

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย ด้วยกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง: กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัว*

GUIDELINES OF THE DEVELOPMENT OF THAI CONTEMPORARY ARTS AND CRAFTS THROUGH A CO-CREATION PROCESS: A CASE STUDY OF BAN KRUA COMMUNITY

โสมฉาย บุญญานันต์¹, ณชนก หล่อสมบุญ^{2*}, ปรียศรี พรหมจินดา³

Soamshine Boonyananta¹, Nachanok Lohsomboon^{2*}, Priyasri Promchinda³

¹คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

¹Faculty of Education, Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand

โรงเรียนศศิภา กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

²Sasipa School, Bangkok, Thailand

³คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร นครปฐม ประเทศไทย

³Faculty of Education, Silpakorn University, Nakhon Pathom, Thailand

*Corresponding author E-mail: nachanokloh@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยที่สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ ด้วยกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้นำชุมชนและสมาชิกชุมชนบ้านครัว จำนวน 10 คน ผู้ใช้งานศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย จำนวน 1 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์สภาพปัจจุบันและสภาพปัญหา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยด้วยกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง: กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัว เป็นตัวอย่างของการสร้างนวัตกรรมที่ตั้งอยู่บนฐานของวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้สร้างสรรค์และชุมชนเป็นหลัก ผ่านการเรียนรู้แบบลงมือทำ และการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วม อันนำไปสู่การยกระดับเศรษฐกิจชุมชน และการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนไว้ในรูปแบบที่ร่วมสมัยและยั่งยืน โดยมีแนวทางสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ 1) การเตรียมความพร้อมของผู้ร่วมออกแบบ 2) การลงพื้นที่เรียนรู้บริบทจริงของชุมชน 3) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชน 4) การออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 5) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ 6) การถ่ายทอดองค์ความรู้กลับสู่ชุมชน และ 7) การทดสอบตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมทำให้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยไม่เพียงมีความงาม แต่ยังมีคามหมาย เป็นที่ยอมรับของชุมชน และมีศักยภาพในการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยจะมีความยั่งยืนหากมีการบูรณาการองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม และการส่งต่อทางตลาด

คำสำคัญ: ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย, กระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง, อัตลักษณ์ชุมชน, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, ชุมชนบ้านครัว

Abstract

This research aims to explore the development guidelines for Thai contemporary arts and crafts products that can be further commercialized through a co-creation process. A qualitative research method was employed. The key informants consisted of 12 participants: 10 community leaders and members of Ban Krua community, 1 user of Thai contemporary crafts, and 1 tourist. The research instrument was a semi-structured interview form focusing on the current situation and existing problems. Data were analyzed using content analysis. The findings revealed that the development of Thai contemporary arts and crafts products through a co-creation process, as a case study of Ban Krua community, serves as an example of innovation based on local cultural foundations. The core of this process lies in active participation between creators and the community, emphasizing learning by doing and participatory knowledge transfer. This approach contributes to enhancing the local economy while preserving the community's identity in a contemporary and sustainable manner. The study identified seven key development guidelines: 1) Preparing co-creators for the design process, 2) Conducting immersive fieldwork to understand the local context, 3) Analyzing the community's cultural identity, 4) Designing and developing prototype products, 5) Engaging the community in selecting representative products, 6) Transferring knowledge back to the community, and 7) Testing products in real markets. The development of Thai contemporary arts and crafts products was found to be sustainable when relevant knowledge was integrated, community participation was encouraged, and effective market transmission was ensured.

Keywords: Thai Contemporary Arts and Crafts, Co-creation Process, Community Identity, Creative Economy, Ban Krua Community

บทนำ

รัฐบาลไทยกำหนดแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มุ่งเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนฐานความรู้และความคิดสร้างสรรค์โดยนำแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่มีพื้นฐานความเชื่อว่า มนุษย์ทุกคนมีศักยภาพที่จะสร้างและพัฒนาได้ในทุกระดับอาชีพ ถ้าได้รับการเรียนรู้ที่เหมาะสมจนมีประสบการณ์ (วรธยา ธรรมกิตติภาพ, 2562) โดยเชื่อมโยงเศรษฐกิจ วัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Product) อันมีรากฐานจากภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Hawkins, 2001) โดยยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้ร่วมสมัยเพื่อพัฒนาสู่การเพิ่มมูลค่า (Value Creation) ของผลิตภัณฑ์และบริการ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2561) กระทรวงวัฒนธรรมจึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด และยกระดับเศรษฐกิจของชุมชน (พัชรินทร์ สิริสุนทร, 2550)

