

กลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ*

Strategies for Converting Knowledge into Practice for Community Economic Development Based on Tai Lue Cultural Wisdom

¹ศุภมร ชมพูมิ่ง และ ภาณุวัฒน์ ภัคติวังค์

¹Supamorn Chompooming and Panuwat Pakdeewong

¹มหาวิทยาลัยนเรศวร

¹Naresuan University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: kru_supamorn@hotmail.com



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ ออกแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยดำเนินการศึกษาวิจัย 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 การยกร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ มีการดำเนินการศึกษาวิจัย โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ ประชุมเชิงปฏิบัติการ ครั้งที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อม ใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 คน ประชุมเชิงปฏิบัติการ ครั้งที่ 2 การยกร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ ตอนที่ 2 การตรวจสอบร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินร่างกลยุทธ์ ใช้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน และตอนที่ 3 ประเมินกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ ที่ปรับปรุงแล้ว ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 25 คน ประเมินความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้และการใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ 2) การสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ 3) การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไทยลื้อ 4) การสร้าง E-market บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ 5) การสร้าง Startup บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ และกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาจากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยลื้อ มีความสอดคล้องกันในระดับมาก และความเหมาะสม ความเป็นไปได้และการใช้ประโยชน์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: กลยุทธ์การแปรความรู้; เศรษฐกิจชุมชน; ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม; ไทยลื้อ



Abstract

The research article aimed at presenting strategies for transforming local wisdom into practice for community economy development based on Tai Lue cultural wisdom. The study used a mixed-method approach, with the following three phases: 1) drafting strategies for transforming local wisdom into practice for community economy development based on Tai Lue cultural wisdom. Two workshops were conducted: the first one was to analyze the environmental factors by using a population and sample group of 25 persons, the second one was to draft the strategies for transforming local wisdom into practice for community economy development based on Tai Lue cultural wisdom; 2) examining the draft strategies by using connoisseurship with 7 experts; and 3) assessing the revised strategies for transforming local wisdom into practice for community economy development based on Tai Lue cultural wisdom by 25 experts to check the congruence, propriety, feasibility, and utilization.

From the study, it is found that there are five strategies for transforming local wisdom into practice for community economy development based on Tai Lue cultural wisdom which are: 1) designing the products from local wisdom of Tai Lue culture; 2) producing products from local wisdom of Tai Lue culture; 3) building a startup based on local wisdom of Tai Lue culture. The strategies for transforming local wisdom into practice for community economy development based on Tai Lue cultural wisdom have a high level of congruence, propriety, feasibility, and utilization.

Keywords: Strategies for Knowledge Transformation; Community Economy; Cultural Wisdom; Tai Lue

บทนำ

สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องซึ่งส่งผลกระทบต่อประเทศไทย ทั้งทางตรง และทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรที่มีสัดส่วนวัยแรงงานลดลง ประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศประกอบกับ เกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นโรคระบาดที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนทำให้เกิดวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ทั่วโลกหยุดชะงักพร้อมกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจทุกประเทศทั่วโลกและคาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2020 นี้ อาจจะมีจุดถึงเกือบร้อยละ 9 ซึ่งเป็นการหดตัวที่รุนแรงที่สุดตั้งแต่วิกฤติต้มยำกุ้งในปี 1997 และเศรษฐกิจไทยอาจจะหดตัวรุนแรงมากที่สุดประเทศหนึ่งในกลุ่มประเทศอาเซียน และมีแรงงานที่ได้รับผลกระทบจากปัญหา COVID เกือบสามล้านคน

การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกในครั้งนี้ ประเทศไทยได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก จากบทความวิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันของธนาคารแห่งประเทศไทยได้กล่าวถึงเศรษฐกิจของสังคมไทยในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อประชาชนในทุกระดับของสังคมไทยที่ต้องเผชิญกับความผันผวนทางเศรษฐกิจ (Bank of Thailand, 2020) ค่าครองชีพที่สูงขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีรายได้น้อยมีความไม่แน่นอน กลุ่ม

อาชีพเกษตรกรรม กลุ่มแรงงาน เป็นต้น จากสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจระดับโลกและระดับประเทศส่งผลกระทบต่อประชาชนในทุกระดับ ซึ่งเศรษฐกิจระดับชุมชนเป็นระดับที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจมากที่สุด จากข้อมูลศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจชุมชน ปี 2563 ปรับตัวลดลงรายการที่สำคัญ ดัชนีทุกรายการยังทรงตัวต่ำกว่าค่ากลางที่ 50 สำหรับสิ่งที่ต้องการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (National Economic and Social Development, 2020) ประกอบด้วยการพัฒนาสินค้าชุมชนเพื่อให้มีช่องทางการตลาดมากขึ้น ลดราคาต้นทุนวัตถุดิบ เพิ่มเงินทุน ดอกเบี้ยต่ำกระตุ้นใช้จ่ายในประเทศ ให้ความรู้ในการประกอบอาชีพ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ลดการเก็บภาษีซ้ำซ้อนและแก้ปัญหาหนี้ครัวเรือน

