

# ความท้าทายและโอกาสของตลาดออนไลน์: งาน หัตถกรรมทองเหลืองในพื้นที่ศึกษารัฐเบงกอลตะวันตก ประเทศอินเดียและจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ช่วงทศวรรษที่ผ่านมาจนถึงสมัยแห่งการแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัสโควิด 19

Challenges and Opportunities of Online Markets: Brass Casting  
Crafts in Area Studies of West Bengal, India and Ubon Ratchathani,  
Thailand during Last Decade to the COVID 19 Pandemic

---

สิทธิชัย สมานชาติ<sup>1</sup>

---

---

1 อาจารย์ประจำคณะศิลปประยุกต์และสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาความร่วมมือทางวิชาการด้านเอเชียศึกษาภายใต้แผนงานอาเซียนใน กระแสแห่งความพลิกผัน สนับสนุนโดยสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และกลุ่มกลุ่มศึกษาอินเดียแห่งมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

## บทคัดย่อ

ความท้าทายและโอกาสของตลาดออนไลน์: งานหัตถกรรมทองเหลืองในพื้นที่ศึกษารัฐเบงกอลตะวันตก ประเทศอินเดียและจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ช่วงทศวรรษที่ผ่านมาจนถึงสมัยแห่งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19

หัตถกรรมอุตสาหกรรมมีบทบาทสำคัญในด้านเศรษฐกิจและการดำรงชีวิตของชาวชนบททั้งในประเทศอินเดียและประเทศไทย การพัฒนางานหัตถกรรมหล่อทองเหลืองแบบสูญญักซ์ฝั่งเป็นความท้าทายและโอกาสสำหรับตลาดออนไลน์ ในปัจจุบัน งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบงานหล่อทองเหลืองแบบสูญญักซ์ฝั่งระหว่างรัฐเบงกอลตะวันตก ประเทศอินเดีย กับจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย โดยการสำรวจภาคสนามในประเทศไทยและรวบรวม ทั้งสังเคราะห์และวิเคราะห์ ข้อมูลจากข้อมูลภาคเอกสารและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะข้อมูลในประเทศอินเดีย ซึ่งพบว่าทั้งอินเดียและไทยมีงานหล่อทองเหลืองแบบสูญญักซ์ฝั่ง โดยใช้เทคนิคการหล่อโลหะแบบดั้งเดิมที่เก่าแก่ที่สุด ที่มีมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ รัฐบาลอินเดียสนับสนุนสภาพหัตถกรรมอินเดีย ที่ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2507 เป็นสมาคมที่ไม่แสวงหาผลกำไรในการพัฒนาและช่วยการตลาดงานหัตถกรรมอินเดีย ซึ่งรวมงานหล่อทองเหลืองแบบสูญญักซ์ฝั่ง ในขณะที่ประเทศไทยเพิ่งก่อตั้ง SACICT ในปี 2546 ขึ้นเพื่อปฏิบัติภารกิจแบบเดียวกัน

ตั้งแต่ทศวรรษที่ผ่านมาจนถึงยุคการระบาดใหญ่ของโรคโควิด 19 (ค.ศ. 2019-2021) งานหล่อทองเหลืองแบบสูญญักซ์ฝั่งของประเทศอินเดียเป็นที่ต้องการของตลาดมากกว่าประเทศไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยมีการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ สร้างมูลค่าเพิ่มจากมุมมองประวัติศาสตร์ และเผยแพร่บนเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นภาษาอังกฤษ การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของประเทศ

อินเดียก็ก้าวไปเร็วกว่าประเทศไทย ด้วยช่างฝีมือไทยยังคงยึดกับงานอนุรักษ์แบบดั้งเดิม แม้ว่านักวิชาการไทยจะพยายามช่วยในกระบวนการทางเทคโนโลยีและการพัฒนาการออกแบบ ในปัจจุบันนี้การตลาดออนไลน์นั้นมีหลากหลายบริการ เช่น Facebook, Line, Instagram, WhatsApp, WeChat ฯลฯ จึงเป็นความท้าทายและโอกาสสำหรับตลาดหัตถกรรมทั้งในประเทศอินเดียและประเทศไทย

**คำสำคัญ:** ตลาดออนไลน์, งานหัตถกรรมทองเหลือง, ประเทศอินเดีย, ประเทศไทย, โควิด 19

## ABSTRACT

### Challenges and Opportunities of Online Markets: Brass Casting Crafts in Area Studies of West Bengal, India and Ubon Ratchathani, Thailand during Last Decade to the COVID 19 Pandemic

Craft Industries play an important role in the economy and livelihood of rural people in India and Thailand. The lost-wax brass casting craft development is a challenge and opportunity for the online market at present. This research examines the lost-wax brass casting crafts between West Bengal, India, and Ubon Ratchathani, Thailand. From the field research in Thailand and document analysis through documents and online investigation especially on India. It is found that India and Thailand have lost-wax brass casting craft using one of the oldest traditional techniques of metal casting since the pre-historical period. Indian government-supported Indian Craft Council that established in 1964, it is a non-profit voluntary organization for developing and marketing Indian crafts which include the lost-wax brass casting craft. While Thailand, SACICT was just set up in 2003, particularly for similar tasks.

From the last decade to the period of the Covid 19 pandemic (2019 - 2021), this lost-wax brass casting craft of India has been in greater demand than of Thailand, both in domestic and foreign markets due to the promotion of online marketing with historical value-adding articles on their various websites in English. The Indian product design development is also faster

than in Thailand. Thai artisans still preserve their old traditional items even though Thai scholars have tried to help them with technology processes and design development. Today, online marketings have various services, e.g. Facebook, Line, Instagram, WhatsApp, WeChat, etc. There are challenges and opportunities for craft marketing both in India and Thailand.

