

อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Local Cultural Identity in Arts and Culture Transformed into Creative Products to Promote the Economy and Cultural Tourism

อนุชา ม่วงใหญ่*

Anuchar Muangyai

ไนตะวัน กำหอม

Naitawan Kumhom

สาขาสังคม ศาสนาและวัฒนธรรม

คณะสังคมศาสตร์และศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยทองสุข

Department of Society, Religion and Culture,

Faculty of Social Sciences and Education, Thongsook College

Corresponding author, e-mail: Anuchar2221@gmail.com*

วันที่รับบทความ (Received): 7 กุมภาพันธ์ 2569

วันที่แก้ไขบทความ (Revised): 27 กุมภาพันธ์ 2569

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted): 3 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ค้นหาคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทยในพื้นที่จังหวัดภูมิภาคนอกเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ที่นำมาต่อยอดใช้ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม 2) ศึกษาแนวทางการนำศิลปวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตผลงานและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไทย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลใช้แบบเจาะจง ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้รู้ เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและสำคัญเกี่ยวกับประวัติชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ อัตลักษณ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ประกอบด้วย ประชาชนชาวบ้าน ครู-อาจารย์ ผู้นำชุมชน ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ เป็นกลุ่มบุคคลที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ เป็นกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมโดยตรง เช่น ผู้ประกอบการ 3) กลุ่มบุคคลทั่วไป ได้แก่ ประชาชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพทางวัฒนธรรม โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต จัดประชุมกลุ่มย่อยและการประชุมเชิงปฏิบัติการ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา ผ้า และการหล่อหลอมโลหะ เป็นภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมของสังคมเกษตรกรรมที่มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ ความสามารถ และทักษะจากรุ่นสู่รุ่น ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องจักสาน และเครื่องปั้นดินเผาพบเกือบทุกจังหวัด ขณะที่การหล่อหลอมโลหะและผลิตภัณฑ์อื่นๆ พบเฉพาะบางท้องถิ่น ภาคกลาง พบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานและเครื่องปั้นดินเผาเกือบทุกจังหวัด ส่วนการหล่อหลอมโลหะและผลิตภัณฑ์อื่นๆ พบเฉพาะบางชุมชน ภาคใต้ พบผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องจักสานเกือบทุกจังหวัด ส่วนเครื่องปั้นดินเผา



การหล่อหลอมโลหะ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ พบเฉพาะบางชุมชน 2) แนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นทันสมัย ใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ลดต้นทุนด้วยการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นโดยไม่ลดทอนคุณค่าและคุณภาพ ส่งเสริมอาชีพแก่คนในท้องถิ่นเพื่อสืบทอดภูมิปัญญา พร้อมสนับสนุนศูนย์สาธิตกระบวนการผลิต การจัดนิทรรศการ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในท้องถิ่น เพื่อสร้างแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นในทุกภูมิภาคมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน ทำให้คุณค่าอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โดดเด่น สามารถสืบทอดและประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของคนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน แม้จะเผชิญกระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น; ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์; การส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

The objectives of this research were: 1) to explore the value of local cultural and artistic identity in Thailand across the Northeastern, Central, and Southern regions, in order to further develop and promote them to increase economic value in a tangible way; and 2) to study approaches for using cultural and artistic heritage to enhance economic value for communities, generate income for local producers, and promote cultural tourism. The population and sample were selected purposively and consisted of: 1) Knowledgeable informants, who provided primary and crucial information regarding community history, traditions, culture, religion, beliefs, and identity in the Northeastern, Central, and Southern regions. This group included local sages, teachers, community leaders, and individuals knowledgeable about cultural identity; 2) Practitioners, who provided information on local cultural and artistic identity in the Northeastern, Central, and Southern regions, and directly participated in related activities, such as entrepreneurs; 3) General public, which included citizens from the Northeastern, Central, and Southern regions.

This research employed a qualitative cultural research approach, using data collection tools such as surveys, interviews, observations, focus group discussions, and workshops. The research findings revealed that: 1) local handicrafts in the Northeastern, Central, and Southern regions, categorized into four types woven products, pottery, textiles, and metal casting represented the wisdom and cultural heritage of agrarian societies. Knowledge, skills, and expertise were passed down from generation to generation. In the Northeastern region, textiles, woven products, and pottery were found in nearly every province, whereas metal casting and other products were found only in specific localities. In the Central region, woven products and pottery were found in almost every province, while metal casting and other products were limited to certain communities. In the Southern region, textiles and woven products were found in nearly all provinces, whereas pottery, metal casting, and other products existed only in selected communities. 2) The strategies to enhance economic value and promote cultural tourism included developing product designs that

were distinctive, modern, and multifunctional; reducing production costs by utilizing local resources without diminishing the value and quality of the products; promoting local occupations to preserve traditional knowledge; and supporting the establishment of demonstration centers, exhibitions, and product sales within the community to motivate and facilitate cultural tourism. Furthermore, local handicrafts in all regions were closely connected to community lifestyles, which highlighted the identity and uniqueness of the products. These products were preserved and could be sustainably applied in the daily lives of local people, even in the face of globalization and advancements in science and technology.

