

การพัฒนาภูมิวิสาหกิจชุมชนด้วยภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ เพื่อแก้ปัญหาความยากจน
และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน*

THE DEVELOPMENT OF COMMUNITY ENTERPRISE GROUPS THROUGH CREATIVE
LOCAL WISDOM TO SOLVE POVERTY ISSUES AND REDUCE ECONOMIC INEQUALITY
AMONG COMMUNITY ENTERPRISE GROUPS IN MAE HONG SON PROVINCE

วีรวิทย์ ปิยนนท์ศิลป์*

Weerawit Piyanonthasin*

วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ วิทยาเขตแม่ฮ่องสอน แม่ฮ่องสอน ประเทศไทย
Mae Hong Son College, Chiang Mai Rajabhat University, Mae Hong Son Campus, Mae Hong Son, Thailand

*Corresponding author Email: weerawit_piy@g.cmru.ac.th**บทคัดย่อ**

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ 2) เพื่อศึกษาภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์เศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี โดยการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 245 คน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ จำนวน 25 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ จำนวน 5 คน ใช้แบบสอบถามและแบบบันทึกข้อมูลเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคทุกองค์ประกอบอยู่ระดับมาก ดังนี้ ด้านการบริหารจัดการ ($\mu=3.83$, $\sigma=0.67$) รองลงมาคือด้านผู้นำวิสาหกิจชุมชน ($\mu=3.81$, $\sigma=0.70$) ด้านการผลิต ($\mu=3.73$, $\sigma=0.80$) ด้านการจัดการความรู้ ($\mu=3.67$, $\sigma=0.78$) ด้านการมีส่วนร่วม ($\mu=3.67$, $\sigma=0.77$) ด้านการตลาด ($\mu=3.63$, $\sigma=0.76$) และด้านการเงิน ($\mu=3.48$, $\sigma=0.76$) และผลการศึกษาภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า มีการใช้ภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ด้านการอนุรักษ์มากที่สุด ($\mu=3.81$, $\sigma=0.70$) รองลงมา ด้านการประยุกต์ ($\mu=3.74$, $\sigma=0.77$) ด้านการฟื้นฟู ($\mu=3.71$, $\sigma=0.69$) และด้านการสร้างใหม่ ($\mu=3.69$, $\sigma=0.78$) ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จุดแข็ง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น จุดอ่อน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดนวัตกรรมเพื่อนำมาเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โอกาสทางธุรกิจจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในฐานะจังหวัดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และอุปสรรคผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่เป็นที่สนใจของผู้บริโภคโดยทั่วไป สำหรับแนวทางการเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าควรประยุกต์ ภูมิปัญญาและนวัตกรรมมาปรับใช้ในกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

คำสำคัญ: การพัฒนาภูมิวิสาหกิจชุมชน, ภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์, ปัญหาความยากจน, ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ



Abstract

The purposes of this research were 1) study the problems and conditions in developing community enterprise groups through creative local wisdom, 2) study the creative economic wisdom of community enterprise groups, and 3) study approaches to enhance the potential of community enterprise groups. This is a mixed-method research employing both qualitative and quantitative research approaches. The sample groups consisted of 245 members of community enterprise entrepreneurial groups, 25 model community enterprise groups, and 5 business experts. Questionnaires and data recording forms were used as data collection instruments. Statistical methods used included frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis for the qualitative research. The research findings revealed that problems and obstacles in all components were at a high level as follows, management ($\mu=3.83$, $\sigma=0.67$), followed by community enterprise leadership ($\mu=3.81$, $\sigma=0.70$), production ($\mu=3.73$, $\sigma=0.80$), knowledge management ($\mu=3.67$, $\sigma=0.78$), participation ($\mu=3.67$, $\sigma=0.77$), marketing ($\mu=3.63$, $\sigma=0.76$), and finance ($\mu=3.48$, $\sigma=0.76$). The study of creative wisdom among community enterprise groups found that conservation-oriented creative wisdom was most utilized ($\mu=3.81$, $\sigma=0.70$), followed by application ($\mu=3.74$, $\sigma=0.77$), restoration ($\mu=3.71$, $\sigma=0.69$), and new creation ($\mu=3.69$, $\sigma=0.78$). The business environment analysis revealed, Strength - community enterprise products have distinctive characteristics, Weakness - community enterprises lack innovation to enhance production efficiency, Opportunity - Mae Hong Son Province is recognized by tourists as a cultural tourism destination, and Threat - products derived from local wisdom are not of general interest to consumers. as for approaches to enhance production capacity, local wisdom should be applied and innovation should be adapted in the production process to align with consumer demands.

Keywords: Community enterprise development, Creative wisdom, Poverty issues, Economic inequality

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 หมายความว่าประเทศไทยต้องมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง สามารถแข่งขันได้และสามารถยกระดับและปรับตัวเข้าสู่การแข่งขันใหม่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีประเด็นที่สอดคล้องกับการพัฒนาอาชีพและรายได้ของประชาชนในพื้นที่มีนโยบายการยกระดับการผลิตสินค้า การเกษตรและสินค้านอกภาคการเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่า ส่งเสริมการค้า การลงทุน การค้าชายแดน และพัฒนาสินค้าบริการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (C-POT) (สำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2566)

ขณะที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นจังหวัดภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยที่มีชายแดนติดกับประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาและติดกับรัฐสำคัญของประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา คือ รัฐกะเหรี่ยง รัฐกะยา และรัฐฉาน และมีการติดต่อการค้าขายสินค้าตั้งแต่อดีต (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2567) ประชาชนส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เกณฑ์รายได้เฉลี่ยของประชาชนจังหวัดแม่ฮ่องสอนยังอยู่