**Keywords:** *Online markets, Brass Casting Crafts, India, Thailand, COVID 19*

## บทนำ

การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่ศึกษาจะนำมาซึ่งความเข้าใจ แนวทางแก้ปัญหาและการถอดบทเรียนที่ดี ประเทศอินเดียและประเทศไทยมีความสัมพันธ์ทางศิลปะและวัฒนธรรมกันมายาวนาน บทความวิจัยชิ้นนี้มุ่งพิจารณาตรวจสอบเปรียบเทียบการพัฒนางานหัตถกรรมของเครื่องแบบสูทู้ซึ่ฝั้งในพื้นที่ศึกษา รัฐเบงกอลตะวันตก ประเทศอินเดียและจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ทั้งในมิติภาพรวมประวัติที่มาก เทคนิคการผลิต และการตลาดของงานหัตถกรรม รวมทั้งบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่า งานศิลปหัตถกรรมหล่อทองเครื่องแบบสูทู้ซึ่ฝั้งนี้เป็นมรดกภูมิปัญญาของทั้งประเทศอินเดียและประเทศไทยที่ทั้งสองประเทศมีหลักฐานตัวอย่างมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ และมีเทคนิคการผลิตที่คล้ายคลึงกัน ส่วนประเด็นใครเป็นต้นกำเนิดหรือมีความถ้ายรับภูมิปัญญากันหรือไม่นั้น จะไม่ได้พิจารณาในการศึกษาครั้งนี้ แต่จะมุ่งเน้นศึกษาเปรียบเทียบในการจัดการด้านต่าง ๆ เพื่อถอดบทเรียนที่ดีและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งเชิงนโยบายและในการแก้ปัญหาที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ให้ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ในปัจจุบันเป็นยุคของการระบาดใหญ่ของโรคโควิด 19 มีความท้าทายและโอกาส (Challenges and Opportunities) การที่ผู้คนทั่วโลกไม่สามารถเดินทางติดต่อกันได้โดยตรง เพราะต้องเว้นระยะห่างกัน แต่ในขณะเดียวกันการเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตก็กระจายทั่วถึงทุกภูมิภาคมากขึ้น จึงเป็นความท้าทายและโอกาสที่สามารถทำการค้างานหัตถกรรมบนตลาดออนไลน์มากขึ้นกว่าที่ผ่านมา

## วัตถุประสงค์

1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสนับสนุนในการพัฒนางานหัตถกรรมของเครื่องแบบสูทู้ซึ่ฝั้ง พื้นที่ศึกษากรณีประเทศอินเดียและประเทศไทยซึ่งอยู่ในแถบ

## ภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์และลดตายงานหัตถกรรมทองเหลือง ช่วงสมัยปัจจุบันแห่งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ในพื้นที่ศึกษาทั้งสองประเทศ

3) เพื่อวิเคราะห์บทเรียนที่ดีและปัญหาของงานหัตถกรรมทองเหลือง จากพื้นที่ศึกษาทั้งสองประเทศ ซึ่งเป็นความท้าทายและโอกาสที่สามารถทำการค้างานหัตถกรรมบนตลาดออนไลน์

## กรอบแนวคิด

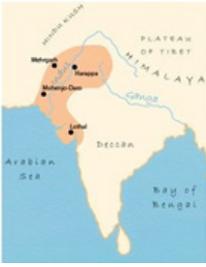
บทความนี้เป็นงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสำรวจภาคสนามในจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ช่วงปี ค.ศ. 2019-2021 และรวบรวมสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลภาคเอกสารและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะข้อมูลในประเทศอินเดีย รัฐเบงกอลตะวันตก ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาจนถึงสมัยแห่งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 และอภิปรายผลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อนำมาเสนอเปรียบเทียบ และถอดบทเรียนที่ดีที่จะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนา ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดทฤษฎีว่าด้วยการวิจัยเชิงเปรียบเทียบสาเหตุ (Causal-Comparative Research) การวิจัยเชิงเปรียบเทียบ มักจะเกิดจากหลักการทฤษฎีและการสังเกตให้เห็นถึงความแตกต่าง การเลือกประเด็นเปรียบเทียบและถอดบทเรียนที่ดี เพื่อนำไปสรุปผลอ้างอิงเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาในอนาคต

ด้วยแนวคิดทฤษฎีและหลักเกณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้น บทความวิจัยชิ้นนี้พิจารณาความสัมพันธ์ทางศิลปะหัตถกรรมของประเทศอินเดียกับประเทศไทยที่อยู่ในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งการศึกษาเปรียบเทียบจะช่วยถอดบทเรียนที่ดี เพื่อประโยชน์ต่อทั้งสองประเทศ

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนางานหัตถกรรมทองเหลืองแบบสูญญี่ผึ้ง

จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างระหว่าง (1) รัฐเบงกอลตะวันตก ประเทศอินเดีย และ (2) จังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ได้ผลการวิเคราะห์ของรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังนี้

