ศักยภาพและความท้าทายของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

The Potential and Challenges of Thai Cultural Capital in Driving the Creative Industry

ธีระวัฒน์ จันทึก (Thirawat Chantuk)[1] ปวีณา สปิลเลอร์ (Pawina Spiller)[2]
วุทธิชัย ลิ้มอรุโณทัย (Wutthichai Limarunothai)[3] ธงชัย ทองมา (Thongchai Thongma)[4]
กนกอร เนตรชู (Kanokaon Netchu)[5] ธัญพิชชา สามารถ (Thanpitcha Sarmart)[6]
[1]รองศาสตราจารย์ ดร., ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Assoc. Prof. Dr., Faculty of Management Science, Silpakorn University
[2]ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ประจำคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น
Corresponding author, Asst. Prof. Dr., Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Isan Khon Kaen
[3]ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Asst. Prof. Dr., Faculty of Management Science, Silpakorn University
[4]ดร., อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Dr., Faculty of Engineering and Industrial Technology, Suan Sunandha Rajabhat University
[5]อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (ศาลายา)
Lecturer, Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin (Salaya)
[6]ดร., อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Dr., Faculty of Political Science and Law, Burapha University
E-mail: pawina.sp@rmuti.ac.th

Received: 24 March 2025
Revised: 10 April 2025
Accepted10 April 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและความท้าทายของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการวิจัยเอกสารและ Netnography ในการวิจัยเอกสารมุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลจากรายงานการวิจัย บทความวิชาการ และนโยบายที่เกี่ยวข้อง ขณะที่ Netnography มุ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชุมชนออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ผลการวิจัยพบว่าทุนทางวัฒนธรรมไทยมีศักยภาพสูงในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การสร้างเรื่องราว การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การสร้างประสบการณ์ การสร้างแบรนด์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม การตลาดเชิงวัฒนธรรม และการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามยังมีอุปสรรคและความท้าทายที่ต้องได้รับการแก้ไข เช่น การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม การขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ และการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ไม่เท่าเทียมกัน การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด การสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจและมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย การรักษาสมดุลระหว่างความดั้งเดิมและความร่วมสมัยในการออกแบบ การออกแบบประสบการณ์ที่น่าจดจำ การสื่อสารคุณค่าของแบรนด์ การรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวัดผลประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงวัฒนธรรม

งานวิจัยนี้จึงได้นำเสนอแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน โดยเน้นส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ พัฒนาองค์ความรู้และทักษะ สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนด้านเงินทุนและเทคโนโลยีและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด

คำสำคัญ: ทุนทางวัฒนธรรม, อุตสาหกรรมสร้างสรรค์, ศักยภาพและความท้ายทาย

Abstract

This qualitative research aimed to study the potential and challenges of Thai cultural capital in driving the creative industry in Thailand. The research employed documentary research and netnography as its methodologies. Documentary research focused on analyzing data from research reports, academic articles, and relevant policies. Netnography, on the other hand, emphasized collecting data from online communities related to the creative industry.

The research findings revealed that Thai cultural capital has high potential for adding value to the economy, society, and culture. It can be utilized in various forms, including storytelling, product

creation, experience creation, brand building, cultural product development, cultural marketing, and cultural preservation and promotion. However, there are obstacles and challenges that need to be addressed, such as the lack of knowledge and understanding of cultural capital, the lack of government support, unequal access to technology, product designs that do not meet market demands, creating compelling stories relevant to the target audience, maintaining a balance between tradition and modernity in design, designing memorable experiences, communicating brand values, preserving cultural identity in product development, and measuring the effectiveness of cultural marketing strategies.

This research proposes guidelines for developing and promoting the utilization of cultural capital to drive Thailand's creative industry sustainably. The emphasis is on promoting awareness and understanding, developing knowledge and skills, fostering collaboration among relevant agencies, providing financial and technological support, and developing products and marketing strategies that meet market needs.

Keywords: Cultural Capital, Creative Industries, Potential and Challenges

บทนำ

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในศตวรรษที่ 21 โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมและทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม (UNESCO, 2013) ประเทศไทยมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีความโดดเด่น ทั้งในด้านมรดกทางวัฒนธรรม ศิลปะ อาหาร ภาษา วรรณกรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2562) ทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเอกลักษณ์ สร้างความแตกต่างและตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Hesmondhalgh, 2002) ซึ่งประเทศไทยมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีศักยภาพสูงในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม อย่างไรก็ตามการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ยังคงเป็นความท้าทาย (นพพร บุญแก้ว และคณะ, 2565) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม การสนับสนุนจากภาครัฐ การเข้าถึงเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม (UNESCO, 2018)

ทุนทางวัฒนธรรมของไทยมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สามารถเป็นแรงบันดาลใจและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ให้กับผู้ประกอบการได้ (Throsby, 2001) เช่น งานศิลปะไทย จิตรกรรม ประติมากรรม และงานฝีมือ สามารถนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์

สร้างสรรค์ที่อาจอยู่ในผลิตภัณฑ์เป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับและของตกแต่งบ้าน นอกจากนี้วรรณกรรมและดนตรีไทยยังสามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นเนื้อหาสำหรับภาพยนตร์ ละครเวทีและเกม ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ได้ (UNESCO, 2013) ซึ่งนอกเหนือจากการสร้างแรงบันดาลใจแล้ว ทุนทางวัฒนธรรมยังมีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันในตลาดโลก (Hesmondhalgh, 2002) เช่น อาหารไทย ภาษาไทย และวิถีชีวิตแบบไทย สามารถนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์และการตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์และบริการของไทยโดดเด่นและเป็นที่จดจำในตลาดโลก นอกจากนี้ ทุนทางวัฒนธรรมยังสามารถนำมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการนำเสนอเรื่องราว ประวัติศาสตร์ และคุณค่าทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง (Throsby, 2001) การนำเสนอเรื่องราวและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย จะช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการส่งออกและการท่องเที่ยวของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2562)

การนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญหลายประการ (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556) ประการแรกคือปัญหาการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมและวิธีการนำไปใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ (UNESCO, 2018) ซึ่งผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ยังคงขาดความตระหนักถึงคุณค่าและศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ หรือขาดทักษะและความรู้ในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เช่น ผู้ประกอบการด้านงานฝีมืออาจไม่ทราบวิธีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยและตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้ นอกจากนี้การขาดการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านต่างๆ เช่น เงินทุน โครงสร้างพื้นฐาน และการพัฒนาทักษะก็เป็นอุปสรรคสำคัญอีกประการหนึ่ง (UNESCO, 2018) ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนในพื้นที่ห่างไกลอาจประสบปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเทคโนโลยีที่จำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เช่น การคัดลอกผลงานศิลปะหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ ก็เป็นปัญหาที่สร้างความเสียหายต่อผู้สร้างสรรค์และเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (นพพร บุญแก้ว และคณะ, 2565) ดังนั้นการถ่ายทอดแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนในพื้นที่ห่างไกล โดยการนำเสนอความโดดเด่นอันเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างงาน สร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการพัฒนาชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ปิยะกานต์ เมืองสุวรรณ และตุลยา ตุลาดิลก, 2564)

งานวิจัยมีความใหม่ในการเติมเต็มช่องว่างการวิจัย (research gap) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่เข้ามาศึกษาในประเด็นหรือหัวข้อที่ยังไม่มีงานวิจัยใดศึกษาอย่างละเอียดมาก่อน หรือมีงานวิจัยที่ศึกษาไปแล้วแต่ยังมีช่องว่างหรือข้อสงสัยที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข หรืออาจเป็นการนำเอาแนวคิดใหม่ ๆ หรือวิธีการวิจัยใหม่ ๆ