ในเกณฑ์ที่ต่ำลำดับต้นของประเทศ ชาวบ้านจึงได้เกิดการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน โดยนำพืชผลทางการเกษตรที่เพาะปลูก หรือหัตถกรรมจากกลุ่มชาติพันธุ์ของตนเองมาพัฒนาและแปรรูปเป็นสินค้าท้องถิ่น เพื่อเป็นรายได้ให้กับประชาชนในหมู่บ้านนอกเหนือจากการทำการเกษตร (สำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2566) การพัฒนาเชิงพื้นที่ที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนนอกจากจะเป็นการส่งเสริมด้านการเกษตรยังมีการรวมกลุ่มเป็นธุรกิจชุมชนประเภทต่าง ๆ ของชุมชนเพื่อนำทรัพยากรท้องถิ่นหรือภูมิปัญญามาเพิ่มมูลค่าเป็นสินค้าและจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับชุมชนในส่วนบริบทพื้นที่ทางด้านเศรษฐกิจพบว่า จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้รับการจัดอันดับว่าเป็นจังหวัดที่มีรายได้ต่อครัวเรือนที่ต่ำที่สุดในประเทศไทยและถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มจังหวัดที่มีปัญหาความยากจนเรื้อรัง (สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2566) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลทุนระดับครัวเรือนเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จ (ทรงศักดิ์ ปัญญา, 2564) ระบุว่าปัญหาความยากจนพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนครัวเรือนมีความยากจนเพราะมีทุนทางสังคมน้อยกว่าพื้นที่อื่นและสภาพบริบทด้านภูมิศาสตร์มีข้อจำกัด เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตและการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมและประเพณีในการสร้างนวัตกรรมเป็นการนำเอาวัฒนธรรมและประเพณีของไทยมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่มีเอกลักษณ์และคุณค่า (Armstrong, G. & Kotler, P., 2020) ภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์จะเป็นการพัฒนาความคิดริเริ่มเพื่อความยั่งยืน ใช้ความคิดริเริ่มในการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ เช่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนโดยมุ่งเน้นไปที่ความยั่งยืนและการตอบสนองต่อความต้องการของอนาคต (Robinson, K., 2021) ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนควรใช้ภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ สร้างคุณค่าและประโยชน์ต่อสังคมโดยเน้นการสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าและประโยชน์ต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรมทางสังคม (Florida, R., 2002) สิ่งทีผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนจะสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์นั้นได้ ผู้ประกอบการต้องมีการสะสมและการเรียนรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะและวัฒนธรรมในชุมชน ซึ่งภูมิปัญญาเหล่านี้ อาจจะเป็นข้อมูลที่ได้รับการสะสมและสืบทอดมาจากบรรพบุรุษและมีคุณค่า เพื่อให้เกิดการนำไปปรับใช้และพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้มีจุดเด่น และสามารถต่อยอดด้วยแนวคิดและนวัตกรรม (อำไพ สุวรรณชูโต, 2556); (ทิบัติ ทัพพกรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2561) การใช้ข้อมูลจากการสะสมและเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการนำความรู้และทักษะมาประยุกต์ใช้ในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถแก้ไขปัญหาและเพิ่มมูลค่าได้ (Davis, G. A. , 2004)

โดยในปัจจุบันการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนจะเป็นทางรอดของธุรกิจที่จะทำให้ผู้ประกอบการและสมาชิกสามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเนื่องมาจากภาวะการเปลี่ยนแปลงของสังคม การบริโภคและทุนนิยม แม้แต่ความต้องการของผู้บริโภคที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา (Rigby, D. et al., 2024) ขณะที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีปัญหาความยากจนจากรายงานสถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของประเทศไทยพบว่าจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นจังหวัดที่มีความยากจนสูง ส่งผลถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ (สุธาวลัย สัจจสมบูรณ์, 2567)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัย จึงดำเนินการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้วยภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ เพื่อแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อเป็นตอบสนองการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ของประเทศและและยุทธศาสตร์การพัฒนาเชิงพื้นที่ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกิดการเปลี่ยนแปลงภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในรูปแบบผสานวิธี โดยการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประชากร คือ สมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ขึ้นทะเบียนเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปี 2566 (สำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2566) จำนวน 245 คน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรทั้งหมด เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) แบบสอบถามมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสามารถนำไปใช้ได้ โดยศึกษาแนวคิด หลักการ ทฤษฎี เอกสารและรายงานการประชุมที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หนังสือ ตำรา วารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการ โดยใช้ฐานภูมิปัญญา ของชุมชน กลุ่มเป้าหมายสนทนากลุ่ม จำนวน 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ข้อมูลศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจากการคัดสรรของสำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอนปี 2566 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 4 กลุ่ม จำนวน 25 คน และ 2) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 คน ร่วมกันเสนอแนวทางการเพิ่มศักยภาพการโดยใช้ฐานภูมิปัญญาของชุมชน วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เครื่องมือได้แก่ แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) กำหนดกรอบการวิเคราะห์ผ่านการการวิเคราะห์เชิงบรรยาย ข้อคิดเห็นที่ได้จากการสนทนา การจดบันทึกข้อมูลและนำมาเขียนบรรยายสรุป ตามหัวข้อต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 3 สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ นำแนวทางการเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการโดยใช้ฐานภูมิปัญญาของชุมชน และสรุปผลการศึกษาภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบในการใช้ภูมิปัญญา เชิงสร้างสรรค์ต่อยอดการพัฒนา ข้อมูลศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจากการคัดสรรของสำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอนปี 2566 จำนวน 25 คน

ขั้นตอนที่ 4 การถ่ายทอดองค์ความรู้ ด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนเพื่อนำไปวางแผนและปรับใช้ในการแก้ไขอุปสรรคและปัญหาการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการตลาดเพื่อต่อยอดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ และผลิตภัณฑ์ต้นแบบ กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบโดยการใช้ภูมิ

ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ต่อยอดการพัฒนา ข้อมูลศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจากการคัดสรรของสำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอนปี 2566 จำนวน 25 คน

ผลการวิจัย

สภาพปัญหาการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับสภาพปัญหาการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

(n = 245)

ผลรวมสภาพปัญหาการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	μ	σ	การแปลผล
1. ด้านการบริหารจัดการ	3.83	0.67	มาก
2. ด้านผู้นำวิสาหกิจชุมชน	3.81	0.70	มาก
3. ด้านการผลิต	3.73	0.80	มาก
4. ด้านการตลาด	3.63	0.76	มาก
5. ด้านการเงิน	3.48	0.76	มาก
6. ด้านการจัดการความรู้	3.67	0.78	มาก
7. ด้านการมีส่วนร่วม	3.67	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.69	0.74	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงผลรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับสภาพปัญหาการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า ทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($\mu=3.69$, $\sigma=0.74$) โดยสามารถลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ด้านการบริหารจัดการ ($\mu=3.83$, $\sigma=0.67$) รองลงมาคือ ด้านผู้นำวิสาหกิจชุมชน ($\mu=3.81$, $\sigma=0.70$) ด้านการผลิต ($\mu=3.73$, $\sigma=0.80$) ด้านการจัดการความรู้ ($\mu=3.67$, $\sigma=0.78$) ด้านการมีส่วนร่วม ($\mu=3.67$, $\sigma=0.77$) ด้านการตลาด ($\mu=3.63$, $\sigma=0.76$) และด้านการเงิน ($\mu=3.48$, $\sigma=0.76$)

ภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการใช้ภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

(n = 245)

ผลรวมภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	μ	σ	การแปลผล
1. ด้านการอนุรักษ์	3.81	0.70	มาก
2. ด้านการฟื้นฟู	3.71	0.69	มาก
3. ด้านการประยุกต์	3.74	0.77	มาก
4. ด้านการสร้างใหม่	3.69	0.78	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.74	0.73	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงผลรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ($\mu=3.74$, $\sigma=0.73$) โดยสามารถลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ด้านการอนุรักษ์ ($\mu=3.81$, $\sigma=0.70$) รองลงมา ด้านการประยุกต์ ($\mu=3.74$, $\sigma=0.77$) ด้านการฟื้นฟู ($\mu=3.71$, $\sigma=0.69$) และด้านการสร้างใหม่ ($\mu=3.69$, $\sigma=0.78$)

แนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้



สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน SWOT analysis โดยมีองค์ประกอบคือ การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนผลการวิเคราะห์แต่ละด้าน ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)

“จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นจังหวัดที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ทุกพื้นที่ ทุกอำเภอ และมีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน และแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ก็มีประเพณี วัฒนธรรมเป็นของตนเอง จึงทำให้กลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง” (วิสัย คำแก้ว, 2567) สรุปการวิเคราะห์จุดแข็ง ดังนี้ 1) สินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่นมีการประยุกต์ภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ 2) วัตถุดิบเป็นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่าและเป็นการลดต้นทุนด้านการขนส่ง 3) ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ผลิตสินค้า 4) สินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการมีคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาของท้องถิ่น 5) ผู้ประกอบการมีทักษะในการผลิตและสามารถผลิตสินค้าได้ต่อเนื่องตามความต้องการของลูกค้า

จุดอ่อน (Weakness)

“การทอผ้ากะเหรี่ยงมักจะมีวิธีการทอลายผ้าแบบดั้งเดิม ซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาอย่างยาวนานตั้งแต่ปู่ย่า ตา ยาย จึงทำให้ลายผ้ามีลักษณะคล้ายคลึงกัน การทอลายผ้าที่มีลวดลายใหม่ ๆ จึงเป็นเรื่องที่ยากสำหรับสมาชิกในกลุ่ม” (ชนกนันท์ พูลกระจำง, 2567) สรุปการวิเคราะห์จุดอ่อน ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการยังขาดองค์ความรู้ในการประยุกต์หรือการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน 2) การผลิตสินค้ามีข้อจำกัดด้านมาตรฐานและคุณภาพ ขาดงบประมาณในการปรับปรุงกระบวนการและแหล่งผลิตที่มีมาตรฐาน 3) การถ่ายทอดภูมิปัญญาชาดการบันทึกที่เป็นระบบ 4) ผู้ประกอบการขาดการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีและอุปกรณ์สมัยใหม่มาปรับใช้ในการบวนการผลิต 5) กลุ่มผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในการส่งเสริมด้านการตลาดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย 6) กลุ่มผู้ประกอบการขาดทักษะการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจและยอมรับถึงคุณค่าของภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการและสินค้า

โอกาส (Opportunity)

“ปัจจุบันหมู่บ้านได้มีการพัฒนามากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวทยอยเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น ทำให้ประชาชนในชุมชนหันมาทำธุรกิจโฮมสเตย์หรือเกสเฮาส์มากขึ้น สิ่งสำคัญคือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนที่ต้องมีจุดสนใจให้กับนักท่องเที่ยวและต้องมีความปลอดภัย” (ปรีดา แจ่มสกุลไพร, 2567) สรุปการวิเคราะห์โอกาส ดังนี้ 1) จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านประเพณีและวัฒนธรรม 2) องค์การหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน ส่งเสริม ด้านการประชาสัมพันธ์และการจัดการจัดแสดงสินค้าในเทศกาลต่าง ๆ 3) กระแสสังคมมีการส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์และวัฒนธรรมผ่านวิถีชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่น 4) ผลผลิตทางการเกษตรมีโอกาสนำมาแปรรูปเป็นสินค้าทางภูมิศาสตร์ 5) มีโอกาสทางการตลาดจากเครือข่ายสินค้าของชุมชนท้องถิ่น

อุปสรรค (Threat)

“สินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่เป็นเครื่องนุ่งห่มและของใช้ ซึ่งยังไม่ได้เป็นที่นิยมของตลาดมากนัก ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ซื้อจะเป็นกลุ่มที่มีความชอบส่วนตัวและซื้อเป็นของฝากบ้างเล็กน้อย อีกส่วนหนึ่งคิดว่าลูกค้าไม่มีความมั่นใจกับสินค้า” (เพ็ญฟ้า สิริลาวัลย์, 2567) สรุปการวิเคราะห์อุปสรรค ดังนี้ 1) สินค้าประเภทเดียวกันของคู่แข่งในพื้นที่มีการพัฒนาปรับปรุงโดยใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ในกระบวนการผลิต 2) การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการ 3) พฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้ประกอบการในการปรับตัว 4) กลุ่มผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งทุนจากสถาบันทางการเงิน 5) วัตถุดิบเพื่อนำมาแปรรูปเป็นสินค้าบางชนิดไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน 6) การนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมมาเป็นฐานในการผลิตสินค้ายังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคโดยทั่วไป

สรุปการวิเคราะห์แนวทางการเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการโดยใช้ภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น ดังนี้

“ปัจจุบันผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ยังขาดองค์ความรู้และทักษะ เพื่อนำไปต่อยอดและพัฒนาสินค้าและบริการของตนเอง โดยเฉพาะองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็นในยุคนี้ จะต้องตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ การผลิตสินค้าหรือบริการที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาจะต้องอาศัยนวัตกรรมใหม่ที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนา จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาให้ครอบคลุมทุกมิติ” (เพชรรัตน์ วงศ์ธานี, 2567)

สามารถวิเคราะห์แนวทางการเพิ่มศักยภาพฯ ด้านการอนุรักษ์ โดยกลุ่มผู้ประกอบการควรมีการจัดการองค์ความรู้และการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ โดยจัดทำทะเบียนภูมิปัญญาด้านวิถีผ่านสื่อมัลติมีเดีย อาทิ สวดลายผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ของท้องถิ่น อักษร ภาษา อาหาร หรือสมุนไพร เป็นต้น ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาด้านต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าให้มีความโดดเด่นและทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกจากสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย รวมถึงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชน จัดตั้งตลาดทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาและเป็นแหล่งรวมสินค้าจากภูมิปัญญา นอกจากนี้ องค์การภาครัฐควรสนับสนุนส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น มีทะเบียนปราชญ์ชาวบ้านให้เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ หรือการบูรณาการภูมิปัญญากับหลักสูตรการศึกษาโรงเรียนในพื้นที่

“ทนายทางธุรกิจมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการอยู่รอดของกลุ่มผู้ประกอบการ รวมถึงการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย โดยการส่งเสริมจากชุมชน หน่วยงานองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ” (ฐิตาพร ธรรมาจิตต์, 2567) สามารถวิเคราะห์แนวทางการเพิ่มศักยภาพฯ ด้านการฟื้นฟู โดยกลุ่มผู้ประกอบการควรมีกระบวนการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาแบบดั้งเดิม และศึกษาวัตถุดิบที่หลากหลายเพื่อนำไปปรับประยุกต์สูตรหรือกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมให้มีมาตรฐานสามารถผลิตซ้ำได้อย่างสม่ำเสมอ โดยกลุ่มผู้ประกอบการต้องมีความสามารถและทักษะการผลิตสินค้าและการถ่ายทอดกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมตามวิถีชีวิตของคนในพื้นที่แม่ฮ่องสอนได้อย่างชัดเจน หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องสนับสนุนส่งเสริมการจัดทำระบบการจัดเก็บหรือรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาที่กำลังสูญหายและกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมอย่างละเอียด และอาจส่งเสริมการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้พร้อมทั้งจัดประกวดการผลิตสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาดั้งเดิม

“กลุ่มวิสาหกิจของผม เป็นกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดกาแฟ ถ้าหากจะขายแต่เมล็ดกาแฟคงไม่ยั่งยืน เราต้องมีการเพิ่มมูลค่าและให้เป็นที่รู้จักโดยการนำภูมิปัญญามาผสมผสานกับนวัตกรรมการผลิต โดยกลุ่มของผมทำสวนกาแฟให้มีชีวิต เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปเยี่ยมชมสวนกาแฟ มีส่วนร่วมในการเก็บเกี่ยว เพื่อให้เขาได้สัมผัสกับวิถีชีวิตคนเก็บกาแฟอย่างแท้จริง” (เอกชัย ภาคสุข, 2567) สามารถวิเคราะห์แนวทางการเพิ่มศักยภาพฯ ด้านการประยุกต์ โดยกลุ่มผู้ประกอบการควรพัฒนาศักยภาพการผลิตสินค้าโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสามารถประยุกต์การพัฒนาการผลิตได้หลายด้าน อาทิ การใช้นวัตกรรมปรับกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีให้ผสมผสานกับภูมิปัญญา ปรับสูตรและกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน สร้างระบบการผลิตครบวงจรพัฒนาธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ออกแบบและพัฒนากลยุทธ์ในการนำสินค้าจากภูมิปัญญาแทรกในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

“เป็นความจริงที่ว่าแม่ฮ่องสอนเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรม ดังนั้นวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญา จึงเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของแม่ฮ่องสอน แต่อย่างไรก็ตามความทันสมัยได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างเห็นได้ชัดเจน หากผู้ประกอบการมีการผลิตสินค้าแบบดั้งเดิม ไม่เปลี่ยนแปลงตามความต้องการของลูกค้าในยุคใหม่ ก็อาจจะทำให้ไม่ได้ขายสินค้าและต้องยกเลิกกิจการไป” (กิริติกานต์ ศรีพันธุ์, 2567) สามารถวิเคราะห์แนวทางการเพิ่มศักยภาพฯ ด้านการสร้างใหม่ โดย ผู้ประกอบการควรพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีฐานมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น นำนวัตกรรมผลิตมาพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายแต่มีอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาปรับสูตรของสินค้าที่มี



ความหลากหลายโดยไม่เน้นแค่สูตรแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรสร้างการรับรู้และจดจำลูกค้าผ่านวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยสื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีสมัยใหม่

จากการศึกษาแนวทางการการนำภูมิปัญญาสร้างสรรค์มาพัฒนาและต่อยอดการผลิตสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยเกิดจากความต้องของกลุ่มผู้ประกอบการฯ เพื่อสร้างแนวคิดในการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ โดยมีผลิตภัณฑ์ต้นแบบดังนี้



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบหมอนรองคอผ้าทอกะเหรี่ยง

พัฒนามาจากผ้าทอกะเหรี่ยงที่จำหน่ายเป็นผืน โดยนำมาตัดเย็บให้ได้รูปทรงหมอนรองคอตามขนาดที่ต้องการ ยัดด้วยนุ่นและสมุนไพรท้องถิ่นที่มีสรรพคุณให้กลิ่นหอม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้งานได้กลิ่นหอมและทำให้รู้สึกผ่อนคลาย



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อคลุมผู้ชายลายปักชนเผ่า

พัฒนามาจากผ้าลายปักด้วยมือของชาวบ้านกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยนำผ้าลายปักกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ดังกล่าว มาพัฒนาสร้างผลิตภัณฑ์โดยการประยุกต์การตัดเย็บเป็นเสื้อคลุมผู้ชายลายปักชนเผ่าในรูปแบบ ต่าง ๆ สามารถใส่ได้ทุกโอกาส ซึ่งเป็นการต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมโดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบข้าวซอยธัญพืชแห่งขุนเขา

