

การพัฒนาารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคม  
เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน  
Development of Local Cultural Market Models Through State Mechanisms  
and Civil Society to Drive Circular Economy in Ethnic Communities in Mae  
Hong Son Province

พิมภัสสร เด็ดขาด<sup>1</sup>, เขมินทรา ตันธิกุล<sup>2</sup> และ นพรัตน์ กันทะพิกุล<sup>3</sup>  
Pimpatsorn Dedkhad<sup>1</sup>, Kheminthra Tanthikun<sup>2</sup> and Nopparat Kantapikul<sup>3</sup>

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตล้านนา  
Mahamakut Buddhist University Lanna Campus, Thailand  
Corresponding Author E-mail: <sup>1</sup>Nu.namrz@gmail.com

Retrieved: June 15, 2023; Revised: March 29, 2024; Accepted: March 30, 2024

## บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสำรวจและสังเคราะห์รูปแบบตลาด 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการตลาด 3) เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม ประชากรแก่นักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ใช้บริการจำนวน 9 แห่ง ตัวแทนตลาด ผู้นำท้องถิ่น พระสงฆ์ ประชาชนชุมชน ตัวแทนสถานศึกษาในพื้นที่ ตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะของตลาดมีทั้งแบบโรงเรือน กึ่งโรงเรือน และหาบเร่/แผงลอย ขนาดของตลาดขึ้นอยู่กับพื้นที่และจำนวนของประชากร เวลาทำการของตลาด พบว่ามีทั้งเปิดทุกวันและเปิดบางวันผสมกันไป จุดประสงค์การมาตลาดอันดับสูงสุดที่สุด คือ ซื้อสินค้า จำนวน 540 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ท่องเที่ยว จำนวน 441 คิดเป็นร้อยละ 81.67 และพบปะเพื่อนฝูง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.96 ตลาดที่ผู้ตอบแบบสำรวจเคยใช้บริการมากที่สุดเป็นตลาดแผงลอย/เปิดตามวัน มากที่สุด 540 คน คิดเป็นร้อยละ 98 การสังเคราะห์รูปแบบ พบว่า การบริหารจัดการ มีส่วนร่วมเชิงพหุภาคี การสนทนากลุ่มพบว่า ต้องสะท้อนศักยภาพชุมชนของการจัดการตลาดภายในชุมชน ท้องถิ่น เข้าถึงหลักการท่องเที่ยว เพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรมปัจจัยใดที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการท่องเที่ยวมาตรฐาน ปรับปรุงการเผยแพร่ ส่งเสริมการขายตลาดในโลกออนไลน์ แนวทางการพัฒนา พบว่า 1) แนวทางการส่งเสริมด้านชุมชนท้องถิ่น 2) การส่งเสริมด้านวัฒนธรรม 3) การสร้างศักยภาพของชุมชน 4) อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ 5) การสร้างเครือข่ายตลาดเชิงการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนตลาดกลุ่มชาติพันธุ์

**คำสำคัญ:** ตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่น; กลไกรัฐและประชาสังคม; กลุ่มชาติพันธุ์

## Abstract

The objectives of this research were 1) to study, explore and synthesize the market model, 2) to study approaches to manage the market, and 3) to convey and present the local

cultural market through government and civil society mechanisms to drive the circular economy in ethnic communities. Mae Hong Son Province. The research tools were interview forms, focus group discussions. population for tourists 9 groups of service users, market representatives, local leaders, monks, community philosophers, representatives of educational institutions in the area Representative of the Provincial Office of Tourism and Sports.

The results showed that The characteristics of the market are both greenhouses, semi-houses and hawkers/stalls. The size of the market depends on the area and the number of population. market hours Found that they are open every day and open on certain days mixed together. 540 people, representing 100 percent, travel for 441, representing 81.67 percent, and meeting friends of 16 people, representing 2.96 percent. Stall market/open by day, the most 540 people, representing 98 percent. Model synthesis found that management Multilateral Participation group discussions found Must reflect the community potential of the market management within the local community, access to tourism principles. to appreciate the uniqueness What factors of cultural beauty will drive the economy? Increase the capacity of tourism, standards, improve dissemination. Promote online marketing. Development approaches were found that 1) Local community promotion guidelines 2) Cultural promotion 3) Community capacity building 4) Ethnic identity 5) Building a tourism market network to drive the ethnic market.

**Keywords:** Local Cultural Market; Government and Civil Society Mechanisms; Ethnic Group

## บทนำ

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์และคณะกรรมการขับเคลื่อนงานพัฒนาสังคม กลุ่มชาติพันธุ์ ได้จัดทำ “แผนแม่บทการพัฒนากลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทย พ.ศ. 2558-2560” ขึ้น โดยมี จุดมุ่งหมายเพื่อใช้แผนฉบับนี้เป็นเครื่องมือชี้แนะและบริหารจัดการดำเนินงานการประสาน จัดสรรทรัพยากร ดำเนินงานและติดตามประเมินผลการพัฒนากลุ่มชาติพันธุ์ในระยะต่อไปให้บังเกิดประสิทธิภาพ เชื่อมประสาน และบูรณาการดำเนินงานอย่างมีเอกภาพ ส่งผลต่อการพัฒนาที่สมดุลมั่นคงและสอดคล้องกับ กระบวนการพัฒนาส่วนรวมเพื่อก้าวสู่สากล (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาสถิติระดับพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน (2562) ในส่วนบริบทพื้นที่ทางด้านเศรษฐกิจ พบว่า จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้รับการจัดอันดับว่าเป็นจังหวัดที่มีรายได้ต่อครัวเรือนที่ต่ำที่สุดในประเทศไทยและ ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มจังหวัดที่มีปัญหาความยากจนเรื้อรัง โดยมีสัดส่วนคนจนร้อยละ 39.21 สูงกว่าค่าเฉลี่ยของ ประเทศ ร้อยละ 10.53 ขนาดเศรษฐกิจจังหวัด ปี พ.ศ. 2562 มีมูลค่าประมาณ 13,601 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.08 ของ GDP ประเทศไทย ประชากรมีรายได้ต่อหัวประมาณปีละ 48,132 บาท ประชาชนส่วนใหญ่พึ่งพาภาคเกษตรเป็นหลัก รายได้หลักจึงมาจากภาคเกษตรซึ่งค่อนข้างน้อยและไม่แน่นอน ประชาชนไม่มีทางเลือกในการประกอบอาชีพอื่นหรืออาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ การกระจายรายได้สู่ชุมชนของภาครัฐก็ยังไม่มีความชัดเจนและทั่วถึง (สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2563) ซึ่งจากการศึกษาวิจัยวิจัยพบว่า กิตติ สัจจา วัฒนา (2560) ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่รูปแบบงานวิจัยใหม่ที่ท้าทายกระบวนการพัฒนาศักยภาพของ

