

เมืองมรดกโลกกับการสร้างอัตลักษณ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรมในธุรกิจสปา

WORLD HERITAGE CITY AND CREATING A UNIQUE IDENTITY WITH A CULTURAL CAPITAL IN THE SPA BUSINESS

นิติพล ธาระรูป¹ ปรัชญา พิระตระกูล² และกมลศิริ วงศ์หมึก³

Nitiphol Tharoor¹ Pruchaya Piratrakul², and Kamonsiri Wongmuek³

¹คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

^{2,3}คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

¹Faculty of Public Administration, Dhurakij Pundit University

^{2,3}Faculty of Fine and Applied Arts, Dhurakij Pundit University

Received: March 28, 2020 / Revised: June 14, 2020 / Accepted: July 21, 2020

บทคัดย่อ

บทความมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) อธิบายแนวทางการค้นหาจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรมสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา และ 2) วิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรม การวิจัยใช้วิธีการเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) การวิจัยเอกสารจากการศึกษานโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจด้วย ทุนทางวัฒนธรรม หลังจากนั้นนำข้อค้นพบจังหวัดที่มีแนวทางการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรมให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน พิจารณาคัดเลือกจังหวัดที่มีความเหมาะสมในการศึกษา และ 2) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง คณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ เพื่ออธิบายแนวเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรม

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการค้นหาทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปาต้องศึกษานโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนของกระทรวง แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด และแผนพัฒนาจังหวัด ซึ่งจังหวัดสุโขทัยเป็นจังหวัดที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นพื้นที่ศึกษาทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา เพราะจังหวัดสุโขทัยกำหนดประเด็นการพัฒนาด้านทุนทางวัฒนธรรมในแผนพัฒนาจังหวัดอย่างชัดเจน และจังหวัดสุโขทัยมีจุดแข็งด้านทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ การเป็นเมืองมรดกโลก งานศิลปหัตถกรรมที่โดดเด่น เช่น งานทองคำ เครื่องสังคโลก เป็นต้น และการได้รับคัดเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ผลการวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมพบว่า จังหวัดสุโขทัยมีแนวเรื่องที่แสดงทุนทางวัฒนธรรม 4 แนวเรื่อง ได้แก่ 1) ความสุข ประกอบด้วย ความพอเพียง มรดกทางวัฒนธรรม และความภาคภูมิใจ 2) ความประณีต ประกอบด้วย การผลิตด้วยช่างฝีมือผู้ชำนาญ การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และความละเอียดอ่อนซ้อ 3) ภูมิปัญญา ประกอบด้วย การตื่นรู้ การคงอัตลักษณ์ดั้งเดิม และเรียนรู้จากภูมิปัญญาบรรพบุรุษ และ 4) วิถีชุมชน ประกอบด้วย การผสานเข้ากับวิถีวัฒนธรรมชุมชนและการใช้ในชีวิตประจำวัน

คำสำคัญ: เมืองมรดกโลก อัตลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรม ธุรกิจสปา

Abstract

This article aims to (1) explain guidelines to search for the province that has cultural capital for creating identity for the spa business; and (2) to analyze topic titles of cultural capital. This study used the qualitative research methodology that included the following research activities: (1) undertaking documentary research on policy and plans related to economic development with cultural capital; then the findings on provinces having cultural capital were submitted to 5 experts to select the appropriate province for further study; and (2) interviewing key informants with the use of a structured interview form. After that the data were analyzed by thematic analysis to explain the cultural capital of the province.

The results show that the guidelines for finding out the cultural capital of the province for creating a unique identity for the spa business consist of the study of ministerial policies, strategies, and plans; the study of development plans of the groups of provinces; and the study of the provincial development plan. Sukhothai province has been chosen as the area for study of cultural capital for creating a unique identity for the spa business. This is because Sukhothai province has determined the issues for cultural capital development in the provincial development plan clearly. Also, Sukhothai province has many strong cultural capital points, namely, being a world heritage city, and having outstanding arts and crafts works, such as goldsmith, chinaware, etc. Moreover, it has been selected as a member of the creative cities network for woven fabric products. As for analysis results of topic titles of cultural capital, it is found that Sukhothai province has four topic titles of cultural capital: (1) Happiness, which consists of sufficiency, cultural heritage, and pride; (2) Meticulousness, which consists of production by expert craftsmen, using quality raw materials, and delicacy; (3) Wisdom, which consists of enlightenment, maintenance of original identity, and learning from ancestors' wisdom; and (4) Community Way, which consists of the integration with the community's cultural way of life, and the application in daily life.