1) การศึกษาเปรียบเทียบ ประวัติงานหล่อทองเหลือง พบว่า ประเทศอินเดีย เรียกงานหัตถกรรมชนิดนี้ว่า “Dokra“ โดยพบหลักฐานทางโบราณคดีว่างานหล่อโลหะด้วยเทคนิคการหล่อแบบสูญเสียขี้ผึ้ง (Lost-wax casting) มีมาตั้งแต่ยุคฮาร์ปพา (Harappa) ในช่วงปี 2500-1700 ก่อนคริสตศักราช เป็นรูปหล่อ “สาวนักเต้นรำ” (Dancing Girl) แห่งอารยธรรมอินดัส ในพื้นที่ฝั่งตะวันตกคาบเกี่ยวชายแดนประเทศปากีสถาน ส่วนในปัจจุบันพื้นที่แหล่งผลิตงานหัตถกรรมชนิดนี้ยังคงมีการผลิตกันอยู่ในชุมชนต่าง ๆ ของ รัฐเบงกอลตะวันตก รัฐโอริสสา รัฐมัจฉยประเทศ ส่วนในประเทศไทย เรียกงานหัตถกรรมชนิดนี้ว่า “งานหล่อทองเหลือง” โดยพบหลักฐานทางโบราณคดีว่างานหล่อโลหะด้วยเทคนิคการหล่อแบบสูญเสียขี้ผึ้งตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ในช่วงต้นของยุคสำริด 2500 ปีก่อนคริสตศักราช ที่วิวัฒนาการต่อเนื่องมาจากยุคหินใหม่ 4420-3400 ปีก่อนคริสตศักราช ที่แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี และในจังหวัดอุบลราชธานี ก็พบบางสำริดที่แหล่งโบราณคดีบ้านก้านเหลือง ซึ่งมีการนำตัวอย่างบางส่วนมาจัดแสดงที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุบลราชธานี พื้นที่ที่มีแหล่งสืบทอดงานหัตถกรรมทองเหลืองแบบสูญเสียขี้ผึ้งที่เหลือรอดเพียงที่เดียวในประเทศไทย คือ บ้านปะอ่าว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 1-4: แผนที่ประเทศอินเดีย แหล่งโบราณคดี ฮาร์ปปา (1) งานหล่อโลหะ Dancing Girl (2) งานหล่อโลหะแหล่งโบราณคดี บ้านก้านเหลือง จังหวัดอุบลราชธานี (3) แผนที่ประเทศไทย (4)

ที่มาภาพ: <https://www.timemaps.com> (1) <https://indianexpress.com> (2) <https://www.iwego00.com> (3) <https://commons.wikimedia.org> (4)

2) การศึกษาเปรียบเทียบ วัสดุและเทคนิคการผลิต พบว่า ทั้งประเทศอินเดีย และประเทศไทยใช้วิธีการคล้ายกันที่เรียกว่า เทคนิคการหล่อแบบสูญขี้ผึ้งหาย (Lost-wax casting) โดยมีขั้นตอน (1) เริ่มจากการเตรียมดินโดยนำดินโพนมาทำให้ละเอียด ผสมกับมูลวัวและแกลบ คลุกเคล้าจนเข้าเป็นเนื้อเดียวกัน จากนั้นจึงปั้นหุ่นต้นแบบ หรือพิมพ์ โดยนำดินที่ตำเสร็จแล้วผสมน้ำและปั้นเป็นหุ่นให้มีรูปร่างลักษณะตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ จากนั้นใช้ไม้มอมเสียบกลางหุ่นเพื่อให้สามารถจับยึดกลึงได้ แล้วนำไปตากให้แห้ง ขั้นตอน (2) นำหุ่นหรือพิมพ์ผลิตภัณฑ์ที่แห้งแล้ว ไปทำการกลึงให้เรียบและได้ขนาดตามที่ต้องการ แล้วจึงนำมาพันขี้ผึ้งโดยวิธีการใช้ขี้ผึ้งที่ทำเป็นเส้นมาพันรอบหุ่นขี้ผึ้งที่ผ่านการกลึงหรือเสียน อุ่นขี้ผึ้งเล็กน้อยแล้วบีบให้ขี้ผึ้งเรียบแนบติดเป็นแผ่นเดียวกัน และมีความหนาสม่ำเสมอทั้งหมด แล้วนำไปกลึงให้ผิวเรียบเป็นทรงสวยงามความหนาปกติประมาณ 5 มม. ขั้นตอน (3) นำมาพิมพ์ลายหรือติดขี้ผึ้งที่ขอบเพื่อเป็นทางให้น้ำโลหะไหลไปได้สะดวกทั่วถึงกันตลอดชิ้นงาน ขั้นตอน (4) การโอบเพชร หมายถึงขั้นตอนการใช้ดินผสมมูลวัวที่ละเอียดมาหุ้มหุ่นหลังจากที่ทำการลวดลายเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็ต้องทำสายขนวนโพลีเอทิลีนออกมา แล้วโอบเข้า

โดยการใช้ดินเหนียวผสมแกลบโอบหรือหุ้มเข้าอีกครั้งหนึ่งให้สามารถตั้งวางบนดินเพื่อ  
การเทหล่อได้ จากนั้นขั้นตอน (5) การสุ่มเข้าหรืออุ่นเข้าโดยการวางเข้าในเตาเผาเพื่อ  
ให้ขี้ผึ้งละลายออกเกิดเป็นโพรงว่าง ขั้นตอน (6) หลอมโลหะผสมทองเหลืองแล้วนำ  
โลหะเหลวเข้าไปแทนที่โพรงว่าง โดยต้องเทหล่อในขณะที่เข้ามีอุณหภูมิสูงไม่เช่นนั้น  
จะทำให้โลหะไหลไม่เต็มแบบ อาจทำให้ชิ้นงานหล่อไม่สมบูรณ์ ขั้นตอน (7) เมื่อโลหะ  
แข็งตัวดีแล้ว ทำการทุบเข้าดินให้แตกเพื่อนำเอางานหล่อที่ได้ออกมาทำความสะอาด  
ขั้นตอน (8) นำชิ้นงานมาล้างแต่งผิวให้สวยงาม และนำไปขัดเงาด้วยน้ำยาขัดเงาให้  
สวยงามก่อนนำไปใช้งานหรือรอจัดจำหน่าย ส่วนด้านประเด็นวัสดุชิ้นนี้ประเทศอินเดีย  
จะแตกต่างจากประเทศไทยในวัสดุบางชนิดคือ “ขี้ผึ้ง” ที่ช่างฝีมือชาวอินเดียมักการใช้  
ขี้ผึ้งรีไซเคิลในการทำชิ้นงานหลัก แต่ส่วนขี้ผึ้งที่ใช้ตกแต่งนั้นจะใช้ขี้ผึ้งใหม่ที่สะอาด  
เพื่อให้แม่พิมพ์งานนั้นสวยงาม นับเป็นบทเรียนที่ดีจากอินเดียในการประหยัดต้นทุน  
ในการผลิตชิ้นงาน

3) การศึกษาเปรียบเทียบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ประเทศอินเดียมีระบบ  
การ “พัฒนาจากภายในชุมชน” ที่ช่างฝีมือมีส่วนร่วมในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์  
ร่วมกับนักออกแบบหรือผู้ประกอบการที่เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคชาว  
อินเดียหรือชาวต่างชาติในสังคมเมือง รูปแบบจึงมีการฟังก์ชันการใช้งานเช่น ตะขอ  
แขวนเสื้อผ้า เข็มเย็บ ประทีป ที่ใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน ฯลฯ และได้ข้อสังเกตว่าช่าง  
ฝีมือชาวอินเดียนิยมสร้างสรรค์การตกแต่งลวดลายใหม่ ๆ และรูปแบบรูปร่างแปลก ๆ  
อยู่เสมออาจเป็นเพราะปัจจัยที่มีการแข่งขันการตลาดกันค่อนข้างสูงด้วยมีชุมชนที่ผลิต  
งานหัตถกรรมชนิดนี้กระจายอยู่หลายชุมชนในหลายรัฐ ส่วนประเทศไทยเป็นระบบ  
การ “พัฒนาจากภายนอกชุมชน” ที่สถาบันการศึกษาทำโครงการเข้าไปช่วยพัฒนา  
รูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่เกิดจากการคิดของนักวิจัยแล้วนำไปให้ชุมชนผลิตต้นแบบ แม้  
บางโครงการจะใช้การวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research / PAR)  
แต่ช่างฝีมือก็กลับไปนิยมผลิตผลงานแบบเดิม ๆ อาจเป็นเพราะปัจจัยที่มีการแข่งขัน  
การตลาดกันค่อนข้างต่ำ ด้วยชุมชนที่ผลิตงานหัตถกรรมชนิดนี้มีเพียงชุมชนเดียวใน

ประเทศไทย อีกทั้งดั้งเดิมชุมชนนั้นผลิตกระดิ่ง กระจพรวน สำหรับผูกคอสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะวัว ควาย ที่เกษตรกรทุกบ้านต้องซื้อใช้ ตลาดในอดีตจึงมีความต้องการสูงมาก แต่ปัจจุบันเกษตรกรเลี้ยง วัว ควาย ลดน้อยลงอย่างมากทำให้ตลาดเปลี่ยนไปอย่างมีนัยยะสำคัญ แต่การปรับตัวของช่างฝีมือยังช้ามาก ๆ เพราะยึดติดกับความสำเร็จเดิม ๆ ในอดีต ในประเด็นนี้ประเทศไทย นำมาบทเรียนที่ดีจากประเทศอินเดียมาประยุกต์ใช้ในการปรับตัวเพื่อแข่งขันทางการตลาด โดยเฉพาะการค้าในตลาดออนไลน์ ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน



ภาพที่ 5-8: แผนที่อินเดีย รัฐเบงกอลตะวันตก (5) ตัวอย่างงาน Dokra (6) ตัวอย่างงานทองเหลือง (7) แผนที่ประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี (8)

ที่มาภาพ: <https://commons.wikimedia.org> (5 และ 8) <https://www.craftsvilla.com> (6) สุรียา โชคสวัสดิ์ (7)

4) การศึกษาเปรียบเทียบ บทบาทภาครัฐและเอกชน พบว่า ประเทศอินเดียมีบทบาทภาครัฐ ที่รัฐบาลอินเดียได้มีการสนับสนุน “สภาหัตถกรรมอินเดีย” (Craft Council of India) ที่ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2507 เป็นสมาคมที่ไม่แสวงหาผลกำไรในการพัฒนาและช่วยการตลาดงานหัตถกรรมอินเดีย ซึ่งรวมทั้งการส่งเสริมงานหล่อทองเหลืองแบบสูญขี้ผึ้ง โดยเฉพาะในพื้นที่รัฐเบงกอลตะวันตก (West Bengal) ที่เป็นแหล่งผลิตใหญ่และสำคัญของงานหัตถกรรมชนิดนี้ ในขณะที่เดียวกันภาคเอกชน

นักวิชาการและผู้ประกอบการชาวอินเดียได้มีส่วนช่วยในการส่งเสริมการตลาด หลายคนช่วยกันเขียนบทความเรื่องงานหล่อทองเหลืองแบบสูญญักซ์ที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มจากมุมมองประวัติศาสตร์ มุมมองศิลปะ มุมมองความยั่งยืนของชุมชน มุมมองมรดกทางภูมิปัญญา เผยแพร่บนเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นภาคภาษาอังกฤษ นับตั้งแต่มีบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศอินเดีย รวมทั้งมีบทความวิชาการหรืองานวิจัย ตีพิมพ์เป็นภาคภาษาอังกฤษในวารสารออนไลน์ จำนวนมากช่วยให้การสื่อสารส่งเสริมมูลค่าเพิ่มแก่งานหัตถกรรมกระจายตัวไปไกลถึงชาวต่างชาติ นับเป็นบทเรียนที่ดีในบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนต่อการพัฒนางานหัตถกรรมนี้ในประเทศอินเดีย แต่ก็มีข้อสังเกตว่าศักยภาพทางภาษาอังกฤษที่ดีของชาวอินเดียนั้นมาจากปัจจัยการที่เคยตกเป็นประเทศราชของจักรภพอังกฤษ (British Raj) ยาวนานตั้งแต่ปี ค.ศ. 1858-1947 รวม 89 ปีนั้น ก็เป็นความสามารถทางภาษาที่แลกมาด้วยความสูญเสีย