ทั้งนี้ ศิลปหัตถกรรมที่มีความร่วมสมัยก่อให้เกิดคุณค่าในทางศิลปะและสร้างมูลค่า จากการบูรณาการความรู้ของตนเข้ากับภูมิปัญญาในท้องถิ่น จนเกิดการเรียนรู้ด้านศิลปะในสังคมยุคเศรษฐกิจใหม่ อีกทั้งยังส่งเสริมการเรียนรู้แขนงต่าง ๆ ในท้องถิ่นร่วมกันของชุมชน นำไปสู่การสืบสานภูมิปัญญาที่สร้างอัตลักษณ์ชุมชน (ประติมา ธีรบุรณัตระกูล และคณะ, 2562) โดยสามารถใช้วัตถุดิบในธรรมชาติ วัตถุดิบที่มีการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycling materials) อย่างไรก็ตาม หัตถกรรมจากหลายพื้นที่ยังคงเผชิญข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์



จากภูมิปัญญา ได้แก่ 1) ขาดความรู้และทักษะในการต่อยอดภูมิปัญญาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภค 2) ขาดการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ต่อเนื่อง 3) ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบซ้ำกัน ขาดความหลากหลาย 4) ขาดความเข้าใจในกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน 5) ขาดการวิจัยและพัฒนาที่เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ 6) ขาดทักษะจำเป็นยุคดิจิทัลทำให้เข้าไม่ถึงการจ้างงานและกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม ซึ่งปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ชุมชนมีรายได้ลดลง ยุติกิจการ ย้ายถิ่นฐาน และละทิ้งภูมิปัญญาเพื่อประกอบอาชีพอื่นในที่สุด (ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา, 2558) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงออกแบบหรือเชิงธุรกิจเพียงด้านเดียว แต่ยังขาดการศึกษาเชิงกระบวนการที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและนักสร้างสรรค์รุ่นใหม่ผ่านการออกแบบร่วมคิดร่วมสร้าง (Co-creation) ที่สอดคล้องกับบริบทจริง ซึ่งเป็นช่องว่างสำคัญที่งานวิจัยนี้มุ่งเติมเต็ม

ชุมชนบ้านคร้ว เป็นชุมชนมุสลิมเก่าแก่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่กรุงรัตนโกสินทร์ มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และมีสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าต่อการเรียนรู้ และยังเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็ง มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์นำไปสู่การสร้างอาชีพ โดยกระบวนการออกแบบร่วมคิดร่วมสร้าง เป็นขั้นตอนการทำงานร่วมกันระหว่างคนในชุมชนกับบุคคลภายนอกชุมชน ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้งานศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย นักออกแบบ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย ซึ่งยังไม่เคยมีการศึกษาอย่างเป็นระบบในบริบทของชุมชนเมืองเก่าแก่ที่มีทุนทางวัฒนธรรมเฉพาะ นอกจากนี้ กลุ่มนิสิต นักศึกษาในฐานะนักสร้างสรรค์รุ่นใหม่มีส่วนช่วยในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในท้องถิ่นของตน ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อถิ่นฐานภูมิลำเนาในหลายประการ ดังที่ เสรี พงศ์พิศ ได้ระบุถึงคนรุ่นใหม่ว่าเป็นกลุ่มคนที่มีความสร้างสรรค์ในการนำทรัพยากรในชุมชนมาพัฒนาให้เกิดมูลค่า ด้วยการลงมือทำจริงจนพัฒนาเป็นความรู้ของตนเอง (เสรี พงศ์พิศ, 2550) เนื่องจากคนรุ่นใหม่สามารถนำความรู้จากการเรียนในสถาบันการศึกษามาปรับใช้กับบริบทจริงได้ อย่างไรก็ตาม นิสิต นักศึกษาเหล่านี้ ยังต้องได้รับการส่งเสริมความรู้และประสบการณ์ ด้านการลงพื้นที่เก็บข้อมูล การสร้างนวัตกรรม และการตลาดสมัยใหม่ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ศิลปหัตถกรรมให้มีความร่วมสมัย พัฒนาเป็นธุรกิจในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

