

นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม สหสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ

นวัตกรรมการ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Innovation of Heritage Local Wisdom for Cultural Entrepreneurs



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy in Technopreneurship and Innovation

Management

Inter-Department of Technopreneurship and Innovation Management

GRADUATE SCHOOL

Chulalongkorn University

Academic Year 2019

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา
โดย	น.ส.ศนิตา ตุมพสุวรรณ
สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ อนันต์วรณิชย์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต

.....	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธรรมนุญ หนูจักร)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ประธานกรรมการ
.....	
(ศาสตราจารย์ ดร.สนอง เอกสิทธิ์)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ อนันต์วรณิชย์)	
.....	กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.มงคลชัย วิริยะพินิจ)	
.....	กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กวิน อัสวานันท์)	
.....	กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรสุข ตันตระรุ่งโรจน์)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์ ปัญจบุรี)	

คณิตา ตุมพสุวรรณ : นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับ
 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา. (Innovation of Heritage Local Wisdom
 for Cultural Entrepreneurs) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์, อ.ที่
 ปรึกษาร่วม : ผศ. ดร.พงศ์พันธ์ อนันต์วรณิชย์

ประเทศไทยสั่งสมภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้พื้นฐานแสดงออกมาในลักษณะของขนบธรรมเนียม ประเพณี และงาน
 หัตถกรรมซึ่งมีอัตลักษณ์แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น ทำการขับเคลื่อนประเทศโดยใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พัฒนางานหัตถกรรมที่มีรากฐานมา
 จากมรดกทางภูมิปัญญาของชุมชนเพื่อให้สามารถผลิต ต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า ในขณะที่มีการพัฒนาบนฐานภูมิปัญญา กลับพบ
 ปัญหาด้านการถดถอยของภูมิปัญญาดั้งเดิม ภูมิปัญญาหลายด้านมีความเสี่ยงในการสูญหาย การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพ
 ปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจ ในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ค้นหาองค์ความรู้ด้านการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา
 สังเคราะห์นวัตกรรมกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างธนาคารภูมิปัญญาเพื่อจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ และ
 ประเมินผลการยอมรับรูปแบบนวัตกรรมขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม ประกอบด้วย 1)
 การวิจัยเอกสารวิชาการ จำนวน 36 บทความ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง 23 ราย 3) การวิจัยเชิงปริมาณโดย
 เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 308 ราย ใช้ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักและใช้ผลจากการวิจัยเชิงปริมาณมาช่วยเสริมให้ได้
 คำตอบที่ลึกซึ้ง

ผลการวิจัยพบว่านวัตกรรมกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา มีปัจจัย
 สำคัญ 5 ประการ คือ 1) แรงจูงใจในการสืบทอด 2) บุคลากรในการสืบทอด 3) ภูมิปัญญา 4) กลวิธีการถ่ายทอด 5) การจัดการ โดยกระบวนการ
 การสืบทอดมีลักษณะเป็นพลวัต มีความสมดุลและไม่สิ้นสุด ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ ผู้ส่งมอบความรู้ภูมิปัญญา กระบวนการสื
 ทอด และ ผู้รับมอบความรู้ภูมิปัญญา เป็นนวัตกรรมชุมชนที่สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน นวัตกรรมกระบวนการสืบทอดมรดก
 ภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้ภูมิปัญญาถูกรวบรวม จัดเก็บ และเผยแพร่ในธนาคารภูมิปัญญา (เว็บไซต์สล่าเซ็นเตอร์) ผลการประเมินการ
 ยอมรับนวัตกรรม พบว่านวัตกรรมนำเสนอทางเลือกในการแก้ไขปัญหา ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 สามารถนำไปใช้งานได้จริง ในระดับ
 มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 และสามารถสะท้อนคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 โดยการตัดสินใจยอมรับ
 นวัตกรรมอยู่ในขั้นความรู้และขั้นการจูงใจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 CHULALONGKORN UNIVERSITY

สาขาวิชา ชุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ ลายมือชื่อนิสิต

นวัตกรรม

ปีการศึกษา 2562 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม

5887822020 : MAJOR TECHNOPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT

KEYWORD: PROCESS INNOVATION, LOCAL WISDOM, KNOWLEDGE TRANSFERING, CULTURAL ENTREPRENEURS

Khanita Tumphasuwan : Innovation of Heritage Local Wisdom for Cultural Entrepreneurs. Advisor: Asst. Prof. ARUNEE HONGSIRIWAT, Ph.D. Co-advisor: Asst. Prof. PONGPUN ANUNTAVORANICH, Ph.D.