Keywords: Local cultural and artistic identity; Creative products; Promotion of economic development and cultural tourism

บทนำ

สังคมไทยมีพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดจากการอยู่ร่วมกันของกลุ่มชนหลากหลายชาติพันธุ์ซึ่งตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ แต่ละกลุ่มได้สร้างแบบแผนทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับบริบทด้านภูมิประเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตของตน ส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะและโดดเด่น อาทิ วัฒนธรรมล้านนาในภาคเหนือ วัฒนธรรมอีสานที่มีรากฐานจากลาวและเขมร วัฒนธรรมลุ่มน้ำเจ้าพระยาในภาคกลาง และศิลปวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากโลกมลายูในภาคใต้ (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2558) ความหลากหลายดังกล่าวมิได้เป็นเพียงความแตกต่างทางชาติพันธุ์ หากแต่เป็นผลจากกระบวนการปรับตัวและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มคนในแต่ละยุคสมัย ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไปได้หล่อหลอมให้เกิดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยในภาพรวม ขณะเดียวกัน ชุมชนท้องถิ่นยังคงรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมของตนไว้ผ่านภาษา ภูมิปัญญาการผลิตงานหัตถกรรม พิธีกรรม และประเพณีที่สืบทอดจากบรรพชน (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2544) อัตลักษณ์ท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคสะท้อนถึงรากเหง้าและมรดกทางวัฒนธรรมที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน ทั้งในมิติความเชื่อ การดำรงชีวิต ศิลปะการแสดง และระบบความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งยังคงมีบทบาทสำคัญต่อการทำความเข้าใจความเป็น “ไทย” ในบริบทปัจจุบัน และทำหน้าที่เป็นฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ

ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยเป็นผลจากการสั่งสมองค์ความรู้และประสบการณ์ของบรรพชนที่ดำรงชีวิตอยู่ในพื้นที่มาเป็นเวลายาวนาน ก่อให้เกิดมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมอย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นงานศิลปหัตถกรรม เช่น สิ่งทอพื้นเมือง เครื่องปั้นดินเผา งานโลหะ เครื่องจักสาน และงานไม้ ตลอดจนพิธีกรรม ความเชื่อ ระบบความคิด และวิถีชีวิตของชุมชน องค์ความรู้เหล่านี้ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง และมีบทบาทสำคัญในการกำหนดอัตลักษณ์ของพื้นที่ นอกจากนี้ ยังถือเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นในมิติต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เนื่องจากศิลปหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมีคุณค่าทางสังคมและคุณค่าด้านอัตลักษณ์ที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ หากได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม ก็สามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ธนนฤเบศ ทองแดง, 2567)



อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา กระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศได้ส่งผลกระทบต่อภารกิจรักษาลักษณะท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญ การแพร่กระจายของวัฒนธรรมสากลผ่านสื่อดิจิทัลทำให้รูปแบบวัฒนธรรมกระแสหลักเข้าถึงผู้คนได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้วัฒนธรรมท้องถิ่นที่ขาดการสืบทอดและการสนับสนุนอย่างเป็นระบบมีความเสี่ยงต่อการถูกกลืนหรือถูกแทนที่ด้วยวัฒนธรรมร่วมสมัย (Giddens, 2000) ประกอบกับทัศนคติของคนรุ่นใหม่ที่ไม่ให้ความสำคัญกับความทันสมัยและวิถีชีวิตแบบเมืองมากกว่าการสืบสานรากเหง้าทางวัฒนธรรม ทำให้องค์ความรู้พื้นบ้าน งานหัตถกรรม และประเพณีดั้งเดิมจำนวนมากเริ่มลดบทบาทลง และมีแนวโน้มสูญหายไปในระยะยาว หากไม่ได้รับการฟื้นฟูอย่างเหมาะสม (ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ, 2552) ผลกระทบดังกล่าวไม่เพียงทำให้มรดกทางวัฒนธรรมอ่อนแอลงเท่านั้น แต่ยังทำให้สังคมสูญเสียโอกาสในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดเป็นทุนทางสังคมและเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน หรืออาชีพเชิงภูมิปัญญา ซึ่งเป็นแนวทางที่หลายประเทศใช้ในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนของชุมชน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของไทยได้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะแผนฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550–2554) ซึ่งเน้นว่าวัฒนธรรมเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งในด้านการพัฒนาคุณภาพคน การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของประเทศผ่านสินค้าและบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับมุมมองที่มองว่าวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นทุนทางสังคมและทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การออกแบบ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาทุนมนุษย์ (Throsby, 2001)

แม้จะมีนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ แต่การนำศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นไปใช้ในการพัฒนาเชิงปฏิบัติยังคงประสบข้อจำกัดหลายประการ เช่น การขาดงานวิจัยเชิงลึก การขาดระบบถ่ายทอดองค์ความรู้ งบประมาณสนับสนุนที่ไม่เพียงพอ และความไม่ต่อเนื่องของโครงการในระดับพื้นที่ ส่งผลให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจำนวนมากไม่สามารถพัฒนาเป็นสินค้า บริการ หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้อย่างเต็มศักยภาพ (กิตติกรรณ์ บำรุงบุญ, 2563) ในบริบทดังกล่าว การศึกษาอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเป็นระบบจึงมีความจำเป็น เพื่อทำความเข้าใจคุณค่า รากฐาน และองค์ความรู้ที่สั่งสมมา และนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ผสานภูมิปัญญาดั้งเดิมเข้ากับความร่วมมือ ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน (Richards, 2018)