Keywords: World Heritage City, Unique Identity, Culture Capital, Spa Business

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2562 รัฐบาลกำหนดนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ส่งผลให้ธุรกิจสปาไทยเติบโตดีกว่าค่าเฉลี่ยของโลกถึงร้อยละ 8 คิดเป็นมูลค่า 3.5 หมื่นล้านบาท (Wongkittikraiwan, 2019: 1) ประกอบกับภาวะการณ้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและการดูแลสุขภาพของประชาชน (Kasikorn Thai Research

Center, 2019: 4) แนวทางการพัฒนาธุรกิจสปาจึงต้องใช้ทรัพยากร ภูมิปัญญา สมุนไพร ผ้าทอของท้องถิ่นไทย เพื่อสร้างอัตลักษณ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรม และสร้างห่วงโซ่ธุรกิจด้านสุขภาพกับชุมชนท้องถิ่นจากทุนทางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Wongchaikun, 2019: 1)

การพัฒนาธุรกิจสปาด้วยทุนทางวัฒนธรรม คือ การใช้จุดแข็งของประเทศไทยให้เกิดประโยชน์

เพราะประเทศไทยมีวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา การแพทย์แผนไทยที่ได้รับการยอมรับจากนานาชาติ เช่น การนวดไทยที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมจากองค์การยูเนสโก นโยบาย การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ถนนสายวัฒนธรรมริมยม 2437 จังหวัดสุโขทัย ถนนสายวัฒนธรรมเขมราฐราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ถนนผ้าคราม จังหวัดสกลนคร เป็นต้น (Porkatong, 2014) ดังนั้นการพัฒนาธุรกิจสปาด้วยทุนทางวัฒนธรรมจึงเป็นแนวทางกระตุ้นเศรษฐกิจ ตั้งแต่ระดับชุมชน จังหวัดสุโขทัยเป็นจังหวัดที่ได้รับการยอมรับด้านทุนทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ เช่น ศิลปะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาไทย การประดิษฐ์อักษรไทย งานหัตถกรรม ผ้าขึ้นตีนจก การมีแหล่งมรดกโลก 2 แห่งคือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย การเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ (Sukhothai Provincial Industrial Office, 2017: 1) การเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ใหม่สาขาหัตถกรรม และศิลปะพื้นบ้านจากองค์การยูเนสโก (Pinyosinwat, 2019: 1)

บทความ เรื่อง เมืองมรดกโลกกับการสร้างอัตลักษณ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรมในธุรกิจสปา เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย การออกแบบลายผ้าไทยสู่ธุรกิจสปา ได้รับทุนการวิจัยภายใต้ หัวข้อด้านสุขภาพและความสุขสบายของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ปี พ.ศ. 2562 และเป็นงานวิจัยที่ทำร่วมกันระหว่าง คณะรัฐประศาสนศาสตร์และคณะศิลปกรรม โดย คณะรัฐประศาสนศาสตร์รับผิดชอบศึกษาแนวทางการค้นหาจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา และการวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัด เพื่อเป็นข้อมูลให้คณะศิลปกรรมพัฒนาดลายสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่ออธิบายแนวทางการค้นหาจังหวัดที่มี

ทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา

2. เพื่อวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรม

ทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรมพบว่า ประเทศญี่ปุ่นประยุกต์ใช้ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต พื้นที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากได้อย่างมีอัตลักษณ์ (Onaree, 2017: 31) สำหรับประเทศไทยได้ใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น กรณีของบ้านเวียงท่ากาน ได้พัฒนาทุนทางวัฒนธรรมด้านประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ โบราณสถาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีเกษตรกรรม เป็นต้น เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวชุมชน (Phuwanatwichit, 2016: 14) และกรณีชุมชนบ้านตุน จังหวัดพะเยา พัฒนาทุนทางวัฒนธรรมด้านประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน งานหัตถกรรม ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เป็นต้น (Mankong, 2017: 90)

อีกทั้งประเทศไทยสามารถใช้จุดแข็งด้านวัฒนธรรม พัฒนาธุรกิจสปาด้วยอัตลักษณ์ความเป็นไทย ได้แก่ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา สมุนไพร สร้างมูลค่าให้กับธุรกิจสปา (Issichaikun & Chansawang, 2016: 17) การแสดงอัตลักษณ์ความเป็นไทยในธุรกิจสปาของภาคเหนือ คือ ความเป็นพื้นบ้าน และล้านนา ภาคตะวันออก คือ ความหลากหลาย ภาคใต้ คือ ครูหนังโนราห์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ อายธรรมอีสานบ้านเฮา และภาคกลาง คือ ศูนย์กลางความเป็นไทย (Chan-et, 2019: 12-13)

กรอบการวิจัย

การศึกษาได้กำหนดกรอบการวิจัย โดยการศึกษาแนวทางการค้นหาทุนทางวัฒนธรรมจากการศึกษานโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนของกระทรวง แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด และแผนพัฒนาจังหวัด เพื่อค้นหา

จังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรมสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา หลังจากนั้นใช้การวิเคราะห์แก่นสาระเพื่อสังเคราะห์ข้อมูลแนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัด สำหรับประยุกต์ใช้ในการออกแบบพัฒนาตลาดสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจ สปาด้วยทุนทางวัฒนธรรม