ในขณะที่ประเทศไทยการส่งเสริมหัตถกรรมงานหล่อทองเหลืองแบบสูญญักซ์เพิ่งเริ่มได้ไม่นานนัก ในอดีตที่ผ่านมาแม้ไม่มีการส่งเสริมจากภาครัฐ แต่งานช่างฝีมือชนิดนี้ของหมู่บ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี นั้นมีความต้องการสูงมาก ๆ ในตลาดเกษตรกรทั่วทั้งประเทศที่ทำนาปลูกข้าวทุกภาค เพราะมีความต้องการใช้กระดิ่งกระพรวนทองเหลือง มากกว่าหนึ่งล้านชิ้นต่อปี โดยหลัก ๆ นำไปใช้ผูกคอวัว หรือควาย แม้ไม่มีการส่งเสริมจากภาครัฐใด ๆ ก็มีตลาดรับซื้อทั่วทุกภูมิภาค และนิยมซื้อใหม่ทุกปีหลังเก็บเกี่ยวข้าวขึ้นยุ้งแล้ว แต่ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมารูปแบบการทำการเกษตรในประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบการใช้รถไถมาแทนที่วัวหรือควาย ทำให้จำนวนวัวและควายลดน้อยลงอย่างมีนัยยะสัมพันธ์ ส่งผลให้ความต้องการงานหล่อทองเหลืองแบบสูญญักซ์ที่ทำกระดิ่งกระพรวนลดลงมาก ๆ จนช่างฝีมือหลายครอบครัวเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่น ๆ การส่งเสริมหัตถกรรมโดยภาครัฐเพิ่งก่อตั้งศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) หรือเรียกคำภาษาอังกฤษย่อ ๆ ว่า SACICT ขึ้นที่อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อปี พ.ศ. 2546 นับเป็นองค์กรมหาชนที่ตั้งขึ้นเฉพาะสำหรับการพัฒนาและช่วยการ

ตลาดงานหัตถกรรมไทย แต่จากการวิจัยพบว่าบทบาทภาคการศึกษาในพื้นที่จังหวัด อุบลราชธานี นั้นมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมหัตถกรรมงานหล่อทอง เหลืองแบบสูญูซี่ผึ้ง โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และมหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี ที่อาจารย์และนักศึกษาด้านจิตศึกษา ได้พยายามทำโครงการวิจัย ไป ช่วยชุมชนพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต ส่วนภาคเอกชน นั้นมีการมาช่วยส่งเสริมด้านการตลาดโดย บริษัท ทูริวิชั่น จัดโครงการ “ชีวิตดี ชุมชน ดี กับทรูมูฟเอช 3G” โดยมีสื่อโทรทัศน์หลายรายการ มาช่วยทำสารคดีเผยแพร่ แต่ โดยส่วนมากจัดทำเป็นเพียงสื่อภาคภาษาไทย แต่ขาดข้อมูลสื่อภาคภาษาอังกฤษ ซึ่ง ในปัจจุบันสื่อต่าง ๆ ก็พยายามแปลเป็นภาษาอังกฤษเพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าถึงให้มากขึ้น แต่ก็มีจำนวนน้อย ส่วนเรื่องบทบาทภาคเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการในการจัดจ้าง ผลิตชิ้นงานใหม่ ๆ นั้นยังมีจำกัด ซึ่งถ้าเทียบกับประเทศอินเดียนั้น ปัจจัยขับเคลื่อน การพัฒนางานจะขึ้นกับเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการ เหตุผลนี้น่าจะเป็นปัจจัยให้การ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในประเทศไทย ไม่สามารถก้าวไปไกลเท่ากับประเทศอินเดีย

5) การศึกษาเปรียบเทียบ การจำหน่ายงานหัตถกรรมบนตลาดออนไลน์ พบ ว่า ประเทศอินเดียมีความก้าวหน้ามากกว่าประเทศไทย โดยผู้ประกอบการชาว อินเดียมีการขายงานหัตถกรรมงานหล่อทองเหลืองแบบสูญูซี่ผึ้ง ผ่านเว็บไซต์ซึ่งเป็น ช่องทางหลักของตลาดการค้าออนไลน์ในสองทศวรรษที่ผ่านมา แต่ก็มีข้อสังเกตว่า ประเทศอินเดียแม้งานหัตถกรรมชนิดนี้จะมีความต้องการสูงในตลาดต่างประเทศ แต่ ก็มีรายงานการวิจัยบางฉบับที่เปิดเผยว่าช่างฝีมือชาวอินเดียมกำลังประสบปัญหาทาง เศรษฐกิจและสังคมกับพ่อค้าคนกลาง/ผู้ประกอบการที่กดขี่ราคาซื้อของทั้ง ๆ ที่ราคา วัสดุนั้นมีราคาสูงขึ้น อย่างไรก็ตามจากการลงพื้นที่ในรัฐเบงกอลตะวันตก มีมหาวิทยาลัย วิศวะภารตี (Visva Bharati University) ที่ก่อตั้งโดยท่าน รพินทรนาถ ฐากูร (Rabindra- nath Tagore) ได้วางนโยบายในการเปิดโอกาสทางการตลาดให้แก่ช่างฝีมือชาวบ้าน โดยตรง โดยการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมนี้ที่เรียกในภาษาถิ่นว่า “Dokra” ให้แก่ช่างฝีมือจากชุมชนในช่วงงานเทศกาลฤดูหนาว (Poush Mela) ซึ่งจัดปีละครั้ง