พัฒนามาจากผลิตผลทางเกษตรคือถั่วลายเสือและเมล็ดงาขาวและเมล็ดงาดำ โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะคั่วถั่วและจัดจำหน่ายโดยตรงไม่ได้นำมาแปรรูป การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเป็นการนำถั่วลายเสือและงาชนิดต่าง ๆ มาเพิ่มมูลค่านำมาเป็นท็อปปิ้งข้าวซอยตัดทำให้เกิดความน่าสนใจต่อลูกค้าและเพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้า



ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบข้าวแต๋นน้ำแตงโมโกโก้ใส่ทะลัก

พัฒนามาจากผลิตผลจากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกต้นโกโก้ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลโกโก้จะนำไปแปรรูปเป็นช็อกโกแลต เพิ่มมูลค่าโดยการผลิตข้าวแต๋นจากข้าวเหนียวเขี้ยวงู (ข้าวเหนียวพันธุ์พื้นเมืองคุณภาพสูงของแม่ฮ่องสอน) และนำช็อกโกแลตมาผสมกับถั่วลายเสือหรืองาขาวและดำ เพื่อนำมาเป็นไส้ของข้าวแต๋นทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง การพัฒนาภูมิวิสาหกิจชุมชนด้วยภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ เพื่อแก้ปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สภาพปัญหาการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประสบปัญหาในหลายด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ขาดความเข้าใจในการจัดทำแผนธุรกิจอย่างเป็นระบบการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งยังไม่ชัดเจน ขาดการวางแผนทางการเงินระยะยาวและการจัดการความเสี่ยง ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ (Buratti, N., 2022) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และต้องมีแผนการบริหารจัดการของกลุ่มให้รอบด้าน เพื่อรักษาและร่วมกันแบ่งปันผลประโยชน์ของสมาชิก 2) ด้านผู้นำวิสาหกิจชุมชน พบว่า ผู้นำกลุ่มขาดการส่งเสริมการเพิ่มความรู้และทักษะให้สมาชิกซึ่ง ขาดทักษะการสร้างเครือข่ายและไม่มีความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด และกลุ่มยังขาดระบบถ่ายทอดความรู้ที่เป็นรูปธรรมและกลไกติดตามผล ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อความยั่งยืน (เกสร อักษรรัตน์ และคณะ, 2567) ผู้นำในการบริหารวิสาหกิจชุมชนผู้นำมักมีภาระงานมากส่งผลต่อการบริหารจัดการกลุ่มและขาดประสิทธิภาพ ผู้นำจึงต้องเป็นบุคคลที่มุ่งผลสำเร็จของกลุ่มและมีแผนการบริหารจัดการอย่างชัดเจน 3) ด้านการผลิต ปัญหาหลักคือบุคลากรไม่เพียงพอ เนื่องจากแรงงานวัยหนุ่มสาวอพยพไปเมืองใหญ่และรายได้ไม่แน่นอน ทำให้แรงจูงใจในการสืบทอดอาชีพดั้งเดิมลดลง ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถรับคำสั่งซื้อจำนวนมาก โดยเฉพาะสินค้าที่ต้องใช้ทักษะฝีมือเฉพาะด้านและทักษะดั้งเดิมเสี่ยงสูญหาย (Aboelmaged, M., 2014) องค์การที่ขาดการบริหารจัดการเชิงคุณภาพจะทำให้องค์กรเกิดปัญหาและอุปสรรคได้ เพราะระบบการบริหารจัดการเชิงคุณภาพจะประกอบด้วยการพัฒนาทักษะของบุคคล ระบบและกระบวนการผลิต รวมถึงการการสนับสนุนจากผู้บริหาร 4) ด้านการตลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประสบปัญหาในการใช้สื่อที่หลากหลายขายสินค้า เนื่องจากขาดทักษะในการปรับใช้และการสร้างเนื้อหาดึงดูดลูกค้า รวมถึงการถ่ายภาพและจัดองค์ประกอบสินค้าไม่สามารถสื่อคุณค่าและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (Guzman, J. M. S. & Apritardo, J. M., 2024) ผู้ประกอบการยุคใหม่ต้องพัฒนา