มาประยุกต์ใช้กับปัญหาเดิม เพื่อให้ได้ผลลัพธ์หรือมุมมองที่แตกต่างออกไป โดยนำเสนอมุมมองเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านการวิจัย Netnography ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงความคิดเห็น ทัศนคติ และประสบการณ์ของผู้ประกอบการและผู้บริโภคในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างลึกซึ้ง โดยคุณค่าของงานวิจัยนี้คือการสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับศักยภาพและความท้าทายของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมุมมองของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีคุณค่าในเชิงระเบียบวิธีวิจัย โดยการนำเสนอการใช้ Netnography ซึ่งเป็นระเบียบวิธีวิจัยที่ยังไม่แพร่หลายในประเทศไทย เพื่อศึกษาประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถเป็นแนวทางสำหรับการวิจัยในอนาคตได้ และยังสามารถขยายผลไปสู่การศึกษาในเชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ละสาขา การศึกษาเปรียบเทียบการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ และการศึกษาติดตามผลกระทบของนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยให้เกิดองค์ความรู้ใหม่และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ที่มีความสำคัญต่อวงการอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวงการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม เนื่องจากผลการวิจัยจะช่วยเติมเต็มให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้เข้าใจถึงศักยภาพและข้อจำกัดของทุนทางวัฒนธรรม และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังช่วยให้หน่วยงานภาครัฐและผู้กำหนดนโยบายเข้าใจถึงความต้องการและปัญหาของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และสามารถกำหนดนโยบายและมาตรการที่เหมาะสมในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
2. เพื่อศึกษารูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
3. เพื่อวิเคราะห์อุปสรรคและความท้าทายในการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

ทบทวนวรรณกรรม

ทุนทางวัฒนธรรม

Bourdieu (1986) ได้ให้คำนิยามว่า ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ถือเป็นทรัพยากรที่สะสมมาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ทางสังคม ซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มโอกาสและความสำเร็จในชีวิต โดย Bourdieu (1986) ได้จำแนกทุนทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม ซึ่งรวมถึงทักษะ ความรู้และความสามารถต่าง ๆ ที่ฝังลึกอยู่ในตัวบุคคล ทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุซึ่งอยู่ในรูปของสิ่งของหรือผลงานทางวัฒนธรรม เช่น สถาปัตยกรรม การออกแบบ แหล่งวัฒนธรรม งานศิลปะ ประสบการณ์ ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ และแนวคิด ทุนทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการแบ่งชั้นทางสังคม เช่น สถาปัตยกรรม การออกแบบ แหล่งวัฒนธรรม งานศิลปะ ประสบการณ์ ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ และแนวคิด ทุนทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการแบ่งชั้นทางสังคม (Xing & Chi, 2021; Lin & Yang, 2023)

งานวิจัยหลายชิ้นบ่งชี้ว่าทุนทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในหลายด้าน (Wiagustini et al. 2023) โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทในการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม นำไปสู่การลงทุน การจ้างงาน และการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทั้งในส่วนภาคส่วนการศึกษา การท่องเที่ยว และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (Cen, 2021; Boglioli et al., 2022) โดยทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของคนไทย ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ถ่ายทอดวัฒนธรรม และสร้างอัตลักษณ์ของชาติ ทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้ในการสร้างคุณค่าหรือเพิ่มมูลค่าสินค้า ได้แก่ ภาษา วรรณกรรมพื้นบ้าน ศิลปะการแสดง แนวทางปฏิบัติทางสังคมและพิธีกรรม ช่างฝีมือดั้งเดิม ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล กีฬาและภูมิปัญญาไทย นอกจากนี้ แหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมของไทย เช่น อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนจาก UNESCO ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มีทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญระดับโลก (Sirasoonthorna et al., 2016)

การใช้ประโยชน์และแนวโน้มของทุนทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรือธุรกิจชุมชน ซึ่งมักเผชิญกับความท้าทายด้านทรัพยากรและการแข่งขันทางธุรกิจ (Majdúchová & Rybárová, 2021) การนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์สามารถช่วยลดอุปสรรคเหล่านี้ได้ โดยธุรกิจเหล่านั้นอาจนำเอาองค์ประกอบทางวัฒนธรรม เช่น ประเพณี มรดก และศิลปะพื้นบ้าน มาใช้ประโยชน์และใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ หรือเป็นผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยไม่ต้องใช้งบประมาณในการลงทุนจำนวนมาก ทุนทางวัฒนธรรมยังสามารถช่วยให้ธุรกิจเหล่านี้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม และสร้างความโดดเด่นในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

ตัวอย่างของการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมนี้สามารถเห็นได้จากธุรกิจขนาดเล็กในเมืองบันดุง ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ากับการออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องประดับ (Manurung, 2017; Garza Barrera González, 2021) ทุนทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นการนำนวัตกรรมและการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา (Garza Barrera González, 2021) มีแนวโน้มที่จะนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้มากยิ่งขึ้น เช่น สตรีมมิ่งออนไลน์และแพลตฟอร์มการค้าดิจิทัล เพื่อเข้าถึงผู้ชมทั่วโลกและเพิ่มโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเมื่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์เติบโตอย่างต่อเนื่องธุรกิจต่าง ๆ จะต้องปรับตัวและค้นหาแนวทางในการใช้นวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อการใช้ประโยชน์สูงสุดจากทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างโอกาสและความยั่งยืนทางธุรกิจ (Trubnikova & Tsagareyshvili, 2021) เช่น การนำเสนอการแสดงนาฏศิลป์ไทยผ่านช่องทางออนไลน์ หรือการสร้างสรรค์เกมและแอปพลิเคชันที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทย และตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในประเทศไทยคือการนำผ้าทอพื้นเมืองที่มีลวดลายและเทคนิคการทอที่เป็นเอกลักษณ์ มาออกแบบและผลิตเป็นสินค้าแฟชั่นที่ทันสมัย

บทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนการใช้ทุนทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

Howkins (2001) กล่าวว่าภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมอย่าต่อเนื่อง นอกจากจะเป็นการจัดสรรงบประมาณเงินทุนส่งเสริมทางวัฒนธรรมในการการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ให้มีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพผ่านโครงการต่าง ๆ ที่กำหนดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสำคัญ หรืออาจใช้งบประมาณไปสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (SMEs) และธุรกิจชุมชน (Peng Lu Sen, 2023; Oke, 2023) ภาครัฐบาลยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Majeed et al., 2023) ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามนโยบายที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ เช่น การลดขั้นตอนการขอใบอนุญาต การลดภาษี และการจัดหาทรัพยากรที่จำเป็น (Parshukova & Riazantseva, 2021) ยิ่งไปกว่านั้นรัฐบาลสามารถจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจและคลัสเตอร์นวัตกรรม ซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางสำหรับการสร้างเครือข่าย ความร่วมมือ และการแบ่งปันความรู้ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม (Gómez-Reyes et al., 2021) ซึ่งส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดในการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน ด้วยการที่รัฐบาลสนับสนุนภาคการศึกษาและฝึกอบรมแรงงานสร้างสรรค์ผ่านสถาบันการศึกษา เพื่อให้บุคลากรมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ และเข้าใจแนวโน้มของตลาด (Lin, 2021; Desmaryani, 2017; Howkins 2001) ตัวอย่างเช่น ในประเทศไทย รัฐบาลได้ดำเนินนโยบาย Soft Power เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และวัฒนธรรมไทยในระดับโลก โดยการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพลง อาหาร และการท่องเที่ยว ซึ่งล้วนเป็นภาคส่วนที่สามารถนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธุรกิจทางวัฒนธรรมผลลัพธ์ของการส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากทุนทางวัฒนธรรม

Vigerland & Borg (2017) กล่าวว่าทุนทางวัฒนธรรม ทั้งด้านความรู้ ทักษะ และเครือข่ายทางสังคม มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการที่มีทุนทางวัฒนธรรมสูงมักจะเข้าใจถึงแนวโน้มของตลาด รสนิยมของผู้บริโภค และความแตกต่างทางวัฒนธรรมได้ดีกว่า ซึ่งช่วยให้สามารถตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างชาญฉลาดและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายได้ (Purwanto, 2016) นอกจากนี้ ทุนทางวัฒนธรรมยังช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญ เช่น ศิลปิน ช่างฝีมือ และผู้มีอิทธิพล ซึ่งนำไปสู่ความร่วมมือและโอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น (Xu & Song, 2011)

ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมอย่างหนึ่งของการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ผ่านทุนทางวัฒนธรรม คือการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ (Vigerland & Borg, 2017) โดยผู้ประกอบการที่เข้าถึงทุนทางวัฒนธรรมมักจะคิดนอกกรอบและนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ ที่สะท้อนถึงมรดกทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Purwanto, 2016) ที่มีการผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒนธรรม กับผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่ดีจากผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Vilachai, 2017) โดยการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมนั้น ยังสามารถนำไปสู่การสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งธุรกิจต่าง ๆ ที่มีภูมิหลังทางวัฒนธรรมร่วมกันสามารถรวมตัวกันเพื่อแบ่งปันทรัพยากร ความรู้ และความเชี่ยวชาญ ถือเป็นบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม นำไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เพิ่มขึ้นและสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชน (Vilachai, 2017; Majeed et al., 2023)

วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และ Netnography เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและมีความลึกซึ้งในการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย จึงกำหนดการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเอกสารเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่หลากหลายประเภท เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคม วัฒนธรรม หรือประวัติศาสตร์ (Mogalakwe, 2006) เอกสารที่ใช้ในการวิจัยนี้มีทั้งเอกสารที่เป็นทางการ และเอกสารอื่น ๆ หรือสถิติข้อมูลทางวัฒนธรรม (Ahmed, 2010) โดยการวิจัยเอกสารในงานวิจัยนี้เป็นเครื่องมือในการศึกษาและทำความเข้าใจประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมวัตถุประสงค์ 3 ด้าน ได้แก่ การศึกษาศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การศึกษารูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการ

วิเคราะห์อุปสรรคและความท้าทายในการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยวิธีการวิจัยเอกสารในการวิจัยนี้ ได้แก่

1.1 การกำหนดกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) เป็นขั้นตอนแรกในการวิจัยเอกสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกำหนดนิยามและขอบเขตของคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย ในที่นี้คือ "ทุนทางวัฒนธรรม" และ "อุตสาหกรรมสร้างสรรค์" ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่สะสมมาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ทางสังคม (Bourdieu, 1986)

1.2 การค้นหาและรวบรวมเอกสาร (Document Collection) หลังจากกำหนดกรอบแนวคิดแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการค้นหาและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมไทยและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จนกระทั่งเกิดความอิ่มตัวของข้อมูล จากนั้นจำแนกเอกสารออกเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ รายงานการวิจัย บทความวิชาการ นโยบายของรัฐบาล ข้อมูลสถิติและข่าวสารที่เกี่ยวข้อง

1.3 การประเมินคุณภาพเอกสาร (Document Appraisal) ทั้งทางด้านความน่าเชื่อถือ ความเป็นตัวแทน ความชัดเจนและความเข้าใจง่าย และความถูกต้องของแหล่งที่มา โดยมีจุดประสงค์เพื่อคัดเลือกเฉพาะเอกสารที่มีคุณภาพและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยมากที่สุด (Scott, 1990)

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เมื่อได้เอกสารที่มีคุณภาพแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการวิเคราะห์เนื้อหาของเอกสาร โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวคิดของ Ahmed (2010) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เป็นระบบในการระบุ จัดหมวดหมู่ และตีความข้อมูลที่อยู่ในเอกสาร การวิเคราะห์เนื้อหามุ่งเน้นไปที่การระบุศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทยในด้านต่าง ๆ เช่น มูลค่าทางเศรษฐกิจ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ของคนไทย และทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัย Netnography เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่ปรับใช้แนวคิดทางชาติพันธุ์วรรณามาใช้ในการศึกษาชุมชนและวัฒนธรรมออนไลน์ โดยอาศัยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในโลกดิจิทัล (Kozinets, 2010) วิธีการนี้มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมและปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในสภาพแวดล้อมออนไลน์ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

2.1 กำหนดขอบเขตการศึกษา โดยเลือกกลุ่มข้อมูลสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมไทยและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประกอบด้วย กลุ่มเพจเฟซบุ๊กเกี่ยวกับศิลปะและงานฝีมือไทย เพจอินสตาแกรม ของนักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัฒนธรรมไทย ฟอรัมออนไลน์เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ บล็อกหรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมไทย ที่เป็นกลุ่มหรือเพจที่มีการโพสต์อย่างสม่ำเสมอ มีการตอบสนองและมีการอภิปรายกันในเชิงลึก และโปรไฟล์ผู้โพสต์หรือแอดมินของเพจที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยทั้งในด้านศักยภาพ รูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้และอุปสรรคและความท้าทายในการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Kozinets, 2020)

2.2 เข้าร่วมและมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์ โดยเริ่มจากการสืบค้นบัญชีผู้ใช้ที่น่าเชื่อถือและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นติดต่อขออนุญาตเจ้าของเพจหรือกลุ่มเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากเพจ

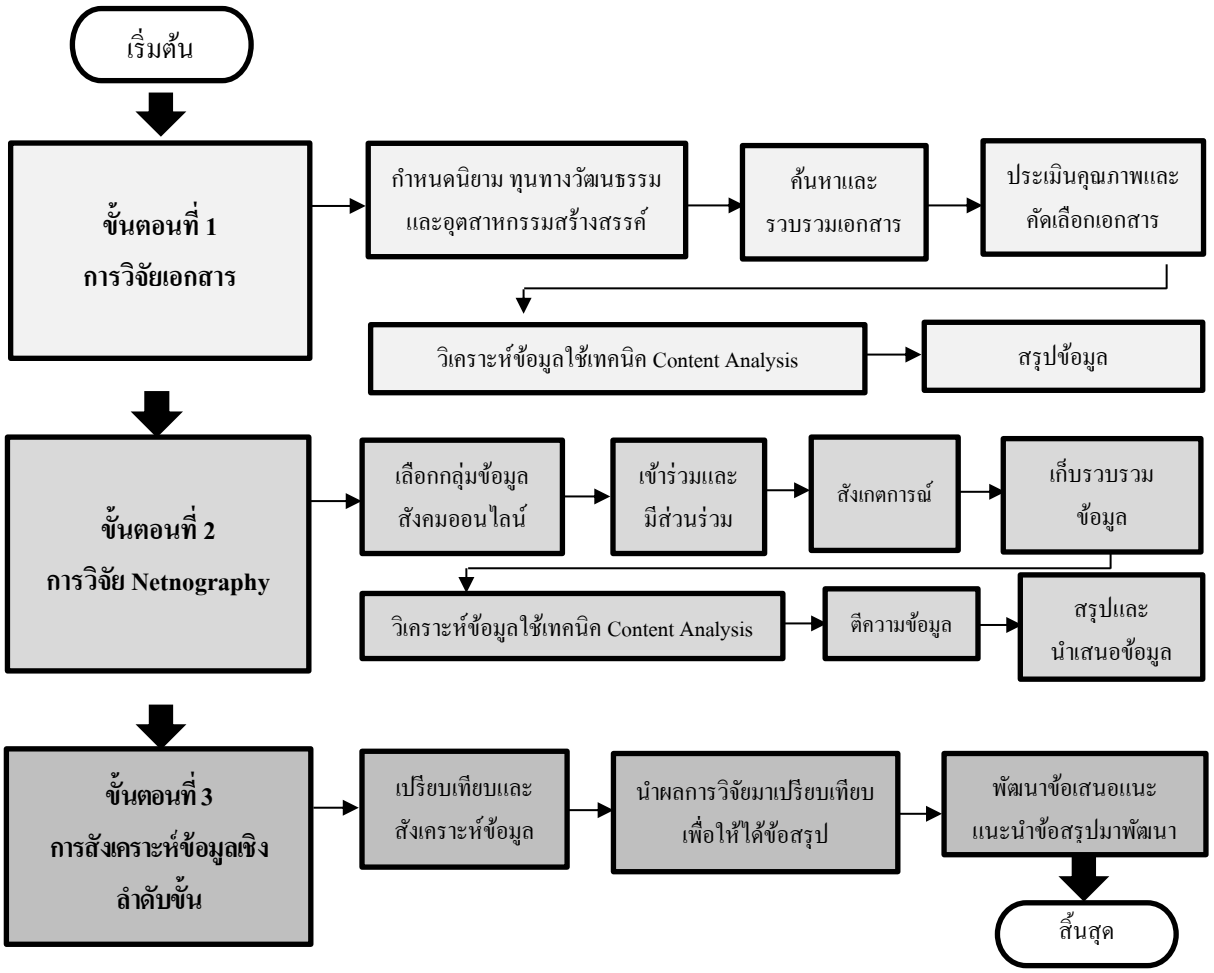
2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเน้นข้อมูลที่หลากหลายและสามารถนำมาสรุปผลการวิจัยได้ เช่น ข้อมูลจากการสนทนา โพสต์ รูปภาพ วิดีโอ เนื้อหาบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อาจใช้เครื่องมือในการเก็บภาพ (capture) หน้าจอเพื่อเก็บข้อมูลและพิจารณาการเก็บข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หรือบทความวิจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เช่น การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อระบุรูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อุปสรรคและความท้าทาย โอกาสและศักยภาพ รวมถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนา นอกจากนี้ยังตีความข้อมูลโดยคำนึงถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ครอบคลุมและมีความสมบูรณ์

