

อัตลักษณ์และเงื่อนไขความสำเร็จของ “หมอลำกลอน” สู่การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม IDENTITY AND CONDITIONS FOR THE SUCCESS OF “MOR LAM KLON” IN DEVELOPING CULTURAL CAPITAL

ชนาใจ หมิ่นไธสง, ธิดารัตน์ สาระพล และนภัสภรณ์ ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม

Chanajai Muenthaisong, Thidarat Saraphon and Napasorn Phavaputanon Na Mahasarakham

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

Roi Et Rajabhat University

Corresponding Author E-mail: chanajaime@gmail.com, thidarat@reru.ac.th, organn.api@gmail.com

Received September 23, 2025

Revised October 25, 2025

Accepted December 9, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และเงื่อนไขความสำเร็จของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาเงื่อนไขความสำเร็จของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการสังเกต (Observation) ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 70 คน จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 50 คน และสนทนากลุ่มย่อย จำนวน 20 คน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา กำหนดรหัส (Coding) ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ 1) หมอลำกลอนในภาคอีสาน 2) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหมอลำกลอน ในคณะ/วง เช่น นักดนตรี ผู้จัดการ 3) ผู้ชม แฟนคลับ

ผลการศึกษา พบว่า อัตลักษณ์ของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ได้แก่ 1) เพศ 2) บทบาทหน้าที่ 3) ความรู้ความสามารถ/ทักษะ 4) ความเป็นอัตลักษณ์ของตัวบุคคล 5) แบรินด์ และความเป็นแบรินด์ที่มีชื่อเสียง 6) เนื้อหา ทำนอง จังหวะ ของกลอนลำ และเงื่อนไขความสำเร็จของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ได้แก่ 1) เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ (1) ภาษา (2) เครื่องแต่งกายของหมอลำ (3) พิธีกรรม งานบุญ (4) ลักษณะของผู้ชมการแสดง ผู้ชมส่วนใหญ่เป็นชาวพุทธ ชาวบ้าน อาชีพเกษตรกร รับจ้างทั่วไป หมอลำส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธทั้งในเนื้อหาและการแต่งกลอน 2) เงื่อนไขทางการตลาด ได้แก่ (1) แฟ้มเกจการแสดง (2) การจัดโปรโมชั่น (3) การสนับสนุนเชิงนโยบายของหน่วยงานภาครัฐ (4) นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซอฟต์แวร์แวร์ ได้แก่ (1) นโยบายพัฒนาคน ทรัพยากรมนุษย์ (2) นโยบายพัฒนาองค์ความรู้ (3) นโยบายด้านทรัพย์สินทางปัญญา (4) นโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ 5) การมีส่วนร่วมของชุมชน 6) แนวทางการพัฒนาหมอลำกลอนด้วยหลักสูตร การเผยแพร่หมอลำ การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้หมอลำ การพัฒนาสู่ทุนทางวัฒนธรรมด้วยการสร้างความตระหนักและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประเทศในระดับชาติจะเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่ผลักดันวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าให้ได้รับการยอมรับสู่กระแสสมัย

คำสำคัญ: หมอลำกลอน, ทุนทางวัฒนธรรม, เงื่อนไขความสำเร็จ

Abstract

This research article aims to examine the identity of Mor Lam Klon and the conditions for its success in the Northeastern region of Thailand, and to analyze the key success conditions influencing Mor Lam Klon in this region. This study employed a qualitative research approach, with data collected through in-depth interviews, focus group discussions, and participant observation. A total of 70 key informants participated in the study, including 50 participants from in-depth interviews and 20 participants from focus group discussions. The informants were categorized as (1) Mor Lam Klon performers in Northeastern Thailand, (2) individuals involved in Mor Lam Klon troupes or bands, such as musicians and managers, and (3) audience members and fans. Data were analyzed using content analysis, and the findings were presented through descriptive analysis with systematic coding.

The findings revealed that the identity of Mor Lam Klon in Northeastern Thailand comprises (1) gender, (2) roles and functions, (3) knowledge, abilities, and performance skills, (4) personal identity, (5) branding and brand reputation, and (6) lyrical content, melody, and rhythm. The conditions for success of Mor Lam Klon include (1) social and cultural conditions, such as language use, performance costumes, rituals and merit-making ceremonies, and audience characteristics, with audiences predominantly consisting of Buddhists, rural residents, farmers, and general laborers. Mor Lam Klon performances are closely associated with Buddhism, both in lyrical content and poetic composition. (2) Marketing-related conditions, including performance packages and promotional strategies, (3) policy support from government agencies, and (4) creative economy and soft power policies, encompassing human resource development, knowledge development, intellectual property policies, and information technology policies related to dissemination and public relations. Additional success conditions include (5) community participation, and (6) development guidelines for Mor Lam Klon, such as curriculum development, performance dissemination, and the establishment of Mor Lam learning centers. Overall, the development of Mor Lam Klon as cultural capital, through raising public awareness and promoting national-level participation, serves as a key driving force in advancing this valuable cultural heritage toward broader social recognition and mainstream acceptance.