วิธีการวิจัย

การศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร คณะผู้วิจัยได้ศึกษานโยบาย และแผนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ นโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์ แผนของหน่วยงานภาครัฐ แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด จำนวน 18 กลุ่มจังหวัด ปี พ.ศ. 2560-2564 และแผนพัฒนาจังหวัด หลังจากที่ได้พบจังหวัดที่มีแนวทางการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยได้นำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน (ผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก) ประกอบด้วย 1) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านระเบียบวิธีวิจัย 2) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศิลปกรรม 3) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการแพทย์ 4) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านรัฐประศาสนศาสตร์ และ 5) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านธุรกิจ พิจารณาคัดเลือกจังหวัด เพื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูล อีกทั้งคณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมอย่างครอบคลุมในฐานข้อมูลสารสนเทศ ได้แก่ ThaiJo และ ThaiLIS Digital Collection (TDC) โดยสืบค้นข้อมูลด้วยคำสำคัญคือ ทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาสปาและอัตลักษณ์ไทยได้ข้อมูลจำนวน 796 รายการ และคัดกรองข้อมูลเหลือจำนวน 17 รายการ โดยเป็นข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและอยู่ใน ปี พ.ศ. 2550-2562

การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในจังหวัดจังหวัดสุโขทัย ได้แก่ 1) นางอรอนงค์ พิพิธทอง เจ้าของร้านอรอนงค์ ช่างทอง ผู้ผลิตงานทองคำที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโบราณสถาน โบราณวัตถุจากอุทยานประวัติศาสตร์ และทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย และเป็น

ผู้ริเริ่มใช้เทคนิคทองคำลงยาแห่งแรกของจังหวัดสุโขทัย 2) นายสาธิต โสรจประสพสันติ เจ้าของสาธิตพิพิธภัณฑ์ผ้าทองคำ ซึ่งเป็นสถานที่รวบรวมงานหัตถกรรมพื้นถิ่นของจังหวัดสุโขทัย และ 3) นางเสียม แสงวาลา ประธานกลุ่มทอผ้า และกลุ่มโฮมสเตย์บ้านนาต้นจั่น แหล่งผลิตผ้าหมักโคลน และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสุโขทัย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และวิเคราะห์แนวเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ โดยมีขั้นตอน (Sripola, 2010: 19) ได้แก่ 1) การทำความเข้าใจข้อมูล 2) การจับประเด็น 3) การจัดประเภท 4) การตีความ และ 5) การสร้างข้อสรุป เพื่อให้ศิลปกรรมนำข้อมูล การวิเคราะห์แนวเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย ออกแบบพัฒนาตลาดสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปาด้วยทุนทางวัฒนธรรม โดยมีระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือนสิงหาคมถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2562

ผลการวิจัย

1. แนวทางการค้นหาจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรมสำหรับสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา

จากการศึกษานโยบายสาธารณะ ยุทธศาสตร์ และแผนที่เกี่ยวข้องพบว่า คำแถลงนโยบายรัฐบาลของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้กำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานธุรกิจบริการ ได้แก่ ธุรกิจสปา การแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์ยา และสมุนไพรไทย เพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้า (Office of the Academic Parliament, 2019: 1) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2580 กำหนดแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม และแพทย์แผนไทยด้วยองค์ความรู้ภูมิปัญญาไทย ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ (Office of the National Economics and Social Development Council, 2017: 13) ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ พ.ศ. 2560-2564 ของกระทรวงสาธารณสุข กำหนดยุทธศาสตร์การนำภูมิปัญญาไทย วิถีชุมชนสร้าง อัตลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน (Ministry of Public Health, 2016: 13) และแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ.

2560-2564 กำหนดยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างระบบบริการสุขภาพ เพื่อแก้ไขปัญหาสุขภาพ และพัฒนาระบบการส่งเสริมกิจการสปา การแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสมุนไพรไทย (Ministry of Public Health, 2017: 5-6)

คำแถลงนโยบายรัฐบาล	การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานธุรกิจบริการ ได้แก่ ธุรกิจสปา การแพทย์แผนไทย
แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็น การท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2580	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย
ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศให้เป็น ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ พ.ศ. 2560-2564	การนำภูมิปัญญาไทย วิถีชุมชนสร้าง อัตลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพ
แผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 12	พัฒนาระบบการส่งเสริมกิจการสปา การแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสมุนไพรไทย

ภาพที่ 1 นโยบาย และแผนที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรม

โดยสรุปแล้วนโยบายของรัฐบาลยุทธศาสตร์ แผนของหน่วยงานภาครัฐ สนับสนุนการนำทุนทางวัฒนธรรม ความรู้ และภูมิปัญญาไทย สร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจด้านสุขภาพเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจไทยและพบข้อสังเกตที่น่าสนใจว่ารัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐอธิบายลักษณะของทุนทางวัฒนธรรม คือ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม อารยธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การศึกษาแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด จำนวน 18 กลุ่ม ปี พ.ศ. 2560-2564 ตามนโยบายการบริหารงาน จังหวัด และกลุ่มจังหวัดพบว่า

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (จังหวัด กระบี่ จังหวัดตรัง จังหวัดพังงา จังหวัดภูเก็ต จังหวัด ระนอง และจังหวัดสตูล) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ การส่งเสริม และอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต

และภูมิปัญญาท้องถิ่นอันดามัน เพื่อสร้างจุดขายทางการตลาดสู่การท่องเที่ยวนานาชาติ

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 (จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ การส่งเสริม และสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีรูปแบบ แตกต่างกันตามวัฒนธรรม เพื่อสร้างรายได้