ประเทศไทย ซึ่งสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้พัฒนารูปแบบของการวิจัยเพื่อใช้การวิจัยเป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาคนและพัฒนาสังคมและประเทศไทยมากกว่า 25 ปี โดยมีทั้ง รูปแบบการวิจัยที่ให้ชาวบ้านเป็นนักวิจัยด้วยตนเอง ใช้การวิจัยเป็นเครื่องมือในการเสริมพลัง (Empower) เพื่อสร้างความเข้มแข็งในระดับชุมชน ทำให้ผู้คนและชุมชนท้องถิ่นโดยรวมสามารถพึ่งตนเอง มีรายได้มากกว่ารายจ่าย และสามารถพัฒนาเป็นผู้ผลิต ผู้สร้างงานบริการต่าง ๆ จากท้องถิ่นที่เข้มแข็ง สร้างสรรค์ หลากหลายมีเอกลักษณ์ ทันสมัย และเชื่อมโยงกับระบบตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบเศรษฐกิจฐานราก จะต้องมีความหลากหลายเพื่อเปิดโอกาสและแบ่งปันให้คนทุกกลุ่มทุกวัยสามารถมีพื้นที่ โดยพิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ (2560) มีความเห็นว่าการนำเอาแนวคิด/ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษานั้น จะให้ความสำคัญต่อการนำเอาคุณลักษณะ 3 ประการ (พอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี) 2 เงื่อนไข (ความรู้ และคุณธรรม) ไปปรับใช้ต่อการแปรผลสู่การปฏิบัติ ใน 2 ระดับด้วยกันคือ เศรษฐกิจพอเพียงที่เลี้ยงตัวเองได้บนพื้นฐานของความประหยัดและการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ที่เรียกว่า “เศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน” ซึ่งเรามักจะพบวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทยมีความหลากหลาย มีวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันไป โดยสภาพเศรษฐกิจ-สังคม ตามจารีตประเพณีเป็นการปรับตัวเข้ากับฐานทรัพยากรธรรมชาติและสภาพภูมิสังคมที่ตั้งถิ่นฐานอยู่โดย “กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง” หรือชนชาวเขาจะตั้งถิ่นฐานตามแนวเทือกเขาบนพื้นที่สูงทางภาคเหนือ เป็นสังคมเกษตรกรรมที่พึ่งอาศัยป่าเป็นหลัก “กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่ราบ” (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2558)

จากการวิเคราะห์สภาพการณ์และศักยภาพของประชาชนในท้องถิ่นจังหวัดแม่ฮ่องสอนได้ร่วมกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดแม่ฮ่องสอนในการลงพื้นที่รับฟังความคิดเห็น ของประชาชนในพื้นที่อำเภอทั้ง 7 อำเภอ ในห้วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559 โดยได้จัดทำแบบสำรวจความคิดเห็น เกี่ยวกับประเด็นปัญหาและความต้องการของประชาชน เพื่อประกอบการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ.2561 - 2564) และแผนปฏิบัติราชการประจำปีของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 โดยมีประชาชนให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสำรวจความคิดเห็น จำนวนทั้งสิ้น 1,644 ราย ซึ่งผลการสำรวจความคิดเห็นพบว่า ในด้านการลงทุนและการค้าชายแดนซึ่งปัจจุบันจังหวัดแม่ฮ่องสอนยังไม่มีด่านถาวรมีเพียงจุดผ่อนปรนทางการค้า 5 แห่ง ที่กฎหมายอนุมัติให้มีการค้าสินค้า ได้แก่ 1) ด่านห้วยต้นนุ่น อำเภอขุนยวม-บ้านน้ำม่างรัฐคะยา 2) ด่านห้วยผึ้ง อำเภอ เมือง-บ้านนามน รัฐฉาน 3) ด่านน้ำเพียงดิน อำเภอเมือง-บ้านใหม่ รัฐคะยา 4) ด่านเสาหิน อำเภอแม่สะเรียง-บ้าน ห้วยทราย รัฐคะยาและ 5) ด่านแม่สามแลบ อำเภอสบเมย-จังหวัดผาปูน รัฐกะเหรี่ยง ซึ่งฝ่ายไทยโดยจังหวัด แม่ฮ่องสอนกำหนดให้สามารถแลกเปลี่ยนสินค้าเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่จำเป็นในการอุปโภค-บริโภค ในชีวิตประจำวัน และเป็นสินค้าไม่ต้องห้ามตามกฎหมายอื่นใด ได้ภายในบริเวณตลาดนัดเพื่อการค้าห่างจากแนวพรมแดน ประมาณ 2 กิโลเมตร จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีความประสงค์ชัดเจนในการผลักดันยกระดับจุดผ่อนปรนห้วยต้นนุ่น อำเภอ ขุนยวม ให้เป็นจุดผ่านแดนถาวร เนื่องจากเป็นเส้นทางที่ใกล้ที่สุดในการเชื่อมต่อไปยังเมืองหลวงเนปดอร์ ระยะทาง เพียง 220 กิโลเมตร และเมืองหลักที่มีศักยภาพ ด้านการค้าของสหภาพเมียนมา อีกทั้งพื้นที่นี้ ไม่มีปัญหาการสู้รบภายในประเทศเมียนมาและอยู่ในความดูแลของกองกำลังทหารเมียนมาโดยตรง ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นฝ่ายไทยและเมียนมาเป็นไปด้วยดี (กลุ่มนโยบายและแผนงาน สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2559) ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินการพัฒนาเชิงพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาชุมชนแต่ละพื้นที่จึงมีทุนทางด้านศาสนาและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมทั้งประเพณีและวิถีชีวิตที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งนับเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยและต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยว ทำให้มีการขยายการลงทุนในภาคบริการมากขึ้น เกิดการจ้างงาน และกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากในชุมชนท้องถิ่นเพิ่มขึ้น และยังพบอีกว่าแม้ว่า