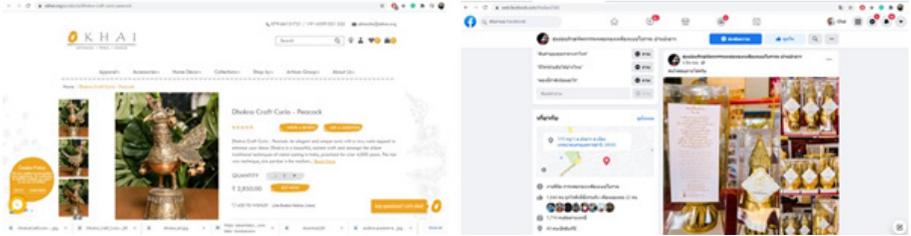
ทำให้ได้พบลูกค้าโดยตรงที่เป็นเศรษฐกิจจากทั่วประเทศที่ได้เดินทางกลับมาพักผ่อนในบ้านพักตากอากาศของตนในเมืองนี้ หรือนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มาเที่ยวงานนี้ เพราะมีการจัดแสดงงานหัตถกรรมจากทุกภูมิภาคของประเทศอินเดีย งานแสดงนาฏศิลป์โดยเฉพาะการฟ้อนรำและขับร้องเพลงแบบของท่านรัฐกูร รวมทั้งการขับร้องเพลงของเหล่าวงฉีก ที่มีชื่อเสียงบนเวทีกลาง นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นมาที่สันตินิเคตน์นี้ได้มีการเริ่มจัดพื้นที่ป่าชุมชนให้เป็นตลาดนัดทุกวันเสาร์ (Saturday market) เปิดโอกาสให้ช่างฝีมือชาวบ้าน มาวางสินค้าหัตถกรรมขายบนพื้นดิน มีวงฉีกและชาวบ้านมาร้องเพลงเต็นรำ เป็นความสามัคคีของชุมชนภายใต้การนำของสตรีปราชญ์ชุมชนที่เข้มแข็ง คือ คุณยายฉิมมาลี คัสท์เกียร์ (Shyamali Khastagir 1940-2011) ในการช่วยชุมชนโดยเน้นความเข้มแข็งของชุมชนมากกว่ารอความช่วยเหลือจากรัฐบาล จนทำให้ตลาดวันเสาร์กลายเป็นจุดท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงโด่งดัง ขยายบริเวณกว้างขึ้น ช่างฝีมือมีรายได้มากขึ้น ส่วนการตลาดออนไลน์ในปัจจุบันนั้นผู้ประกอบการรายย่อยชาวอินเดียสามารถใช้ช่องทางใหม่ ๆ ที่มีต้นทุนต่ำอย่าง Facebook หรือ Line หรือ WhatsApp ในการขายหัตถกรรม โดยสื่อสารภาคภาษาอังกฤษ ซึ่งชาวต่างชาติและชาวอินเดียที่อยู่ต่างรัฐต่างพื้นที่สามารถสั่งซื้อได้สะดวก นับว่าเป็นบทเรียนที่ดีของอินเดียที่ชาวไทยนำมาปรับใช้



ภาพที่ 9-12: แผนที่ประเทศอินเดีย รัฐเบงกอลตะวันตก (9) สินค้างาน Dokra ที่วางขายในงาน Poush mela (10) คุณป้าฉิมมาลี คัสท์เกียร์ Shyamali Khastgir กับ

เยาวชน (11) และบรรยากาศ Saturday market ที่สันตินิเคตัน (12)

ที่มาภาพ: <https://commons.wikimedia.org>(9) ผู้เขียน(10) <https://indiantribalheritage.org>(11) <https://commons.wikimedia.org>(12)



ภาพที่ 13-14: ตัวอย่างเว็บไซต์ ตลาดออนไลน์ Dokra ของประเทศอินเดีย และตัวอย่าง Facebook ตลาดออนไลน์ งานทองเหลือง ประเทศไทยที่มาที่มาจากภาพ: <https://okhai.org> (13) Facebook ศูนย์อนุรักษ์หัตถกรรมหล่อทองเหลืองบ้านปะอาว (14)

ในขณะที่ประเทศไทยช่างฝีมือไทยทำธุรกิจงานหัตถกรรมงานหล่อทองเหลืองแบบสูญชีพี้ด้วยตัวเองแต่ไม่สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้ นอกจากจะไม่มีสื่อภาคภาษาอังกฤษแล้ว รูปแบบผลิตภัณฑ์อาจต้องพัฒนาเพื่อให้สามารถนำไปใช้งานในวิถีชีวิตแบบสังคมเมือง เพราะรูปแบบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังยึดแบบดั้งเดิมที่ทำขึ้นเพื่อคนไทยโบราณ เช่น ชุดเขียนหมาก กระดิ่ง ระฆัง กระพรวน กระบวยน้ำ ฯลฯ แต่ผู้บริโภคทั้งในตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศไม่ได้มีวิถีชีวิตแบบโบราณแล้ว อย่างไรก็ตามก็มีประเด็นที่น่าสนใจว่า กรณีพื้นที่ศึกษาของประเทศไทย นั้นมีพระสงฆ์เป็นปราชญ์ในชุมชนคือ พระครูสุตปุรพาสถิต เจ้าอาวาสวัดปะอาวเหนือให้ทุนสนับสนุนจำนวน 200,000บาท (about 6200 US\$) และพระสงฆ์หลายวัดได้เมตตาอุปถัมภ์ช่วยส่งงานหล่อทองเหลือง ส่วนงานผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมกระพรวนทองเหลืองก็ยังคงมีคำสั่งซื้อจากเกษตรกรผู้ที่ยังเลี้ยงวัวหรือควาย ทำให้ทางชุมชนยังสามารถสืบทอดงานต่อไปได้ ส่วนการตลาดออนไลน์ในปัจจุบันนั้นชุมชนได้ตั้งเพจ Facebook ต่าง

ๆ ภาคภาษาไทยขึ้นมาเป็นช่องจำหน่าย ได้แก่ (1) OTOP บ้านปะอ่าว ศูนย์อนุรักษ์  
หัตถกรรมหล่อทองเหลือง (2) หัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอ่าว (3) ทองเหลืองบ้าน  
ปะอ่าว อุบลราชธานี (4) ศูนย์อนุรักษ์หัตถกรรมหล่อทองเหลืองบ้านปะอ่าว เป็นต้น  
จากการสัมภาษณ์ชุมชนได้พบว่า ยอดสั่งซื้อทางออนไลน์ก็ยังไม่ีปริมาณมากนัก