คณะผู้วิจัยเล็งเห็นประโยชน์ของการส่งเสริมให้นักสร้างสรรค์ศิลปหัตถกรรมรุ่นใหม่ที่เป็นนิสิต นักศึกษามีความรู้ ความสามารถ ได้รับการฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ศิลปหัตถกรรม ด้วยกระบวนการออกแบบร่วมคิดร่วมสร้าง (Co-creation) เพื่อให้นิสิต นักศึกษาเรียนรู้การสร้างสรรคศิลปหัตถกรรมไทย สามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัย สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคร้ว จากความร่วมมือระหว่างนักสร้างสรรค์ศิลปหัตถกรรมรุ่นใหม่และชุมชน โดยนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมุสลิมบ้านคร้วมาเป็นพื้นฐานในการพัฒนา นำไปสู่ผลลัพธ์ในการถ่ายทอดความรู้ให้สมาชิกในชุมชนสามารถสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ และเป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ที่สามารถต่อยอดเป็นธุรกิจของชุมชน การวิจัยนี้จึงไม่เพียงแต่อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านคร้ว แต่ยังสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีรากฐานมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ในการพัฒนาทักษะผู้สร้างสรรค์ศิลปหัตถกรรม ซึ่งจะเป็นทางออกหนึ่งทีก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจากศิลปหัตถกรรมไทยอย่างมั่นคงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยของชุมชนบ้านคร้ว
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยที่สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ด้วยกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยที่สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ ด้วยกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้างของชุมชนบ้านครัว ที่เป็นชุมชนมุสลิมเก่าแก่ริมคลองแสนแสบ เลียบสองฝั่งคลองจากสะพานหัวช้างถึงวัดพระยาไย ในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนเริ่มต้นจากการศึกษา สภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาไปสู่การประยุกต์ใช้กระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง

คณะผู้วิจัยกำหนดเขตพื้นที่การวิจัย คือ ชุมชนบ้านครัว เนื้อที่ประมาณ 14 ไร่ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือบ้านครัวเหนือ บ้านครัวใต้ ตั้งอยู่ในเขตราชเทวี และบ้านครัวตะวันตก ในเขตปทุมวัน ในซอยเกษมสันต์ 3 ถนนพระรามที่ 1

คณะผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้แก่ ผู้นำชุมชนและสมาชิกชุมชนบ้านครัว จำนวน 10 คน ผู้ใช้งานศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย จำนวน 1 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์สภาพปัจจุบันและสภาพปัญหา มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป 2) สภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาของการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย 3) ความคิดเห็นเพิ่มเติมที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย และ 4) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยที่สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ ด้วยกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง ทั้งนี้แบบสัมภาษณ์ฯ ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ตามเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้นำและสมาชิกชุมชนบ้านครัว จำนวน 10 คน ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม จำนวน 1 คน และนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 1 คน ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก บันทึกเสียง และจดบันทึกภาคสนาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับบริบท ปัญหา และโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 12 คน ถูกนำมาถอดความอย่างละเอียดแบบคำต่อคำ จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องโดยการอ่านทวนหลายรอบ และเปรียบเทียบกับบันทึกภาคสนามเพื่อความครบถ้วนของเนื้อหา ข้อมูลทั้งหมดถูกจัดหมวดหมู่และเข้ารหัส (coding) ตามประเด็นที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยของชุมชนบ้านครัว พบว่า ชุมชนบ้านครัวเป็นชุมชนมุสลิมเก่าแก่ริมคลองแสนแสบ มีประวัติศาสตร์และทุนทางศิลปวัฒนธรรมยาวนาน เคยมีชื่อเสียงด้านการทอผ้าไหมคุณภาพสูงที่ร่วมงานกับจิม ทอมป์สัน แต่ปัจจุบันภูมิปัญญาการทอผ้าไหมกำลังเลือนหาย เหลือเพียงครัวเรือนเดียวที่ยังคงทอผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการตลาด นอกจากนี้ สมาชิกในชุมชนจำนวนมากย้ายออก ขาดการถ่ายทอดความรู้ระหว่างรุ่น และผู้ผลิตหัตถกรรมส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ผ้าไหมเป็นวัตถุดิบ ขาดโอกาสทำงานร่วมกับนักออกแบบ ขาดทักษะด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประกอบกรทำให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่ร่วมสมัยและไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้



คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตลาดศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยของชุมชนบ้านครัว พบว่า กลุ่มเป้าหมายหลักประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นแท้ 2) ผู้ใช้สินค้าหัตถกรรมร่วมสมัยที่มองหาผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงและมีเอกลักษณ์ และ 3) นักลงทุนหรือองค์กรส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมที่ต้องการผลักดันผลิตภัณฑ์ไทยสู่ตลาดโลก ทั้งนี้ ตลาดมีโอกาสเติบโตสูงจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความนิยมสินค้าเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