ทักษะด้านการสื่อสารและความสามารถทางดิจิทัล เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นเครื่องมือที่ยอดเยี่ยมในการสร้างฐานลูกค้าให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น 5) ด้านการเงิน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ยาก เนื่องจากขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันและประวัติทางการเงินที่เป็นระบบ จึงต้องพึ่งพาเงินทุนหมุนเวียนจากสมาชิกซึ่งไม่เพียงพอ ถึงแม้มีงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ แต่ขั้นตอนซับซ้อนและเงื่อนไขไม่สอดคล้องกับบริบทของกลุ่มจึงถูกการปฏิเสธ (กรกฎ สระคูพันธ์ และศุภพัฒน์กร วงศ์ธนวิสุ, 2562) กล่าวว่าการลดต้นทุนการผลิตใช้วิธีสังวัตุดิบที่ละน้อยและเพิ่มปริมาณเมื่อมีคำสั่งซื้อจำนวนมากซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่กลุ่มผู้ประกอบการสามารถลดความเสี่ยงด้านการเงิน รวมถึงการจัดการบัญชีอย่างเป็นระบบมีผู้ดูแล 6) ด้านการจัดการความรู้ การประชุมเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของวิสาหกิจชุมชนอย่างทันที่ กลุ่มที่จัดประชุมสม่ำเสมอมักประสบความสำเร็จมากกว่าเพราะเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ อย่างไรก็ตามหลายกลุ่มยังขาดประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่มีระเบียบวาระชัดเจน ไม่บันทึกและติดตามผลการประชุม รวมถึงสมาชิกมีส่วนร่วมน้อย การตัดสินใจส่วนใหญ่ยังขึ้นอยู่กับผู้นำเป็นหลัก (Adam, S. et al., 2022) การจัดการความรู้ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจ เป็นการรวบรวมความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และช่วยจัดระบบการบริหารจัดการภายในกลุ่ม 7) ด้านการมีส่วนร่วม พบว่าการแบ่งปันผลประโยชน์กับชุมชนมีผลต่อความยั่งยืนของกลุ่มและการจัดให้มีระบบตรวจสอบโปร่งใสและเป็นธรรมจะทำให้สมาชิกกลุ่มยอมรับและเกิดความพึงพอใจ อย่างไรก็ตามหลายกลุ่มยังมีปัญหาในการกำหนดสัดส่วนที่เหมาะสมจากการลงทุนและการตอบแทนชุมชน บางกลุ่มเน้นเงินปันผลแต่ละเลยการพัฒนาทักษะสร้างอาชีพ หรือนุรักษ์ภูมิปัญญา (วันสรา จันทร์กมล และคณะ, 2565) การคืนผลตอบแทนสู่ชุมชนและสังคมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นสิ่งสำคัญที่จะพัฒนาชุมชนหรืออาจจะเป็นการให้การช่วยเหลือจากสมาชิกกลุ่มในลักษณะอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประกอบด้วย 1) ด้านการอนุรักษ์ 2) ด้านการฟื้นฟู 3) ด้านการประยุกต์ และ 4) ด้านการสร้างใหม่ ดังนี้ 1) ด้านการอนุรักษ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการรวบรวมข้อมูลด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นยังไม่เป็นระบบ ทำให้การองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกระจุกกระจายทำให้ไม่สามารถสื่อสารคุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน (Shi, X. et al., 2025) ควรให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการส่งเสริมด้านการบริหารจัดการมีระบบการเก็บรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความมั่นใจว่าจะมีการอนุรักษ์และการพัฒนาอย่างยั่งยืนแก่ชุมชนท้องถิ่น 2) ด้านการฟื้นฟู กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนยังขาดการศึกษากระบวนการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิม และการนำวัตถุดิบที่หลากหลายไปใช้ในการผลิตสินค้า รวมถึงขาดการถ่ายทอดกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมตามวิถีชีวิตของคนในพื้นที่แม่ฮ่องสอน (Heizer, J. et al., 2020) การผลิตสินค้าเป็นขั้นตอนที่มีระบบเป็นขั้นตอนสำคัญในการแปรรูปวัตถุดิบเป็นสินค้าผู้ผลิตจึงต้องมีทักษะและความเชี่ยวชาญจึงจะสามารถผลิตสินค้าได้มาตรฐาน 3) ด้านการประยุกต์ พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในการผลิตสินค้าที่มีความโดดเด่นมีค่าน่าสนใจน้อย รวมถึง การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรรักษาเอกลักษณ์ภูมิปัญญาไม่เด่นชัดเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของตลาด (Mucunski, D., 2023) บทบาทของภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน รวมถึงสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาจะทำให้ประชาชนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากการขายสินค้า ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการสร้างสินค้าในชุมชนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการแสดงถึงความแตกต่างของอัตลักษณ์ในชุมชนต่าง ๆ 4) ด้านการสร้างใหม่ กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนยังขาดการนำนวัตกรรมการผลิตมาพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายแต่มีอัตลักษณ์ของภูมิปัญญามาพัฒนาและต่อยอดค่าน่าสนใจน้อย ปัญหาหลักคือสมาชิกของกลุ่มขาดทักษะด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล (อรทัย ไหมแก้ว และคณะ, 2566) การพัฒนาสินค้าควรผสมผสานความรู้สมัยใหม่

กับ ภูมิปัญญาดั้งเดิม มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพและเอกลักษณ์โดดเด่นของสินค้า ผ่านกระบวนการพัฒนานวัตกรรมและการสื่อสารด้วยสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ที่หลากหลาย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการ โดยใช้ฐานภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ มีแนวทางดังนี้ 1) ด้านการบริหารจัดการ จัดทำแผนธุรกิจและการเงินอย่างเป็นระบบ วิเคราะห์ตลาด คู่แข่ง และความเสี่ยง บูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับหลักการบริหารสมัยใหม่ ใช้การฝึกอบรมเพื่อยกระดับทักษะของสมาชิก (Robbins, S. P. & Coulter, M., 2021) ในบริบทสมัยใหม่ผู้ประกอบการต้องบูรณาการเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจรวมถึงการวางแผนเพื่อเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ 2) ด้านผู้นำ พัฒนาผู้นำที่ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนานวัตกรรมส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในกลุ่มให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รวมถึงมีความสามารถในการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และเชื่อมโยงเครือข่ายภายนอกได้ (Northouse, P. G., 2021) ผู้นำเป็นบุคคลที่จะนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จ พฤติกรรมของผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อนวัตกรรมและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง 3) ด้านการผลิต พัฒนามาตรฐานการผลิต ส่งเสริมการสร้างประสบการณ์รวมถึงการถ่ายทอดความรู้และพัฒนาทักษะให้กับสมาชิก และสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Slack, N. et al., 2021) การผลิตให้เป็นสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะต้องมีการควบคุมมาตรฐานการผลิตและพัฒนาทักษะของพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญ 4) ด้านการตลาด พัฒนาทักษะการตลาดออนไลน์ การสร้างเนื้อหาดิจิทัล และการเล่าเรื่องเพื่อเสนอขายสินค้า สร้างกลยุทธ์การตลาดที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์และการสร้างเรื่องราวแห่งคุณค่า (Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F., 2022) การดำเนินธุรกิจต้องใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ซึ่งเป็นกระบวนการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อหลักในการสื่อสารและส่งเสริมการทำกิจกรรมทางธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ 5) ด้านการเงิน พัฒนาระบบบัญชีและบริหารการเงินอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมกองทุนหมุนเวียนและความร่วมมือภายในชุมชน ออกแบบโครงการสนับสนุนเงินทุนที่เข้าถึงง่ายและเหมาะสม (Ross, S. A. et al., 2021) ระบบการเงินเพื่อการประกอบธุรกิจเป็นกระบวนการที่สำคัญในการจัดหา จัดสรร บริหาร และควบคุมเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน 6) ด้านการจัดการความรู้ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และติดตามผลการนำความรู้ไปใช้ สร้างระบบตรวจสอบและควบคุมร่วมของสมาชิก (Nonaka, I. & Takeuchi, H., 2021) การจัดการความรู้เป็นกระบวนการอย่างเป็นระบบในการสร้าง เก็บ รวบรวม จัดระบบ แบ่งปัน และประยุกต์ใช้ องค์กรต้องส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และ 7) ด้านการมีส่วนร่วม จัดสรรผลประโยชน์อย่างโปร่งใสและเป็นธรรม คำนึงถึงผลประโยชน์ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกและชุมชน (Quick, K. S. & Bryson, J. M., 2022) การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่บุคคล กลุ่ม หรือชุมชน มีส่วนร่วมอย่างมีความหมายเพื่อสร้างความเป็นเจ้าของ เสริมพลัง และเพิ่มความยั่งยืนของผลลัพธ์

สำหรับแนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์มีแนวทาง ดังนี้ 1) ด้านการอนุรักษ์ อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านกระบวนการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่นโดยสามารถสร้างการรับรู้ผ่านตัวสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ (Dudley, N. et al., 2020) การอนุรักษ์ภูมิปัญญาเป็นการปกป้องและใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนจากมรดกทางวัฒนธรรม การพัฒนาและต่อยอดภูมิปัญญาจึงเป็นการใช้ประโยชน์และรักษาความสมดุลและส่งต่อให้กับคนรุ่นหลัง 2) ด้านการฟื้นฟู สร้างระบบการเก็บรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาแบบดั้งเดิม เพื่อให้ผู้ประกอบการนำข้อมูลสู่การพัฒนาและต่อยอดการผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายและการปรับใช้ ในกระบวนการผลิต (McDonald, T. et al., 2020) การฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นกระบวนการคืนสภาพหรือยกระดับคุณภาพเพื่อคืนความหลากหลายของภูมิปัญญาที่สูญหายไป วิถีชีวิต เครื่องนุ่งห่ม หรืออาหารบางอย่างที่สูญหายกลับมาให้ผู้คนได้พบเห็นอีกครั้ง 3) ด้านการประยุกต์ นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นสินค้าและพัฒนา



บรรจุกฎเกณฑ์เพื่อสื่อสารถึงคุณค่าและความโดดเด่นของเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของวิถีชีวิตและท้องถิ่น (Norman, D. A. & Verganti, R., 2021) การประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาเป็นสินค้าเป็นการสร้างมูลค่าโดยต้องมีการปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และ 4) ด้านการสร้างใหม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนต้องใช้นวัตกรรม สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาบูรณาผ่านกระบวนการผลิตสินค้าที่มีฐานมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ มีอัตลักษณ์ มีความหลากหลายและมาตรฐานคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน (Munjari, D., 2022) การสร้างใหม่โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างสินค้าจะต้องมีกระบวนการสร้างที่มีคุณค่าที่ใกล้เคียงกับของเดิม แต่เพิ่มความหลากหลายและมาตรฐานการผลิตตรงตามความต้องการของตลาด

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา เรื่องการพัฒนาภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งจังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นจังหวัดที่อยู่ห่างไกล เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีลักษณะภูมิประเทศที่มีภูเขาสลับซับซ้อนจึงมีการสัญจรการคมนาคมที่ยากลำบาก ประกอบกับพื้นที่ที่มีการลงทุนด้านอุตสาหกรรมค่อนข้างน้อย ส่งผลกระทบระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในจังหวัด จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงเป็นข้อจำกัดด้านรายได้ของประชาชนจังหวัด เกิดปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำด้านเศรษฐกิจลำดับต้น ๆ ของประเทศ การก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นช่องทางที่จะสามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ และจากการศึกษาปัญหาการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนพบว่า ปัญหาที่สำคัญที่สุดคือด้านการบริหารจัดการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ รองลงมาคือด้านผู้นำกลุ่ม ด้านการผลิต ด้านจัดการความรู้ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการตลาด และด้านการเงิน ตามลำดับ หากพิจารณาประเด็นด้านการเงินที่มีปัญหาน้อยที่สุดนั้น เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มซึ่งอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มยังต้องอาศัยการพึ่งพาจากภาครัฐ และจาก ผลการศึกษการใช้ภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมากที่สุดคือ ด้านการอนุรักษ์ ด้านการประยุกต์ และด้านการฟื้นฟู ตามลำดับ แต่ด้านการสร้างใหม่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดซึ่งสามารถพิจารณาได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีการสนับสนุนด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อไม่ให้ภูมิปัญญานั้น สูญหายไป โดยการแสดงออกถึงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในกระบวนการผลิตสินค้า อาทิ ลวดลายของผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในพื้นที่ ภูมิปัญญาการแปรรูปอาหาร และภูมิปัญญาจากวิถีชีวิตดั้งเดิม อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนยังไม่สามารถนำนวัตกรรมสมัยใหม่ เทคโนโลยี และสื่อดิจิทัลมาพัฒนาสินค้าและส่งเสริมการตลาดเท่าที่ควร ดังนั้น การนำนวัตกรรมมาพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมโดยยังคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาของท้องถิ่นจะทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค หากมีการส่งเสริมองค์ความรู้ การพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมสมัยใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดให้เกิดความหลากหลายของสินค้าและเป็นไปตามความต้องการของตลาด นอกจากนี้แล้ว การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอนซึ่งมีจุดแข็งด้านอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของความเป็นชาติพันธุ์ที่มีชื่อเสียง พื้นที่จังหวัดเอื้อต่อการท่องเที่ยวและมีโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจตามเขตชายแดน แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มยังมีจุดอ่อน คือ การไม่มีทายาททางธุรกิจหรือคนรุ่นใหม่ที่มาสานต่อธุรกิจวิสาหกิจชุมชน จากข้อค้นพบดังกล่าวหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด และวัฒนธรรมจังหวัด ควรมีส่วนร่วมขับเคลื่อนการดำเนินงานแบบบูรณาการเพื่อผลักดันกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้มากขึ้น โดยบูรณาการบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานที่มีลักษณะบทบาทหน้าที่งานเหมือนกัน ดำเนินการกิจกรรมการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจฯ ให้ครอบคลุมทุกมิติการพัฒนาเพื่อให้เกิดความยั่งยืน นอกจากนี้ ภาคเอกชน อาทิ หอการค้าจังหวัด ควรกำหนด