Keywords: Mor Lam Klon, Cultural Capital, Conditions for Success

บทนำ

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมที่เก่าแก่และน่าสนใจ ที่ผ่านมารัฐบาลไทยได้สนับสนุนนโยบายแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาโดยการเชื่อมกับรากทางวัฒนธรรม (UNCTAD, 2008) ผนวกกับแนวคิดของเป้าประสงค์ที่ต้องการเชื่อมร้อยศิลปวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาคให้เกาะเกี่ยวไปกับมิติของอำนาจละมุน “Soft Power” ปรากฏการณ์เช่นนี้ได้สะท้อนมาจากความสำเร็จที่ตามมาของประเทศเกาหลีใต้ ในการพลิกฟื้นเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากเศรษฐกิจตกต่ำในเอเชีย (โรคต้มยำกุ้ง) ปี พ.ศ. 2540 โดยรัฐบาลเกาหลีใต้ได้นำเอาอำนาจละมุน (Soft Power) ทฤษฎีของโจเซฟ เอส ไนย์ (Joseph S. Nye, Jr.) มาใช้อย่างเป็นระบบ จนสามารถสร้าง

ให้เกิดกระแสความนิยมในความเป็นเกาหลีใต้ได้เป็นอย่างมาก ทั้งจากกระแสฮัลลยู (Hallyu) วัฒนธรรมเคป๊อป และการท่องเที่ยวในเกาหลีใต้ เป็นต้น สามารถกระตุ้น GDP (Gross Domestic Product) ของประเทศเกาหลีใต้ได้ เช่น GDP เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 ในปี พ.ศ.2547 ซึ่งเป็นช่วงแรกที่รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ผลักดันเรื่องนี้อย่างเต็มรูปแบบ ก่อให้เกิดวลีที่ว่า “ปาฏิหาริย์แห่งแม่น้ำฮัน” (Kwon, & Kim, 2014, The Korea Times, 2020) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ในอดีตอาจเป็นพื้นที่ของความแห้งแล้ง ประชากรส่วนหนึ่งอาจต้องย้ายถิ่นหรือไปประกอบอาชีพขายแรงงานในต่างพื้นที่ แต่ในปัจจุบันสภาพความเป็น “ชนบท” อาจไม่ปรากฏอย่างเด่นชัดและเกิดสภาพความเป็นเมืองกระจายโดยทั่วไป แม้วิถีทางกายภาพได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก แต่ก็พบว่า ความบันเทิงหนึ่งเดียวที่ยังอยู่ในใจของคนในพื้นที่เป็นจำนวนมากก็คือ หมอลำ ในช่วงเวลาที่อุตสาหกรรมบันเทิงไทยทุกประเภทต้องพบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) กลับพบว่าหมอลำกลอน เป็นอุตสาหกรรมบันเทิงพื้นบ้านที่ฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดได้อย่างสม่ำเสมอ แต่ภายใต้การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมบันเทิงรูปแบบนี้ได้เป็นการฟื้นตัวแต่เพียงลำพัง ในบางครั้งปราศจากการโอบอุ้มของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรม

“อำนาจ” มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ต้องการ และ ซอฟต์พาวเวอร์ เป็นความสามารถที่ทำให้ได้รับสิ่งที่ต้องการด้วยการโน้มน้าวมากกว่าการบังคับขู่เข็ญ ที่สามารถพัฒนาผ่านความสัมพันธ์กับพันธมิตร ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจ และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ส่งผลให้เกิดความเห็นของประชาชนเชิงบวก การบรรลุความสำเร็จได้โดยไม่ต้องใช้กำลังข่มขู่ ประกอบด้วย วัฒนธรรมที่สามารถโน้มน้าวผู้อื่นได้ ค่านิยมต่อการดำเนินชีวิต และนโยบายที่ชอบธรรมล้วนแต่สามารถสนับสนุนซอฟต์พาวเวอร์ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือชุมชนเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในการความคิดของประชาชนและสังคมของประเทศเป้าหมาย (Nye, 2004; สุรชาติ บำรุงสุข, 2557; เชษฐา พวงหัตถ์, 2559) โดยเฉพาะในแง่มุมมองทางวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือ ภาคอีสาน เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่สามารถต่อยอดสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ด้วยแนวคิดการรับมือ ความยืดหยุ่นและการฟื้นฟู (Resilience) การปรับตัวกับอุปสรรคใหม่ที่เข้ามาท้าทายหรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป พร้อมฟื้นตัวกลับมาดำเนินการได้อย่างรวดเร็วหลังประสบวิกฤตซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็น (TCDC, 2020) วิธีคิดประกอบด้วย 1) การคงความหลากหลายและการสำรององค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อช่วยสร้างทางเลือกที่จะตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงที่ไม่คาดคิด 2) การจัดการการเชื่อมต่อของเครือข่ายที่เหมาะสม 3) การจัดการตัวแปรที่กระทบต่อการแสดงผล และการป้อนกลับ 4) การสนับสนุนแนวคิดเชิงระบบซับซ้อนที่ปรับตัว 5) สนับสนุนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง 6) การขยายความร่วมมือเพื่อให้เกิดความรู้ที่หลากหลายจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง 7) การสนับสนุนระบบที่มีการบริหารจัดการที่ดี (Walker and Salt, 2006; บวรศม ลีระพันธ์ และคณะ, 2563)

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2563) ได้กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นแนวทางใหม่ในการสร้างสรรค์เศรษฐกิจผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่ใหม่ นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ประเทศอังกฤษ โดยกระทรวงวัฒนธรรม สื่อและการกีฬาเป็นผู้ริเริ่มและนำมาใช้อย่างประสบความสำเร็จ ตั้งแต่ปี 1998 แนวคิดนำไปปรับใช้กับรูปแบบเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ เช่น “Cool Japan” ของญี่ปุ่น หรือ “Creative Korea” ของเกาหลีใต้ ซึ่งประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศที่ให้ความสนใจ โดยได้นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาบรรจุไว้ใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาประเทศไทยยุค 4.0 โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ

Creative Economy Agency (CEA) ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านการสนับสนุนต่าง ๆ สร้างพื้นที่ในการออกแบบที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์

ดังนั้น ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาอัตลักษณ์ของหมอลำกลอนที่ส่งผลต่อความนิยมที่มีอยู่ในปัจจุบัน และเงื่อนไขความสำเร็จของหมอลำกลอน ที่ยังคงเป็นวัฒนธรรมของคนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และยังคงได้รับความนิยมในวงกว้างระดับประเทศเพื่อเป็นแนวทางในการส่งต่อแนวคิดการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมให้ยังคงอยู่ได้รับการพัฒนาในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยเชื่อว่าทุนทางวัฒนธรรมของหมอลำกลอนจะได้รับการถ่ายทอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาเงื่อนไขความสำเร็จของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยนี้ออกแบบโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มย่อย โดยมีพื้นที่วิจัย คือ จังหวัดร้อยเอ็ด การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวนทั้งสิ้น 50 คน และสนทนากลุ่มย่อยอีก 20 คน รวมทั้งสิ้น 70 คน ดังนี้

2.1 หมอลำ หมอลำกลอน ผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับวงหมอลำ เช่น นักดนตรี ผู้จัดการ ผู้แทนจากอุตสาหกรรมบันเทิง เป็นต้น ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จากหมอลำกลอนพื้นบ้าน จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 20 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

2.2 นักวิชาการ ผู้แทนจากภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรม หมอลำ เช่น นักวิจัย อาจารย์ ผู้แทนกระทรวงวัฒนธรรม ผู้เชี่ยวชาญในงานศิลปวัฒนธรรมระดับมหาวิทยาลัย/ชุมชน/องค์กรที่เกี่ยวข้อง ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 20 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

2.3 ตัวแทนกลุ่มผู้ชม ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ใช้วิธีการประสานงานกับผู้นำในพื้นที่ ประสานขอความร่วมมือจากนักศึกษาเพื่อให้เป็นอาสาสมัคร จำนวน 30 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 คน จากผู้ชมการแสดงที่เคยจ้างหมอลำกลอน หรือเคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับหมอลำกลอน และสนทนากลุ่มย่อย 1 กลุ่ม จำนวน 20 คน จากประชาชนในพื้นที่และนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

(1) เครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยจัดทำเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ 1) แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก 2) ประเด็นการสนทนากลุ่มย่อย และ 3) แบบสังเกตการณ์/แบบจัดบันทึกข้อมูลจากการสังเกต โดยมีขั้นตอนดังนี้ (1) ศึกษา ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี ต่าง ๆ เกี่ยวกับหมอลำกลอนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นต้น (2) กำหนดตัวแปร ความหมายตัวแปร ออกมาเป็นข้อคำถาม (3) ตรวจสอบความครบถ้วนของประเด็นคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัย (4) นำแนวทางการสัมภาษณ์ไปทดลองสัมภาษณ์ก่อนนำไปใช้งานจริง (5) ดำเนินการสัมภาษณ์ตามประเด็นคำถาม

(2) การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ตามแนวทางการสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นนัดหมายกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นทางการและเดินทางไปเพื่อขอสัมภาษณ์ โดยแนะนำตัวและแจ้งวัตถุประสงค์การวิจัย ขออนุญาตบันทึกเสียง ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 60 นาที การสนทนากลุ่มย่อยดำเนินการโดยนัดหมายกลุ่ม จัดเตรียมพื้นที่และสิ่ง

อำนวยความสะดวก นำประเด็นการสนทนากลุ่มจากแนวทางการสัมภาษณ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มสนทนา ใช้ระยะเวลาการสนทนากลุ่มย่อย 1 ชั่วโมง 30 นาที

(3) **การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล** ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยก่อนการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยได้ถอดเทปเสียงเป็นตัวอักษรเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง (Triangulation) ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และอ่านทวนเนื้อหา จัดกลุ่มข้อมูลสรุปผล และนำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analytic)

ผลการวิจัย

1. ความเป็นอัตลักษณ์ของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

1) **เพศ** การแสดงหมอลำกลอนตั้งแต่อดีต ที่ยังคงความเป็นการใช้กลอนลำพื้นบ้าน กลอนลำที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมทางโลกและทางธรรม มีเพียงหมอลำ 1 คน และเป็นหมอลำเพศชาย จากนั้นเริ่มมีการเพิ่มการให้จังหวะด้วยเครื่องดนตรีแคน ซึ่งเป็นดนตรีพื้นบ้านอีสาน จนกระทั่งมีวิวัฒนาการสู่การเพิ่มเติมเนื้อหา กลอนลำให้มีมิติด้านวิถีชีวิต จึงได้เริ่มมีหมอลำเพศหญิงเพื่อทำหน้าที่ได้ต่อบกลอนลำ ปัจจุบันเริ่มมีหมอลำที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT+) แต่ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก

2) **บทบาทหน้าที่** หมอลำกลอนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันไม่ได้เป็นเพียงศิลปินพื้นบ้านและทำการแสดงเพียงเท่านั้น ส่วนใหญ่พบว่า หมอลำยังทำหน้าที่ในการบริหารจัดการการแสดง ได้แก่ การบริหารจัดการการเงิน การติดต่อสื่อสารกับผู้จ้าง การประสานงานกับนักดนตรี วงดนตรี การบริหารจัดการเวทีแสดง การบริหารจัดการบุคลากร เช่น ผู้ช่วยหมอลำ ส่วนน้อยที่จะมีญาติหรือคนในครอบครัวมาช่วยบริหารจัดการ