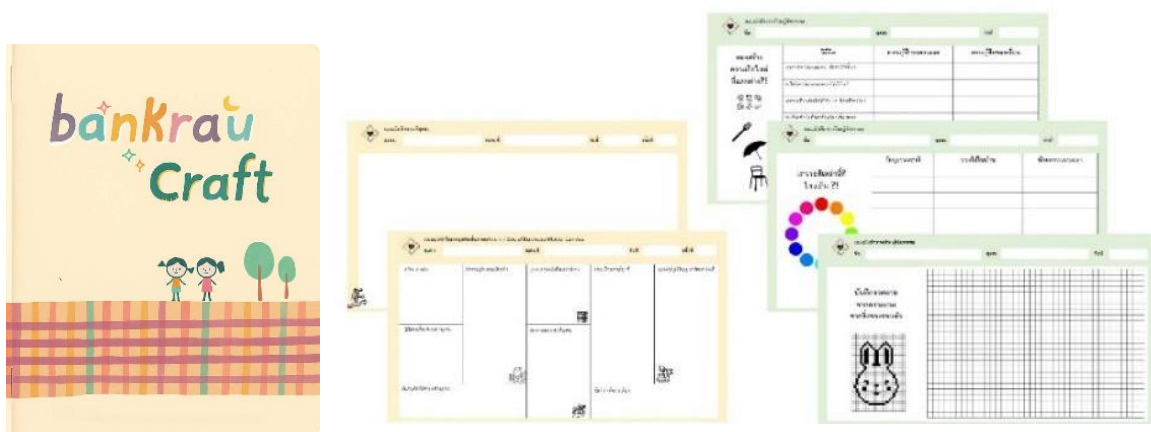
อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายสำคัญจากการแข่งขันที่รุนแรงและข้อจำกัดด้านความรู้ทางการตลาดของผู้ผลิตในชุมชน โดยเฉพาะการขาดทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและการควบคุมคุณภาพการผลิตให้มีมาตรฐาน การทดลองจำหน่ายและการวิเคราะห์ตลาดชี้ให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ปัจจุบันมีข้อจำกัดที่ต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ได้แก่ 1) ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถพกพาและเดินทางกลับได้ง่าย 2) ความสนใจของลูกค้าต่อช่องทางจำหน่ายออนไลน์ที่สะดวกและเข้าถึงได้ และ 3) ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเวิร์คช็อปเพื่อเรียนรู้กระบวนการผลิต 4) ลูกค้าหลายกลุ่มต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำเองที่บ้านได้และเหมาะสมสำหรับการมอบเป็นของขวัญ 5) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์มุสลิมและใช้วัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 6) การเชื่อมโยงข้อมูลออนไลน์ที่เล่าเรื่องราวของชุมชนและกระบวนการผลิต

ในส่วนของช่องทางการจำหน่ายควรดำเนินการทั้งช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ที่นำเสนอเนื้อหาทางวัฒนธรรม และช่องทางออฟไลน์ผ่านร้านค้าในชุมชน การจัดเวิร์คช็อป และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ การส่งเสริมการขายมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ผ่านการเล่าเรื่องวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น นำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยที่สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ด้วยกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยผ่านกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง (Co-creation Process) เป็นแนวทางที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากหลายภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างนักสร้างสรรค์และชุมชน โดยสามารถสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยได้ ดังนี้

1. การเตรียมความพร้อมของผู้ร่วมออกแบบ คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดอบรมให้แก่ศิลปิน นักศึกษาที่เป็นอาสาสมัคร โดยเนื้อหาเน้นความรู้พื้นฐานด้านศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย หลักการออกแบบ และการใช้ชุดเครื่องมือการออกแบบ (Design toolkit) เพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจด้านแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการออกแบบ และความเข้าใจในศิลปหัตถกรรมไทยในบริบทปัจจุบัน ก่อนการลงมือปฏิบัติในพื้นที่จริง