ภาครัฐจะพยายามแสวงหาแนวทางและกลไกการแก้ปัญหาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่สามารถแก้ปัญหาเศรษฐกิจระดับฐานรากได้มากนัก เนื่องจากข้อจำกัดของพื้นที่สูงซึ่งเป็นอุปสรรคในการพัฒนา ประชาชนในพื้นที่ยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองและจัดการตนเองได้ รวมทั้งการพัฒนาพื้นที่ซึ่งยังขาดการเชื่อมโยงกับภาคเครือข่ายหลักและการมีส่วนร่วมของประชาคมในพื้นที่ ปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ โดยเฉพาะชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัด ประชาชนในพื้นที่เกิดการว่างงาน ขาดอาชีพและรายได้ จนกลายเป็นพื้นที่ที่มีความเลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจที่รัฐจะต้องเร่งดำเนินการแก้ไขและพัฒนาอย่างเร่งด่วน (แผนพัฒนาสถิติระดับพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2562)

จากการลงพื้นที่ของผู้วิจัยในชุมชนเป้าหมายเพื่อสัมภาษณ์เบื้องต้น พบว่า การขับเคลื่อนในการแก้ไขปัญหาของภาครัฐยังไม่เพียงพอที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนได้อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากประชาชนยังขาดข้อมูลองค์ความรู้พื้นฐานและแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ชุมชนอย่างชัดเจน รวมทั้งไม่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน ในพื้นที่ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อมูลจากศูนย์พัฒนาราชภูมในพื้นที่สูงจังหวัดแม่ฮ่องสอน (2562) พบว่า ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความต้องการของประชาชนในการพัฒนาแต่ละพื้นที่จึงมีความแตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่ประชาชนต้องการประกอบอาชีพในท้องถิ่นตนเอง แต่ยังขาดความรู้ ทักษะวิชาชีพและแนวทางการสร้างอาชีพในชุมชน จึงต้องการให้ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความช่วยเหลือสนับสนุน เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจท้องถิ่นให้แก่ชุมชน ให้คนในชุมชนเป็นผู้ร่วมคิดร่วมทำร่วมรับผลประโยชน์ โดยที่ภาครัฐเป็นฝ่ายให้การสนับสนุนส่งเสริม ตลอดทั้งคอยแนะนำในการดำเนินการ จนสามารถสร้างรายได้หล่อเลี้ยงคนในชุมชนให้มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ซึ่งจะเป็นการตอบโจทย์การแก้ไขปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของชุมชน รวมทั้งส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน จนไปสู่หลักการวิจัยเชิงปฏิบัติการของ องอาจ นัยพัฒน์ (2548) ได้ชี้ให้เห็นถึงสาเหตุที่ทำให้การวิจัยเชิงปฏิบัติการได้รับความสนใจมากขึ้นในปัจจุบันนี้น่าจะมาจากปรากฏการณ์ต่างๆ กระแสเรียกร้องจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ปฏิบัติอยู่ในชุมชนหรือ องค์กรระดับท้องถิ่นโดยผลของการศึกษาวิจัยตามรูปแบบดั้งเดิมที่มีลักษณะมุ่งเน้นวิชาการ ดำเนินการโดยนักวิจัยจากภายนอกแต่เพียงฝ่ายเดียว มีความสอดคล้องกลมกลืนกับบริบทและ สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนน้อย ตามความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรมหรือการปฏิรูปใดๆ โดยองค์กรหรือชุมชนเป็นรากฐานสำคัญ ซึ่งเน้นหนักในการบูรณาการเชื่อมโยงระหว่าง แนวคิดเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติ การตอบสนองต่อกระแสเรียกร้องของสาธารณชนที่ต้องการเกิดการเกิดขึ้นของวิถีวิทยาการแสวงหาความรู้ ความจริงตามแนวคิดที่เป็นคลื่น ลูกใหม่ (new wave) ที่นำมาใช้ในวงการวิจัยและการประเมินการพัฒนามาจากฐานคติเชิงปรัชญา ตามกระบวนทัศน์แบบตีความ/สร้างสรรค์นิยม (Interpretivist/Constructivist)

ดังนั้นผู้วิจัย ได้เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาวิจัยที่เกิดขึ้นในพื้นที่ จึงเป็นที่มาของการศึกษานวัตกรรมพัฒนาเชิงพื้นที่บนฐานทุนทางพระพุทธศาสนาและพหุวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถและยกระดับมูลค่าเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ โดยคำถามงานวิจัยของโครงการวิจัยการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวชุมชนเชิงศาสนา และวัฒนธรรมควรมีแนวทางอย่างไรนี้ มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตล้านนา และมหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ เป็นต้น รวมทั้งผู้วิจัยมีประสบการณ์ในการทำงานวิจัยและบริการวิชาการในพื้นที่เป็นระยะเวลา 5 ปี โดยผลกระทบจากชุดโครงการวิจัยนี้จะเกิดกับประชาชนในชุมชนทำให้มีอาชีพเสริมและรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนนวัตกรรมชาวบ้านและผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในพื้นที่มีศักยภาพ ความรู้และทักษะ ในการบริหารจัดการที่ดี มีการตลาดและการผลิตผลิตภัณฑ์

ชุมชนที่ได้มาตรฐาน สามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดดิจิทัลที่มีมูลค่าสูง นอกจากนี้ชุมชนท้องถิ่นยังมีขีดความสามารถ ในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเองบนฐานทุนทางพระพุทธศาสนา และวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสำรวจและสังเคราะห์รูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน
3. เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยผานวิธีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้ดำเนินการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้
  - 1.1.1 กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 9 แห่ง ๆ ละ 30 รูป/คน รวม 270 รูป/คน
  - 1.1.2 กลุ่มผู้ใช้บริการตลาด จำนวน 9 แห่ง ๆ ละ 30 รูป/คน รวม 270 รูป/คน
- 1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.2.1 การสัมภาษณ์ (Interview) กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ กลุ่มผู้ค้าในตลาด และผู้นำชุมชน จำนวน 30 รูป/คน