2.5 สรุปและนำเสนอผลการวิจัย โดยเน้นการรวบรวมข้อมูลที่โดดเด่นเกี่ยวกับศักยภาพและความท้าทายของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ นำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

ขั้นตอนที่ 3 การสังเคราะห์ข้อมูลเชิงลำดับขั้น โดยนำผลการวิจัยเอกสารและผลการวิจัย Netnography นำข้อมูลที่สามารถสะท้อนแนวคิดหลักมาเปรียบเทียบและสังเคราะห์ และการวิเคราะห์แบบสามเหลี่ยม (Triangulation) จากการโพสต์ การคอมเมนต์ และการโต้ตอบของผู้ใช้ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ครอบคลุมและน่าเชื่อถือ จากนั้นจึงนำข้อสรุปที่ได้มาพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

โดยสามารถแสดง Flow chart ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 Flow chart ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยงานวิจัยทั้งจากเอกสารและการศึกษาสื่อสังคมออนไลน์บ่งชี้ว่าทุนทางวัฒนธรรมไทย ได้แก่ ศิลปะการแสดง ดนตรี อาหาร และเทศกาลต่าง ๆ เป็นทรัพยากรที่มีศักยภาพสูงในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย โดยมีตัวอย่างความสำเร็จจากแบรนด์ไทยที่นำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายด้วยการผสมผสานทุนทางวัฒนธรรมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างสร้างสรรค์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ประเทศไทยบรรลุศักยภาพสูงสุดในการเป็นผู้นำอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ระดับโลก พิจารณาดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาจากการวิจัยเอกสารและการวิจัย Netnography ของศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

หัวข้อ	ผลการศึกษาจากการวิจัยเอกสาร	ผลการศึกษาจากการวิจัย Netnography
ทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ	ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรม (เช่น ผ้าทอ, งานจักสาน)	เทศกาลและประเพณีไทย, อาหารไทย, ศิลปะไทย
ตัวอย่างธุรกิจสร้างสรรค์	แบรนด์ Jim Thompson (ผ้าไหมไทย), ร้านอาหาร Blue Elephant (อาหารไทยร่วมสมัย)	ร้านอาหารและคาเฟ่ที่นำเสนอเมนูอาหารไทยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและตกแต่งร้านด้วยศิลปะไทย
โอกาสในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างรายได้ให้ชุมชน การนำเสนอสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	การนำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด การสร้างสรรค์เมนูอาหารไทยที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและตกแต่งร้านด้วยศิลปะไทย การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยจากผ้าไทย
ความท้าทายในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพและการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างแท้จริง	การขาดความรู้และทักษะในการนำทุนทางวัฒนธรรมไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้อย่างแท้จริง

จากตารางที่ 1 พบว่าทุนทางวัฒนธรรมไทย มีศักยภาพในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ผ่านการนำไปพัฒนาเป็นสินค้าหรือบริการในธุรกิจสร้างสรรค์หลากหลายรูปแบบ โดยงานวิจัยเอกสารส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรม เช่น ผ้าทอ งานจักสาน เป็นต้น มีศักยภาพที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างรายได้ให้ชุมชนได้ นอกจากนี้ผลการวิจัย Netnography ยังพบว่า ร้านอาหารและคาเฟ่จำนวนมากนำเสนอเมนูอาหารไทยที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและตกแต่งร้านด้วยศิลปะไทย ซึ่งเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพด้านเทศกาลและประเพณีไทย อาหารไทยและศิลปะไทยมาปรับใช้ในธุรกิจสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจ อย่างไรก็ตามการขาดความรู้และทักษะในการนำทุนทางวัฒนธรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างเต็มศักยภาพเป็นอุปสรรคสำคัญ นอกจากนี้การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดก็เป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่ต้องได้รับการแก้ไขในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2. รูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยผลการศึกษาพบว่าการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงแนวทางหลัก 3 ประการ 1) การสร้างคุณค่าจากการตีความใหม่ โดยไม่เพียงนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ซ้ำแบบเดิม แต่ต้องตีความและปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยและความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

2) การสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่าง โดยใช้คุณค่าและความโดดเด่นของทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการ เพื่อให้โดดเด่นและน่าสนใจในตลาด และประการสุดท้าย คือการสร้างความยั่งยืน โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้อย่างสร้างสรรค์ คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมสามารถเติบโตเคียงคู่กันไปอย่างยั่งยืน สามารถพิจารณาผลการวิจัยเอกสารและผลการวิจัย Netnography ของรูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งรวบรวมได้ 7 รูปแบบ ได้แก่ การสร้างเรื่องราว (Storytelling) การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การสร้างประสบการณ์ การสร้างแบรนด์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม การตลาดเชิงวัฒนธรรม และการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิจัยเอกสารและผลการวิจัย Netnography ของรูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

รูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้	**สรุปผลการคัดเลือกตัวอย่างที่เกี่ยวข้องจากวิจัยเอกสาร**	**สรุปผลการคัดเลือกตัวอย่างที่เกี่ยวข้องจากการวิจัย Netnography**	**ประเภททุนทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง**
การสร้างเรื่องราว (Storytelling)	➢ การนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมไทย มีส่วนช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าสนใจให้กับสินค้า	➢ แบรนด์เสื้อผ้าไทยนำเสนอเรื่องราวแรงบันดาลใจจากวรรณคดีไทยในการออกแบบลวดลายบนเพจเฟซบุ๊ก	วรรณกรรมพื้นบ้าน, ศิลปะการแสดง, แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล
การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์	➢ การนำลวดลายไทยมาประยุกต์ ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ ช่วยเพิ่มความโดดเด่นและเอกลักษณ์ให้กับสินค้าไทย	➢ ร้านขายเครื่องประดับนำเสนอต่างหูที่ออกแบบโดยนำรูปทรงมาจากเจดีย์วัดอรุณราชวราราม ผ่านทางอินสตาแกรม	งานช่างฝีมือดั้งเดิม, ศิลปะ
การสร้างประสบการณ์	➢ การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ให้ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมไทยอย่างลึกซึ้ง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน	➢ โรงแรมในเชียงใหม่เผยแพร่วิดีโอสาธิตการทำอาหารไทยบนช่องยูทูป เพื่อให้ผู้ชมสามารถเรียนรู้และทำตามได้	แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล, ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล

รูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้	สรุปผลการคัดเลือกตัวอย่างที่เกี่ยวข้องจากวิจัยเอกสาร	สรุปผลการคัดเลือกตัวอย่างที่เกี่ยวข้องจากการวิจัย Netnography	ประเภททุนทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง
การสร้างแบรนด์	➢ การสร้างแบรนด์ที่สะท้อนความเป็นไทยและคุณค่าทางวัฒนธรรม ช่วยสร้างความจดจำและความแตกต่างให้กับแบรนด์ไทยในตลาดโลก	➢ ผู้ประกอบการแบรนด์เครื่องสำอางไทยใช้พอดแคสต์เพื่อพูดคุยถึงการใช้สมุนไพรไทยเป็นส่วนผสมหลักและการสร้างแบรนด์ที่สื่อถึงความงามตามแบบฉบับไทย	ภาษา, แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล, ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล
การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม	➢ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัยและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค	➢ ชุมชนบ้านถวายนำผ้าทอพื้นเมืองมาออกแบบเป็นกระเป๋าแฟชั่นและจำหน่ายผ่านช่องทาง Facebook	งานช่างฝีมือดั้งเดิม, ภูมิปัญญาท้องถิ่น
การตลาดเชิงวัฒนธรรม	➢ การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการสื่อสารคุณค่าและความหมายทางวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์หรือบริการ	➢ พิพิธภัณฑ์บ้านจิม ทอมป์สัน จัดนิทรรศการหมุนเวียนที่นำเสนอผ้าไหมไทยในมุมมองใหม่ ๆ และโปรโมทผ่าน (Instagram)	ศิลปะ, แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล
การอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรม	➢ การนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในการสร้างสรรค์ควรคำนึงถึงการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมให้คงอยู่และสืบทอดต่อไป	➢ โครงการ "เที่ยวไทยเท่" โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนและกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น (Website: เที่ยวไทยเท่)	ทุกประเภททุนทางวัฒนธรรม

จากตารางที่ 2 พบว่า รูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 7 รูปแบบ มีศักยภาพและความท้ายทายในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย กล่าวคือ รูปแบบการสร้างเรื่องราว (Storytelling) มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มและดึงดูดความสนใจให้กับสินค้าไทย โดยเชื่อมโยงเรื่องราวของผลิตภัณฑ์กับวัฒนธรรมไทย ด้วยรูปแบบที่ช่วยเพิ่มความโดดเด่นและเอกลักษณ์ให้กับสินค้าไทยได้ โดยการนำลวดลายไทยหรือรูปแบบศิลปะไทยมาประยุกต์ใช้ในการ แต่ยังคงรักษาสมดุลระหว่างความดั้งเดิมและความร่วมสมัย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเป็นที่ต้องการของตลาด และรูปแบบการสร้างประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม เช่น การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการสาธิตการทำอาหารไทย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ ซึ่งก็มีความท้าทาย

คือการออกแบบประสบการณ์ที่น่าจดจำและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย และรูปแบบการสร้างแบรนด์นั้นจะเป็นการที่สะท้อนถึงความเป็นไทยและคุณค่าทางวัฒนธรรม ช่วยสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ไทยในตลาดโลก เช่น การใช้พอดแคสต์เพื่อพูดคุยถึงการใช้สมุนไพรไทยในเครื่องสำอาง แต่ความท้าทายคือการสื่อสารคุณค่าของแบรนด์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น สำหรับรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมจะเป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดและพัฒนาให้มีความร่วมสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น เช่น การออกแบบกระเป๋าแฟชั่นจากผ้าทอพื้นเมือง โดยความท้าทายคือการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในขณะที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย รวมถึงรูปแบบการตลาดเชิงวัฒนธรรมนั้นจะเป็นการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการสื่อสารคุณค่าและความหมายทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

3. สรุปผลการวิเคราะห์อุปสรรคและความท้าทายในการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งจากที่กล่าวมาพบว่าทุนทางวัฒนธรรมไทย มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้อย่างมหาศาล อย่างไรก็ตามการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย และต้องอาศัยความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงบริบททางวัฒนธรรมตลอดจนความสามารถในการผสมผสานคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้ากับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเกื้อกูล โดยจากการศึกษาพบว่า มีความท้าทายและอุปสรรคหลายประการที่ต้องได้รับการแก้ไข เพื่อให้การนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จและยั่งยืน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลสรุปการศึกษาความท้ายทายและอุปสรรคในการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ความท้าทายและอุปสรรค	การวิจัยเอกสาร	การวิจัย Netnography
อุปสรรค		
การขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	✓	✓
การขาดความรู้และทักษะในการนำทุนทางวัฒนธรรมไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด	✓	✓
การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างแท้จริง	✓	✓
การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	✓	

ความท้าทายและอุปสรรค	การวิจัยเอกสาร	การวิจัย Netnography
การขาดแคลนเงินทุนและเทคโนโลยี	✓	
การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และทักษะ	✓	
ความท้าทาย		
การสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจและมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย		✓
การรักษาสมดุลระหว่างความดั้งเดิมและความร่วมสมัยในการออกแบบผลิตภัณฑ์		✓
การออกแบบประสบการณ์ที่น่าจดจำและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย		✓
การสื่อสารคุณค่าของแบรนด์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น		✓
การรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย		✓
การวัดผลประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงวัฒนธรรม		✓
การสร้างความตระหนักและความเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นใหม่และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ		✓

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางที่ 1, 2 และ 3 ซึ่งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพ รูปแบบการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ และความท้าทายและอุปสรรคในการนำทุนทางวัฒนธรรมไทยมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สามารถสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน ได้ดังตารางที่ 4

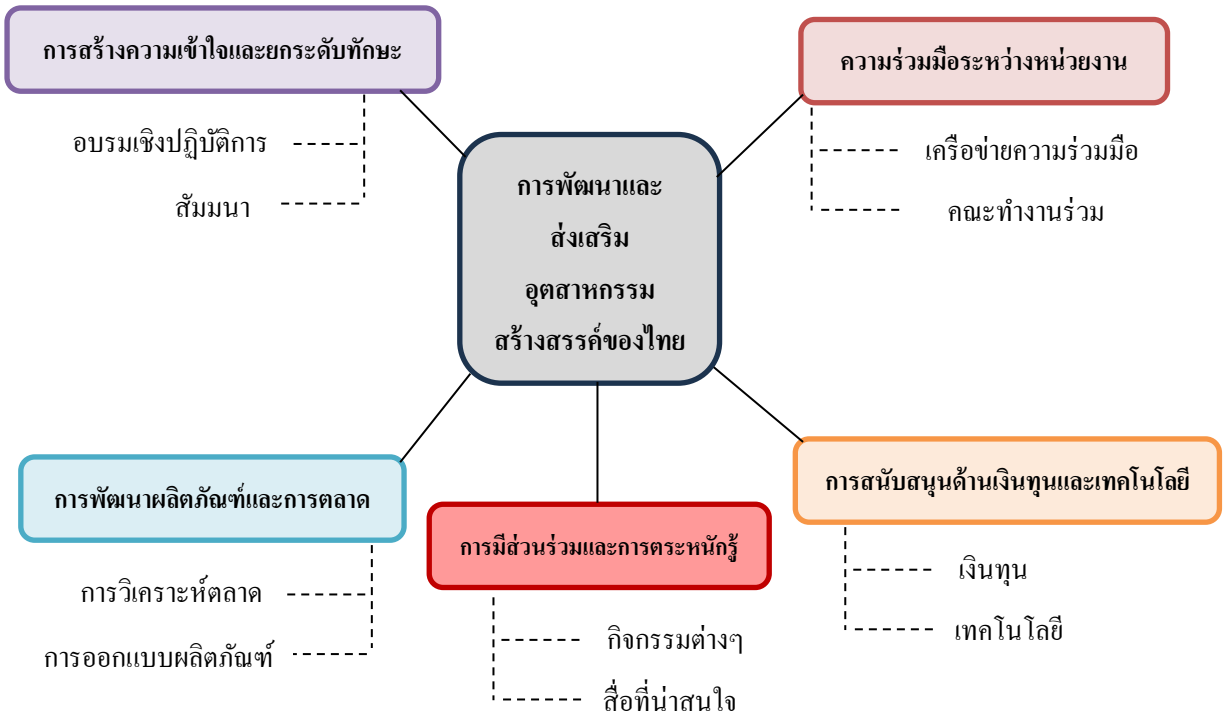
ตารางที่ 4 แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากความท้าทายและอุปสรรค