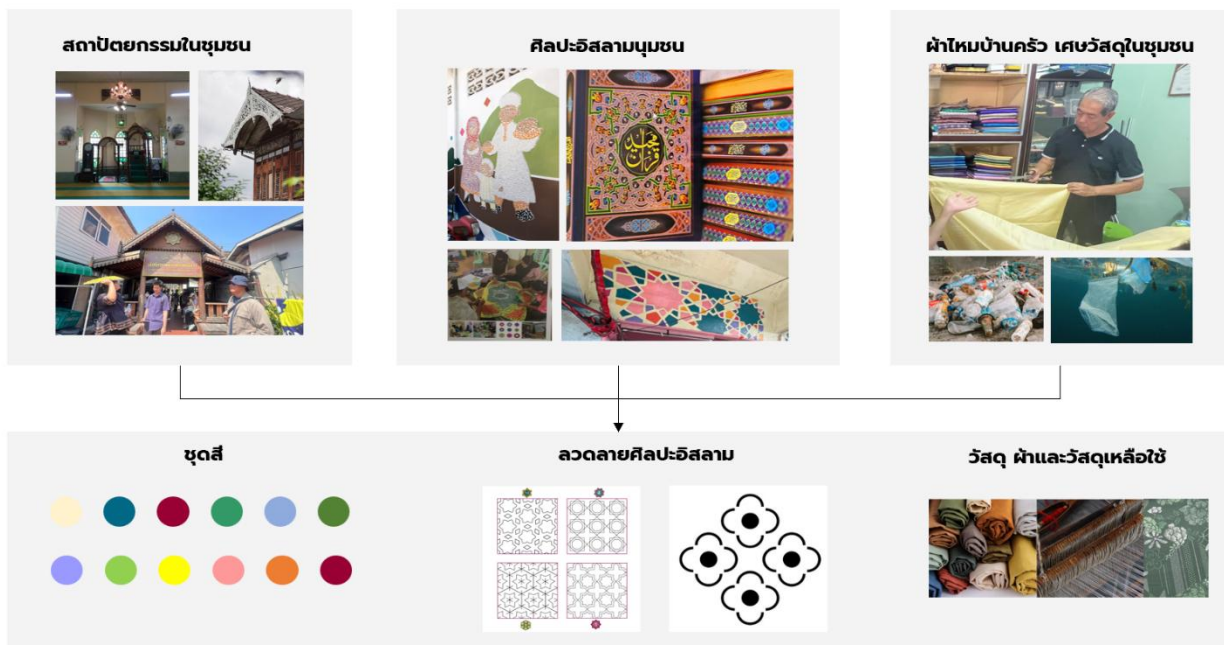
ภาพที่ 1 ชุดการออกแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรม (Ban Krau Craft)

2. การลงพื้นที่เรียนรู้บริบทจริงของชุมชน นิสิต นักศึกษาได้ลงพื้นที่ชุมชนบ้านคร้ว ซึ่งเป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นทางด้านภูมิปัญญาและวัฒนธรรมมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเก็บข้อมูลด้านอัตลักษณ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านการสังเกต สนทนา และปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชนกระบวนการนี้ช่วยสร้างความเข้าใจเชิงลึกและจิตสำนึกในคุณค่าของท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบที่มีความหมายและยึดโยงกับบริบทจริง



ภาพที่ 2 การลงพื้นที่ชุมชนบ้านคร้ว

3. การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชน จากข้อมูลที่เก็บได้ นิสิต นักศึกษาร่วมกันวิเคราะห์องค์ประกอบของอัตลักษณ์ เช่น ลวดลาย ความเชื่อ ประเพณี ศิลปะพื้นถิ่น เพื่อนำมาใช้เป็นแนวคิดหลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการแปลงข้อมูลเชิงวัฒนธรรมให้กลายเป็นแรงบันดาลใจเชิงสร้างสรรค์อย่างมีระบบ



ภาพที่ 3 การวิเคราะห์อัตลักษณ์ที่ปรากฏในชุมชนบ้านคร้ว

4. การออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ นิสิต นักศึกษาใช้ความรู้และแรงบันดาลใจจากชุมชน ออกแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมร่วมสมัยที่สะท้อนอัตลักษณ์ของบ้านคร้ว โดยคำนึงถึงความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย และความร่วมสมัย



ภาพที่ 4 กิจกรรมการสร้างสรรค์หัตถกรรมร่วมสมัยบ้านครัว

5. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ หัวหน้าชุมชนและตัวแทนชุมชนมีบทบาทในการร่วมคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนตัวตนของชุมชนมากที่สุด เป็นกระบวนการที่ทำให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกับผลงาน เกิดการยอมรับ และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเองผ่านมุมมองร่วมสมัย โดยได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 5 ชิ้น ซึ่งแต่ละชิ้นมีเอกลักษณ์เฉพาะและผสมผสานความเป็นไทยกับความร่วมสมัยได้อย่างลงตัว ได้แก่ 1) กี๋น้อยบ้านครัว ชุดทอผ้าแรงบันดาลใจบ้านครัว 2) Stich and Star ชุดปักลวดลายมุสลิมบ้านครัว 3) ชุดเครื่องประดับปักลวดลายอิสลาม 4) ชุดประดิษฐ์พวงกุญแจ Upcycling บ้านครัว 5) เครื่องประดับกราฟิกลวดลายร่วมสมัย