ดังนั้น การศึกษาคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและการกำหนดแนวทางการประยุกต์ใช้สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ตอบสนองทั้งการอนุรักษ์มรดก วัฒนธรรม การเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานราก และการพัฒนาประเทศในยุคที่ทุนวัฒนธรรมมีบทบาทเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีนัยสำคัญ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อค้นหาคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทยในพื้นที่จังหวัดภูมิภาคนอกเหนือจากภาคกลาง ภาคใต้ ที่นำมาต่อยอดใช้ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่า ทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม
2. เพื่อศึกษาแนวทางการนำศิลปวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนการสร้างรายได้ ให้แก่ผู้ผลิตผลงานและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยดำเนินการตามขั้นตอน ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาเพื่อศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและการประยุกต์ใช้สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ โดยครอบคลุมสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1.1 การศึกษาประวัติชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ ตลอดจนบริบททางวัฒนธรรม และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ รวมถึงศิลปวัฒนธรรม และหัตถกรรมพื้นบ้าน องค์ความรู้และภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปหัตถกรรมประเภทต่างๆ ได้แก่ ผ้าพื้นเมือง เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา และการหล่อหลอมโลหะ

1.2 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.3 การศึกษาความเป็นไปได้ในการนำอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ เพื่อเสริมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2. วิธีวิจัย การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Qualitative Research) เพื่อศึกษาประวัติชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อ และอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทั้งเอกสาร (Documentary Study) และการศึกษาภาคสนาม (Field Study) โดยใช้วิธีการสำรวจ การสัมภาษณ์ การสังเกต และการสนทนากลุ่ม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงคุณภาพตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ (ในตะวัน กำหอม, 2559)

3. ระยะเวลาการวิจัย การวิจัยนี้ดำเนินการในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2568 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2569

4. พื้นที่วิจัย พื้นที่ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ จังหวัดภูมิภาควนออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ซึ่งผู้วิจัยเลือกเป็นพื้นที่ศึกษาเนื่องจากมีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ ดังนี้ 1) เป็นพื้นที่ที่มีประวัติความเป็นมาและอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ชัดเจน 2) เป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาด้านวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องภายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา 3) เป็นพื้นที่ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในลักษณะองค์กรรวม เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม

5. ผู้ให้ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ใช้การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นในภาควนออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ โดยแบ่งออกเป็น 1) กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน ครู อาจารย์ ผู้นำชุมชน และผู้มีความรู้ด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่น จำนวน 10 คน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ จำนวน 20 คน 3) กลุ่มบุคคลทั่วไป (Purposive Informants) ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ศึกษา จำนวน 20 คน



วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม และการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ตามแนวทางของในตะวัน กำหอม (2559)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ได้แก่ 1) การเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย และข้อมูลจากชุมชน 2) การเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยยึดหลักการศึกษาแบบองค์รวม (Holistic Approach) ใช้เวลาศึกษาภาคสนามประมาณ 6 เดือน

3. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากเอกสารและภาคสนามถูกตรวจสอบ จัดหมวดหมู่ และวิเคราะห์โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) จากนั้นนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัยเชิงวิเคราะห์ (Analytic Induction) และการวิเคราะห์เชิงจำแนกประเภท (Typological Analysis) เพื่ออธิบายอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและการพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (ในตะวัน กำหอม, 2559)

4. การนำเสนอผลการวิจัย การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยนำเสนอผลการศึกษาให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมพิจารณาและวิพากษ์ เพื่อยืนยันความถูกต้องและความสอดคล้องกับบริบทจริงของชุมชน พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลประกอบภาพกิจกรรมภาคสนามและกระบวนการพัฒนาอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

สรุปผลการวิจัย

1. คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทยในพื้นที่จังหวัดภูมิภาคนอกเหนือจากภาคกลาง ภาคใต้ ที่นำมาต่อยอดใช้ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่า ทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน: นับเป็นภูมิภาคที่มีรากฐานทางอารยธรรมเก่าแก่และมีบทบาทสำคัญทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละชุมชน ศิลปวัฒนธรรมเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นภาพสะท้อนของระบบความเชื่อ พิธีกรรม ค่านิยม ศาสนา ตลอดจนวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนหนึ่งเกิดจากการเป็นพื้นที่รองรับกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลาย รวมถึงการติดต่อค้าขายและการแลกเปลี่ยนทางสังคมวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลให้เกิดกระบวนการถ่ายทอดและผสมผสานทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้รูปแบบการดำรงชีวิต ขนบธรรมเนียม และประเพณีในหลายพื้นที่มีลักษณะเชื่อมโยงและคล้ายคลึงกัน ขณะเดียวกัน ความแตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์ก็ทำให้ศิลปวัฒนธรรมอีสานมีอัตลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นแตกต่างจากภูมิภาคอื่นของประเทศ ศิลปวัฒนธรรมของภาคอีสานมีพัฒนาการสืบเนื่องมาตั้งแต่สมัยโบราณ ดังปรากฏหลักฐานทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์จำนวนมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ภาพ สัญลักษณ์ และงานศิลปกรรมเป็นสื่อในการถ่ายทอดเรื่องราวและความหมายที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในอดีต หลักฐานเหล่านี้ยังคงแสดงให้เห็นถึงรูปแบบการดำรงชีวิตของชุมชนอีสานในยุคก่อนประวัติศาสตร์ได้อย่างชัดเจน การศึกษาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือเริ่มจากการสำรวจและรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