3) **ความรู้ความสามารถ ทักษะ** จากบทบาทหน้าที่ของหมอลำจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถและทักษะหลัก 2 ส่วน ได้แก่ (1) การแสดงหมอลำ ความสามารถแรกที่ต้องมีคือ การลำ การเล่าเรื่องราวด้วยการลำ และใช้ประกอบน้ำเสียง ท่วงทำนอง จังหวะ ความสามารถในการจดจำกลอนลำ และปฏิภาณไหวพริบของหมอลำในการต่อบกลอนลำให้เกิดความสนุกสนาน (2) การบริหารจัดการการแสดง ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร การประสานงาน หรือ รับงาน การบริหารจัดการคณะทำงานและเวทีการแสดง เป็นต้น

4) **ความเป็นอัตลักษณ์ของหมอลำกลอน ตัวบุคคล** โดยเฉพาะหมอลำกลอนชายและหญิงเป็นประเด็นหลักที่ทำให้เกิดการจ้างงาน การรับงานแสดงโดยผู้ว่าจ้างพิจารณาจากกระแสสังคม ค่าจ้างที่เหมาะสม อัตลักษณ์ของหมอลำฝ่ายชายฝ่ายหญิง และหมอแคน มีดังนี้

4.1) **หมอลำฝ่ายชาย และฝ่ายหญิง** ต้องมีเสียงดี ไพเราะ ทักษะการใช้เสียงมีเอกลักษณ์ มีความสามารถในการร้องลำพื้นเนื้อเรื่องเกี่ยวกับนิทานพื้นบ้าน วิถีทางธรรม ธรรมะ และวิถีทางโลก การเกี่ยวพาราสี มีความรู้ด้านวัฒนธรรมอีสาน วัฒนธรรมท้องถิ่น ค่านิยมของคนในพื้นที่ สามารถสอดแทรกคุณธรรม และข้อคิดเตือนใจ สามารถสื่อสารเรื่องราวชีวิต ความรู้สึก มีท่วงท่าการสื่อสารที่เหมาะสม ท่าทางและลีลาประกอบการร้อง ใช้ภาษาอีสานได้อย่างคล่องแคล่วสละสลวย

4.2) **หมอแคน** มีความสามารถในการเป่าแคนให้เข้ากับท่วงทำนอง การร้อง การพ้อนรำของหมอลำได้เข้ากัน มีท่าทางและจังหวะที่ดี สนับสนุนหมอลำฝ่ายชาย ฝ่ายหญิง ส่วนใหญ่หมอแคนมีบุคลิกตลก

5) **แบรนด์และความเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง** โดยดูจากหมอลำเป็นที่รู้จักหรือประสบความสำเร็จระดับชุมชนหรือวงกว้าง ดำเนินการแสดงได้อย่างสนุกสนาน ครบเครื่อง เป็นที่รู้จักในสื่อสังคมออนไลน์และแบบปากต่อปาก โดยทั่วไปแบรนด์ของหมอลำจะมาจากชื่อเสียงส่วนตัว หรือคู่ที่ลำด้วยกัน

หมอลำฝ่ายชายและฝ่ายหญิงที่มีความจริงใจ มิตรจิตมิตรใจกับผู้ว่าจ้างและผู้ชมมีความซื่อสัตย์ นอกจากนั้น หัวหน้าที่รับผิดชอบการบริหารจัดการต้องมีความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลาในการเริ่มแสดงด้วยเช่นกัน

6) เนื้อหา ทำนอง จังหวะ ของกลอนลำ ควรมีเนื้อหา ทำนอง และจังหวะที่หลากหลาย เนื้อหา กลอนลำสะท้อนเรื่องราวทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมืองการปกครอง นิทานพื้นบ้าน วรรณกรรม พื้นบ้าน มีความสร้างสรรค์ปรับเปลี่ยนให้เข้ายุคสมัย โดยแก่นหลักนั้นยังคงความเป็นภาษาอีสาน มีการใช้ ภาษาถิ่นอื่น และภาษาต่างประเทศบ้างตามยุคสมัย

2. เจื่อนไขของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

1) เจื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม

1.1) ภาษา การใช้ภาษาในการลำที่เป็นภาษาอีสาน ภาษาไทยกลาง ภาษาถิ่นมีการแทรก อยู่บ้าง เช่น ภาษาส่วย ภาษาเขมร มีศัพท์ภาษาอังกฤษสอดแทรกบ้าง

1.2) เครื่องแต่งกายของหมอลำ การแต่งกายของหมอลำกลอนควรมีเอกลักษณ์ ผ้าพื้นบ้านอีสานหรือใช้เสื้อผ้าสมัยนิยมที่เรียบบ่อย สุภาพ ไม่มีข้อจำกัดในลักษณะการแต่งตัว บางครั้งนักดนตรี ที่มงาน อาจจะแต่งกายในรูปแบบเดียวกัน หรือมีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่นเฉพาะตัว หมอแคน บางครั้งมีการแต่งกายด้วยสีสันสดใส