6. การถ่ายทอดองค์ความรู้กลับสู่ชุมชน นิสิต นักศึกษาได้กลับมาถ่ายทอดความรู้เรื่องการออกแบบ การผลิต และการต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้แก่สมาชิกในชุมชน เพื่อให้สามารถผลิตเองได้ในอนาคตอย่างอิสระ เป็นกระบวนการส่งต่อทักษะและสร้างศักยภาพให้ชุมชนกลายเป็นผู้ประกอบการได้จริง



ภาพที่ 5 การถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ชุมชนบ้านครัว

7. การทดสอบตลาด ผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 5 ชิ้น ถูกนำไปจัดแสดงและทดลองจำหน่ายในงาน Crafts Bangkok 2024 ณ ศูนย์นิทรรศการไบเทค บางนา ซึ่งเป็นเวทีที่มีผู้สนใจงานหัตถกรรมร่วมสมัยเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก การทดลองจำหน่ายในครั้งนี้ นอกจากจะเป็นโอกาสในการประชาสัมพันธ์ผลงานแล้ว ยังเป็นการเก็บความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ใช้งานจริงและนักออกแบบร่วมสมัย เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด รวมถึงพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการเข้าสู่ตลาดงานคราฟต์อย่างยั่งยืนในอนาคต



ภาพที่ 6 การทดลองแสดงผลงานและจัดจำหน่ายในงาน Crafts Bangkok 2024 ไบเทค บางนา

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยแนวทางฯ ทั้ง 7 ประการสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการทำงานร่วมกันของนักสร้างสรรค์และชุมชนเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น เชื่อมโยงกับตลาดและบริบทสมัยใหม่ และถ่ายทอดองค์ความรู้กลับสู่ชุมชน รวมถึงมีการทดสอบตลาดให้กับชุมชนในเบื้องต้น นำไปสู่การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น และลดปัญหาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยของชุมชนบ้านคว้งลง โดยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

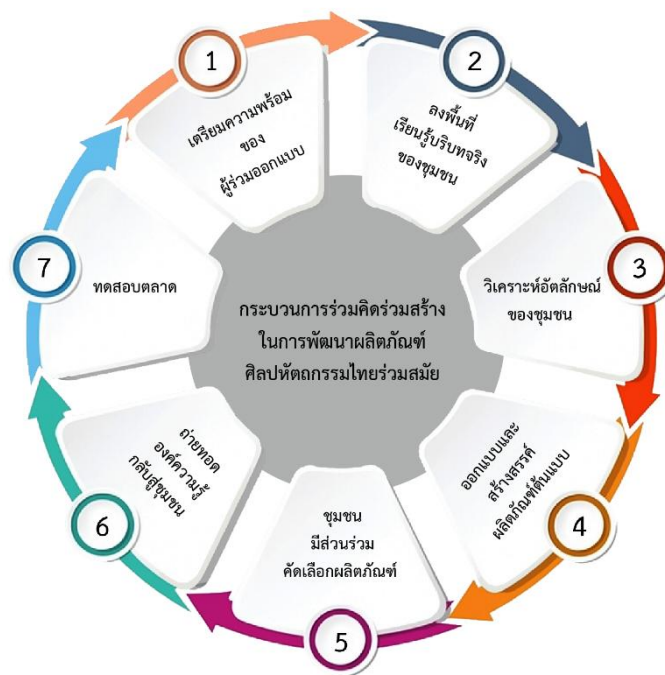
1. การมีส่วนร่วมของนักสร้างสรรค์และชุมชน กระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างนักสร้างสรรค์กับชุมชน มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น และตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งาน (Suntrayuth, S., 2018); (วุฒิชัย วิภาทานัง, 2565) อีกทั้งงานวิจัยของ Kim, J. et al แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมในการสร้างสร้งงานช่วยส่งเสริมศักยภาพของชุมชน พัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ และเพิ่มความตระหนักรู้ในการสร้างผลงานที่มีคุณค่าและสอดคล้องกับบริบทของผู้ใช้จริง (Kim, J. et al., 2016)
2. การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น เป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์เชิงบูรณาการองค์ความรู้และภูมิปัญญาแบบผสมผสานวัสดุท้องถิ่นเข้ากับลวดลายที่ออกแบบร่วมกับนักวิจัยและนักออกแบบ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบร่วมสมัย นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าและคุณค่าผลิตภัณฑ์เป็นฐานในการสร้างรายได้จากการจำหน่ายในช่องทางต่าง ๆ (เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง, 2568) สอดคล้องกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 5 ชิ้น จากแรงบันดาลใจชุมชนบ้านคว้ง
3. การเชื่อมโยงกับตลาดและบริบทสมัยใหม่ ร้าน LIKHÁ ในประเทศฟิลิปปินส์ เป็นกรณีศึกษาในต่างประเทศ ลักษณะวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social enterprise) ที่มุ่งพัฒนาชุมชนช่างฝีมือในฟิลิปปินส์ โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานศิลปะดั้งเดิมเข้ากับงานออกแบบร่วมสมัย เพื่อปรับรูปแบบให้เหมาะกับลูกค้าสมัยใหม่และช่องทางส่งออกสู่ตลาดโลก ช่วยเพิ่มรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนได้จริง (LIKHÁ, 2023) แสดงให้เห็นว่าการจับคู่ท้องถิ่นกับการออกแบบที่ทันสมัย สร้างโอกาสทางการตลาดและเปิดตลาดใหม่ได้