ปัญหาดังกล่าว ควรมีการนำนวัตกรรมหรือเครื่องมือมาแก้ปัญหาและพัฒนาเศรษฐกิจ ในประเทศไทยให้หลุดพ้นจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งเครื่องมือที่เหมาะสมที่จะนำมาพัฒนาเศรษฐกิจที่ดีที่สุดก็คือ กลยุทธ์ อันหมายถึงแนวทางที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จหรือเกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเศรษฐกิจได้ ดังเช่น การฟื้นฟู (Turnaround) เป็นกลยุทธ์ที่องค์กรนำไปใช้ในกรณีที่ประสบปัญหาการปรับตัวให้เข้ากับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หรือกลยุทธ์ด้านการตลาด (Marketing Strategy) เป็นวิธีการที่องค์กรเลือกดำเนินการเพื่อสร้างความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดขององค์กร กลยุทธ์การตลาดจึงเป็นเครื่องมือในการรณรงค์ต่อสู้กับคู่แข่งเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาด ทั้งนี้ฝ่ายการตลาดจะเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำหนดแผนการตลาดโดยเสนอกลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการใช้ส่วนประสมการตลาดได้แก่ผลิตภัณฑ์ราคาช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

การนำกลยุทธ์มาเป็นเครื่องมือในการสร้างความสำเร็จ ทำให้ได้เห็นว่า การแก้ปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ควรจะนำกลยุทธ์มาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อแก้ปัญหาตลาดแรงงานที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยการศึกษาสิ่งใกล้ตัวที่สามารถนำมาพัฒนาเศรษฐกิจได้ด้วยตนเอง ซึ่งสิ่งใกล้ตัวของคนในชุมชนนั้นก็คือภูมิปัญญา ซึ่ง Buason (2009) ได้สรุปไว้ว่า ภูมิปัญญานั้น เกิดจากรากฐานทางความคิด ความเชื่อองค์ความรู้ต่างๆ รวมไปถึงวัฒนธรรมประเพณี ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นสู่กระบวนการสืบทอด เชื่อมโยงจากประสบการณ์การจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่งภายในระบบสังคม มาปรับปรุง ปรับใช้ พัฒนาการดำเนินชีวิต ภายในสังคม หรือชุมชนของตนซึ่งสอดคล้องกับข้อความของ Sahakun and Sukna (2018) ที่กล่าวไว้ว่า “ภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดเป็นมิติทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน” และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chanhom (2016) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอภูมิปัญญาของชาวไทยทรงดำในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยจากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่เกิดจากการต่อยอดภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ ชาวไทยทรงดำทั้งชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยนั้น ตามกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายจากสังคมภายนอกด้วยการนำองค์ความรู้และประสบการณ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอและผู้วิจัยมาร่วมกัน สร้างผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ด้วยหลักของศิลปะการออกแบบได้ จำนวน 20 รูปแบบ ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน ทั้งยังเป็นแหล่งเรียนรู้ศิลปกรรมท้องถิ่น ประเภทผ้าทอ ตลอดจนมีข้อมูลในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น ในการนี้ Vieng-ngoen et al. (2019) ยังได้ศึกษาเกี่ยวกับผ้าทอไทลื้อ: ภูมิปัญญาบนลายผ้าของชุมชนบ้านป่าปี ตำบลบ้านธิ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน ผลการวิจัยพบว่า ผ้าทอไทลื้อของกลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านธิ เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น การทอผ้าชิ้นนี้ถือเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่คนรุ่นหลังได้มาจากประสบการณ์ที่สั่งสมกันมา ภูมิปัญญาจึงมีทั้งภูมิปัญญาที่มาจากประสบการณ์ในพื้นที่และนอกพื้นที่ และสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน



การใช้ภูมิปัญญาของชุมชนหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เป็นสิ่งที่สามารถนำมาพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเป็นอย่างดีและการนำกลยุทธ์มาเป็นเครื่องมือในการสร้างความสำเร็จ จะทำให้การแก้ปัญหาเศรษฐกิจได้ดียิ่งขึ้น เช่น กลยุทธ์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์งานฝีมือและหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน (Khongkaew, Jaiman and Pongsakornrunsilp, 2015) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ CharoenPool (2016) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบโมบายคอมพิวเตอร์ โดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่มีการประสบการณ์ในการซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบโมบายคอมพิวเตอร์จำนวน 400 คน ผลการศึกษางานวิจัยพบว่า ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด 4C ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางผ่านระบบโมบาย คอมพิวเตอร์ และงานวิจัยของ Phuthes (2013) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดบนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นพบว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดเป็นมิติทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่าสังคมจะอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนนั้นด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองจะช่วยลดความเสี่ยงต่อการล่มสลายของครอบครัว ชุมชนโดยส่วนรวมในที่สุด และยังช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ สอดคล้องกับ สิทธิชัย สมานชาติ ได้กล่าวว่า ภูมิปัญญาการทอผ้าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมานาน ซึ่งปัจจุบันได้เป็นสินค้าสิ่งทอร่วมสมัยที่สร้างรายได้จำนวนมากให้ชุมชน เช่น ผ้าทอชาติพันธุ์ผู้ไทยเป็นภูมิปัญญาการทอผ้าดั้งเดิมที่เคยย้อมทับสีผ้าโสร่งไหมให้เข้มขึ้นด้วยการหมักโคลน มาประยุกต์กับการทำผลิตภัณฑ์ผ้าหมักโคลน และผ้าทอชาติพันธุ์ไทลื้อ เป็นผ้าทอที่มีชื่อเสียงมากและมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

ชาติพันธุ์ไทลื้อหรือไตลื้อ เป็นกลุ่มชนชาติพันธุ์ ที่พูดภาษาตระกูลไท มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น คือ การใช้ภาษาไทยลื้อ การแต่งกาย ศิลปะและประเพณี มีถิ่นฐานดั้งเดิมอยู่ในเขตสิบสองปันนา ทางตอนใต้ของประเทศจีนและได้ย้ายถิ่นมายังดินแดนทางภาคเหนือของประเทศไทย กระจายกันอยู่ตามจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ ลำปาง ลำพูน พะเยา น่าน และแพร่ (Inya, 2015) ซึ่งจังหวัดแพร่มีกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้ออาศัยอยู่ ณ ตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นชุมชนไทลื้อเล็กๆ ที่คนในชุมชนมีภาษาพูดเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร ซึ่งเรียกว่า ภาษาไทลื้อ มีเครื่องแต่งกายเป็นเอกลักษณ์ ไม่เหมือนใคร มีลีลา การฟ้อนรำ มีฝีมือทางด้านหัตถกรรมทอผ้า และการประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ที่สวยงาม ซึ่งวิถีชีวิตที่ไม่เหมือนชุมชนอื่นเป็นที่น่าสนใจและน่าศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจระดับโลกและระดับประเทศส่งผลกระทบต่อประชาชนในทุกๆ ระดับ ซึ่งเศรษฐกิจระดับชุมชนเป็นระดับที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจมากที่สุด สิ่งที่สามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการแก้ไขสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจนี้ได้ก็คือ กลยุทธ์อันหมายถึงแนวทางที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และสิ่งที่ใกล้ตัวที่สามารถนำมาพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งได้แก่ ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำการศึกษาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคม จึงได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาจากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนพื้นฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ เพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจชุมชนและเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนให้เจริญก้าวหน้าที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ที่ผู้วิจัยผสมผสานองค์ประกอบของการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่ออธิบายความกว้างและความลึกและยืนยันผลการวิจัย โดยใช้การรวบรวมข้อมูลที่ต้องนำมาตีความหรือวิเคราะห์ร่วมกัน และผู้วิจัยกำหนดวิธีการศึกษา 3 ตอน แต่ละตอนมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตอนที่ 1 การยกร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เรื่อง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ในวันที่ 13 มิถุนายน 2563 ณ ห้องประชุม สำนักงานเทศบาลตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ เวลา 09.00–11.30 น.

2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Criterion Based Selection) โดยกำหนดเป็นเกณฑ์/คุณสมบัติ ว่าเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจและสามารถให้ข้อมูลในเรื่องนั้นๆ ได้ลึกซึ้งดีที่สุดในฐานะ ผู้นำ ชุมชน ประชาชนชาวบ้าน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์ไทลื้อ จำนวน 25 คน และประสานงานเป็นการส่วนตัว ชี้แจงจุดประสงค์ขั้นต้น และวิธีการจัดส่งข้อมูลประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการด้วยตนเองก่อนล่วงหน้า เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญได้เตรียมตัว เตรียมข้อมูลจัดระบบข้อมูลและความคิดล่วงหน้าเกี่ยวกับการพิจารณาวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมใน ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก และจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