1.3) พิธีกรรม งานบุญ ส่วนใหญ่หมอลำมักถูกว่าจ้างในเทศกาล งานบุญ ฮีต 12 คอง 14 และประเพณีสำคัญ โดยเฉพาะช่วงงานกฐินช่วงเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน และบุญสงกรานต์ที่งานมี ค่อนข้างมาก นอกจากนั้นยังมีงานวัด งานบวช งานอุทิศส่วนกุศลแก่ผู้ล่วงลับ งานศพ นอกจากนั้นสังคม วัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป หมอลำกลอนมีการปรับตัวให้เข้ากับงานสากล บางครั้งหน่วยงานมีการจัดงาน เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) งานจ้างส่วนตัวของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (สส.) มหาวิทยาลัย เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายที่ฟังลำอาจแตกต่างกันออกไป

1.4) ลักษณะของผู้ชมการแสดง ผู้ชมส่วนใหญ่เป็นชาวพุทธ ชาวบ้าน อาชีพเกษตรกร รับจ้างทั่วไป หมอลำส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธทั้งในเนื้อหาและการแต่งกลอน แต่ศาสนาอื่น ๆ เช่น อิสลามหรือคริสต์ก็มีการจ้างหมอลำบ้าง แต่ไม่มากเท่าศาสนาพุทธ

2) เจื่อนไขทางการตลาด

2.1) แพ้กเงจการแสดง ควรทำแพ้กเงจตามราคา เช่น ชุดเล็ก 10,000-20,000 บาท ชุดกลาง 30,000-40,000 บาท และชุดใหญ่ราคาจ้าง 50,000 บาท ขึ้นไป สามารถเพิ่มเติมรายละเอียดการ แสดงได้ หรือการสร้างมาตรฐานราคา จากนั้นอาจจะกำหนดค่าจ้างเพิ่มตามระยะทาง ค่าเดินทาง รวมทั้งการ กำหนดระยะเวลาการแสดง ปกติเวลาแสดง 5 ชั่วโมงต่อ 1 งาน หากมีการเพิ่มเวลา จะคิดชั่วโมงละ 2,500 บาท ควรมีรูปแบบแพ้กเงจตามกลุ่มเป้าหมายที่นอกเหนือจากชุมชน เช่น กลุ่มวัยรุ่น ผู้จ้างที่เป็นโรงเรียน หน่วยงานภาครัฐ ซึ่งบางครั้งการแสดงอาจต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย บางครั้งการรับงานจะเป็นในลักษณะ การแสดงกึ่งหนึ่งและแสดงตามความประสงค์ของผู้ว่าจ้างกึ่งหนึ่ง เช่น การรับงานของหน่วยงานภาครัฐ มักจะ เป็นการว่าจ้างให้แสดง 1 ชั่วโมง ผสมผสานกับการร้องคู่ร่วมกับผู้ว่าจ้างซึ่งอาจเป็น หัวหน้าหรือบุคลากรของ หน่วยงานนั้น ๆ จนกว่าจะหมดเวลาตามที่กำหนด เป็นต้น

2.2) การจัดโปรโมชั่น โดยทั่วไปไม่มีการจัดโปรโมชั่นหลัก อาจมีบ้างในช่วงที่รับงานมาก ราคาอาจสูงขึ้น หรือช่วงที่ไม่มีงานอาจมีส่วนลด แต่โดยทั่วไปจะคิดราคาตามมาตรฐาน

3) การสนับสนุนเชิงนโยบายของหน่วยงานภาครัฐ

กระทรวงวัฒนธรรมควรเป็นหน่วยงานหลักระดับชาติที่ให้การสนับสนุนทำให้เกิดความเข้มแข็งของการบริหารจัดการวัฒนธรรมให้ยังคงอยู่ไม่สูญหาย กระทรวงการท่องเที่ยวควรสนับสนุนเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพราะหมอลำกลอนในพื้นที่หากได้รับสนับสนุนอาจดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ควรสนับสนุนด้านการเผยแพร่หมอลำสู่สากล สำนักงานพระพุทธศาสนาสนับสนุนเนื้อหาในเรื่องธรรมะ เนื้อหากลอนลำโบราณทุกภาคส่วนข้างต้นมีบทบาทในเรื่องรูปแบบการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้หมอลำมีพื้นที่เชิงวัฒนธรรมในชุมชน หรือในระดับจังหวัด มีงานวิจัยต่อยอดให้หมอลำเป็นที่รู้จัก มีการจัดทำหลักสูตรการเรียนหมอลำ ส่วนราชการในระดับจังหวัดที่เกี่ยวข้อง เช่น วัฒนธรรมจังหวัดให้การสนับสนุนการแสดง หน่วยงานระดับท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หรือหน่วยงานในพื้นที่ ควรมีบทบาทสนับสนุนในด้านอาชีพ การพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้อง

4) นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซอฟต์แวร์

4.1) นโยบายพัฒนาคน **ทรัพยากรมนุษย์** ยกย่องเชิดชูครูหมอลำ นักดนตรี นักแต่งเพลง นักแสดงนาฏศิลป์ และนักออกแบบแฟชั่นควรได้รับการสนับสนุนและให้ความสำคัญโดยเฉพาะศิลปินแห่งชาติ และศิลปินพื้นบ้านอีสาน จัดทำหลักสูตรการสอนหมอลำแก่เยาวชนที่สนใจ ส่งเสริมการแสดงบนเวทีที่ชุมชน หรือโรงเรียนจัดให้แสดงในวาระสำคัญต่าง ๆ

4.2) **นโยบายพัฒนาองค์ความรู้** ด้านการรำ การตลาด การสร้างเครือข่าย การแต่งเนื้อร้อง ทำนอง การออกแบบเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย

4.3) **นโยบายด้านทรัพย์สินทางปัญญา** ควรมีการคุ้มครองให้หมอลำกลอนเป็นทรัพย์สินทางปัญญา ปัจจุบันมีการลอกเลียนแบบผลงานกันมาก ปัจจุบันยังไม่มีมีการคุ้มครองลิขสิทธิ์อย่างเป็นทางการ และในมุมมองของหมอลำ กลอนลำไม่ได้ถูกหวงแหนเหมือนธุรกิจ มักถ่ายทอดให้กันจากครูสู่ลูกศิษย์

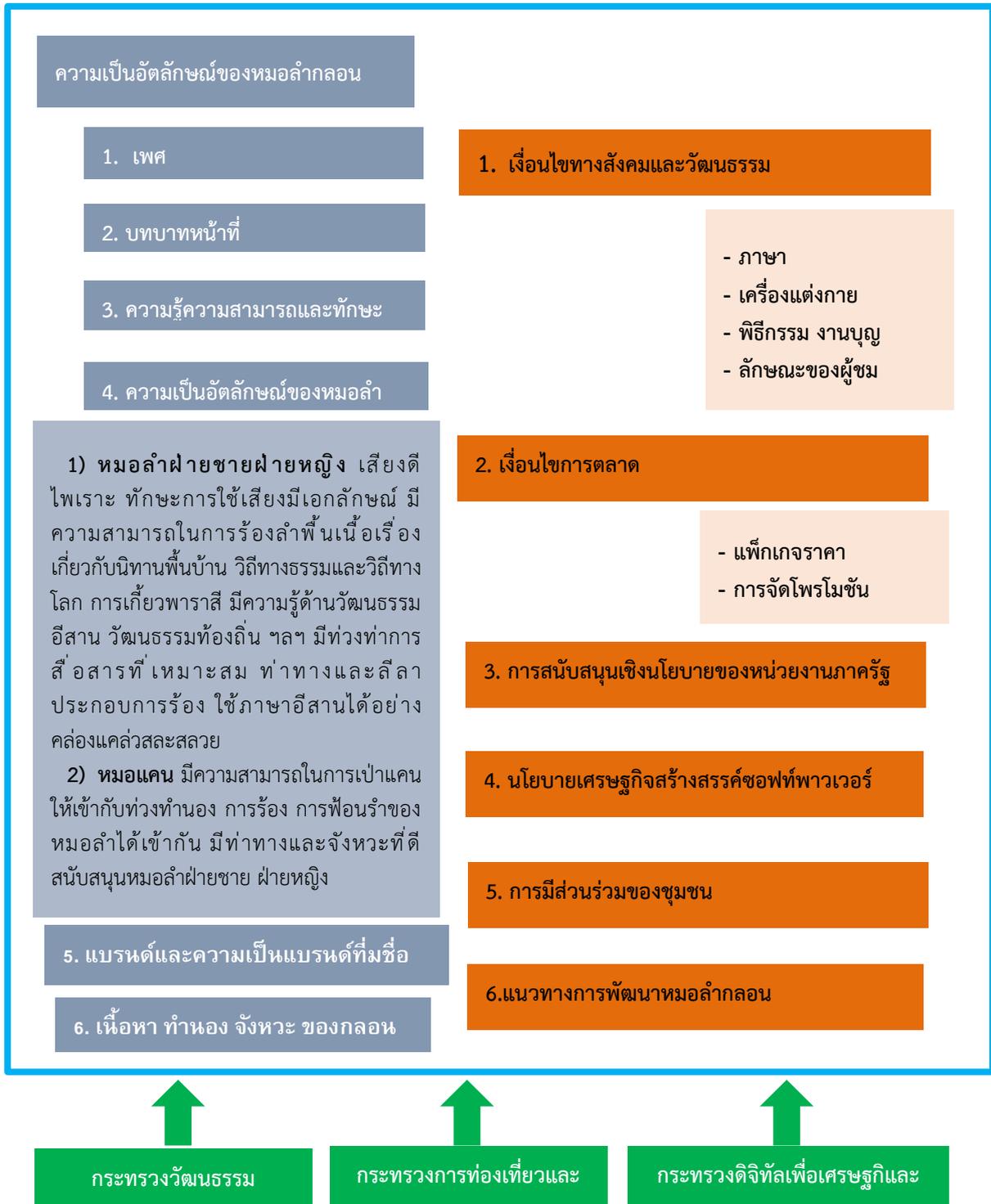
4.4) **นโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** ที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้หมอลำเป็นที่รู้จัก การจัดเก็บข้อมูล ฐานข้อมูล สู่การบริหารจัดการระบบหมอลำและการรับงานในแต่ละพื้นที่

5) **การมีส่วนร่วมของชุมชน** ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการส่งเสริมและอนุรักษ์หมอลำกลอน การจัดการประกวดแข่งขันหมอลำในงานเทศกาลต่าง ๆ การจ้างหมอลำในชุมชนเพื่อช่วยสร้างงานและรายได้ พร้อมทั้งอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมที่คนในชุมชนรู้สึกหวงแหน มีการต่อยอดไปด้านอื่นได้ เช่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ บริการที่พัก โฮมสเตย์ การขายของในงานแสดง การใช้เสื้อผ้า เครื่องประดับจากวัสดุในท้องถิ่น สินค้าท้องถิ่น สินค้าที่ผลิตโดยชุมชน มีแนวทางในการพัฒนาเด็กและเยาวชนในชุมชนเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม

6) **แนวทางการพัฒนาหมอลำกลอนด้วยหลักสูตร** แนวทางการพัฒนาเด็กและเยาวชนยุคใหม่ให้ความสนใจเข้ามาสู่วงการหมอลำกลอนเกิดความกล้าแสดงออกและโอกาสในการสร้างรายได้ พ่อแม่ให้การสนับสนุน ในอนาคตวงการนี้จะพัฒนาไปตามยุคสมัย ปัจจุบันมีการจัดตั้งชมรมหมอลำกลอนประเทศไทย โดยแม่ฉวีวรรณ ดำเนิน ศิลปินแห่งชาติ เป็นผู้ดูแล และมีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม และสมาคมหมอลำในแต่ละจังหวัด เช่น ร้อยเอ็ด ขอนแก่น และอุดรธานี ซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีการบริหารจัดการกันเอง แต่อาจยังไม่มีข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับผลการดำเนินงาน การเผยแพร่หมอลำในสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายช่องทาง เช่น Tiktok Youtube การปรับปรุงการแสดงให้เข้าถึงเด็กและเยาวชนมาก

ยิ่งขึ้น การยกย่องเชิดชูเกียรติหมอลำ มีสวัสดิการสนับสนุน สร้างงานสร้างอาชีพ หรือให้โอกาสหมอลำที่มี ศักยภาพให้มาสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง หลักสูตรระยะสั้น รัฐควรสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้หมอลำ จากข้อมูลข้างต้น แสดงภาพอัตลักษณ์ และเงื่อนไขความสำเร็จของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ดังนี้

อัตลักษณ์และเงื่อนไขความสำเร็จของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย



ภาพที่ 2 อัตลักษณ์และเงื่อนไขความสำเร็จของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย

อภิปรายผล

ความเป็นอัตลักษณ์ของหมอลำกลอนเป็นเงื่อนไขความสำเร็จหลักของหมอลำกลอน ประกอบด้วย 1) อัตลักษณ์ความโดดเด่น ความเป็น “ไอดอล” (Idol) หรือ “อินฟลูเอนเซอร์” (Influencer) ของหมอลำฝ่ายชายฝ่ายหญิง เสียงดี ไพเราะ ทักษะการใช้เสียงมีเอกลักษณ์ มีความสามารถในการร้องลำพื้นเนื้อเรื่องเกี่ยวกับนิทานพื้นบ้าน วิถีทางธรรม ธรรมะ และวิถีทางโลก การเกี่ยวพาราสี มีความรู้ด้านวัฒนธรรมอีสาน วัฒนธรรมท้องถิ่น ค่านิยมของคนในพื้นที่ สามารถสอดแทรกคุณธรรมและข้อคิดเตือนใจ สามารถสื่อสารเรื่องราวชีวิตความรู้สึก มีท่วงท่าการสื่อสารที่เหมาะสม ท่าทางและลีลาประกอบการร้อง ใ้ภาษาอีสานได้อย่างคล่องแคล่ว สละสลวย 2) หมอแคน มีความสามารถในการเป่าแคนให้เข้ากับท่วงทำนอง การร้อง การพ่อนรำของหมอลำได้เข้ากัน มีท่าทางและจังหวะที่ดี สนับสนุนหมอลำฝ่ายชาย ฝ่ายหญิง ส่วนใหญ่มีบุคลิกตลก สอดคล้องในบางประเด็นกับ ราตรี ศรีวิไล บงสิทธิพร และคณะ (2554) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง สุนทรียภาพในกลอนลำของหมอลำกลอน : องค์ประกอบและปัจจัยเกื้อหนุนต่อการสร้างสรรค์ โดยผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบและปัจจัยสำคัญ คือ หมอลำสามารถขับร้องกลอนลำที่มีเนื้อหาหลากหลาย มีศิลปะการใช้ถ้อยคำ

อัตลักษณ์และเงื่อนไขความสำเร็จของ “หมอลำกลอน” สู่การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม จากผลวิจัยจะพบว่ามียุคประกอบ ได้แก่ 1) คุณค่าของหมอลำกลอนที่มีต่อวิถีชีวิตและการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เป็นการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมของหมอลำกลอนที่ได้รับการยอมรับว่ามีคุณค่า 2) การพัฒนาบุคคล (หมอลำ) ให้ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติในระดับชุมชน ตำบล อำเภอ จังหวัด และระดับชาติ เกิดการเผยแพร่การแสดงอันมีอัตลักษณ์สู่สายตาประชาคมทั้งในชุมชน นอกชุมชน และสากล 3) การสร้างองค์ความรู้และภูมิปัญญาจัดเก็บและเผยแพร่ เช่น จัดตั้งแหล่งเรียนรู้ พิพิธภัณฑ์ หรือเก็บรวบรวมองค์ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับหมอลำกลอนเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงและเข้าใจ คนทุกรุ่นเรียนรู้การถ่ายทอดความรู้ ความสามารถ ทักษะประสบการณ์จากอาจารย์ ครูหมอลำกลอน 4) การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างกลไกและมาตรการสนับสนุนที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาและขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมหมอลำกลอนสร้างสรรค์เศรษฐกิจซอฟต์แวร์เวอร์สร้างงาน สร้างอาชีพ เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเพิ่มรายได้ให้ชุมชน สอดคล้องกับ UNCTAD (2008) ที่ระบุว่าทุนทางวัฒนธรรมจึงถูกจัดอยู่ในประเภททุนที่จับต้องไม่ได้ (Intangibl) ประกอบด้วย ความเชื่อ ภูมิปัญญา และภาษาถิ่น การดำเนินงานเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สังคม และเป็นการสืบทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมสู่คนรุ่นหลัง ในขณะที่ Kwon, & Kim (2014) ได้กล่าวถึงการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมโดยใช้หลักการจัดการองค์ความรู้ สร้างความตระหนัก และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประเทศในระดับชาติจะเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่ผลักดันวัฒนธรรมทรงคุณค่าสู่กระแสนิยมในระดับชาติและนานาชาติ ซึ่งจากผลวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์และเงื่อนไขความสำเร็จของหมอลำกลอนสามารถต่อยอดสู่กระแสนิยมหรือการยอมรับในวงกว้างมากขึ้น