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 (จังหวัดยโสธร จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดอุบลราชธานี) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณี

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (จังหวัด เชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดพะเยา และจังหวัดแพร่) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ศิลปวัฒนธรรม และสุขภาพ เพื่อสร้าง

รายได้สู่ชุมชน

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (จังหวัดตาก จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดอุตรดิตถ์) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนทางประวัติศาสตร์

โดยสรุปแล้วพบประเด็นการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม เช่น การสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวจากแผนพัฒนาจังหวัด 5 กลุ่ม (11 จังหวัด) อีกทั้งกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามความหลากหลายทางวัฒนธรรม แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่คือ ทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจ

การศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดกับแผนพัฒนาจังหวัด 11 จังหวัด พบประเด็นการพัฒนาจังหวัดด้วยทุนทางวัฒนธรรมอย่างชัดเจน ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดยโสธร จังหวัดเขียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดอุตรดิตถ์ มุ่งเน้นการส่งเสริมเศรษฐกิจ ด้วยทุนทางวัฒนธรรม ส่วนจังหวัดชัยภูมิและจังหวัดนครราชสีมามีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัด อีกทั้งจังหวัดพิษณุโลก จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดสุโขทัย มีแนวทางการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การพัฒนาจังหวัดด้วยทุนทางวัฒนธรรมในแผนพัฒนาจังหวัด

ประเด็นทุนทางวัฒนธรรม	จังหวัด
ทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม อารยธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น	ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ยโสธร เขียงราย น่าน สุโขทัย อุตรดิตถ์
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ	ชัยภูมิ นครราชสีมา
เศรษฐกิจสร้างสรรค์	พิษณุโลก เพชรบูรณ์ สุโขทัย

คณะผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของ 11 จังหวัดในที่ประชุมกรรมการพัฒนางานวิจัย เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2562 กับผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวน 5 คน เพื่อพิจารณาคัดเลือกจังหวัดสำหรับเก็บข้อมูล โดยมีประเด็นการคัดเลือก ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ ความสอดคล้องกับนโยบายการวิจัยของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ด้านสุขภาพ และความอยู่ดีมีสุข ความสอดคล้องกับเวลาและงบประมาณการวิจัย

ผลการพิจารณาพบว่า คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิมีมติให้ดำเนินการวิจัยในจังหวัดสุโขทัย เพราะแผนพัฒนาจังหวัดสุโขทัยกำหนดประเด็น การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และจังหวัดสุโขทัยเป็นจังหวัดเดียวของประเทศไทยที่มีแหล่งมรดกโลก 2 แห่ง งานหัตถกรรมที่มีอัตลักษณ์ เช่น งานทองคำสุโขทัย การทำเครื่องสังคโลก ผ้าทอตีนจก และผ้าทอเก้าลาย การเป็นแหล่งเกิดวัฒนธรรมการลอยกระทง การได้รับการยอมรับจากนานาชาติ เช่น การได้รับคัดเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์จากองค์การสหประชาชาติ

2. การวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรม

การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า 1) นางอรอนงค์ พิพิธทอง เจ้าของร้านอรอนงค์ช่างทอง อธิบายว่า ร้านอรอนงค์ทำงานทองคำสุโขทัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ใช้ทองคำบริสุทธิ์ 99.99% นำมาขึ้นรูปด้วยช่างฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญ โดยอ้างอิงจากลวดลาย เช่น ลายเครือวัลย์ และลายตัวอุ ที่พบได้ในผนังโบสถ์ ข้าวของเครื่องใช้ ถ้วยชาม เครื่องสังคโลก ภายในอุทยานประวัติศาสตร์ และเป็นร้านแรกที่ทำงานทองคำลงยา ร้านมีความภูมิใจที่ได้รักษา อัตลักษณ์งานทองคำดั้งเดิมของสุโขทัย 2) นายสาธิต ไร่จระพาสวัสดิ์ เจ้าของพิพิธภัณฑ์สาธิตผ้าทองคำ อธิบายว่า ลายผ้าทอโบราณดั้งเดิมของสุโขทัยคือ ลายตีนจก และลายยก 9 ดอก การเรียนรู้การทอผ้าลายตีนจก และลายยก 9 ดอก จะสอนกันภายในครอบครัวส่งทอดจากรุ่นสู่รุ่น ลวดลาย