1.2.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ตัวแทนตลาด ผู้นำท้องถิ่น พระสงฆ์ ปราชญ์ชุมชน ตัวแทนสถานศึกษาในพื้นที่ ตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด จำนวน 12 รูป/คน

ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่นำมาสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มนั้น ได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจงจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนได้เสียจากชุมชนทั้ง 9 แห่ง ในพื้นที่อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยโดยแบ่งเครื่องมือเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้แก่ แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่วิจัย แบบสอบถามการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน สำหรับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้ใช้บริการตลาด และเครื่องมือเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) สำหรับประชาชนในพื้นที่ กลุ่มผู้ค้าในตลาด ผู้นำชุมชน และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ตัวแทนตลาด ผู้นำท้องถิ่น พระสงฆ์ ปราชญ์ชุมชน ตัวแทนสถานศึกษาในพื้นที่ ตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

## 2.1 เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

2.1.1 แบบสำรวจข้อมูลของตลาดในพื้นที่วิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบได้ด้วยข้อมูลทั่วไปของตลาด ลักษณะของตลาด ขนาดของตลาด เวลาทำการ จำนวนร้านอาหารเครื่องดื่ม บริการที่อยู่ในตลาด ระบบสาธารณูปโภคและข้อมูลด้านกิจกรรมที่เกิดขึ้นในตลาด

2.1.2 แบบสอบถามต่อการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด (Closed-ended questions) ใช้ข้อคำถามแบบให้เลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

## 2.2 เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

2.2.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยแบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ชุด

ชุดที่ 1 ประกอบด้วยประเด็นคำถามเกี่ยวกับ

- 1) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดวัฒนธรรม
- 2) การขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในกลุ่มชาติพันธุ์
- 3) องค์ประกอบของตลาดวัฒนธรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยว
- 4) ปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์
- 5) สภาพแวดล้อมของตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์
- 6) ปัญหาของตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์
- 7) แนวทางการพัฒนา ส่งเสริมตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

ชุดที่ 2 ประกอบด้วยประเด็นคำถามที่เกี่ยวกับ

- 1) สิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการ
- 2) ราคาในการจำหน่ายสินค้า บริการ ส่งผลต่ออำนาจในการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ
- 3) ผลิตภัณฑ์ /สินค้า/บริการของท่านมีความสามารถในการขยายการผลิต
- 4) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือการปรับเปลี่ยนสูตร
- 5) ผลิตภัณฑ์ การบริการ ของท่านควรพัฒนา ปรับปรุง
- 6) ท่านคิดว่าหากต้องนำวัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์จากกลุ่มชาติพันธุ์มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการท่านจะใช้สิ่งใดมาประยุกต์

7) ความต้องการให้หน่วยงาน องค์กร ใดเข้ามาพัฒนาสิ่งใด หรือด้านใดของตลาดเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่กำลังจะเติบโตขึ้นในอนาคต

2.2.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นการสนทนากลุ่มจาก ตัวแทนตลาด ผู้นำท้องถิ่น พระสงฆ์ ปราชญ์ชุมชน ตัวแทนสถานศึกษาในพื้นที่ ตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และทีม

ผู้วิจัย เพื่อให้ชุมชนได้รับการถ่ายทอดและนำเสนอตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการโดยแบ่งเป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังนี้

#### 3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

3.1.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อเข้าเก็บข้อมูลต่อผู้นำชุมชน ผู้นำท้องถิ่นในเขตพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 9 หมู่บ้าน

3.1.2 ผู้วิจัยลงพื้นที่ สัมภาษณ์ และแจกแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งนี้ในระยะเวลาที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ฐานเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 จึงต้องมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามครบตรงตามเป้าหมาย ประกอบด้วยแบบสำรวจข้อมูลจำนวน 9 ฉบับ และแบบสอบถาม จำนวน 540 ฉบับ

3.1.3 เมื่อได้รับแบบสำรวจและแบบสอบถามกลับคือมาผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ พร้อมทั้งจัดระเบียบข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

3.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามตามขั้นตอนดังนี้

3.2.1 ผู้วิจัยวางแผนการลงพื้นที่ภาคสนาม ติดต่อประสานกับผู้ให้ข้อมูลและกำหนดวันเวลาที่ลงพื้นที่

3.2.2 ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อประสานงานเพื่อยืนยันกับผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่วิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.3 ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นข้อคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน การดำเนินการสัมภาษณ์ในขั้นตอนนี้จะได้ข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยประชาชนในพื้นที่ กลุ่มผู้ค้าในตลาด และผู้นำชุมชน จำนวน 30 รูป/คน ทีมผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์โดยการสร้างความรู้จัก คั้นเคย และการพูดคุย เพื่อสร้างความไว้วางใจกับผู้ให้ข้อมูล นอกจากนั้นหากผู้ให้ข้อมูลอยู่ในสมณเพศ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการที่เหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูลซึ่งจากการลงพื้นที่วิจัยสถานการณ์ของแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ยังอยู่ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผ่านโปรแกรมออนไลน์เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์

3.2.4 เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แล้วผู้วิจัยสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินสนทนากลุ่มต่อไป

3.2.5 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยได้ทำการสรุปข้อมูลของสภาพชุมชน วิเคราะห์สถานการณ์เพื่อทำการจัดการสนทนากลุ่มโดยมีการสร้างความเข้าใจในภาพภูมิหลักทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันของพื้นที่ในการวิจัยโดยมี พระสงฆ์ ปราชญ์ชุมชน เป็นผู้ให้ข้อมูลทั้งนี้ผู้วิจัยก็ได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากการสนทนาด้วย จากนั้นผู้นำการสนทนาจึงเริ่มใช้คำถามเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอนโดยมีผู้ให้ข้อมูล ตัวแทนตลาด ผู้นำท้องถิ่น พระสงฆ์ ปราชญ์ชุมชน ตัวแทนสถานศึกษาในพื้นที่ ตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด จำนวน 12 รูป/คน

3.2.6 หลังจากได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) แล้วเสร็จ และข้อมูลในส่วนอื่น ๆ ข้างต้น จึงนำมาวิเคราะห์ สรุปผลและอภิปรายผลเพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะต่อไป ดังนี้

1) ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ส่วนใหญ่ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมเองจึงมีความสะดวก ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ข้อมูล

2) ข้อมูลที่ได้รับมาผู้วิจัยทำการแยกแยะข้อมูล จัดระบบข้อมูล รวมทั้งการประมวลผล สรุป แยกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาวิจัย และนำไปรวมกับข้อมูลประเภทอื่น ๆ ที่ได้รับเพื่อสรุป ผลการวิจัย

3) กำหนดรูปแบบ กระบวนการเพื่อแสดงข้อมูลทางสถิติ และการพรรณนา รวมทั้ง รายงานผลการวิจัยตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

**4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)** วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน รูปแบบการนำเสนอด้วยตาราง และอธิบายเพิ่มเติม ดังนี้

4.1.1 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสำรวจมาแจกแจงความถี่ (Frequency) เป็นรายชื่อ วิเคราะห์ คำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

4.1.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมา แจกแจงความถี่ (Frequency) เป็นรายชื่อ วิเคราะห์ คำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอข้อมูลใน รูปแบบตารางประกอบความเรียง

4.1.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ประเด็นเกี่ยวกับความต้องการของการพัฒนา ตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) นำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์น้ำหนัก 5 ระดับ จากนั้นจึงนำไปบันทึกและวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาแปลความหมายรายชื่อ รายด้าน และความหมายใน ภาพรวม การแปลผลค่าเฉลี่ยตามหลักเกณฑ์ของช่วงระดับคะแนน (Class Interval) (บุญชุม ศรีสะอาด, 2545) 5 ระดับ ดังนี้

|           |             |         |                      |
|-----------|-------------|---------|----------------------|
| ค่าเฉลี่ย | 4.50 – 5.00 | หมายถึง | อยู่ในระดับมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | 3.50 – 4.49 | หมายถึง | อยู่ในระดับมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | 2.50 – 3.49 | หมายถึง | อยู่ในระดับมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | 1.50 – 2.49 | หมายถึง | อยู่ในระดับมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย | 1.50 – 1.49 | หมายถึง | อยู่ในระดับมากที่สุด |

4.1.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ประเด็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและ แนวทางการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ หมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอนสรุปเป็นข้อมูลด้วยการเขียนเชิงพรรณนา

**4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)** ได้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร สำรวจ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม นำมาวิเคราะห์คำถามปลายเปิดด้วยการ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สรุปเป็นข้อมูลด้วยการเขียนเชิงพรรณนา

ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้อมูลทางการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จากการสัมภาษณ์ การสนทนา กลุ่มจากกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยจึงได้ข้อมูล ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) จากหน่วยงานของรัฐและ เอกชน ที่เกี่ยวข้องับเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของจังหวัด และข้อมูลจากคน ในท้องถิ่นเกี่ยวกับสังคมและ

วัฒนธรรมทั้งเป็นข้อมูลเชิงนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการวิเคราะห์เนื้อหาสร้างข้อสรุปโดยฉันทามติของที่ประชุมในที่วิจัย

นอกจากนี้ การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมวิธีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จึงต้องมีการจัดระเบียบโครงสร้าง และหาความหมายข้อมูลที่รวบรวม ค้นหาข้อข้อความที่บอกความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ แล้วนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดหลักการ ทฤษฎีต่าง ๆ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย (Descriptive) และการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา (Content Analysis) รวมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูล (Collection Of Data) การนำเสนอข้อมูล (Presentation Of Data) การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis Of Data) และการตีความหมาย ข้อมูล (Interpretation Of Data) ซึ่งเป็นการได้มาซึ่งข้อมูลที่สร้างความสมบูรณ์ในการทำงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาเรียบเรียงเพื่อประกอบการหาความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในการเตรียมนำเสนอข้อค้นพบ เพื่อการสรุป ตีความ และการตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำของผลการวิจัยต่อไป

## ผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสำรวจและสังเคราะห์รูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า

1.1 การสำรวจข้อมูลพื้นฐานของตลาดในแต่ละท้องที่ ลักษณะของตลาดมีทั้งแบบโรงเรือน กึ่งโรงเรือน และหาบเร่/แผงลอย ขนาดของตลาดขึ้นอยู่กับพื้นที่และจำนวนของประชากร ส่วนใหญ่ในพื้นที่จะเป็นตลาดขนาดเล็ก เวลาทำการของตลาด พบว่ามีทั้งเปิดทุกวันและเปิดบางวันผสมกันไป จำนวนร้านอาหาร/เครื่องดื่มมีหลากหลาย การบริการที่อยู่ในตลาด เช่น ร้านตัดผม/เสริมสวย, ซ่อมนาฬิกา, ตัดเย็บ, บริการขนส่ง, บริการส่งสินค้า, รถเช่า, ซ่อมรถ, ซ่อมรองเท้า/เครื่องหนัง, มัคคุเทศก์/นำเที่ยว, ซ่อมเครื่องมือเครื่องใช้, สถานพยาบาล, สถาบันการเงิน ฯลฯ ระบบสาธารณูปโภคด้านไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 75 แหล่งน้ำมีทั้งสองประเภทได้แก่ น้ำประปาและน้ำบาดาล ตลาดมีการจัดการระบบกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลตามขนาดของตลาด ซึ่งตลาดขนาดเล็ก หาบเร่/แผงลอย ผู้ขายจะต้องนำกลับไปกำจัดเอง