ในปัจจุบันนี้เป็นช่วงการระบาดของ โควิดโควิด 19 ด้วยบริการอินเทอร์เน็ตที่  
สะดวกในชุมชนและมีรูปแบบช่องทางการตลาดออนไลน์ที่ง่ายขึ้น ไม่ต้องลงทุนสูง  
แบบเว็บไซต์ และมีหลายช่องทาง เช่น Facebook, Line, Instagram, WhatsApp,  
WeChat เป็นความท้าทายและโอกาสสำหรับการตลาดออนไลน์ทั้งในประเทศอินเดีย  
และประเทศไทย โดยเฉพาะประเทศไทยถ้าชุมชนเปิดใจพร้อมปรับตัว สามารถนำ  
บทเรียนที่ดีจากประเทศอินเดียมาปรับใช้ทั้งการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะ  
สมกับผู้บริโภค และการพัฒนาสื่อภาษาอังกฤษ สื่อภาพถ่ายที่มีคุณภาพ ในการ  
ประชาสัมพันธ์สินค้าบนตลาดออนไลน์ ก็อาจจะช่วยให้ชุมชนขยายตลาดต่าง  
ประเทศได้และเกิดรายได้มากขึ้น

## สรุปผล

จากการนำเสนอ การวิจัยเชิงเปรียบเทียบสาเหตุ (Causal-Comparative Re-  
search) การวิจัยเชิงเปรียบเทียบ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่าง จากการวิเคราะห์กลุ่ม  
ตัวอย่างระหว่าง (1) รัฐเบงกอลตะวันตก ประเทศอินเดีย และ (2) จังหวัดอุบลราชธานี  
ประเทศไทย ได้ผลการวิเคราะห์ของรายละเอียดในแต่ละประเด็นเพื่อเปรียบเทียบ  
ความแตกต่าง สามารถสรุปย่อเป็นตารางเปรียบเทียบสาระย่อ ๆ ดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบของในแต่ละกรณีศึกษาในงานหัตถกรรมทองเหลืองในพื้นที่ศึกษา  
รัฐเบงกอลตะวันตก ประเทศอินเดียและจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย

หัวข้อการวิเคราะห์	งานหัตถกรรมทองเหลือง ประเทศอินเดีย	งานหัตถกรรมทองเหลือง ประเทศไทย
ประวัติงานทองเหลือง	มีหลักฐานโบราณคดี การหล่อโลหะ ในยุคก่อนประวัติศาสตร์ ที่ต่อมาพัฒนาเป็นงานหัตถกรรมนี้ ตั้งแต่ช่วงปี 2500-1700 ก่อนคริสต์ศักราช	มีหลักฐานโบราณคดี การหล่อโลหะ ในยุคก่อนประวัติศาสตร์ ที่ต่อมาพัฒนาเป็นงานหัตถกรรมนี้ ตั้งแต่ช่วงต้นยุคสำริด 2500 ก่อนคริสต์ศักราช
จำนวนแหล่งผลิต	มีแหล่งผลิตหลายชุมชนที่กระจายตัวอยู่ใน 3 รัฐคือ รัฐเบงกอลตะวันตก รัฐโอริสสา รัฐมยธียประเทศ	มีแหล่งผลิตที่สืบทอดเพียง 1 ชุมชน ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี
เทคนิคและวัสดุ	Lost-wax casting ด้วยขี้ผึ้งใหม่และรีไซเคิลทองเหลืองผสมเศษโลหะอื่น ๆ	Lost-wax casting ด้วยขี้ผึ้งใหม่ทองเหลืองผสมเศษโลหะอื่น ๆ
รูปแบบผลิตภัณฑ์	ตะขอแขวนเสื้อผ้า เจึงเทียน ประทีป ที่ใส่อุปกรณ์เครื่องเขียน รูปปั้นเทพ รวมทั้งสัตว์ต่าง ๆ ฯลฯ ปรับรูปแบบตามผู้บริโภคในสังคมเมือง	ชุดเขียนหมาก ขันน้ำ กระดิ่ง ระฆัง กระพรวน กระบายน้ำ พระพุทธรูป ฯลฯ ยังยึดรูปแบบผลิตภัณฑ์ในวิถีชีวิตดั้งเดิม
บทบาทภาครัฐ	สภาหัตถกรรมอินเดีย มหาวิทยาลัยวิศวะการะตรี	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
บทบาทเอกชน	ปราชญ์ชุมชน Mrs. Shyamali Khastagir ผู้ประกอบการรายย่อย	พระครูสุตบุรพราสเถียร เจ้าอาวาสวัดปะอ่าวเหนือ บริษัท ทูริวิชั่น จำกัด “ชีวิตดี ชุมชนดี ฯ”
การตลาดออนไลน์	มีภาพถ่ายผลิตภัณฑ์หลายมุม สวยคมชัด นำเสนอข้อมูลทั้งภาษาถิ่นและภาษาอังกฤษ	มีภาพถ่ายผลิตภัณฑ์มุมเดียว ยังไม่คมชัดนัก นำเสนอข้อมูลเฉพาะภาษาไทย

จากประเด็นเปรียบเทียบความแตกต่าง สามารถสรุปย่อตอบผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ และเพื่อนำมาเป็นบทเรียนที่ดี ไปใช้ในการพัฒนางานหัตถกรรมงานหล่อทองเหลืองแบบสูญขี้ผึ้ง ต่อไปในอนาคตได้ดังนี้

1) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยสนับสนุนในการพัฒนางานหัตถกรรมทองเหลืองแบบสูญขี้ผึ้ง พื้นที่ศึกษาระณีประเทศอินเดียแห่งลุ่มแม่น้ำคงคาและประเทศไทย ในแถบภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ทั้งสองประเทศมีภาครัฐและกลไกภาคเอกชนเข้ามา มีบทบาทในการส่งเสริมหัตถกรรมงานทองเหลืองแบบสูญขี้ผึ้ง โดยมีบทเรียนที่ดีจากประเทศอินเดียที่มีภาคเอกชนผู้ประกอบการจำนวนมากทำตลาดออนไลน์ผ่านเว็บไซต์เป็นสื่อทั้งภาษาถิ่นและภาษาอังกฤษ ทำให้อินเดียสามารถเข้าถึงตลาดชาวต่างชาติได้มากกว่าประเทศไทย