มีความละเอียด สีสันสวยงาม ใช้เวลาในการทำ และมีราคาแพง ชาวบ้านจะใส่ในโอกาสสำคัญ เช่น งานบุญ งานแต่งงาน เป็นต้น 3) นางเสี่ยม แสงลาก ประธานกลุ่มทอผ้า และกลุ่มโฮมสเตย์บ้านนาต้นจั่น อธิบายว่า ผ้าหมักโคลนของชุมชนเกิดจากการสั่งสม ภูมิปัญญาบรรพบุรุษ สมัยก่อนเวลาปู่ตายายไปทำนา จะนุ่งผ้าถุงลุยโคลนทุกวัน ทำให้ชายผ้าถุงนึ่งและสีไม่ตก กลุ่มของเราจึงลองนำผ้าทอหมักกับโคลน ปรากฏว่าผ้ามีความนิ่ม สีย้อมคงทนเพราะธาตุเหล็กในโคลน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ผ้าหมักโคลน เป็นความภาคภูมิใจของชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้ชาวบ้านอย่างพอเพียง และกลุ่มได้พัฒนาสินค้าให้หลากหลาย สามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น กระเป๋า ผ้าพันคอ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรม เริ่มจากการอ่านทำความเข้าใจ บทสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อจับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมพบว่า ประเด็นด้านทุนทางวัฒนธรรมของร้านอรอนงค์ช่างทองคือ งานทองคำที่ผลิตจากช่างฝีมือ การใช้ทองคำคุณภาพสูง ลวดลายละเอียด อ่อนช้อย การรักษาภูมิปัญญาดั้งเดิม ประเด็นด้านทุนทางวัฒนธรรมของพิพิธภัณฑ์ผ้าทองคำ คือ ลายผ้าทอที่มีความละเอียด ประณีต ความเป็นครอบครัว วัฒนธรรมชุมชน และประเด็นด้านทุนทางวัฒนธรรมของบ้านนาต้นจั่นคือ การเรียนรู้จาก ภูมิปัญญาบรรพบุรุษ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง วิถีวัฒนธรรมชุมชน วิถีชีวิตแบบพอเพียง

หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยได้จัดประเภท ตีความ ข้อมูล เพื่อสังเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของ จังหวัดสุโขทัยพบว่า จังหวัดสุโขทัยมีแนวเรื่องที่บ่งบอก ทุนทางวัฒนธรรม 4 แนวเรื่อง ได้แก่ ความสุข ความ ประณีต ภูมิปัญญา และวิถีชุมชน โดยในแต่ละแนว เรื่องประกอบด้วยแนวเรื่องย่อย ได้แก่ 1) ความสุข ประกอบด้วยความภาคภูมิใจ ความพอเพียง และการรักษามรดกทางวัฒนธรรม 2) ความประณีต ประกอบด้วยการผลิตด้วยช่างฝีมือผู้ชำนาญ การใช้ วัตถุดิบที่มีคุณภาพความละเอียดอ่อนช้อย 3) ภูมิปัญญา

ประกอบด้วยการตื่นรู้ การคงอัตลักษณ์ดั้งเดิม และ การเรียนรู้จากภูมิปัญญาบรรพบุรุษ และ 4) วิถีชุมชน ประกอบด้วยการผลิตเข้ากับวิถีวัฒนธรรมชุมชน และ การใช้ในชีวิตประจำวัน

อภิปรายผล

1. แนวทางการค้นหาทุนทางวัฒนธรรมสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปาด้วยมุมมองทาง รัฐประศาสนศาสตร์ การศึกษานโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนของกระทรวง แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด และแผน พัฒนาจังหวัด เนื่องจากนโยบายสาธารณะเป็นกรอบ การวางแผน และเป็นแนวทางการแปลงนโยบายสู่ การปฏิบัติ นโยบายสาธารณะ จึงเป็นตัวตั้งสำหรับการวางแผนการดำเนินงานระดับต่างๆ (Srisa-an, Wongsothorn, & Uaewong, n.d.: 12-13) ด้วย เหตุนี้การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมจากนโยบาย สาธารณะ และแผนทำให้คณะผู้วิจัยเข้าใจแนวทางการดำเนินงานส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมของรัฐบาล และหน่วยงานภาครัฐ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Varunsub (2019: 17) อธิบายว่า การ จัดการทุนทางวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ประเทศไทยต้องกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะ ด้าน สหภาพพ่อค้าทอง Porkatong (2014: 69) อธิบายว่า ภาครัฐ คือ ภาคส่วนที่มีความสำคัญกับการนำทุน ทางวัฒนธรรมพัฒนาสินค้าชุมชน Thampramaun & The-Khan-Mak (2020: 82-83) อธิบายว่า การ ท่องเที่ยวบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมชุมชนต้องได้ รับการสนับสนุนจากภาครัฐ อีกทั้งคณะผู้วิจัยพบข้อ สังเกตว่ารัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐอธิบายลักษณะ ของทุนทางวัฒนธรรมคือ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม อาหารธรรมเนียม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ ผ้าทอ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยได้ศึกษาแผนพัฒนา กลุ่มจังหวัด จำนวน 18 กลุ่ม ปี พ.ศ. 2560-2564 ตามนโยบายการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัด แบบบูรณาการพบว่า แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด 5 กลุ่ม

มีประเด็นการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Tinbut & Thasuwan (2019: 126) ได้ศึกษาการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน

2. การพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยจึงศึกษาแผนพัฒนาจังหวัดทั้ง 11 จังหวัด ในประเด็นการพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรมอีกทั้ง การศึกษาการพัฒนาจังหวัดด้วยทุนทางวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจส่วนใหญ่มุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด สอดคล้องกับ Mankong (2017: 90) พบว่า เศรษฐกิจของชุมชนพัฒนาด้วยทุนทางวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น เปลี่ยนเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น งานหัตถกรรม เป็นต้น Srimueang (2019: 72) พบว่า เมื่อนำวัฒนธรรมไทยประยุกต์เป็นนวัตกรรม สามารถสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจ 3 งานของ Punsawasuth (2010: 12) พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมที่เพิ่มขึ้นทำให้เศรษฐกิจเติบโตเพราะประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและการบริการสูงขึ้น Phu-Ku (2017: 139-140) พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และ Prampree (2019: 40) พบว่า การบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยวชุมชน ทำให้ชุมชนมีอัตลักษณ์ เสริมสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้นทุนทางวัฒนธรรมคือ สิ่งที่ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นในแบบสามารถจับต้องได้ (Yanyongkasemsuk, 2014: 29) เช่น โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม และผลงานศิลปะ เป็นต้น และแบบจับต้องไม่ได้ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี จารีต วิถีชีวิต และความเชื่อ เป็นต้น (Throsby, 2001: 44-46) หากจังหวัดและชุมชนท้องถิ่น สามารถสร้างจุดขายให้สินค้าและการบริการด้วยทุนทางวัฒนธรรมจะส่งผลให้เศรษฐกิจท้องถิ่นพัฒนา เพราะการมีสินค้าและการบริการที่มีคุณค่าและมีมูลค่าด้วยทุนทางวัฒนธรรม

ด้วยเหตุดังกล่าว การพัฒนาธุรกิจสปาด้วยทุน

ทางวัฒนธรรม จึงเป็นแนวทางที่น่าสนใจต่อการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง เพราะการเติบโตของธุรกิจสปาเพิ่มขึ้นถึง 3.7 หมื่นล้านบาท (Wongkittikraiwan, 2019: 1) อีกทั้งจากงานวิจัยหลายฉบับอธิบายว่าทุนทางวัฒนธรรมเป็นจุดแข็ง และโอกาสของการพัฒนาธุรกิจสปาไทย เช่น Issichaikun & Chansawang (2016: 17) อธิบายว่าประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสที่ดีในการทำธุรกิจสปา เพราะภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การนำอัตลักษณ์ความเป็นไทยสร้างมูลค่ากับธุรกิจสปา Chan-et (2019: 12-13) ได้ศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นไทยของธุรกิจสปาพบว่า อัตลักษณ์ของภาคเหนือคือ ความเป็นพื้นบ้าน วัฒนธรรมล้านนา เป็นต้น

จังหวัดสุโขทัยเป็นจังหวัดได้รับการคัดเลือกให้เป็นพื้นที่ในการศึกษาทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา เพราะแผนพัฒนาจังหวัดสุโขทัย ปี พ.ศ. 2561-2564 แสดงให้เห็นถึงศักยภาพ การพัฒนาจังหวัดด้วยทุนทางวัฒนธรรมพิจารณาจากเป้าหมายการพัฒนาจังหวัดคือ เมืองมรดกโลกเลิศจ้า เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เมืองแห่งอารยธรรม และความสุขอย่างยั่งยืน (Sukhothai Provincial Office, 2018: 1) ซึ่งเป็นจังหวัดแห่งเดียวที่ได้กล่าวถึงการนำทุนทางวัฒนธรรมพัฒนาจังหวัดอย่างชัดเจน จังหวัดสุโขทัยมีทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เช่น ต้นกำเนิดวัฒนธรรมลอยกระทง การมีแหล่งมรดกโลก 2 แห่ง การเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ การมีงานหัตถกรรมที่มีอัตลักษณ์ เช่น ทองคำสุโขทัย ผ้าทอตีนจก ผ้าทอเก่าลาย เครื่องสังคโลก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ทำให้จังหวัดสุโขทัยได้รับคัดเลือกให้เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์

คณะผู้วิจัยจึงวิเคราะห์แนวทางเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ร้านอรอนงค์ช่างทอง สาทรพิพิธภัณฑ์ผ้าทองคำ และกลุ่มทอผ้าบ้านนาต้นจั่น ซึ่งการคัดเลือกพื้นที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Nisavutanuphan & Phirasan (2017: 931) ศึกษาทุนทางวัฒนธรรมในพิพิธภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และภาคเอกชนเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แนวทางการศึกษาทุนทางวัฒนธรรม คือ การศึกษาทุนประวัติศาสตร์ การสัมภาษณ์ผู้ผลิตสินค้า วัฒนธรรม เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน Suwannathada & Sikkha (2019: 137) ได้ค้นหาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์แบบเดิม ลวดลายของสถาปัตยกรรม ลายผ้าทอ การเข้าไปศึกษาในพิพิธภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์แนวเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัยคือ 1) ความสุข ประกอบด้วย ความภาคภูมิใจ ความพอเพียง และการรักษามรดกทางวัฒนธรรม 2) ความประณีต ประกอบด้วย การผลิตด้วยช่างฝีมือผู้ชำนาญ การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ความละเอียดอ่อนซ้อ 3) ภูมิปัญญา ประกอบด้วย การตื่นรู้ การคงอัตลักษณ์ดั้งเดิม และการเรียนรู้จากภูมิปัญญาบรรพบุรุษ และ 4) วิถีชุมชน ประกอบด้วย การผสมผสานเข้ากับวิถีวัฒนธรรมชุมชน และการใช้ในชีวิตประจำวัน คณะผู้วิจัยพบว่า ผลการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย คล้ายคลึงกับงานของ Laohapensang (2015: 232-233) ซึ่งได้นำแนวคิดทุนทางวัฒนธรรม 8 วิถีไทย ประยุกต์เป็นทุนมรดกทางวัฒนธรรมพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร พัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ และงานของ Laohapensang & Saengratwatchara (2019: 52) ได้นำแนวคิดทุนทางวัฒนธรรม 8 วิถีไทย ประยุกต์เป็นทุนมรดกทางวัฒนธรรมตลาดโบราณศรีสัชนาลัย พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัยคือ อาหารพื้นเมือง ลวดลายสิ่งทอ โครงสร้างสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ประเพณีท้องถิ่น อาชีพแสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ความเชื่อ และศิลปวัฒนธรรม

