมชน และวัด การจำแนกองค์ความรู้ของสไบมอญออกเป็นสามองค์ประกอบ ได้แก่ ชนิดของผ้า ลวดลาย และสีสันทา ทำให้เห็นโครงสร้างความรู้เชิงระบบที่อธิบายถึงรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม (Cultural-Based Innovation) การวิจัยได้พัฒนากระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สไบมอญที่ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดร่วมสมัย ผ่านการประยุกต์ใช้แนวคิดการคิดเชิงออกแบบร่วมกับกระบวนการจัดการความรู้ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างปราชญ์ชุมชนและผู้เข้าร่วมกิจกรรมใน 3 ขั้นตอน ได้แก่ การสร้างความตระหนักรู้ทางวัฒนธรรม การเรียนรู้และบูรณาการองค์ความรู้ดั้งเดิมกับแนวคิดใหม่ และการสร้างสรรค์เชิงออกแบบ ซึ่งส่งผลให้เกิดรูปแบบการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมที่เรียกว่า “3-Stage Model of Cultural Innovator Development” แสดงดังภาพประกอบที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดล 3-Stage Model of Cultural Innovator Development

สรุป/ข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย ชุมชนไทย-รามัญ (มอญ) บางกระดี่ มีทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนทั้งในด้านชนิดของผ้า ลวดลาย และสีสันทัน ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้การคิดเชิงออกแบบทำให้เกิดสไบมอญรูปแบบใหม่ที่ยังคงคุณค่าดั้งเดิมแต่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยผลการประเมินความพึงพอใจแสดงให้เห็นว่าการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนข้อที่ 8 ที่มุ่งเน้นการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอย่างมั่นคงและยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้สไบมอญบางกระดี่เพื่อเป็นพื้นที่อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.2 สถานศึกษาในพื้นที่สามารถนำกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดย

ใช้การคิดเชิงออกแบบเป็นฐานไปใช้ในการออกแบบการเรียนรู้ 2.3 ชุมชนบางกระดี่ควรถ่ายทอดเรื่องราวของผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อขยายตลาดการจำหน่ายสไบมอญไปยังลูกค้ากลุ่มใหม่ 3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 3.1 ศึกษาแนวทางการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้สไบมอญในชุมชนที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม 3.2 ศึกษาผลลัพธ์การเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สไบมอญโดยใช้การคิดเชิงออกแบบ 3.3 ควรศึกษาแนวทางการสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่ใช้สไบมอญเป็นฐาน เพื่อให้เกิดการสร้างเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนบางกระดี่ที่เข้มแข็งในระยะยาวอย่างยั่งยืนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุนสนับสนุนวิจัยจากโครงการการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จังหวัดพะเยา ภายใต้กรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน แผนงานโครงการพัฒนาความเป็นเลิศของสถาบันอุดมศึกษา และพัฒนากำลังคนขั้นสูง (Reinventing University) มหาวิทยาลัยพะเยา พ.ศ. 2568

เอกสารอ้างอิง

- สุวัฒน์ชัย สวัสดิผล. (2552). ทุนทางสังคมกับการจัดการศูนย์เรียนรู้: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์ชุมชนมอญบางกระดี่ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมจันทร์ ศรีปรัชยานนท์, พระมหาสุพัตร วชิราวุธ, สหทัยา วิเศษ, เบญญาดา กระจำแจ้ง, และ ปาณิสรา เทพรักษ์. (2566). การผลิตผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง. วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ, 8(2), 387-405.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2565). รายงานสถานการณ์และความเคลื่อนไหวของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปี 2565. กรุงเทพมหานคร: Bolliger & Company (Thailand) Co., Ltd.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), Handbook of theory and research for the sociology of education. New York: Greenwood.

- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation. New York: Oxford University Press.
- Tran, N. (2016). Design thinking playbook for change management in K-12 schools. Retrieved November 12, 2025, from https://issuu.com/normantran2001/docs/design_thinking_playboo
- UNESCO. (2019). Global education monitoring report 2019: Migration, displacement and education - Building bridges, not walls. Paris: UNESCO Publishing.
- United Nations. (2015). Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. New York: United Nations.