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของหมอลำกลอน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ที่โดดเด่น คือ เพศซึ่งกำหนดบทบาทเป็น หมอลำฝ่ายชายและหญิง และความรู้ความสามารถ ทักษะของหมอลำที่สะท้อนเนื้อหาทำนอง จังหวะ ของกลอนลำ อันเป็นอัตลักษณ์ของตัวบุคคล และปัจจัยสำคัญของแบรนด์และความเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง ขณะที่เงื่อนไขความสำเร็จของหมอลำกลอน ได้แก่ เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ภาษา เครื่องแต่งกายของหมอลำ พิธีกรรม งานบุญ ลักษณะของผู้ชมการแสดง ผู้ชมส่วนใหญ่เป็นชาวพุทธ ชาวบ้าน อาชีพเกษตรกร รับจ้างทั่วไป หมอลำส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธทั้งในเนื้อหาและการแต่งกลอน เงื่อนไขทางการตลาด ประกอบด้วย แพ้ก็เกจการแสดง การจัดโปรโมชั่น การสนับสนุนเชิงนโยบายของ

หน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซอฟต์แวร์ ครอบคลุมด้วย นโยบายพัฒนาคน ทรัพยากรมนุษย์ นโยบายพัฒนาองค์ความรู้ นโยบายด้านทรัพย์สินทางปัญญา นโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมของชุมชนแนวทางการพัฒนาหอการค้าที่ต้องพัฒนาให้เข้าสู่กระแสนิยม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมจากหอการค้าโดยเปรียบเทียบกับหอการค้าอื่นซึ่ง หรือหอการค้าอื่นประยุกต์เพื่อค้นหาองค์ประกอบหรือปัจจัยหลักที่ทำให้หอการค้ามีวิวัฒนาการและยังคงอยู่ในวิถีชีวิตของชาวบ้านอีสาน

2) การศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี โดยหาข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมหอการค้ากับข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อสกัดทุนทางวัฒนธรรมประเภทหอการค้าทุกประเภทแล้วจัดทำเป็นโครงสร้างข้อมูล เป้าหมายใช้ประโยชน์ในการจัดเก็บ รวบรวมและพัฒนาต่อยอดสู่การเป็นมรดกโลก

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การจัดทำนโยบายภาครัฐเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมองว่าทุนทางวัฒนธรรมหอการค้า ต่อยอดสู่การสร้างรายได้ การสร้างอาชีพที่ชุมชนมีส่วนร่วมได้ โดยหน่วยงานหลักที่ควรสนับสนุนเชิงนโยบายคือกระทรวงวัฒนธรรมและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการสนับสนุนหอการค้า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทย ได้รับงบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ที่ได้สนับสนุนงานทางวิชาการมาโดยตลอด

เอกสารอ้างอิง

- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2563). เศรษฐกิจสร้างสรรค์คืออะไร. สืบค้น 23 กันยายน 2568, จาก <http://www.dce.arch.chula.ac.th/creative-economy/>
- เชษฐา พวงหัตถ์. (2559). โลกศึกษา โลกาภิวัตน์ และความเป็นพลเมือง. สงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์, 22(1), 1-60.
- บวรศม สิริพันธ์ และคณะ. (2563). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการพัฒนาแบบจำลองบูรณาการ ระบบการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจเชิงนโยบาย (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: ภาควิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี. ราชรี ศรีวิไล บงสิทธิพร, เจริญชัย ชนไฟโรจน์ และ สุภณ สมจิตศรีปัญญา. (2554). สุนทรียภาพในกลอนลำของหอการค้า : องค์ประกอบและปัจจัยเกื้อหนุนต่อการสร้างสรรค์. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 3(2), 1-23.
- สุรชาติ บำรุงสุข. (2557). Soft Power. กรุงเทพฯ : สแควร์ ปริ้นซ์ 93.
- Kwon, S. H. & Kim, J. (2014). The cultural industry policies of the Korean government and the Korean Wave. International Journal of Cultural Policy, 20(4), 1.
- Nye, S. J., Jr. (2004). Soft Power the Means to Success in World Politics. Retrieved November 16, 2020, from <https://shorturl.asia/flRoE>

- TCDC. (2020). เจาะเทรนด์โลก 2020 Positive Trend 2020. กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้.
- The Korea Times. (2020). South Korea's export of cultural goods reaches \$10 billion. Retrieved June 20, 2021, from https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2020/07/688_292447.html
- UNCTAD. (2008). Trade and development report 2008. New York: United Nation.
- Walker, B. and Salt, D. (2006). Resilience Thinking: Sustaining Ecosystems and People in a Changing World. Island Press, Washington DC.: Island Press