สรุปผล

แนวทางการค้นหาจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรม

สำหรับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา โดยใช้มุมมองทางนโยบายสาธารณะและการวางแผนศึกษานโยบาย แผนแม่บท ยุทธศาสตร์กระทรวงแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด และแผนพัฒนาจังหวัด ทำให้จังหวัดสุโขทัยได้รับการคัดเลือกเป็นจังหวัดที่มีทุนทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยค้นหาแนวเรื่อง ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสุโขทัย ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระพบว่า จังหวัดสุโขทัยมีแนวเรื่องที่บ่งบอกทุนทางวัฒนธรรม 4 แนวเรื่อง ได้แก่ ความสุข ความประณีต ภูมิปัญญาและวิถีชุมชน ข้อมูลดังกล่าว คณะศิลปกรรมจะนำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาลวดลาย แสดงความเป็นสุโขทัย เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับธุรกิจสปา อีกทั้งบทความดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการทำงานร่วมกันระหว่าง 2 คณะ ซึ่งเป็นแนวทางที่เกิดประโยชน์กับสถาบันการศึกษาในการบูรณาการการเรียนรู้ข้ามสาขาวิชา รวมไปถึงการสร้างความรู้ความตระหนักรู้กับชุมชนต่างๆ และการสร้างห่วงโซ่คุณค่าระหว่างสถาบันการศึกษา ชุมชน และธุรกิจสปา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรพัฒนาชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรกำหนดยุทธศาสตร์ และแผนงานสำหรับส่งเสริมการค้นหาอัตลักษณ์ประเพณี วัฒนธรรมชุมชน รวบรวมเป็นฐานข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนา

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ การวิเคราะห์แนวทางเรื่อง เพื่อค้นหาทุนทางวัฒนธรรม ควรตั้งคณะทำงานในพื้นที่ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ตัวแทนภาคประชาชน ร่วมให้ข้อคิดเห็น วิพากษ์ และสอบถามข้อมูล

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มคณะทำงานจากสาขาวิชาอื่นๆ เช่น ประวัติศาสตร์ เพื่อให้มุมมองเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งจะเกิดประโยชน์ในการได้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อพัฒนาลวดลาย

สะท้อนทุนทางวัฒนธรรม รวมไปถึงการสัมภาษณ์ สภาวัฒนธรรมจังหวัด ตัวแทนชุมชน ผู้ประกอบการ ผู้ให้ข้อมูลหลักเพิ่มขึ้น เช่น ประชาชนชาวบ้าน ธุรกิจสปา

References

- Chan-et, J. (2019). The Potential Thai Identity of Spa and Massage Business Thailand to Raise the Level of International Health Tourism. *Panyapiwat Journal*, 10(2), 1-15. [in Thai]
- Issichaikun, R. & Chansawang, R. (2016). A Study of the Potential of Thai Spa Establishments. *Modern Management Journal*, 14(1), 17-31. [in Thai]
- Kasikorn Thai Research Center. (2019). *Open the Business Dart Next Year 2019*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/31a3NA8> [in Thai]
- Laohapensang, C. & Saengratwatchara, S. (2019). Product Development from Cultural Capital, Ancient Market, Si Satchanalai District Sukhothai Province. *Journal of Industrial Education*, 17(1), 52-60. [in Thai]
- Laohapensang, C. (2015). Product Development based on Creative Economy Concepts from Culture Area of Sukhothai Historical Park Si Satchanalai Kamphaeng Phet. *Journal of Industrial Education*, 14(2), 228-235. [in Thai]
- Mankong, A. (2017). The Role of Cultural Capital and Community Economic Development A case study of Communities in Ban Toon Subdistrict, Mueang District, Phayao Province. *Research and Development Journal, Loei Rajabhat University*, 39(12), 90-100. [in Thai]
- Ministry of Public Health. (2016). *Strategy to Develop Thailand to be an International Health Center 2017-2026*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/39aQly4> [in Thai]
- Ministry of Public Health. (2017). *National Health Development Plan 12th Issue 2017-2021*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/2PZkj1y> [in Thai]
- Nisavutanuphan, Y. & Phirasan, C. (2017). Cultural Capital Model for Increasing Value of Tourism Products in Chiang Rai Province. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 12(9), 931-949. [in Thai]
- Office of the Academic Parliament. (2019). *Policy Statement of the Cabinet*. Retrieved February 20, 2019, from <https://bit.ly/2OqluVB> [in Thai]
- Office of the National Economics and Social Development Council. (2017). *Master Plan under the National Strategy Tourism Issues 2018-2037*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/2TFQAvv> [in Thai]
- Onaree, N. (2017). The Merger of Cultural Assets in Packaging Design of Souvenirs from Japan. *Journal of Information*, 16(2), 31-41. [in Thai]
- Phu-Ku, C. (2017). *Guidelines for the Development of Capital, Culture, Innovation to Thailand 4.0*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/3aeqLJO> [in Thai]