4. การถ่ายทอดความรู้และพัฒนาอย่างยั่งยืน ปรียศรี พรหมจินดา และโสมนาย บุญญานันต์ กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของนักออกแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ไม่ได้เป็นการแทรกแซงหรือเปลี่ยนแปลงวิถีดั้งเดิม แต่เป็นการส่งเสริมกระบวนการออกแบบที่สอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชน การเลือกใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น กระจูด เตย และปาหนัน ซึ่งสามารถปลูกทดแทนได้ และการดำเนินการออกแบบโดยใช้แนวคิด Design Thinking และ Storytelling ที่ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักออกแบบกับชุมชน และนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัยโดยไม่ละทิ้งอัตลักษณ์ท้องถิ่น (ปรียศรี พรหมจินดา และโสมนาย บุญญานันต์, 2564)

5. การทดสอบตลาดและใช้งานจริง การนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปจัดแสดงในงาน Crafts Bangkok และรับฟังความคิดเห็นผู้ใช้ ถือเป็นกระบวนการทดลองตลาดเชิงปฏิบัติ (Test Market) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาผ่านการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้จริง (Kim, J. et al., 2016) ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ปรับตัวสู่ความต้องการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การทดสอบตลาดยังอยู่ในระดับต้นแบบ จึงควรมีการขยายผลในพื้นที่และตลาดที่หลากหลายยิ่งขึ้น เพื่อยืนยันความยั่งยืนของแนวทางการพัฒนา

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การออกแบบร่วมคิดร่วมสร้าง (Co-creation) ที่ชุมชนมีส่วนร่วมจริง คือ หัวใจสำคัญของการพัฒนาศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยให้มีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับตลาด และเกิดความยั่งยืน



ภาพที่ 7 กระบวนการร่วมคิดร่วมสร้างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัย

องค์ความรู้ใหม่

1. แนวทางการพัฒนาด้วยกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้างสามารถประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีแนวทางสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ 1) การเตรียมความพร้อมของผู้ร่วมออกแบบ 2) การลงพื้นที่เรียนรู้บริบทจริงของชุมชน 3) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชน 4) การออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 5) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ 6) การถ่ายทอดองค์ความรู้กลับสู่ชุมชน และ 7) การทดสอบตลาด ซึ่งกระบวนการที่เกิดขึ้น 7 ประการ เกิดขึ้นในลักษณะการวนกลับเป็นวงจรร่วมคิดร่วมสร้างที่ส่งเสริมให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น อีกทั้ง ยังส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงระหว่างนิสิต นักศึกษา และคนในชุมชน

2. การวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนเพื่อเป็นฐานในการออกแบบ โดยเน้นการสำรวจพื้นที่จริงและเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน ทำให้สามารถวิเคราะห์และตีความอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างลึกซึ้ง ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบมีความร่วมสมัยและในขณะเดียวกันยังคงความเป็นท้องถิ่น

3. การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยร่วมสมัยจากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยไม่ทำลายคุณค่าเดิมผ่านการออกแบบใหม่ เช่น การนำลวดลายอิสลามมาประยุกต์เป็นลายปักร่วมสมัย การออกแบบกิ๊พผ้าขนาดเล็ก (กิ๊พน้อย) สำหรับเด็กหรือผู้เริ่มต้น การพัฒนาเครื่องประดับและพวงกุญแจจากวัสดุเหลือใช้แบบ upcycling