3. ดำเนินการวิจัย โดยจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ในวันที่ 13 มิถุนายน 2563 ณ ห้องประชุม สำนักงานเทศบาล ตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมืองจังหวัดแพร่ เวลา 09.00–11.30 น. โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยเสนอผลการวิจัยในตอนต้นที่ 1 ให้ผู้เข้าร่วมประชุมทราบ เพื่อประกอบการพิจารณา ได้แก่

1) บริบทและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

2) สภาพเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ตำบลบ้านถิ่น จังหวัดแพร่

3.2 ผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการจำนวน 25 คน ประกอบด้วยผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน ประชาชนชาวบ้าน จำนวน 10 คน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์ไทลื้อ จำนวน 10 คน ร่วมกันวิเคราะห์สภาพและปัญหาของชุมชนไทลื้อ บ้านถิ่น จังหวัดแพร่ โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก สภาพและปัญหาของชุมชนไทลื้อ ตำบลบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ โดยมี ผู้เชี่ยวชาญด้านกลยุทธ์ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการ

3.3 ผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ในสภาพและปัญหาของชุมชนไทลื้อ ตำบลบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ ในข้อ 2 มาจัดลำดับความสำคัญต่อประเด็นต่างๆ ใน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

3.4 ผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ นำข้อมูลที่ได้จากการจัดลำดับความสำคัญต่อประเด็นต่างๆ ในจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มากำหนดตำแหน่งของกลยุทธ์

3.5 ผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการนำข้อมูลจากข้อ 2-4 มาจัดทำร่างกลยุทธ์โดยใช้ เทคนิค SWOT Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์ เชิงปรับตัว กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงรับ และกลยุทธ์ เชิงป้องกัน จากนั้น ที่ประชุม

ร่วมกันร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ประกอบด้วย วิทยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ กลยุทธ์ และมาตรการ

3.6 ผู้วิจัยสรุปผลการจัดทำร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ที่ได้เข้าร่วมประชุมตามกิจกรรมในข้อ 5 และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบทบทวนปรับปรุงรวมทั้งเพิ่มเติมร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ให้เกิดความสมบูรณ์ เวลา 11.30–14.00 น. จำนวน 15 คน และให้ผู้วิจัยรวบรวมดำเนินการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.1 ผู้วิจัย จัดประชุมเชิงปฏิบัติการตามกำหนดการ ทั้งนี้ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกและการสร้างกลยุทธ์ จะเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนากลยุทธ์มาเป็นผู้ดำเนินการ โดยผู้วิจัยเป็นผู้จัดบันทึกและบันทึกเทป

4.2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT และจัดทำกลยุทธ์โดยใช้เทคนิค TOWSจากการประชุมเชิงปฏิบัติการมานำเสนอเป็นกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

5. ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

5.1 ผู้ร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของสภาพและปัญหาของชุมชนไทลื้อ ตำบลบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ ตามกระบวนการวิเคราะห์ SWOT และดำเนินการจัดทำกลยุทธ์

5.2 ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของสภาพและปัญหาของชุมชน ไทลื้อ ตำบลบ้านถิ่น จังหวัดแพร่ ตามกระบวนการวิเคราะห์SWOT และจัดทำกลยุทธ์

ตอนที่ 2 การตรวจสอบร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ดังนี้

1. การจัดการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อตรวจสอบกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ซึ่งจัดในวันที่ 13 มิถุนายน 2563 ณ ห้องประชุม สำนักงานเทศบาลตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมืองจังหวัดแพร่ เวลา 15.00–16.30 น.

2. ขอบเขตบุคคลผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการตรวจสอบกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่ การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ จำนวน 7 คน ซึ่งมีคุณสมบัติอย่างน้อยข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

- 1) ตำแหน่งหรือเคยดำรงตำแหน่งผู้บริหาร เทศบาลตำบลบ้านถิ่น จังหวัดแพร่
- 2) เป็นนักวิชาการ ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในด้านการภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ
- 3) เป็นนักวิชาการที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกที่มีความรู้ความสามารถมีประสบการณ์ด้านการพัฒนากลยุทธ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัย จัดการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ตามกำหนดการทั้งนี้ในการตรวจสอบร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญา

ทางวัฒนธรรมไทลื้อ จะเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนากลยุทธ์มาเป็นผู้ดำเนินการ โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) นำไปวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลในด้านความสอดคล้องของวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ แล้วนำมาปรับแก้ร่างกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ตอนที่ 3 การประเมินตรวจสอบความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

ผู้วิจัยดำเนินการประเมินกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ดังนี้

1. ประเมินกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ใช้ระเบียบวิธีการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณโดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ด้วยแบบประเมินกลยุทธ์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เกี่ยวกับ ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของกลยุทธ์

2. บุคคลผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิหรือนักวิชาการที่มีความชำนาญการด้านกลยุทธ์ จำนวน 25 คน ซึ่งมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งดังนี้

- 1) ดำรงตำแหน่งหรือเคยดำรงตำแหน่งผู้บริหารเทศบาลตำบลบ้านถิ่น จังหวัดแพร่
- 2) เป็นนักวิชาการ ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในด้านการภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ
- 3) เป็นนักวิชาการที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกที่มีความรู้ความสามารถมีประสบการณ์ด้านการพัฒนากลยุทธ์

3. ผู้วิจัยประสานงานกับผู้เชี่ยวชาญโดยทางโทรศัพท์และจัดส่งแบบประเมินพร้อมเอกสารประกอบการพิจารณาไปให้ผู้เชี่ยวชาญ หลังจากนั้นผู้วิจัยรวบรวมแบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ โดยมีผู้เชี่ยวชาญที่เข้าร่วมการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในตอนต้นที่ 2 ร่วมประเมินด้วย ดำเนินการตรวจสอบความเรียบร้อย และนำไปวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลในความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของกลยุทธ์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการส่งแบบประเมินกลยุทธ์ไปทางไปรษณีย์ การวิเคราะห์ข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. กลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ที่สร้างขึ้น ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ 5 กลยุทธ์ และ 14 มาตรการ ดังนี้

วิสัยทัศน์ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

พันธกิจ ยกระดับเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

เป้าประสงค์ ชุมชนสร้างรายได้จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

กลยุทธ์ที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

มาตรการ

1. การปลูกพืชสำหรับการทอผ้า
2. การย้อมสีจากพืช
3. การออกแบบลายผ้าทอจากวิถีวัฒนธรรมไทลื้อ
4. การออกแบบการถนอมอาหารไทลื้อ

กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

มาตรการ

1. การทอผ้าลายวิถีวัฒนธรรมไทลื้อ
2. การออกแบบเสื้อผ้าให้สอดคล้องกับการออกแบบลายผ้าทอจากวิถีวัฒนธรรมไทลื้อและมีความทันสมัย
3. สร้างแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ
4. การคำนวณต้นทุนในการผลิตสินค้าเพื่อกำหนดราคา

กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไทลื้อ

มาตรการ

1. การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน
2. การเชื่อมโยงเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ
3. การจัดช่องทางการจำหน่ายสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 4 การสร้าง E-market บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

มาตรการ

1. สถานการณ์การขายในปัจจุบัน
2. ความต้องการของตลาด
3. วิธีการบริการลูกค้า

2. ผลการประเมินกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ

ผลการประเมินกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ จากผู้ทรงคุณวุฒิ ประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ของกลยุทธ์ ปรากฏรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การประเมินกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 25 คน

ที่	กลยุทธ์	ความเหมาะสม	ความเป็นไปได้	การใช้ประโยชน์
1	การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ	3.68	4.04	4.12
2	การสร้างผลิตภัณฑ์จาก ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ	3.52	3.96	3.76
3	การสร้างผลิตภัณฑ์จาก ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ	3.52	3.96	3.76
4	การสร้าง E-market บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ	3.96	3.88	3.52
5	การสร้าง Startup บนฐานภูมิปัญญา ทางวัฒนธรรมไทลื้อ	3.96	3.80	3.52
รวมเฉลี่ย		3.73	3.93	3.74
เฉลี่ย		3.80		

จากตาราง 1 พบว่า ผลการประเมินกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ จากผู้ทรงคุณวุฒิ ประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของกลยุทธ์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก

องค์ความรู้ใหม่

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ คือ กลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ได้ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อมีความสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน หากมีการออกแบบที่เหมาะสมจะสร้างรายได้กับชุมชน เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายออกแบบลายผ้าทันสมัย การย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติก็เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