ระดับความคิดเห็นต่อการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสำรวจเป็นบรรพชิต 17 รูป คิดเป็นร้อยละ 3.15 ศกฺ์ชาย 136 คน คิดเป็นร้อยละ 25.19 และศกฺ์หญิง 387 คน คิดเป็นร้อยละ 71.67 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด 158 คน คิดเป็นร้อยละ 29.26 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 60.56 จบการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากที่สุด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 32.78 ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางมาตลาดมากที่สุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 37.78 จุดประสงค์หลักในการมาตลาดอันดับสูงสุดที่สุด คือ ซื้อสินค้า จำนวน 540 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมา คือ ท่องเที่ยว จำนวน 441 คิดเป็นร้อยละ 81.67 อันดับสุดท้าย คือ พบปะเพื่อนฝูง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.96 และตลาดที่ผู้ตอบแบบสำรวจเคยใช้บริการ/การท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีลักษณะเป็นตลาดขายสินค้าและบริการทั่วไป และตลาดแผงลอย/เปิดตามวัน (ตลาดนัด) จำนวนมากที่สุด 540 คน คิดเป็นร้อยละ 100 จากการใช้ข้อมูลของผู้สัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนขาดการวางแผน การจัดการของท้องถิ่นใน ด้านนโยบาย การวางแผน การส่งเสริมของชุมชน รวมทั้งการค้นหาจุดเด่นของชุมชน ท้องถิ่น ที่สามารถนำมาต่อยอดในการจุดขาย จุดแลกเปลี่ยนสินค้า หรือมีการนำมาต่อยอดในการส่งเสริมการสร้างตลาดจากคนในชุมชน เนื่องจากมีการลงทุนจากภายนอกจึงทำให้คนในชุมชนซึ่งในภาวะการเปลี่ยนแปลงการทั้งด้านสังคมและวัฒนธรรมก่อให้เกิด

เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านปัจจัยซึ่ง ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ ปัจจัย ทางสังคม ปัจจัยทาง วัฒนธรรม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยภายนอก ได้แก่ การติดต่อระหว่างสังคมที่หลากหลาย การกระทบกระทั่งระหว่างสังคม โดยมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและ วัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย ประกอบกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นเมือง ไปสู่ความทันสมัย ความเป็นอุตสาหกรรม และกระบวนการเปลี่ยนตามระเบียบบริหารราชการในการจัดการตนเองของ หมู่บ้าน ชุมชน ท้องถิ่นซึ่งในการจัดการด้านตลาดวัฒนธรรมอันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนจากสภาพสังคมของชุมชนใน จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีการวางแผนของตลาดที่เป็นหลักแหล่งไม่มากนัก ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นตลาดหาบแห่ง แผงลอย ตามข้างทาง ขายเพราะวันที่กำหนด หรือมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ ช่วงเวลา เทศกาลต่าง ๆ

## 1.2 การสังเคราะห์รูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน

### 1.2.1 ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดวัฒนธรรม

การค้าในตลาดท้องถิ่นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีความเกี่ยวกับธุรกิจ การท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเริ่มที่การเป็นผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวทั้งภายในจังหวัด และนอกจังหวัด แล้ว กิจกรรมประกอบการในตลาดยังมีความสำคัญกับผู้ประกอบการในธุรกิจ อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเช่น ธุรกิจ โรงแรม สถานบริการ ธุรกิจการลงทุน อื่น ๆ จำเป็นต้องอาศัยจุดเด่น ของวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอนซึ่งเป็นต้นทุนทางสังคม และวัฒนธรรมเป็นทุนที่มีความสำคัญต่อชุมชนอย่างมาก ซึ่งจำเป็นต้องเน้นความสัมพันธ์พื้นฐาน ของความเอื้ออาทรต่อกัน นอกจากนั้นการดำเนินการของตลาดแล้ว การจะเข้าไปดำเนินการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติ หรือเขตโบราณสถานต่าง ๆ ผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ จำเป็นต้องต้องทราบกฎและระเบียบของ สถานที่แต่ละแห่ง เพื่อเป็นแนวทาง ในการปฏิบัติ สำหรับการจำหน่ายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว

### 1.2.2 ด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในกลุ่มชาติพันธุ์

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในการ เสริมสร้างความเข้มแข็งของตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นการพัฒนาทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมพร้อมกันทุกด้าน โดยหน่วยงานทั้งภาครัฐและ เอกชน รวมไปถึงภาคีองค์กรกลุ่มต่าง ๆ โดยการส่งเสริมความเข้มแข็งของตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ชุมชน เพื่อพัฒนาศักยภาพให้คนในชุมชนรวมกลุ่มกันร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรักษา ผลประโยชน์ของชุมชน นำมาซึ่งโอกาสในการขยายธุรกิจไปสู่การค้าขายแดน โดยการ วิเคราะห์โอกาสการ ขยายธุรกิจไปสู่ตลาด ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศยังมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นปัจจัยสำคัญและเป็นเรื่องที่ท้าทายสำหรับคนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ ได้แก่ สินค้าและบริการที่มีโอกาส จำหน่ายในตลาดต่างวัฒนธรรม ต้องเป็นสินค้าที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนกลุ่มชาติพันธุ์ในท้องถิ่นนั้นและไม่ ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี หรือความเชื่อทางศาสนา

### 1.2.3 ด้านองค์ประกอบของตลาดวัฒนธรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

การพัฒนาตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมกับการท่องเที่ยวเป็นโอกาสในการจ้างงานให้กับคน ในพื้นที่ ซึ่งมาพร้อมกับการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ในอีกมุมหนึ่งคือเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นเข้ามาร่วม บริหารและจัดการโครงสร้างพื้นฐาน

### 1.2.4 ด้านปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์

การท่องเที่ยวช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีส่วนสนับสนุนความอยู่รอดของชุมชนขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์ของคนในชุมชน เชื่อมโยงผูกพันกับทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม เป็นเครื่องมือในการส่งเสริม

การจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน สร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ เผยแพร่ภูมิปัญญาอย่างสร้างสรรค์กิจกรรมในตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สร้างความร่วมมือผ่านกระบวนการของหน่วยงานในการทำงานเป็นพันธมิตรส่งเสริมตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP และวิสาหกิจชุมชน การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP และวิสาหกิจชุมชนในตลาด

ด้านโอกาส ได้รับความร่วมมือและสนับสนุนด้วยดีจากหน่วยงานภาคีเครือข่ายและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในจังหวัด ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม ช่วยเอื้ออำนวยให้ประสานงานได้ในวงกว้างและรวดเร็ว มีพันธมิตรในกลุ่มการพัฒนาทุกภาคส่วนมีหมู่บ้านที่จัดการท่องเที่ยวที่มีทุนทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ จังหวัดแม่ฮ่องสอนต้องปรับปรุงกฎหมายผังเมืองให้เอื้อ ต่อการลงทุน มีการบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน มีการเชื่อมโยง แลกเปลี่ยนข้อมูล ทำให้ส่งผลดี ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม องค์กรต่างๆ มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมนโยบายของจังหวัด แม่ฮ่องสอนในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวและพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีโอกาสได้รับการพัฒนา เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน

ด้านปัญหาที่พบ สภาพภูมิประเทศของจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีภูเขา ล้อมรอบเส้นทางคมนาคม การคมนาคมไม่สะดวก ต้นทุนด้านการขนส่งของจังหวัดแม่ฮ่องสอนสูงทำให้ต้นทุนสินค้าอุปโภคบริโภคสูงขึ้น ปัญหาเรื่องโฉนดที่ดินทำการลงทุนไม่ขยายตัว ขาดแรงจูงใจในการลงทุนด้านอุตสาหกรรมตลาดการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ภาษาท้องถิ่นมีหลายภาษา

2. เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความต้องการพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D. = 0.35) เมื่อแยกเป็นรายการพบว่า มีการวางแผนความพร้อมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ มากที่สุดอันดับที่หนึ่ง ( $\bar{X} = 4.82$ , S.D. = 0.29) มีส่วนร่วมในการส่งเสริมด้านบริการ นำเที่ยว มัคคุเทศก์ ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ รองลงมาเป็นอันดับที่สอง ( $\bar{X} = 4.69$ , S.D. = 0.39) ชุมชน ท้องถิ่น ขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์อันดับที่สาม ( $\bar{X} = 4.66$ , S.D. = 0.47) และมีการจัดกิจกรรมเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์เป็นอันดับสุดท้าย ( $\bar{X} = 3.35$ , S.D. = 0.53)

3. เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า

แนวทางที่ 1 แนวทางการส่งเสริมด้านชุมชนท้องถิ่น ต้องมีการแผนชุมชนเป็นการสร้างอำนาจเพื่อช่วยในการดูแลตัวเองโดยใช้แผนชุมชน แผนหมู่บ้าน หรือแผนบางพื้นที่ แผนแม่บทชุมชนแผนแม่บทท้องถิ่น ซึ่งเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการจัดการตนเองของหมู่บ้าน ชุมชน

แนวทางที่ 2 แนวทางการส่งเสริมด้านวัฒนธรรม จำเป็นต้องใช้แนวคิดการจัดการ เป็นกลไกในการสร้างเสริมของการอยู่ร่วมกันภายในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ กิจกรรมการมีส่วนร่วม การแก้ไขปัญหา การตัดสินใจร่วมกัน ซึ่งเป็นกระบวนการรวมทั้งการสร้างแรงจูงใจภายในกลุ่มชาติพันธุ์ของตนเองให้เกิดความกระตือรือร้นร่วมทำ ร่วมกันวิเคราะห์ สร้างความเข้มแข็งในการอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรมของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์พร้อมกับการส่งเสริมศักยภาพชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ ศักยภาพของการสร้างตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ จากพลังของคนคนรุ่นใหม่ในชุมชน

แนวทางที่ 3 แนวทางการสร้างศักยภาพของชุมชน เกิดได้จากพลังของคนในชุมชน ที่มีการจัดการภายในชุมชนของตนเอง ตลอดจนคนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มีความสัมพันธ์เหนียวแน่นสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ไม่ว่าจะเป็นระบบครอบครัว เครือ ญาติ ความเชื่อที่คนในชุมชนต่างเห็นความสำคัญและพร้อมใจกันที่ร่วมกันรักษา เสริมสร้างให้มีความเข้มแข็งอย่างต่อเนื่อง และสร้างความเข้มแข็งชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ ทำให้ทราบว่าความเข้มแข็งของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มีองค์ประกอบหลายด้าน

แนวทางที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เป็นการแสดงถึงความเป็นปึกแผ่นในกลุ่มชาติพันธุ์ของตนเองแสดงถึงความเป็นพวกเดียวกัน ที่ร่วมกันสร้างขึ้นมาให้มีความเหมือนกันในกลุ่มเดียวกัน และมีความแตกต่างไปจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น โดยอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาในแต่ละยุคสมัยนั้น ๆ การรักษาวัฒนธรรมวิถีชีวิตแบบกลุ่มชาติพันธุ์ของคนในชุมชนให้อยู่ร่วมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

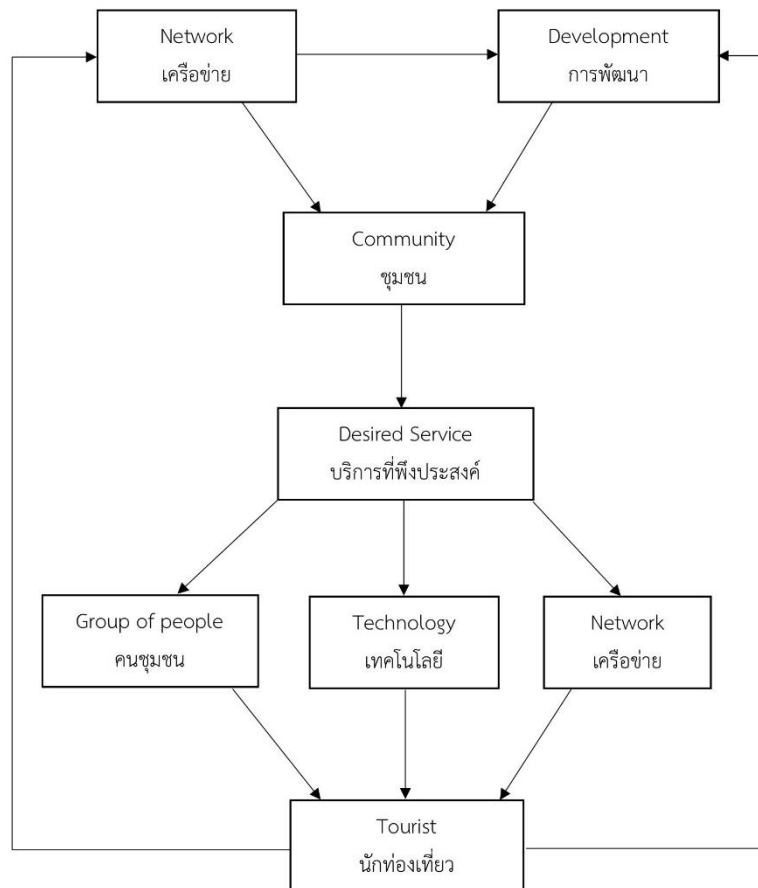
แนวทางที่ 5 การสร้างเครือข่ายตลาดเชิงการท่องเที่ยว โดยชุมชนเป็นสร้างตลาด การท่องเที่ยวที่ต้องเน้นการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนเอาไว้ให้ได้ท่ามกลางการไหลบ่าทางโลกของการท่องเที่ยวแบบเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ที่กำลังระบาดอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ ๆ ในประเทศไทย ซึ่งตลาดในจังหวัดแม่ฮ่องสอนต้องสร้างเครือข่าย เพื่อให้ชุมชนได้ผลประโยชน์ระหว่างคนในชุมชนด้วยกันเองกับความคิดและผลประโยชน์จากการเข้ามาของนักท่องเที่ยว

4. สรุปผลการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อถ่ายทอดและนำเสนอ เรื่อง การพัฒนารูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอนพบว่า

ตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอนจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวได้ ต้องสะท้อนศักยภาพชุมชนของการจัดการตลาดภายในชุมชน ท้องถิ่น สำรวจเส้นทางรูปแบบตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีการจัดตั้ง เพื่อเป็นข้อมูลนำไปสู่การเข้าถึงของนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงจุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยว และเพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ ความงดงามทางวัฒนธรรมของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน และเป็นการสร้างความเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้งตรึงใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ อีกทั้งยังเป็นตัวส่งเสริมรายได้จากการใช้บริการผ่านกลไกรัฐและประชาสังคม ปัจจัยใดที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอนจำเป็นต้องสร้างรูปแบบและขับเคลื่อนตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่น แสดงถึงรูปร่างหรือสิ่งที่ปรากฏมองเห็นได้ เป็นการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ของตลาดเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นและแสดงออกของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน รวมทั้งการออกแบบตามลักษณะกายภาพของแต่ละท้องถิ่นเพื่อตอบสนองรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

### องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ ผ่านการสังเคราะห์องค์ความรู้โดยใช้เครือข่าย (Network) การพัฒนา (Development) ชุมชน (Community) คนในชุมชน (Group of people) ความยั่งยืน (Sustainable) การใช้สื่อเทคโนโลยี (Technology) บริการที่พึงประสงค์ (Desired Service) นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ “Marketing Mix Model” ดังแผนภาพต่อไปนี้



1. Network เครือข่าย เป็นการร่วมกันของคนในชุมชน หรือมีองค์ความรู้ในการรวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชน

2. Development กระบวนการพัฒนาขับเคลื่อนกระบวนการออกแบบตลาดเชิงวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายหลังจากความต้องการของคน ชุมชน ท้องถิ่นสู่การจัดทำตลาดเชิงวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

3. Community ชุมชนต้องให้ความร่วมมือและเอาใจใส่ในการทำงานเป็นทีม (Teamwork) เสียสละและแบ่งปันน้ำใจให้แกกัน เพื่อแก้ไขปัญหา ตลอดจนร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ

4. Technology สื่อเทคโนโลยีใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ ว่าภายในชุมชนแห่งนี้มีจุดท่องเที่ยว สถานที่วัฒนธรรม ตลาด หน่วยงานสถานที่จำหน่ายสินค้าและบริการ

5. Desired Service บริการที่พึงประสงค์ เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับหรือต้องการที่จะได้รับระดับความต้องการขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคล องค์กร กลุ่มคณะ หรือลูกค้าที่มีต่อบริการที่จะได้รับจากสถานนั้น

6. Tourists นักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มที่มีความต้องการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหรือมีความสนใจในสถานที่ ธรรมชาติ หรือมรดกวัฒนธรรม (Educated Visitor)

ซึ่งจากการสังเคราะห์องค์ความรู้ นั้น ตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์สำหรับการท่องเที่ยวจะต้องเป็นการดำเนินงานด้านการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้ ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงผลกระทบ

ที่จะเกิดขึ้นกับแหล่งมรดกวัฒนธรรมด้วย เพื่อนำมาสู่รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านตลาดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกลไกรัฐและประชาสังคม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ส่งเสริมให้ผู้ขายสินค้าในตลาด นำกลยุทธ์การขาย การตลาดไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนา รูปแบบอาหาร ขนม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การแปรรูปอาหาร และการทำชุดอาหารว่าง ให้เป็นเอกลักษณ์ ของภาคแต่ละชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์

1.2 ส่งเสริมให้ผู้ผลิตสินค้าในตลาดรักษามาตรฐานของสินค้า คุณภาพ การให้บริการ เพื่อช่วย ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

1.3 สร้างเครือข่ายในการร่วมกับผู้ค้าในตลาดพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวสามารถ เข้าถึงข้อมูลได้โดยสะดวกและให้มีความน่าสนใจ

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาและวิจัยอย่างต่อเนื่องเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ตลาดวัฒนธรรมในกลุ่ม ชาติพันธุ์ที่หลากหลายระหว่างชุมชนใกล้เคียงเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงของตลาดในหลายมิติ

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2558). *การมอบนโยบายและแนวทางปฏิบัติราชการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์*. กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- กลุ่มนโยบายและแผนงาน สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน. 2559. *คู่มือกลุ่มนโยบายและแผนงาน : คู่มือกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม*. แม่ฮ่องสอน: กลุ่มนโยบายและแผนงาน สำนักงาน อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน.
- กิตติ สัจจาวัฒนา. (2560). งานวิจัยเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่ รูปแบบงานวิจัยใหม่ที่ท้าทายกระบวนการทัศน์การวิจัย ของประเทศไทย. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 9(1); 3-7.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: วังมณีโปรดักชั่น.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2560). *การเปิดเผยข้อมูล CSR ในรายงานประจำปี*. สืบค้นเมื่อ 23 มีนาคม 2566, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/489436>
- สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2563). *แผนพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวนปี พ.ศ. 2563*. แม่ฮ่องสอน: สำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน.
- สำนักงานสถิติจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2562). *แผนพัฒนาสถิติระดับพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. แม่ฮ่องสอน: สำนักงานสถิติจังหวัดแม่ฮ่องสอน.