4. ความต้องการของตลาดร่วมสมัยที่ชุมชนควรรู้ การทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ได้ข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาด เช่น ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่พกพาง่าย ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับเรื่องเล่า (Storytelling) ของผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อดิจิทัล

5. บทบาทของนิสิต นักศึกษาในฐานะตัวกลางเชิงนวัตกรรม ที่ไม่เพียงแต่เป็นผู้เรียนรู้ แต่สามารถเป็นผู้นำการถ่ายทอดนวัตกรรม และสร้างแรงบันดาลใจให้ชุมชนได้ ทำให้ลดช่องว่างทางความรู้ ด้านการตลาด ดิจิทัล และแนวคิดร่วมสมัยที่ชุมชนขาดแคลน

6. การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน โดยชี้ให้เห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่สามารถเปลี่ยนเป็นทุนทางเศรษฐกิจได้จริง หากมีการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม

สรุปและข้อเสนอแนะ

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยด้วยกระบวนการร่วมคิดร่วมสร้าง: กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัว เป็นตัวอย่างของการสร้างนวัตกรรมที่ตั้งอยู่บนฐานของวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้สร้างสรรค์และชุมชนเป็นหัวใจหลัก ผ่านการเรียนรู้แบบลงมือทำ (Learning by doing) และการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory knowledge transfer) อันนำไปสู่การยกระดับเศรษฐกิจชุมชน และการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนไว้ในรูปแบบที่ร่วมสมัยและยั่งยืน โดยมีแนวทางสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ 1) การเตรียมความพร้อมของผู้ร่วมออกแบบ 2) การลงพื้นที่เรียนรู้บริบทจริงของชุมชน 3) การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของชุมชน 4) การออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 5) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ 6) การถ่ายทอดองค์ความรู้กลับสู่ชุมชน และ 7) การทดสอบตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมที่เริ่มจากการให้ความรู้ผู้เรียนลงสู่การลงมือปฏิบัติด้วยการสร้างสรรค์แบบร่วมมือ และถ่ายทอดความรู้ไปสู่การทดลองใช้จริง ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยไม่เพียงมีความงาม แต่ยังมีความหมาย เป็นที่ยอมรับของชุมชน และมีศักยภาพในการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยร่วมสมัยจะยั่งยืนได้ เมื่อเกิดการบูรณาการองค์ความรู้ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการส่งต่อทางตลาด โดยควรมีสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) หน่วยงานภาครัฐ หรือเครือข่ายเอกชน ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมอย่างต่อเนื่อง

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยและนวัตกรรมจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567



เอกสารอ้างอิง

- เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง. (2568). นวัตกรรมสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์เชิงบูรณาการ จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดสระแก้ว. วารสารวิชาการนวัตกรรมเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 3(1), 47-58.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 9.). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ประติมา ธัญบูรณ์ตระกูล และคณะ. (2562). การพัฒนาหลักสูตรศิลปศึกษาโดยใช้สถานที่เป็นฐานเพื่อสร้างนวัตกรรมศิลปวัฒนธรรมชุมชนชนานเมือง. Humanities, Social Sciences and arts, 12(4), 1-18.
- ปรียศรี พรหมจินดา และโสมฉาย บุญญานันต์. (2564). การพัฒนาศิลปหัตถกรรมจักสานไทยร่วมสมัยของวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมสู่ความยั่งยืน กรณีศึกษาพหุเทศะพื้นที่. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(12), 576-590.
- พัชรินทร์ สิริสุนทร. (2550). ชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ : แนวคิด เทคนิค และกระบวนการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรัทยา ธรรมกิตติภพ. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการสร้างสรรค์และกิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม, 14(2), 109-123.
- วุฒิชัย วิภาทานัง. (2565). การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วม ชุมชนบ่างเจ้าฉ่า จังหวัดอ่างทอง. วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน, 13(2), 74-97.
- ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา. (2558). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่า ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี. มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8(1). 606-632.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2561). แผนปฏิบัติการสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2563 - 2565. เรียกใช้เมื่อ 26 มิถุนายน 2568 จาก <https://url.in.th/uKnWJ>
- เสรี พงศ์พิศ. (2550). วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก. กรุงเทพมหานคร: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์.
- Kim, J. et al. (2016). Mosaic: Co-creation and community empowerment through craft-based design. International Journal of Design, 10(1), 65-76.
- LIKHÂ. (2023). About us. Retrieved July 15, 2025, from <https://url.in.th/ODuke>
- Suntrayuth, S. (2018). Local weaving wisdom in Phan Thong: Identity-based craft development. Journal of Humanities and Social Sciences, 12(1), 85-101.