ความท้าทายและอุปสรรค	แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
การขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	ส่งเสริมความตระหนักรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม จัดกิจกรรม workshop หรือสัมมนาให้ความรู้ สร้างแพลตฟอร์มสำหรับแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ จัดกิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมไทย
การขาดความรู้และทักษะในการนำทุนทางวัฒนธรรมไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด	พัฒนาองค์ความรู้และทักษะในการนำทุนทางวัฒนธรรมไปใช้ เช่น การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับผู้ประกอบการ

ความท้าทายและอุปสรรค	แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างแท้จริง	สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดตั้งคณะทำงานร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ นักวิชาการ และหน่วยงานภาครัฐ
การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดตั้งคณะทำงานร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ นักวิชาการ และหน่วยงานภาครัฐ
การขาดแคลนเงินทุนและเทคโนโลยี	สนับสนุนด้านเงินทุนและเทคโนโลยี เช่น การจัดตั้งกองทุนสนับสนุนผู้ประกอบการสร้างสรรค์
การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และทักษะ	พัฒนาองค์ความรู้และทักษะในการนำทุนทางวัฒนธรรมไปใช้ เช่น การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับผู้ประกอบการ
การสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจและมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย	ศึกษาและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด เพื่อให้สามารถออกแบบเรื่องราวที่น่าสนใจและตรงกับความต้องการของพวกเขาได้
การรักษาสมดุลระหว่างความดั้งเดิมและความร่วมสมัยในการออกแบบผลิตภัณฑ์	ผสมผสานองค์ประกอบของความดั้งเดิมและความร่วมสมัยเข้าด้วยกันอย่างลงตัว เช่น การนำลวดลายหรือเทคนิคดั้งเดิมมาปรับใช้กับวัสดุหรือรูปแบบที่ทันสมัย
การออกแบบประสบการณ์ที่น่าจดจำและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย	ทำการวิจัยและสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถออกแบบประสบการณ์ที่ตรงกับความสนใจและความคาดหวังของพวกเขาได้ นำเสนอประสบการณ์ที่หลากหลายและปรับเปลี่ยนได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม
การสื่อสารคุณค่าของแบรนด์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น	ใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและสื่อสารคุณค่าของแบรนด์อย่างชัดเจน ใช้ Influencer หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในการช่วยโปรโมทแบรนด์
การรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย	ทำความเข้าใจและให้ความสำคัญกับคุณค่าและความหมายของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม นำองค์ประกอบของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาปรับใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์และมีนัยยะสำคัญ สื่อสารเรื่องราวและความเป็นมาของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์
การวัดผลประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงวัฒนธรรม	กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้ เช่น จำนวนผู้เข้าชมนิทรรศการ หรือยอดขายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อประเมินผลกระทบของกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงวัฒนธรรม ปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง
การสร้างความตระหนักและความเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นใหม่และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ	จัดกิจกรรมและโครงการที่ส่งเสริมการเรียนรู้และมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรม เช่น การจัดอบรม การแข่งขัน หรือการแสดงทางวัฒนธรรม สร้างเนื้อหาและสื่อที่น่าสนใจและเข้าถึงได้ง่าย เพื่อสื่อสารคุณค่าของวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นใหม่ ใช้

ความท้าทายและอุปสรรค	แนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
	สื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ในการเผยแพร่ข้อมูลและสร้างความตระหนักเกี่ยวกับวัฒนธรรม

จากตารางที่ 4 สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน แสดงตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

จากภาพที่ 2 พบว่า แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน ควรดำเนินการดังต่อไปนี้

1. สร้างความเข้าใจและยกระดับทักษะผู้ประกอบการในธุรกิจทางวัฒนธรรมตลอดโซ่อุปทานด้วยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ สัมมนา และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้และพัฒนาทักษะในการนำทุนทางวัฒนธรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างแพลตฟอร์มสำหรับแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ รวมถึงเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมไทยให้แพร่หลาย

2. ภาครัฐส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ ในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน นักวิชาการ และผู้ประกอบการเพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกัน จัดตั้งคณะทำงานร่วมเพื่อแก้ไข

ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนด้านเงินทุนและเทคโนโลยี และจัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ พัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์

4. ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด โดยเน้นศึกษาและทำความเข้าใจตลาดและกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด สร้างเรื่องราวที่น่าสนใจและสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ผสมผสานความดั้งเดิมและความร่วมสมัยในการออกแบบ สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ และรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสร้างแบรนด์และสื่อสาร ที่เน้นการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งและสื่อสารคุณค่าของแบรนด์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น ใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและเหมาะสม วัดผลประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงวัฒนธรรม

5. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและสร้างความตระหนักและความเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นใหม่และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ผ่านกิจกรรม โครงการต่าง ๆ และสื่อที่น่าสนใจ

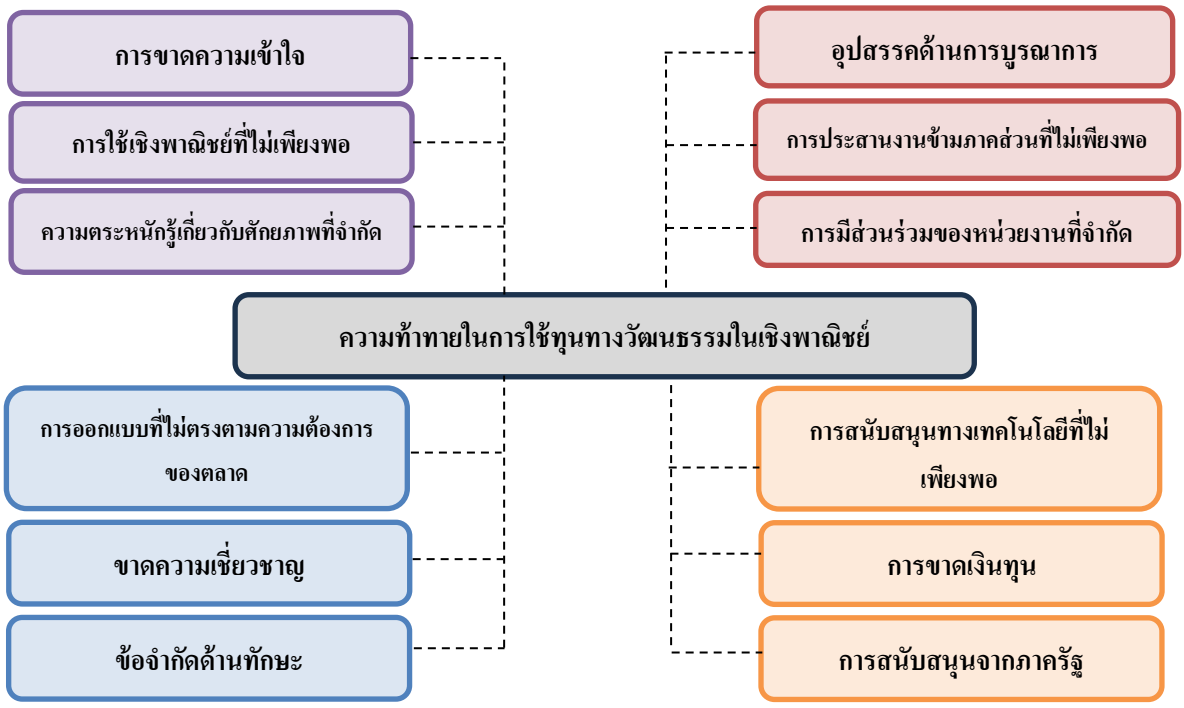
อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาศักยภาพและความท้าทายของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมไทยมีความหลากหลายและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้หลากหลายรูปแบบ (Sirasoonthorna et al., 2016) ทั้งในด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การสร้างประสบการณ์ การสร้างแบรนด์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม และการตลาดเชิงวัฒนธรรม เช่น ผ้าทอและงานจักสาน สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น ร้านอาหารและคาเฟ่จำนวนมาก ได้นำเสนอเมนูอาหารไทยที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและตกแต่งร้านด้วยศิลปะไทย ซึ่งสะท้อนถึงการนำทุนทางวัฒนธรรมด้านอาหารและศิลปะมาใช้ในธุรกิจสร้างสรรค์

การนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ทั้งจากงานวิจัยเอกสารและการวิจัย Netnography พบว่า ความท้าทายหลักคือการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมและวิธีการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างแท้จริง การขาดทักษะและความเชี่ยวชาญในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาปรับใช้ในธุรกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตอบสนองความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคด้านการขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดแคลนเงินทุนและเทคโนโลยี และขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และทักษะ ซึ่งปัญหาเหล่านี้อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ไม่สามารถใช้

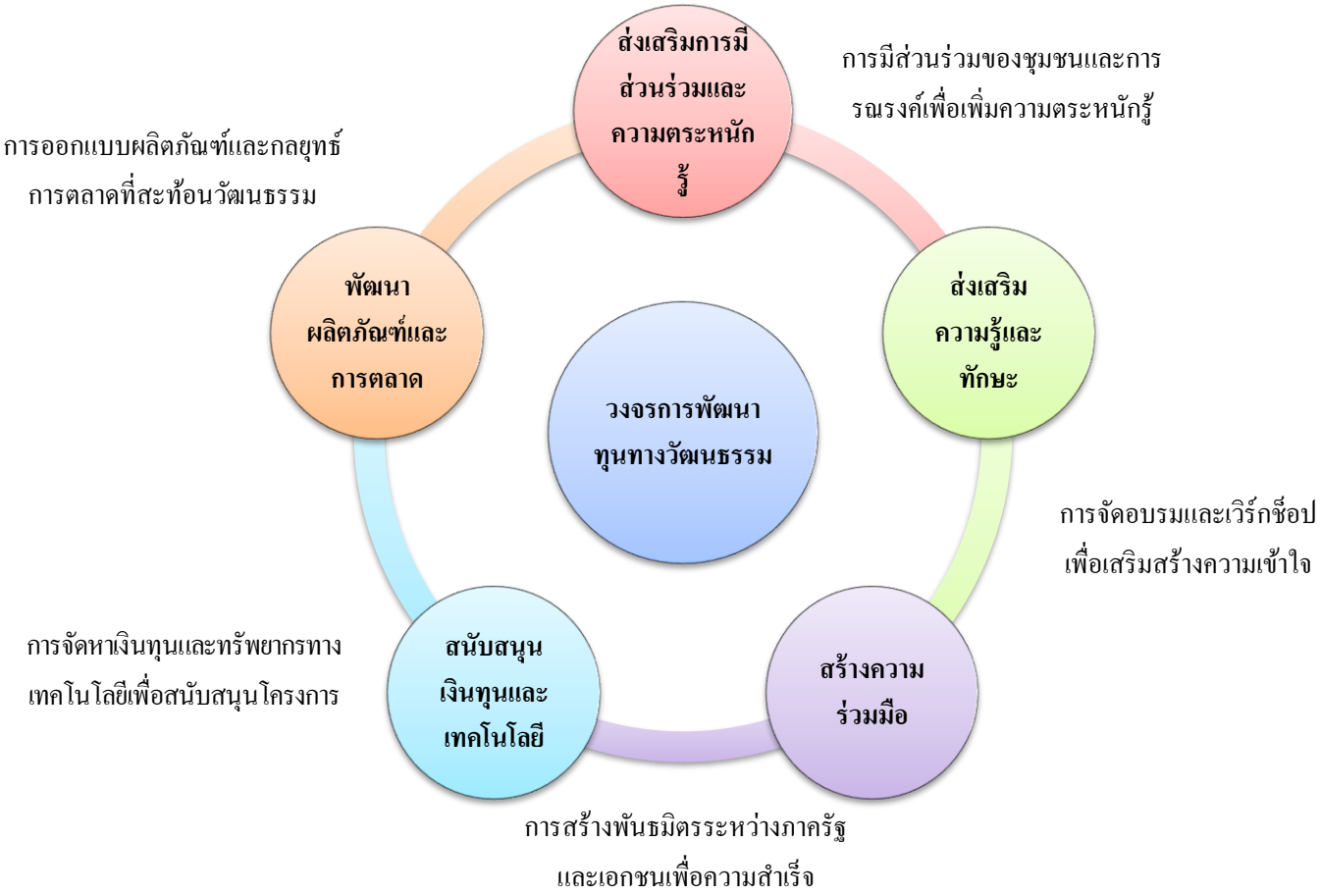
ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมได้อย่างเต็มที่และอาจนำไปสู่ความล้มเหลวทางธุรกิจได้ (Majdúchová & Rybárová, 2021) นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่าความท้าทายในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังรวมถึงการสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย การรักษาสมดุลระหว่างความดั้งเดิมและความร่วมสมัยในการออกแบบ การออกแบบประสบการณ์ที่น่าจดจำ การสื่อสารคุณค่าของแบรนด์ การรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวัดผลประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงวัฒนธรรมนั้น จะนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ที่สำคัญผู้ประการทางธุรกิจต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีและแนวโน้มของตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Garza Barrera González, 2021; Trubnikova & Tsagareyshvili, 2021)

สรุปได้ว่าแม้ว่าทุนทางวัฒนธรรมไทยจะมีศักยภาพในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แต่ยังคงมีความท้าทายและอุปสรรคหลายประการที่ต้องได้รับการแก้ไข เพื่อให้การนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและนำไปสู่การเติบโตที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย (จุฑามาศ ศรีรัตนา, 2561) จำเป็นต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในคุณค่าและศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรม มีการพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญในการนำไปใช้ มีความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ และที่สำคัญคือการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านต่าง ๆ รวมถึงการส่งเสริมและการแก้ไขความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ตามที่ Howkins (2001) ได้กล่าวไว้ว่าการดำเนินการเหล่านี้จะเป็นกุญแจสำคัญในการปลดล็อกศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทย และนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม สามารถพิจารณาได้ ดังภาพที่ 3ภาพที่ 3 การปลดล็อกศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย



ภาพที่ 3 การปลดล็อกศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

หากพิจารณาถึงการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดอบรมและเวิร์กช็อป การสร้างพันธมิตรระหว่างภาครัฐและเอกชน การจัดหาเงินทุนและเทคโนโลยี และการออกแบบผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดที่สะท้อนวัฒนธรรม องค์ประกอบเหล่านี้ทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยอย่างยั่งยืน เริ่มต้นจากการสร้างความตระหนักรู้ในชุมชนและการจัดอบรมเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ จากนั้นจึงสร้างพันธมิตรและจัดหาเงินทุนสนับสนุน สุดท้ายคือการออกแบบผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดที่สะท้อนวัฒนธรรม วงจรนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการบูรณาการองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน สามารถพิจารณาได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 วงจรการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการศึกษาศักยภาพและความท้าทายของทุนทางวัฒนธรรมไทยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สามารถสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้ดังนี้

1. การส่งเสริมความรู้และทักษะ โดยภาครัฐบาลควรส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมและวิธีการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ และควรมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ สัมมนา และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้และพัฒนาทักษะแก่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ควรเน้นการสร้างแพลตฟอร์มสำหรับแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ รวมถึงการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมไทยให้แพร่หลายก็เป็นสิ่งสำคัญ

2. เน้นการสร้างความร่วมมือ โดยภาครัฐบาลควรส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน นักวิชาการ และผู้ประกอบการ เพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกัน ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งคณะทำงานร่วมเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3. การสนับสนุนด้านเงินทุนและเทคโนโลยี โดยภาครัฐบาลควรจัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการสร้างสรรค์ พัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องและส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ หรือธุรกิจทางวัฒนธรรม และเน้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมให้เกิดความเชื่อมโยงคุณค่าทางวัฒนธรรมในโซ่อุปทานของธุรกิจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด โดยผู้ประกอบการธุรกิจทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ควรศึกษาและทำความเข้าใจตลาดและกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด ที่เน้นการสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจ การสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม การผสมผสานความดั้งเดิมและความร่วมสมัยในการออกแบบ การสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ ที่นำไปสู่การสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งและการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

5. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและสร้างความตระหนัก โดยภาครัฐ ภาคเอกชนและเครือข่ายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุนทางวัฒนธรรม ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม การสร้างความตระหนักและความเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นใหม่และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ผ่านกิจกรรม โครงการต่าง ๆ และสื่อที่น่าสนใจ รวมถึงการจัดการเรียนการสอนด้านศิลปะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และประเพณีท้องถิ่น เพื่อสร้างความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นใหม่

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป ควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับความท้าทายและอุปสรรค ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทย และการขาดทักษะในการนำทุนทางวัฒนธรรมไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์เป็นอุปสรรคสำคัญ ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตควรเน้นศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับสาเหตุและปัจจัยที่ส่งผลต่อความท้าทายและอุปสรรคเหล่านี้ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางแก้ไขที่ตรงจุดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงควรมีการศึกษาเชิงการวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม จากการใช้ประโยชน์ทางวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงคุณค่าและความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมในบริบทที่กว้างขึ้น และสามารถนำไปสู่การกำหนดนโยบายและมาตรการส่งเสริมที่เหมาะสม ตลอดจนควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศต่าง ๆ จะช่วยให้เข้าใจถึงความแตกต่างและแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้และพัฒนาในบริบทของประเทศไทยได้

ทั้งนี้ข้อควรระวังและควรหลีกเลี่ยงการศึกษาซ้ำซ้อนในประเด็นที่ได้รับการศึกษาอย่างเพียงพอแล้ว ควรเน้นการศึกษาในประเด็นที่ยังขาดความรู้หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม เช่น ควรให้ความสำคัญกับการศึกษาความท้าทายและอุปสรรคในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้อย่างจริงจัง เพื่อให้สามารถพัฒนา

แนวทางแก้ไขที่เหมาะสมและยั่งยืน หรือในการวิจัยควรหลีกเลี่ยงการนำแนวทางหรือโมเดลจากต่างประเทศมาใช้โดยไม่พิจารณาถึงความเหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมไทยและนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย ที่จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม ประกอบด้วย 1) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและการรณรงค์เพื่อเพิ่มความตระหนักรู้ 2) การส่งเสริมความรู้และทักษะ หรือการจัดอบรมและเวิร์กช็อปเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ 3) การสร้างความร่วมมือ หรือการสร้างพันธมิตรระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อความสำเร็จ 4) การสนับสนุนเงินทุนและเทคโนโลยี หรือการจัดหาเงินทุนและทรัพยากรทางเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนโครงการ 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาดที่สะท้อนวัฒนธรรม

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

จุฑามาศ ศรีรัตนา. (2561). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับไทยแลนด์ 4.0. *วารสารเกษมบัณฑิต, 19,* 208-217.

นพพร บุญแก้ว และคณะ. (2565). บทบาทของวัฒนธรรมกับการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย. *รัฐาภิรักษ์, 63*(3), 109-121.

ปิยะกานต์ เมืองสุวรรณ และตุลยา ตุลาดิลก. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หมู่บ้านดอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน. *วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 7*(3), 350-358.

พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 7*(1), 1-70.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2562). แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. 2560-2564.

ภาษาอังกฤษ

Ahmed, J. U. (2010). Documentary research method: New dimensions. *Indus Journal of Management & Social Sciences, 4*(1), 1-14.

Boglioli, M., Mueller, D. W., Strauss, S., Hoard, S., Beeton, T. A., & Budowle, R. (2022). *Searching for culture in "cultural capital": The case for a mixed methods approach to production facility siting. Frontiers in Energy Research, 9, Article 772316.* https://doi.org/10.3389/fenrg.2021.772316

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

Cen, Y. (2021). *Research on the operation of cultural capital in regional economy: Take Xijiang in Guizhou as an example. E3S Web of Conferences, 235, 02006.* https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123502006

Desmaryani, S. (2017). The role of regional government in growing small and medium enterprises' performance towards creative industry in Jambi Province. *Jurnal Bina Praja, 9*(1), 159-169.

Garza Barrera González, M. (2021). Emprendimiento y cultura. Un acercamiento a las industrias creativas en Nuevo León [Entrepreneurship and culture. An approach to the creative industries in Nuevo León]. *Revista de Ciencias Sociales, 1*(1), 112–137. https://doi.org/10.29105/transdisciplinar1.1-5

Gómez-Reyes, F. M., Catalá-Pérez, D., & de-Miguel-Molina, M. (2021). The role of public policies in enhancing cultural and creative industries: An analysis of public policies related to music in Colombia. In *The economics of cultural and creative industries* (pp. 27-40). Springer.

Hesmondhalgh, D. (2002). *The cultural industries.* Sage Publications.

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

Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Sage Publications.

Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research* (3rd ed.). Sage Publications.

Lin, C., & Yang, H. (2023). Research on the influence of cultural capital on human sports practice. *SHS Web of Conferences, 163, 02016.* https://doi.org/10.1051/shsconf/202316302016

Lin, S. (2021). Creative industry: Cultural production or cultural control? A critical policy analysis of UK creative industries policy documents. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 554,* 223-230.

Majdúchová, H., & Rybárová, D. (2021). Resilience and sustainability of creative industries businesses. SHS Web of Conferences, 115, 02004. https://doi.org/10.1051/shsconf/202111502004

Majeed, I., Bhat, A. H., & Azam, R. (2023). The role of government in promoting handicraft industry: A case study of Kashmir. ShodhKosh. *Journal of Visual and Performing Arts, 4*(1), 429-442.

Manurung, E. M. (2017). Coping with challenges creatively in distro industry for business sustainability. *Academy of Strategic Management Journal, 16*(2), 1–15.

Mogalakwe, M. (2006). The use of documentary research methods in social research. *African Sociological*

Review, 10(1), 221-230.

Oke, S. (2023). The role of policy in the development of the creative industries: A review of government involvement in Nigeria's creative industries. *Journal of Business Diversity, 23*(2), 64-78.

Parshukova, G. V., & Riazantseva, I. V. (2021, October). Creative economy: Regional government tasks. In *State. Politics. Society" 2020* (pp. 01010-1-01010-5). EDP Sciences.

Peng Lu Sen. (2023). The role of government policies and initiatives in driving IoT adoption among creative industries stakeholders in China. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM), 2*(3), 67-76.

Purwanto, A. (2016). Cultural capital and business success among entrepreneurs. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura, 19*(2), 227-236.

Scott, J. (1990). *A matter of record: Documentary sources in social research*. Polity Press.

Sirasoonthorna, P., Satean, G., Khamunee, W., & Pirasan, J. (2016). A development of the logistic creative community economy for the promotion of participatory cultural tourism: A case of cultural world heritage, Thailand. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences), 9*(3), 10-19.

Throsby, D. (2001). *Economics and culture.* Cambridge University Press.

Trubnikova, N., & Tsagareyshvili, S. (2021). *Digital challenges for creative industries: Case of opera. SHS Web of Conferences, 114, 01008.* https://doi.org/10.1051/shsconf/202111401008

UNESCO. (2013). *Creative economy report 2013 special edition: Widening local development pathways.*

UNESCO. (2018). *Re|Shaping cultural policies: Advancing creativity for development.*

Vigerland, L., & Borg, E. A. (2017). Cultural capital in the economic field: A study of relationships in an art market. *Philosophy of Management, 17*(2), 169-185.

Vilachai, K. (2017). Using cultural capital for urban management, Khon Kaen Municipality, Thailand. *European Journal of Sustainable Development, 6*(2), 227-232.

Wiagustini, N. L. P., Mantra, I. B. R. D., Wiksana, I. G. B., & Ramantha, I. W. (2023). The role of cultural capital in improving the financial performance of village credit institutions. *Uncertain Supply Chain Management, 11*(2), 573-584.

Xing, H., & Chi, J. (2021). Cultural capital and China's economic growth. *Financial Engineering and Risk Management, 4,* 7-17.

Xu, L., & Song, S. (2011). Study on construction of cultural capital among entrepreneurs. *Asian Social Science, 7*(9), 203-206.