2) ผลการเปรียบเทียบการพัฒนาการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลายงานหัตถกรรมทองเหลือง ช่วงสมัยปัจจุบันแห่งการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ในพื้นที่ศึกษาทั้งสองประเทศ พบว่าประเทศอินเดียมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากผู้ประกอบการเอกชน ทำให้รูปแบบผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์การใช้งานจริง อีกทั้งมีการแข่งขันตลาดทั้งระดับผู้ประกอบการและชุมชนผู้ผลิตที่มีจำนวนมากก็ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ชิ้นงานเพื่อดึงดูดตลาดผู้บริโภค ในขณะที่ประเทศไทยมีชุมชนหลักที่ผลิตงานเหลือเพียงแหล่งเดียว รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่มีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมการใช้ชีวิตของคนสังคมเมืองเท่าที่ควร ต่อไปในอนาคตถ้ามีผู้ประกอบการไทยทำการพัฒนาอย่างจริงจังดังตัวอย่างที่ดีจากอินเดียก็น่าจะดีขึ้น

3) ผลวิเคราะห์บทเรียนที่ดีและปัญหาของงานหัตถกรรมทองเหลือง พบว่าอินเดียมีบทเรียนที่ดี มีการถ่ายภาพที่สวยงามชัดเจนและมีสื่อภาษาอังกฤษ โดยภาคเอกชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตลาดร่วมสมัยได้ดี ชุมชนผู้ผลิตและผู้ประกอบการได้เพิ่มประเภทช่องทางตลาดออนไลน์มากขึ้น ส่วนปัญหานั้นพบในประเทศไทย มีทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์ ขาดภาพถ่ายที่สวยงาม และไม่มีสื่อภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ซึ่งจะได้นำไปเป็นโจทย์ในการแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาต่อไปในอนาคต

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กิตติบดินทร์ ภูมิภาค, ชีระพล เสนคราม, และ ปรีชา สะอาด. 2556. *การสร้างและออกแบบตู้ ลดปริมาณความชื้นในแม่พิมพ์เครื่องทองเหลือง (ภาคนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร)*. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ชัชวาล ชันติคชนชาติ. 2555. “การประยุกต์ใช้เทคนิคภาพเสมือนสามมิติโฮโลแกรมจำลองผลิตภัณฑ์ทองเหลือง ของศูนย์อนุรักษ์หัตถกรรมหล่อทองเหลืองบ้านปะอาว ตำบลปะอาว อำเภอเมืองจังหวัด อุบลราชธานี”. *วารสารวิทยาศาสตร์ คชสาส์น*. สุรินทร์: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

ดลฤดี จันทร์แก้ว, วรินดา สุทธิพรหม, และ วันวิสา มากดี. 2557. *การพัฒนาองค์ความรู้ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณี: กลุ่มเครื่องทองเหลืองบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี*. กรุงเทพฯ: รายงานการวิจัยกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.

นริศรา สาริบุตร, วศิน เนียมหอม, วัชรระชัย บุญน้อย, ยุทธศักดิ์ สิ้นตมาศ. 2560. “การพัฒนาเครื่องประดับทองเหลืองตามเอกลักษณ์ท้องถิ่น กรณีศึกษา ศูนย์อนุรักษ์หัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี”. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ปุลณซ์ เดชมานนท์. 2556. “การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาจำกัด.” *วิทยานิพนธ์ บธ.ม.*, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปทุมธานี.

พระครูสุตบุรพาสถิต และ เสนอ ภิรมจิตรผ่อง. 2555. “แนวทางการอนุรักษ์และเพิ่มมูลค่าหัตถกรรม ทองเหลือง บ้านปะอาว ตำบลปะอาว อำเภอเมือง จังหวัด

อุบลราชธานี”. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์. 2552. *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงธุรกิจ.

สักรินทร์ อินทรวงษ์, เกียรติศักดิ์ เขียวมั่ง, ศักดิ์ชาย ลิกขา. 2563. “ศิลปหัตถกรรมทองเหลือง บ้านปะอาว: การอนุรักษ์และพัฒนา เพื่อต่อยอดภูมิปัญญาหัตถกรรมชุมชน”. *วารสารศิลปกรรมบูรพา*. ชลบุรี: สำนักงานคณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุรียา โชคสวัสดิ์. 2551. *หัตถกรรมทองเหลืองบ้านปะอาว มรดกทางศิลปวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาโบราณ*. อุบลราชธานี: ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ: คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล. 2560. “ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดนนทบุรี.” *วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*.

## ภาษาต่างประเทศ

Guin, Debarshi. 2013. “Marketing of Dokra Handicrafts and Livelihood status of the Artisans: A case study of Bankura District”, *Indian Journal of Landscape systems and Ecological studies*, Vo.36, No-1.

Kundu, Payel. 2016. “Current Status of Dokra Craft in Bikna: A Case Study of Bankura District, West Bengal, India”. *The International Journal of Humanities & Social Studies* (ISSN 2321-9203).

- Mukherjee, Diya. 2016. "A Comparartive Study of Dokra Metal Craft Technology and Harappan Metal Craft Technology". *Journal of Multidisciplinary Studies in Archaeology* 4.
- Renu and Anupama. 2018. "Digitalisation: An Aid in Marketing of Handicrafts". *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*. 5 (1).
- Samanta, Raj Kumar. 2015. "Socio-economic status of Dokra Artisans'-a case study of Burdwan District, West Bengal, India". *International Journal of Current Research and Academic Review* (ISSN: 2347-3215).
- Sinha, Sanghamitra, Chakraborty, Druheen, and Sinha, Malavika. 2015. "Dhokra: A Traditional Craft of Rural India". *International Journal of History and Cultural Studies (IJHCS)*.
-