นโยบายการส่งเสริมกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้มีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้มีโอกาสในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจเพิ่มขึ้น สำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ประยุกต์กับแนวคิดสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการตลาดยุคดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- กรกฎ สระคูพันธ์ และศุภวัฒนากร วงศ์ธนวุธ. (2562). การศึกษาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปแป้งจากข้าวหอมมะลิ : กรณีศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 16(74), 76-82.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กীরติกานต์ ศรีพันธุ์. (15 ก.ค. 2567). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. (วีรวิทย์ ปิยนนทศิลป์, ผู้สัมภาษณ์)
- เกสร อักษรรัตน์ และคณะ. (2567). การปฏิบัติในการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารผลิตกรรมการเกษตร, 6(1), 76-84.
- ชนกันันท์ พูลกระจำง. (15 ก.ค. 2567). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. (วีรวิทย์ ปิยนนทศิลป์, ผู้สัมภาษณ์)
- จิตาพร ธรรมมาจิตต์. (15 ก.ค. 2567). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. (วีรวิทย์ ปิยนนทศิลป์, ผู้สัมภาษณ์)
- ทรงศักดิ์ ปัญญา. (2564). การวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่แก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำ ในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน : ระยะที่ 2. แม่ฮ่องสอน: หน่วยบริหารจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท).
- ทิปติ ทัพพกรณ์ และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์. Veridian E-Journal Silpakorn University, 11(1), 1906-3431.
- ปรีดา แจ่มสกุลไพร. (15 ก.ค. 2567). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. (วีรวิทย์ ปิยนนทศิลป์, ผู้สัมภาษณ์)
- เพชรรัตน์ วงศ์ธานี. (15 ก.ค. 2567). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. (วีรวิทย์ ปิยนนทศิลป์, ผู้สัมภาษณ์)
- เพียงฟ้า สิริวัลย์. (15 ก.ค. 2567). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. (วีรวิทย์ ปิยนนทศิลป์, ผู้สัมภาษณ์)
- วันสรา จันทร์กมล และคณะ. (2565). เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 9(1), 223-236.
- วิลัย คำแก้ว. (15 ก.ค. 2567). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. (วีรวิทย์ ปิยนนทศิลป์, ผู้สัมภาษณ์)
- สำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2566). รายงานการขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน. เรียกใช้เมื่อ 15 ตุลาคม 2568 จาก <https://maehongson.doae.go.th/>
- สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2566). รายงานเศรษฐกิจการคลัง. เรียกใช้เมื่อ 15 ตุลาคม 2568 จาก <https://www.maehongson.go.th/new/รายงานเศรษฐกิจการคลัง/>
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2567). รายงานงานข้อมูลการค้าชายแดนไทย-เมียนมา. เรียกใช้เมื่อ 17 ตุลาคม 2568 จาก <https://maehongson.moc.go.th/th/content/category/detail/id/112/iid/58814>



- สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (พ.ศ.2566 - 2570). เรียกใช้เมื่อ 15 ตุลาคม 2568 จาก <https://www.nesdc.go.th/the-national-economic-and-social-development-plan/the-thirteenth-plan-2023-2027/>
- สุธาวัลย์ สัจจสมบูรณ์. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารพิษณุเวชสาร, 20(2), 85-97.
- อรรถัย ไหมแก้ว และคณะ. (2566). แนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมการออกแบบผ้าทอที่เอวของกลุ่มแม่บ้านชาติพันธุ์กะเหรี่ยง บ้านไม้สลิ ตำบลตะเคียนปม อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน. วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา, 14(1), 214-231.
- อำไพ สุวรรณชูโต. (2556). ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกชัย ภาคสุข. (15 ก.ค. 2567). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. (วีรวิญญ์ ปิยนนทศิลป์, ผู้สัมภาษณ์)
- Aboelmaged, M. (2014). Reconstructing Six Sigma barriers in manufacturing and service organizations. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 31(2), 156-170.
- Adam, S. et al. (2022). Entrepreneurial orientation and organizational performance of online business in Malaysia: the mediating role of the knowledge management process. *Sustainability*, 14(9), 1-19.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2020). *Marketing: An introduction* (14th ed.). Hoboken: Pearson.
- Buratti, N. (2022). Community enterprise, community entrepreneurship and local development: a literature review on three decades of empirical studies and theorizations. *Entrepreneurship & Regional Development*, 34(5-6), 376-401.
- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (8th ed.). Harlow: Pearson.
- Davis, G. A. . (2004). *Creativity is forever*. (5th ed.). Dubuque: Kendall Hunt Publishing.
- Dudley, N. et al. (2020). *Protected areas: A global assessment for the 21st century*. Oxfordshire: Routledge.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community, and everyday life*. New York: Basic Books.
- Guzman, J. M. S. & Apritado, J. M. (2024). Product innovation, marketing strategies and local government support to handicraft industry in Ilocos Region: Inputs for local product development framework. *International Journal of Research Studies in Management*, 12(7), 153-166.
- Heizer, J. et al. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management*. Hoboken: Pearson.
- McDonald, T. et al. (2020). *Ecological restoration: Global challenges, strategies and solutions* (2nd ed.). Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Mucunski, D. (2023). Applying local wisdom for sustainable rural tourism development. *Sustainable Development Journal*, 31(4), 245-258.

- Munjeri, D. (2022). Intangible heritage and reconstruction. In the routledge companion to intangible cultural heritage. (2nd ed.). (pp. 73-85). Routledge.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (2021). The wise company: How companies create continuous innovation. New York: Oxford University Press.
- Norman, D. A. & Verganti, R. (2021). Design-driven innovation: Changing the rules of competition by radically innovating what things mean. In the design of business (pp. 78-96). Routledge.
- Northouse, P. G. (2021). Leadership: Theory and practice. (9th ed.). In Thousand Oaks. SAGE Publications.
- Quick, K. S. & Bryson, J. M. (2022). Public participation. In M. Bevir (Ed.). Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Rigby, D. et al. (2024). The agile enterprise: Scaling agility in large organizations. MIT Sloan Management Review, 65(2), 34-41.
- Robbins, S. P. & Coulter, M. (2021). Management. (15th ed.). Hoboken: Pearson.
- Robinson, K. (2021). Out of our minds: Learning to be creative. North Mankato: Capstone Publishing.
- Ross, S. A. et al. (2021). Corporate finance: Core principles and applications (6th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Shi, X. et al. (2025). Cognition–Paradigm Misalignment in Heritage Conservation: Applying a Correspondence Framework to Traditional Chinese Villages. Buildings.
- Slack, N. et al. (2021). Operations management. (9th ed.). Harlow: Pearson.