ในพื้นที่จำนวน 19 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ เลย ยโสธร ร้อยเอ็ด มหาสารคาม มุกดาหาร สกลนคร หนองคาย หนองบัวลำภู ศรีสะเกษ สุรินทร์ อุดรธานี อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี โดยใช้การสอบถามข้อมูลเบื้องต้นร่วมกับการตรวจสอบข้อมูลจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ผลการศึกษาพบว่า ทุกจังหวัดมีผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะ แม้ว่าบางประเภทจะมีลักษณะใกล้เคียงกัน แต่สามารถจำแนกศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบด้วย ผ้าไหมลวดลายต่างๆ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าฝ้าย ผ้าซิด ผ้าจก ผ้าแพรวา ผ้าแพรมณ ผ้าโสร่ง และผ้าขาวม้า ซึ่งพบแหล่งผลิตได้ในทุกจังหวัด โดยเฉพาะผ้าไหมอีสานที่มีความประณีต งดงาม และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2. เครื่องจักสาน เครื่องจักสานเป็นหัตถกรรมดั้งเดิมที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน โดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น หวาย เถาวัลย์ กก และกระจูด นำมาสอดประสานเป็นภาชนะหรือเครื่องใช้ต่างๆ รูปแบบและลวดลายของเครื่องจักสานสะท้อนถึงขนบธรรมเนียม ความนิยม และวิถีชีวิตของแต่ละชุมชน ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กระติบข้าว กระดัง กระบุง เสื่อกก ตะกร้า กระจาด ไซ ข้อง และผลิตภัณฑ์ประยุกต์อื่นๆ

3. เครื่องปั้นดินเผา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นพื้นที่ที่มีการผลิตเครื่องปั้นดินเผามาตั้งแต่มานานยุคก่อนประวัติศาสตร์ โดยมีหลักฐานสำคัญจากแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งพบเครื่องปั้นดินเผาเขียนสีที่มีอายุหลายพันปี เครื่องปั้นดินเผาเหล่านี้ถูกพัฒนารูปแบบและคุณภาพอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่พบ ได้แก่ หม้อดิน โอ่งน้ำ แจกัน กระถาง และเครื่องตกแต่งบ้าน

4. การหล่อหลอมโลหะ การหล่อหลอมโลหะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นองค์ความรู้ที่มีมาอย่างยาวนาน โดยพบหลักฐานการผลิตเครื่องสำริดและเครื่องโลหะจากแหล่งโบราณคดีหลายแห่ง ความรู้ดังกล่าวถูกถ่ายทอดและพัฒนาแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและมีความประณีต เช่น เครื่องประดับเงิน เครื่องทองเหลือง เครื่องมือเกษตร และเครื่องใช้ในครัวเรือน นอกจากนี้ ศิลปหัตถกรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังรวมถึงการแปรรูปอาหารและผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งสะท้อนถึงภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชนได้อย่างชัดเจน

ภาคกลาง: ถือเป็นศูนย์กลางอารยธรรมที่สำคัญของประเทศไทย โดยมีพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมสืบเนื่องมาตั้งแต่สมัยทวารวดี การรวมตัวของประชากรหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ทำให้เกิดการผสมผสานทางศิลปวัฒนธรรมอย่างกลมกลืน จนกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน บางพื้นที่ยังได้รับการยกย่องในระดับนานาชาติให้เป็นมรดกโลก การศึกษาศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภาคกลางครอบคลุมพื้นที่ 26 จังหวัด ผลการสำรวจพบว่าศิลปหัตถกรรมมีความหลากหลายและมีลักษณะเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น สามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา การหล่อหลอมโลหะ และหัตถกรรมงานฝีมืออื่นๆ โดยเฉพาะเครื่องจักสานซึ่งมีการผลิตอย่างแพร่หลายในทุกจังหวัด และมีชื่อเสียงในระดับประเทศ

ภาคใต้: เป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ภาษา และวัฒนธรรม อันเป็นผลมาจากการตั้งถิ่นฐานของผู้คนมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน ความหลากหลายดังกล่าวนำไปสู่การหล่อหลอมองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่า และกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภาคใต้สะท้อนภูมิปัญญาของสังคมเกษตรกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น



อย่างคุ้มค่า วัสดุที่นำมาใช้มีความหลากหลาย เช่น ไม้ไผ่ หวาย ลิเกา กระจุต และมะพร้าว การศึกษาครอบครัวพื้นที่ 14 จังหวัด ผลการศึกษาพบว่าสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์พื้นบ้านออกเป็น 5 ประเภทหลัก โดยเฉพาะงานเครื่องจักสานและงานทอผ้าที่มีลักษณะโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของภูมิภาค

2. แนวทางการนำศิลปวัฒนธรรมมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน สร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิต และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไทย

2.1 แนวทางการนำศิลปวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนและสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตผลงาน 1) แนวทางการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถดำเนินการได้ผ่านการนำองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ งานศิลปหัตถกรรมประเภทผ้า เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา และการหล่อหลอมโลหะ ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ และได้รับการปรับปรุงพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและบริบททางสังคมในปัจจุบัน แนวทางสำคัญในการยกระดับศักยภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ได้แก่ การส่งเสริมให้เลือกใช้วัสดุและวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การพัฒนาด้านการออกแบบให้มีความสวยงาม ทันสมัย และสามารถใช้งานได้หลากหลาย ตลอดจนการลดต้นทุนการผลิตโดยอาศัยทรัพยากรในท้องถิ่น โดยไม่กระทบต่อคุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่คนรุ่นใหม่เพื่อสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่กับการสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์สาธิตและศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน รวมถึงการพัฒนาช่องทางการตลาด ซึ่งจะช่วยให้ศิลปหัตถกรรมสามารถต่อยอดเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ได้ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ 2) แนวทางการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นในภาคกลางศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นในภาคกลางสามารถนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท อาทิ งานหัตถกรรมสิ่งทอ เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา งานหล่อโลหะ และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่สืบทอดจากภูมิปัญญาดั้งเดิม และมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีบทบาทต่อชุมชนมากขึ้น แนวทางการเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นภาคกลางประกอบด้วย การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การสนับสนุนด้านการออกแบบให้มีความร่วมสมัยและตอบสนองการใช้งานที่หลากหลาย รวมถึงการบริหารจัดการต้นทุนโดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม โดยไม่ลดทอนคุณค่าทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมอาชีพให้แก่คนรุ่นใหม่ การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้และศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชน ตลอดจนการพัฒนาการตลาด ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมภาคกลางสามารถแข่งขันได้ในตลาดทั้งในและต่างประเทศ 3) แนวทางการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นในภาคใต้ การยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นในภาคใต้สามารถดำเนินการผ่านการนำศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทต่างๆ เช่น งานสิ่งทอ เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา และการหล่อหลอมโลหะ มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ โดยอาศัยภูมิปัญญาที่สืบทอดจากบรรพบุรุษและปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับบริบทของสังคมและเทคโนโลยีในปัจจุบัน แนวทางสำคัญ ได้แก่ การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ การพัฒนาการออกแบบให้มีความทันสมัยและสามารถใช้งานได้หลากหลาย การลดต้นทุนการผลิตโดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า โดยไม่กระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่ การจัดตั้งศูนย์สาธิตและศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชน และการพัฒนาการตลาด ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมภาคใต้ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

2.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไทย 1) แนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แหล่งผลิตศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่มีการจัดตั้งศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ การจัดนิทรรศการ และการสาธิตกระบวนการผลิต เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างแรงจูงใจแก่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาพบว่าสามารถพัฒนาแหล่งผลิตศิลปหัตถกรรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ได้ โดยจำแนกตามประเภทหัตถกรรม ได้แก่ งานทอผ้า เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา และงานหล่อโลหะ ซึ่งกระจายอยู่ในหลายจังหวัดของภูมิภาค และสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน 2) แนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคกลาง พื้นที่ภาคกลางมีแหล่งผลิตศิลปหัตถกรรมที่มีการจัดตั้งศูนย์จำหน่าย การจัดแสดงนิทรรศการ และการสาธิตกระบวนการผลิต เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวที่ควรได้รับการส่งเสริมครอบคลุมงานหัตถกรรมประเภทผ้า เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา งานหล่อโลหะ และงานฝีมืออื่นๆ ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้และสร้างรายได้แก่ชุมชน 3) แนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคใต้ แหล่งผลิตศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นในภาคใต้มีการจัดตั้งศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ การจัดนิทรรศการ และการสาธิตกระบวนการผลิต เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยแหล่งที่ควรได้รับการส่งเสริมประกอบด้วยงานสิ่งทอ เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา งานหล่อโลหะ และหัตถกรรมพื้นบ้านอื่นๆ ซึ่งสะท้อนภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของชุมชน และสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สร้างรายได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

1. คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทยในพื้นที่จังหวัดภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ที่นำมาต่อยอดใช้ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่า ทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม 3 ภูมิภาคของประเทศไทย ผลการวิจัยคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศไทยในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ สะท้อนให้เห็นว่า ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของแต่ละภูมิภาคมีความหลากหลายและมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่เกิดจากบริบททางประวัติศาสตร์ ความเชื่อ วิถีชีวิต และทรัพยากรธรรมชาติของพื้นที่ แม้จะมีความแตกต่างด้านรูปแบบ วัสดุ และกระบวนการผลิต แต่ศิลปหัตถกรรมของทั้งสามภูมิภาคล้วนมีศักยภาพในการเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม 1) ภาพรวมคุณค่าและศักยภาพของศิลปหัตถกรรมในแต่ละภูมิภาค ผลการศึกษาพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความโดดเด่นด้านศิลปหัตถกรรมประเภทผ้า โดยเฉพาะผ้าไหม ซึ่งมีการผลิตอย่างแพร่หลายในทุกจังหวัดและได้รับการยอมรับในระดับประเทศและนานาชาติ ขณะที่ภาคกลางมีความหลากหลายของศิลปหัตถกรรม ทั้งเครื่องจักสาน ผ้า เครื่องปั้นดินเผา และงานโลหะ อันเป็นผลจากการเป็นศูนย์กลางอารยธรรมและการผสมผสานทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ส่วนภาคใต้มีลักษณะเด่นด้านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น กระจูด ลิเกา กก และมะพร้าว มาผลิตเป็นงานหัตถกรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของชุมชนชายฝั่งและชุมชนพหุวัฒนธรรม แม้ศิลปหัตถกรรมของทั้งสามภูมิภาคจะมีพื้นฐานจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เข้มแข็ง แต่ผลการศึกษาพบข้อจำกัดร่วมกัน ได้แก่ การขาดการพัฒนาเชิงการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารอัตลักษณ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัทธิ เปี่ยมสุวรรณกิจ (2560) ที่ชี้ให้เห็นว่า หากชุมชนมีเพียงวัตถุดิบและองค์ความรู้ดั้งเดิมโดยขาดองค์ความรู้ด้านการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์จะไม่สามารถแข่งขันในเชิงพาณิชย์ได้อย่างเต็มศักยภาพ 2) การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านอัตลักษณ์และการออกแบบ



ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การเพิ่มมูลค่าศิลปหัตถกรรมในทั้งสามภูมิภาคได้ขึ้นอยู่กับ การเพิ่มปริมาณการผลิต หากแต่ขึ้นอยู่กับการพัฒนาอัตลักษณ์ การออกแบบ และการสื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับงานของประไพพิมพ์ พานิชสมัย (2560) และมียอง ซอ (2560) ที่เสนอว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น สามารถสร้าง การรับรู้ เพิ่มคุณค่า และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญ ในบริบทของทั้งสาม ภูมิภาค ศิลปหัตถกรรมมิได้เป็นเพียงสินค้าเชิงวัตถุ หากแต่เป็น “สื่อทางวัฒนธรรม” ที่สามารถถ่ายทอด เรื่องราว ประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชุมชน การนำแนวคิดการเล่าเรื่อง มาประยุกต์ใช้ จึงเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงศิลปหัตถกรรมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานของดาริน วรณทรัพย์ และคณะ (2561) ที่เน้นการจัดการทุนทาง วัฒนธรรมผ่านเรื่องราว กิจกรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน 3) บทบาทของการจัดการชุมชนและ ความยั่งยืน ผลการศึกษาในทั้งสามภูมิภาคชี้ให้เห็นตรงกันว่า ชุมชนที่มีการรวมกลุ่มผู้ผลิตอย่างเข้มแข็ง มี การถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น และมีระบบการบริหารจัดการที่ชัดเจน จะสามารถรักษาอัตลักษณ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่องมากกว่าชุมชนที่ขาดกลไกการจัดการร่วมกัน ประเด็นดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตพนธ์ ชุมเกตุ (2560) และรัชฎาพร เกตานนท์ (2560) ที่ชี้ว่า การมีส่วนร่วม ของชุมชนและการบริหารจัดการที่เป็นระบบเป็นปัจจัยสำคัญต่อความยั่งยืนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก ภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า การนำเทคโนโลยีและช่องทางการตลาดออนไลน์มาใช้ เช่น การพัฒนาเป็นของที่ระลึก การจำหน่ายผ่านสื่อดิจิทัล และการเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถช่วยขยายโอกาสทางการตลาดและยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนโยบายการพัฒนาประเทศในยุคปัจจุบัน การอภิปราย ผลเชิงทฤษฎี เมื่อพิจารณาผลการวิจัยผ่านกรอบทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ พบว่า ศิลปหัตถกรรมในทั้งสาม ภูมิภาคทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบสังคม โดยเชื่อมโยงสถาบันครอบครัว ชุมชน เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน ผ่านการสร้างรายได้ การถ่ายทอดภูมิปัญญา และการธำรงอัตลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Radcliffe-Brown และ Durkheim ที่มองว่าการทำหน้าที่ของระบบย่อยใน สังคมมีส่วนช่วยรักษาสถิตของสังคมโดยรวมในมิติของทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ศิลปหัตถกรรมทั้งสาม ภูมิภาคสะท้อนความงามทั้งเชิงรูปแบบและเชิงความหมาย การผสมผสานความงามเข้ากับประโยชน์ใช้สอย และการออกแบบร่วมสมัย ช่วยเพิ่มคุณค่าทางสุนทรียะและมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็น พื้นฐานสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขณะเดียวกัน ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม สามารถ อธิบายความคล้ายคลึงและความแตกต่างของรูปแบบศิลปหัตถกรรมในแต่ละภูมิภาค อันเกิดจากการ แลกเปลี่ยนความรู้ การค้า และการเคลื่อนย้ายของผู้คน ส่วนทฤษฎีการยอมรับสิ่งใหม่ ช่วยอธิบาย กระบวนการที่ชุมชนค่อยๆ เปิดรับนวัตกรรมด้านการออกแบบ เทคโนโลยี และการตลาด โดยมีบทบาท ของผู้นำชุมชนและหน่วยงานสนับสนุนเป็นปัจจัยเร่งให้เกิดการยอมรับและนำไปใช้จริง ผลการวิจัย ชี้ให้เห็นว่า ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ มีศักยภาพสูง ในการเป็นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว หากได้รับการพัฒนาอย่างเป็น ระบบในด้านอัตลักษณ์ การออกแบบ การจัดการชุมชน และการบูรณาการองค์ความรู้สมัยใหม่ โดยยังคง รักษาคุณค่าและความหมายทางวัฒนธรรมเดิมไว้ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนไทย

2. แนวทางการนำศิลปวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไทย ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการนำศิลปวัฒนธรรมมาพัฒนาเพื่อเพิ่ม

มูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน ทั้งในมิติของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม มีความสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นทุนทางวัฒนธรรม ที่สามารถต่อยอดสู่การสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ผู้ผลิตและชุมชนในทุกภูมิภาคของประเทศไทย 1) การเพิ่มมูลค่าศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนผลการวิจัยจากพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ชี้ให้เห็นว่าศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น ได้แก่ ผ้า เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา และงานโลหะ ยังคงมีรากฐานจากการสืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน แต่มีการปรับรูปแบบการผลิตให้สอดคล้องกับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบของสุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ (2560) ที่ระบุว่า การนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอาศัยการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ และสร้างรายได้แก่ชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรมในทำนองเดียวกัน งานวิจัยของนงลักษณ์ จีวจุ (2560) และกรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย (2560) ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย และการกำหนดมาตรฐานสินค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถขยายตลาดได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการเพิ่มมูลค่าศิลปวัฒนธรรมในทุกภูมิภาคของการศึกษานี้ ที่เน้นการคัดเลือกวัสดุคุณภาพ การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ และการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อลดต้นทุนการผลิตควบคู่กับการเพิ่มคุณค่าเชิงวัฒนธรรม 2) การสร้างอัตลักษณ์และการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปวัฒนธรรมให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องคำนึงถึงการสื่อสารอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ควบคู่ไปกับประโยชน์ใช้สอย โดยไม่มุ่งเน้นเฉพาะการใช้งานเพียงอย่างเดียว ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานของประไพพิมพ์ พานิชสมัย (2560) และมียอง ซอ (2560) ที่เสนอว่า การออกแบบอัตลักษณ์ผ่านสี รูปแบบ ลวดลาย และเรื่องราวของชุมชนเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างการรับรู้และเพิ่มมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ งานศึกษาของกิตติกรณ์ บำรุงบุญ (2563) ยังสนับสนุนว่า การถอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การออกแบบของที่ระลึก สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของพื้นที่ และช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนได้อย่างมีนัยสำคัญ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมในทุกภูมิภาคที่มุ่งรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมควบคู่กับความร่วมสมัย 3) การเชื่อมโยงศิลปหัตถกรรมกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า แหล่งผลิตศิลปหัตถกรรมในทุกภูมิภาคมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ผ่านการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ การสาธิตกระบวนการผลิต และการจัดนิทรรศการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการทุนทางวัฒนธรรมของดาริน วรณทรัพย์ และคณะ (2561) ที่เสนอว่าการจัดการทุนทางวัฒนธรรมผ่านชุมชน เรื่องราว และกิจกรรม สามารถก่อให้เกิดผลเชิงบวกทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์วัฒนธรรมในทำนองเดียวกัน งานวิจัยของฐิติมา อังกรวัชรพันธุ์ (2561) และประไพพิมพ์ พานิชสมัย (2560) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ขับเคลื่อนโดยคนในชุมชน ช่วยกระจายรายได้ เสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น และเพิ่มความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ของการศึกษานี้ 4) การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความยั่งยืนของชุมชนผลการศึกษาโดยภาพรวมชี้ให้เห็นว่า การนำศิลปวัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากมีการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการออกแบบ การตลาด เทคโนโลยี และการบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชฎาพร เกตานนท์ (2560) และดวงรัก รัตนพันธุ์ และ



ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์ (2560) ที่ชี้ว่าการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับนวัตกรรมและนโยบาย Thailand 4.0 เป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ความสอดคล้องกับกรอบทฤษฎี ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ ศิลปวัฒนธรรมและศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นสถาบันวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับสถาบันเศรษฐกิจ การศึกษา และการท่องเที่ยว โดยมีบทบาทในการสร้างรายได้ เสริมสร้างอัตลักษณ์ร่วม และถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแรดคลิฟฟ์-บราวน์ และกรอบ AGIL ที่สะท้อนการกำหนดเป้าหมายร่วม การปรับตัว การบูรณาการ และการธำรงรักษาความมั่นคงทางวัฒนธรรมของชุมชน ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ ผลการศึกษาที่เน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ สอดคล้องกับแนวคิดสุนทรียศาสตร์ที่มองว่าความงามประกอบด้วยมิติของวัตถุพิสัย จิตวิสัย และสัมพันธวิสัย การผสมผสานศิลปะพื้นบ้านเข้ากับการออกแบบร่วมสมัยจึงเป็นการเชื่อมโยงประโยชน์ใช้สอยเข้ากับคุณค่าทางสุนทรียะ ตามแนวคิดศิลปะเพื่อชีวิต และทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมและการยอมรับสิ่งใหม่ ความแตกต่างและความเหมือนของรูปแบบศิลปหัตถกรรมในแต่ละภูมิภาคสามารถอธิบายได้ผ่านทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม ขณะที่การปรับตัวของชุมชนต่อการออกแบบ การตลาด และการท่องเที่ยว สอดคล้องกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรม 5 ขั้นตอน โดยมีปัจจัยสำคัญ คือ ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้กับวิถีชีวิตและต้นทุนที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 การอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.1.1 ควรมีมาตรการส่งเสริมการเรียนรู้และฝึกอบรมด้านศิลปหัตถกรรมในชุมชนทั้งสำหรับเยาวชนและคนรุ่นใหม่ เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป

1.1.2 การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ ศูนย์สาธิต และศูนย์ฝึกอบรมในแต่ละพื้นที่ จะช่วยให้ความรู้และทักษะไม่สูญหาย

1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยและมีมูลค่าเพิ่ม

1.2.1 สนับสนุนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคงเอกลักษณ์ท้องถิ่น

1.2.2 ใช้วัสดุและเทคนิคท้องถิ่นคุณภาพสูง และลดต้นทุนด้วยการใช้ทรัพยากรที่หาได้ในพื้นที่ โดยไม่ลดคุณภาพของสินค้า

1.3 การสร้างตลาดและช่องทางการจำหน่าย

1.3.1 จัดตั้งศูนย์จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชนและเชื่อมโยงกับช่องทางออนไลน์เพื่อขยายตลาดและสร้างรายได้ให้ผู้ผลิตโดยตรง

1.3.2 ส่งเสริมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า งานเทศกาลวัฒนธรรม และงานแฟร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

1.4 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.4.1 พัฒนาแหล่งการผลิตศิลปหัตถกรรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การจัดนิทรรศการ การสาธิตการทำงาน และกิจกรรมเชิงประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยว

1.4.2 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ผู้คนรับรู้ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ

1.5 การสนับสนุนด้านนโยบายและความร่วมมือชุมชน

1.5.1 ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน ผู้ผลิต และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิตและการตลาด

1.5.2 สนับสนุนทางการเงิน เช่น กองทุนหรือสินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรม เพื่อให้สามารถลงทุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ผู้รู้ท้องถิ่น ศิลปินช่างฝีมือ และผู้ประกอบการ จะช่วยให้เข้าใจถึงคุณค่าและแนวทางการนำไปต่อยอดเชิงเศรษฐกิจได้ลึกซึ้งมากขึ้น

2.2 ควรเน้นการศึกษาการประยุกต์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ตอบโจทย์ตลาดยุคปัจจุบัน เช่น การออกแบบผสมผสานเทคโนโลยีหรือวัสดุสมัยใหม่

2.4 ควรศึกษากลยุทธ์การสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับการผลิตศิลปหัตถกรรม เช่น การจัดกิจกรรมเวิร์กช็อป การจัดนิทรรศการ การท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน

บรรณานุกรม

กรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 10(2): 1-11.

กิตติกรณ์ บำรุงบุญ. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม เพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจ. *คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*.

จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. *เพชบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร*.

ฐิติมา อังกรวัชรพันธุ์. (2561). แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อสื่อความหมายภูมิปัญญาท้องถิ่นของตลาดคู้สำเภา จังหวัดชัยนาท. *คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.

ดาริน วรณทรัพย์. (2561). รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย. *บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนนครินทร์*.

ดวงรัก รัตนพันธุ์ และชัชวาลย์ รัตนพันธุ์. (2560). การออกแบบของที่ระลึก: การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน *Souvenir Design : Apply of Local Wisdom to Local Products*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

ธนฤเบศร ทองแดง. (2567). อัตลักษณ์ท้องถิ่น: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แบบองค์รวม เพื่อการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และสังคม จังหวัดชลบุรี. *หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมศาสนาและวัฒนธรรม, บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยทองสุข*.

ธเนศ อารณสุวรรณ. (2552). กำเนิดและความท้าทายของศิลปะศาสตร์ในระบบการศึกษาไทย. *วารสารประวัติศาสตร์ ธรรมศาสตร์*, 11(2): 1-29.

นงลักษณ์ จิ๋ว. (2560). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาการบัญชีต้นทุน 1 โดยใช้การสอนแบบ e-learning. *สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*.



- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2544). *สังคมแห่งการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: พี.เอ.อีฟวิง.
- ในตะวัน กำหม่อม. (2559). *การวิจัยทางสังคมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์*. มหาสารคาม: โรงพิมพ์ที่คอมมหาสารคาม.
- ประไพพิมพ์ พานิชสมัย. (2560). การออกแบบอัตลักษณ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชนท่าแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช. *หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต, สาขาวิชาศิลปการออกแบบ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร*.
- มียอง ซอ และ เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง. (2560). การสร้างอัตลักษณ์สี เพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 18(1): 119-128.
- รัชฎาพร เกตานนท์. (2560). *แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในจังหวัดนครปฐม*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2537). *คนไทยอยู่ที่นี่ ที่อุษาคเนย์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน
- สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ และสุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ. (2562). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. ใน การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2 “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นวัตกรรมสร้างสรรค์สังคม” (น.1059-1068). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://human.skru.ac.th/husoconference/conf/P37.pdf>
- Giddens, A. (2000). *Runaway world: How globalisation is reshaping our lives*. London: Routledge.
- Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. London: Cambridge University Press.