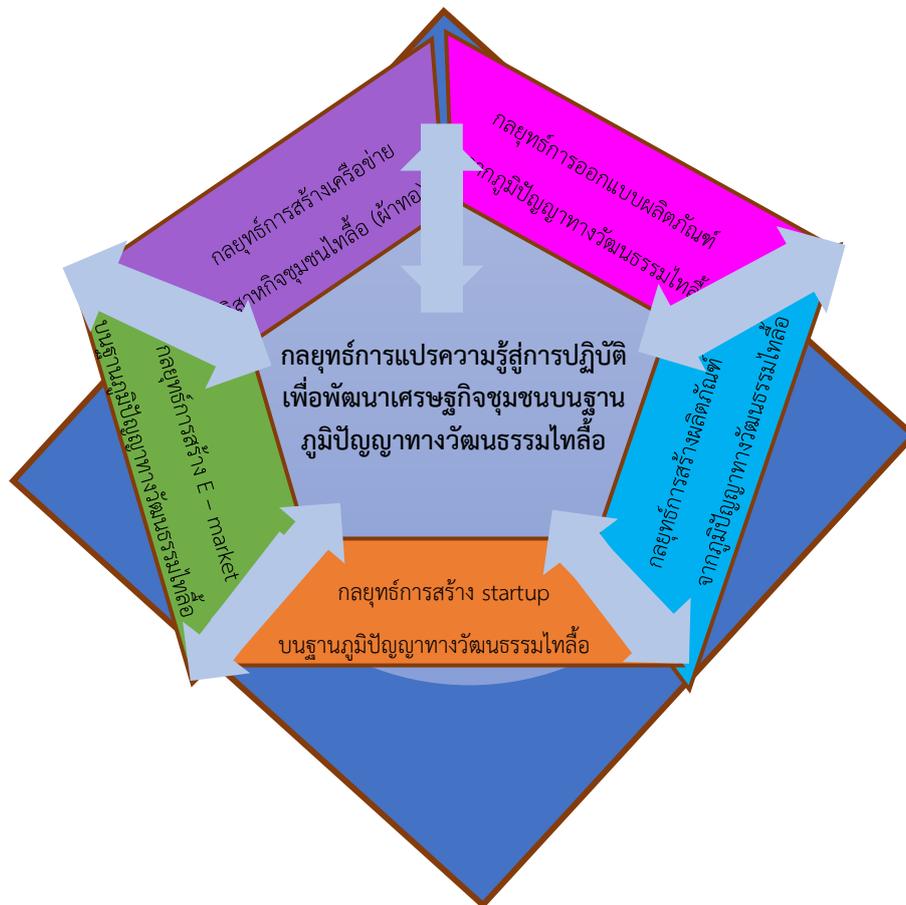
กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อมีความสำคัญมากต่อ การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ทำให้เกิดรายได้ ออกแบบผ้าทอไทลื้อให้ทันสมัย การจัดช่องทางในการจำหน่ายในประเทศให้ทั่วถึงลื้อ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นได้จริงในวิถีชีวิตไทลื้อ กลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ เพราะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน

กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไทลื้อมีความสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน การจัดตั้งกลุ่มเชื่อมโยงหน่วยงานของรัฐ และจัดช่องทางจำหน่าย สามารถทำได้แบบเป็นรูปธรรม เพราะเมื่อผลิตแล้วไม่มีตลาดจำหน่ายการสร้างเชื่อมั่นกับสินค้าและเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้กับเข้มแข็งการเชื่อมโยงเครือข่ายกับหน่วยงานของรัฐ

กลยุทธ์ที่ 4 การสร้าง E-market บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อมีความสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เป็นแนวทางในการสร้างการตลาดในชุมชนออนไลน์ซึ่งในปัจจุบันนี้มีการซื้อขายบน

ออนไลน์มากกว่าในตลาดจริง และพัฒนาให้กับคนในชุมชนที่ขาดความรู้ ในการตลาดออนไลน์ เพราะทั้งสองกิจกรรมอยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติจริง การสร้างE-market เป็นแนวทางที่จะพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนมาก เพราะเป็นการสร้างความเชื่อถือในกับสินค้าและเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้า

กลยุทธ์ที่ 5 การสร้าง Start-up บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน แต่ยังเป็นเรื่องไกลตัว



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

1. กลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ที่สร้างขึ้น ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ และ 14 มาตรการ อภิปราย ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อมีความสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน จะพบว่าการออกแบบ เป็นกิจกรรมของมนุษย์ ที่ควบคู่กับการดำรงชีวิต เพราะในการดำรงชีวิตของมนุษย์นั้น จะต้องมีการกำหนด มีการวางแผนเป็นขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้บังเกิดความเหมาะสมต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แนวคิดในเรื่อง วิถีจักรของผลิตภัณฑ์ ซึ่ให้เราเห็นว่าระดับของผลกำไรจะไม่คงที่อยู่ตลอดไปโดยไม่ลดลง สินค้าใดๆ ก็ตามย่อมจะต้องถึงจุดอิ่มตัวและถดถอยเหมือนกันหมด ด้วยเวลาและความเร็วที่ต่างกันออกไป ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา จึงเป็นแนวทางให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคต่อไปไม่สิ้นสุด

กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อมีความสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นได้จริงในวิถีชีวิตไทลื้อ กลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ เพราะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน Ajinsamajarn (2008) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่ดี คือ ภูเขาสู่ความสำเร็จของตลาด ผลิตภัณฑ์เป็นตัวแทนของความคาดหวังของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความพึงพอใจของสังคม ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จประกันถึงความส่งเสริมตัวเอง ถ้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นั่นก็คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ดีควรก่อให้เกิดความกระตือรือร้น 10 เพิ่มเติม ซึ่งมีความสำคัญต่อองค์การตลาด มันให้ความอิสระแก่ตลาดในการตัดสินใจ สำหรับนักการตลาด ความหมายของผลิตภัณฑ์ถูกตัดสินโดยความต้องการของผู้บริโภค Tantiwongwanich, et al. (2003) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การผสมผสานของสินค้าและบริการที่ กิจการเสนอต่อตลาด เป้าหมาย ประกอบด้วย ความหลากหลาย คุณภาพ การออกแบบ รูปแบบ ตรา ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การบริการ

กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไทลื้อมีความสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยชุมชนให้เหตุผลว่า เพราะเมื่อผลิตแล้วไม่มีตลาดจำหน่ายการสร้างความสำเร็จขึ้นอยู่กับสินค้าและเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้า การจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้กับเข้มแข็งการเชื่อมโยงเครือข่ายกับหน่วยงานของรัฐ สอดคล้องกับพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 มีเจตนารมณ์เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ตลอดจนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง มีความพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใด รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงขึ้น

กลยุทธ์ที่ 4 การสร้าง E-market บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อมีความสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เป็นการสร้างความเชื่อถือในกับสินค้าและเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jaimun (2011). ได้ศึกษาพฤติกรรมของคนวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเครื่องสำอางออนไลน์ผลการศึกษาพบว่า การซื้อเครื่องสำอางส่วนใหญ่ชอบซื้อผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์สำหรับแต่งหน้า และนิยมซื้อเครื่องสำอางออนไลน์จากเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ (E-Shop Website) เหตุผลที่ซื้อเนื่องจากเห็นว่ามียาราคาถูกกว่าการซื้อด้วยวิธีอื่น วัตถุประสงค์ในการซื้อคือเพื่อใช้เอง และส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเองในโอกาสที่พบสินค้าถูกใจ โดยชำระเงินด้วยวิธีการโอนเงินผ่าน ธนาคาร หลังจากซื้อเครื่องสำอางออนไลน์และได้รับเครื่องสำอางแล้ว ผู้ตอบส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก ปัจจัยส่วนผสมการตลาดออนไลน์ผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัย 6 ด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 5 การสร้าง Start-up บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน แต่ยังเป็นเรื่องไกลตัวควรได้รับการฝึกอบรมเพื่อชุมชนสามารถสร้างธุรกิจของตนเองได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jiamtragarn (2013) ที่ศึกษาเรื่อง ความท้าทายของธุรกิจสตาร์ทอัพในยุคไทยแลนด์ 4.0 พบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นรูปแบบธุรกิจที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการมากในยุคไทยแลนด์ 4.0 ทั้งการได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่พร้อมใช้และการเห็นตัวอย่างการประสบความสำเร็จจากบริษัทที่มีชื่อเสียง ปัจจุบันรัฐบาลไทยให้การสนับสนุน ธุรกิจนี้เป็นอย่างมากเนื่องจากมองว่าเป็นอนาคตของเศรษฐกิจประเทศไทยที่จะช่วยให้ประเทศสามารถ ก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลางได้

2. ผลการประเมินกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้



ผลการประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และการใช้ประโยชน์ของกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อเทียบกับเกณฑ์ประเมินพบว่า มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้และการใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาสภาพเศรษฐกิจของชุมชนไทลื้อบ้านถิ่น โดยการจัดประชุมสัมมนา และการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) มีการมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (SWOT Analysis) และการยกร่างกลยุทธ์ และกระบวนการวิจัยในขั้นตอนการตรวจสอบกลยุทธ์ โดยการประชุมสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ อีกทั้งกระบวนการพัฒนากลยุทธ์ของผู้วิจัย เป็นไปตามหลักและทฤษฎีการพัฒนากลยุทธ์ เป็นไปตามแนวคิดของ Phakaphatwivat (2003) ที่กล่าวไว้ว่า การวางแผนกลยุทธ์จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในและยังเป็น การวางแผนอย่างมีระบบ หมายถึง การวางแผนที่มีการเชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเป็นการเชื่อมโยงเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ จากกระบวนการพัฒนากลยุทธ์ตามลำดับที่กล่าวข้างต้นส่งผลให้ผลการประเมินกลยุทธ์การจัดทาแผนชุมชนของหมู่บ้านที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และการยอมรับได้ อยู่ระดับมากและมากที่สุดทำให้สามารถสรุปได้ว่ากลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