- Phuwanatwichit, T. (2016). Cultural Capital Development and Tourism Attraction Management for Culture Village Wiang Tha Kan, San Pa Tong District, Chiang Mai Province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 5(1), 14-23. [in Thai]
- Pinyosinwat, N. (2019). *UNESCO Announces Sukhothai to Receive the Creative City Network Award*. Retrieved February 20, 2019, from <https://bit.ly/2TC9d3n> [in Thai]
- Porkatong, S. (2014). The Development of Environmental Factors in Enhancing the Potential of Using Cultural Capital for Branding of OTOP Entrepreneurs in the Category of Arts and crafts. *Research Methodology and Cognitive Science*, 12(1), 69-77. [in Thai]
- Prampree, T. (2019). Community and Tourism Economic Development with Cultural Capital: A Case Study of Naga Savage Parade, Ban Non Salao, Nong Tum Subdistrict, Chaiyaphum Province. *Journal of Cultural Approach*, 20(38), 40-52. [in Thai]
- Punsawasuth, A. (2010). *Cultural Capital in an Economic Growth Model*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/3apibaQ> [in Thai]
- Srimueang, T. (2019). An Analysis of Innovation and Thai Culture in the 21st Century: Creating Capital Cultural Innovation And the Creative Economy. *The 4th National and International Academic Conference Innovation and Technology Development for Sustainable Economy* (pp. 72-86). Bangkok: Nakhon Pathom Rajabhat University. [in Thai]
- Sripola, S. (2010). *Qualitative Research and Qualitative Data Analysis*. Retrieved May 22, 2020, from <https://bit.ly/3e4E1SQ> [in Thai]
- Srisa-an, W., Wongsothorn, T., & Uaewong, K. (n.d.). *Concepts and Principles of Policy and Planning*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/2QzvLBg> [in Thai]
- Sukhothai Provincial Industrial Office. (2017). *Establishment of a Cluster of Woven and Woven Fabric Products in Sukhothai Province*. Retrieved February 20, 2017, from <https://bit.ly/2PMYS3q> [in Thai]
- Sukhothai Provincial Office. (2018). *Sukhothai Development Plan 2018-2021*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/3dbIN1z> [in Thai]
- Suwannathada, S. & Sikkha, S. (2019). Design and Development of Community Products Using Cultural and Intellectual Capital in the Upper Northeast Region. *Art and Architecture Journal Naresuan University*, 9(2), 137-155. [in Thai]
- Thampramaun, P. & The-Khan-Mak, K. (2020). The Development of Creative Tourism Management based on Cultural Capital to the Community Economy of Friends Agriculture Home Stay Club Wiset Chai Chan District, Ang Thong Province. *Silpakorn University Journal*, 40(1), 65-83. [in Thai]
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. UK: Cambridge University Press.

- Tinbut, P. & Thasuwan, N. (2019). The Use of Cultural Capital for the Design, Development of the Logo and the Appearance and Packaging of Herbal Products for Community Enterprise Groups in the Area the Area of the Upper Central Region of Thailand. *Chandrakasem Rajabhat University Journal*, 24(47), 126-141. [in Thai]
- Varunsub, D. (2019). Patterns of Cultural Capital Management for Creative Tourism in Thailand. *ARU Research Journal Humanities and Social Sciences*, 5(1), 17-24. [in Thai]
- Wongchaikun, P. (2019). *Enhance the Thai Spa to the International Level, Pushing Operators to Capture Local Identity as a Selling Point*. Retrieved February 20, 2019, from <https://bit.ly/2tYjhLi> [in Thai]
- Wongkittikraiwan, M. (2019). *Thai Spa Business Ranked in the Top 5 in Asia*. Retrieved February 20, 2020, from <https://bit.ly/38XdWTo> [in Thai]
- Yanyongkasemsuk, R. (2014). Elite Concepts and Capital of Pierre Bourdier. *Journal of Political Economy*, 2(1), 29-44. [in Thai]



Name and Surname: Nitiphol Thararoop

Highest Education: Master of Arts (Public Administration), Kasetsart University

Affiliation: Dhurakij Pundit University

Field of Expertise: Public Administration, Community development, Conflict management, and Integrity promotions



Name and Surname: Pruchaya Piratrakul

Highest Education: Master of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Affiliation: Dhurakij Pundit University

Field of Expertise: Fashion and Textile Design



Name and Surname: Kamonsiri Wongmuek

Highest Education: Master of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Affiliation: Dhurakij Pundit University

Field of Expertise: Fashion and Textile Design