สรุป

กลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนพื้น ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไทลื้อ กลยุทธ์ที่ 4 การสร้าง E-market บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ กลยุทธ์ที่ 5 การสร้าง Startup บนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ และกลยุทธ์การแปรความรู้จากภูมิปัญญาสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และการใช้ประโยชน์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 หน่วยงานของรัฐควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาแหล่งการเรียนรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อ ให้มีจำนวนมากขึ้น

1.2 หน่วยงานของรัฐควรมีการจัดกิจกรรมในการส่งเสริมการแสดงผลการดำเนินงานในการแสดงออกถึงการสืบสานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทลื้อในลักษณะต่างๆ เพิ่มเติม

1.3 หน่วยงานของรัฐควรมีการถอดองค์ความรู้จากตัวปราชญ์ชาวบ้านออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรหรือสื่อการเรียนรู้อื่นๆ เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งสำหรับเยาวชนและชุมชนให้สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาช่องทางอื่นในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทย

2.2 ควรมีการขยายขอบเขตของประชากรในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อศึกษาประชากรในกลุ่มที่กว้าง และสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์และความแตกต่างได้

2.3 ควรเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและออกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่ม โดยแยกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจน และมีความถูกต้อง ตรงกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น

References

- Ajinsamajarn, C. (2008). *Management Theory According to the Concept of the Western Princess*. Bangkok: Wisdom.
- Bank of Thailand. (2020). *Economic and Business Information Exchange Program Between the BOT and the Business Sector*. Retrieved August, 20, 2020, from ns/Pages/BLP.aspx
- Buason, R. (2009). *Research and Development of the Educational Process*. Bangkok: Samai.
- Chanhom, Th. (2016). Development of Woven Fabrics, the Wisdom of the Thai Song Dam People in the Western Region of Thailand. *Journal of the Researchers Association*, 21(1), 181-192.
- CharoenPool, Al. (2016). *Marketing Strategies Affect Processes Make a Decision to Buy Cosmetics Through a Mobile Commerce System*. Bangkok: Dhurajit Pumdit University.
- Economic and Social Development Plan. (2020). *National Economic and Social Development*. Bangkok: Economic.
- Hutanuwat, N. (2008). *Think of Strategies as Well SWOT*. (7th edition). (Update No. 2). (Master's Thesis). Ubon Ratchathani University. Ubon Ratchathani.
- Inya, W. (2015). *Kidney Study*. Nan: Nan Offset Plant.
- Jiamtragan, Y. (2013). *Cybersecurity for Business in Large-Scale Industry*. Science and Technology. National Defense College.
- Jaimun, S. (2011). *Behavior of Workers in Muang Chiang Mai District in Online Cosmetics Trading*. (Master's Thesis). Chiang Mai University. Chiang Mai.
- Khongkaew, M., Jaiman, P., & Pongsakornrungsilp, S. (2015). Creative Economy Strategy for Manual Skill and Handicraft Community Products. *Ratchaphruek Journal*, 13(2), 41-49.
- Phakaphatwiwat, S. (2003). *Strategic Management*. Bangkok: Amarin Book Center.
- Phonwichai, Th. (2012). *Guidelines for Improving Village and Community Capacity Development (SML)*. Bangkok: Economic and Business Forecasting Center. University of the Thai Chamber of Commerce.
- Phuthes, U. (2013). *Development of Community Potential in the Management of Bung Boraphet Tourism Nakhon Sawan Province*. (Master's Thesis). Mahasarakham University. Mahasarakham.

- Samachat, S. (2010). *Isan Textile Heritage*. (Master's Thesis). Ubon Ratchathani University. Ubon Ratchathani.
- Sahakun, T., & Sukna, S. (2018). *Identity and Belief in Traditional Mural Painting for Developing Creative Products Ubon Ratchathani*. (Doctoral Dissertation). Mahasarakham University. Mahasarakham.
- Tantiwongwanich, W. et al. (2003). *Principles of Marketing*. Bangkok: Pearson Edducchana Indo-China.
- The Center for Economic and Business Forecasting. (2020). *Forecasts of the Thai Economy in 2020*. Bangkok: University of the Thai Chamber of Commerce.
- Vieng-ngoen, S. et al. (2019). *Wisdom of Woven Pattern in Pa Pi Community, Ban Ti Sub-District, Ban Ti District, Lamphun Provinc.* (Master's Thesis). Lampang Rajabhat University. Lampang.
- Worawittayanon, N. (2013). *Attitudes of Consumers Towards Businesses Selling Products and Services Online*. (Master's Thesis). Graduate School Chiang Mai University. ChiangMai.