Thailand accumulated Thai Local wisdom as a basis of knowledge which is represented in the forms of customs, traditions, culture, and handicrafts with different identities in each locality. Moreover, Thailand uses the creative economy to drive the country. For instance, the handicrafts based on the each heritage local wisdom are developed in order to produce, enhance and create value-added products. Even though the development process is based on wisdom, there are the problems involving with the traditional wisdom regression. Various dimensions of wisdom are possibly at risk of vanishing. Therefore, this study aimed to explore the operations of a group of cultural entrepreneurs in present days and to discover the basis of knowledge of the heritage local wisdom transmission process in order to create the heritage local wisdom transmission innovation, create the local wisdom knowledge bank a storage and dissemination hub of the basis of knowledge, and evaluate the acceptance of the model of the heritage local wisdom transmission innovation. This research applied the mixed methods including 1) Academic documentary research with 36 articles 2) Qualitative research by in-depth interviewing 23 participates 3) Quantitative research by surveying from 308 participates. This study focused mainly on the result from qualitative research while the result from quantitative research is added as a supplement.

The result of this study revealed the 5 significant aspects of the heritage local wisdom transmission innovation for cultural entrepreneurs. These aspects included 1) The persuasion of transmission 2) Personnels who involve with the transmission 3) Local wisdom 4) Transferring strategies 5) The management. Moreover, the result indicated that transmission process are dynamic, balanced and infinite. This process included 3 aspects which are the senders of the wisdom knowledge, the transmission process and the receivers of the wisdom knowledge. The innovation process is also a community innovation which supports the sustainable development. The heritage local wisdom transmission innovation and the basis of knowledge were accumulated, stored, and dissimilated through the knowledge bank (salacenter website). The assessment result of the innovation adoption discovered that the innovation could provide solutions to problems at the highest level with an average of 4.63, could be put into practice at highest level with an average of 4.57, and could reflect the value of local wisdom at the highest level with an average of 4.56. The innovation-decision adoption is at the knowledge stage and the persuasion stage.

CHULALONGKORN UNIVERSITY

Field of Study:	Technopreneurship and Innovation Management	Student's Signature
Academic Year:	2019	Advisor's Signature
		Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ อนันต์วรณิชย์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ได้ให้คำปรึกษาและนำไปพบกับความรู้ใหม่ในแง่มุมที่แตกต่าง ศิษย์ขอกราบขอบพระคุณด้วยความรักและเคารพ กราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย และอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาอย่างเต็มกำลังความสามารถ แม้ว่าการเรียนสอนจะผ่านพ้นไปแล้วก็ยังคอยติดตามความก้าวหน้าและช่วยผลักดันให้ศิษย์ประสบความสำเร็จในวันนี้ ขอบพระคุณคณะกรรมการสอบทุกท่านสำหรับคำแนะนำอันมีค่าที่ได้ช่วยกรอบงานวิจัยชิ้นนี้ให้เสร็จสมบูรณ์

ตลอดระยะเวลาของการศึกษานิตยสาสตร์ Ph.D. ผู้เขียนเดินทางไปกลับเชียงใหม่-กรุงเทพฯ มากกว่า 180 ครั้ง พบกับความเหน็ดเหนื่อยและยากลำบากแต่ก็ได้รับกำลังใจที่มีคุณค่าเสมอมา กราบขอบพระคุณแม่จันทร์เพ็ญที่คอยส่งพลังบวกให้ลูกต่อสู้และไม่ยอมแพ้ต่อทุกอุปสรรค กราบขอบพระคุณพ่อบุญรัตน์ที่คอยรับส่งและอวยพรให้ลูกประสบความสำเร็จในทุกครั้งที่ลูกเดินทาง ขอบคุณพี่สาวและน้องชายที่คอยสนับสนุนในทุก ๆ เรื่องและช่วยดูแลพ่อแม่ในช่วงที่ผู้เขียนไม่ได้อยู่บ้าน ขอบคุณเพื่อน ๆ เชียงใหม่ที่คอยกวดขันการเรียน ช่วยเชียร์และให้กำลังใจเสมอมา ขอบคุณเพื่อน ๆ CU TIP ที่ช่วยให้การเรียนครั้งนี้กลายเป็นเรื่องสนุก ทำให้กรุงเทพฯ เป็นเหมือนบ้านหลังที่สองและเป็นความทรงจำที่งดงามในใจของผู้เขียน

ขอบคุณกองทุนรัชดาภิเษกสมโภชที่ได้มอบทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อสนับสนุนผลงานวิจัย ตลอดจนทุนพัฒนาบัณฑิตศึกษาจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ที่ช่วยเติมเต็มให้งานวิจัยฉบับนี้ดำเนินการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และความสำเร็จในวันนี้คงจะเกิดขึ้นไม่ได้หากผู้เขียนไม่ได้รับการสนับสนุนจากวิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มอบโอกาสให้ผู้เขียนได้มีโลกทัศน์ทางการศึกษาที่กว้างไกลขึ้น

สุดท้ายนี้ หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นผู้ใดบ้างไม่ว่าจะมากหรือน้อย ผู้เขียนขอขอบคุณงามความดีทั้งหมดให้แก่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและคณาจารย์ทุกท่าน และจะมุ่งมั่นพัฒนางานวิชาการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติในโอกาสต่อไป

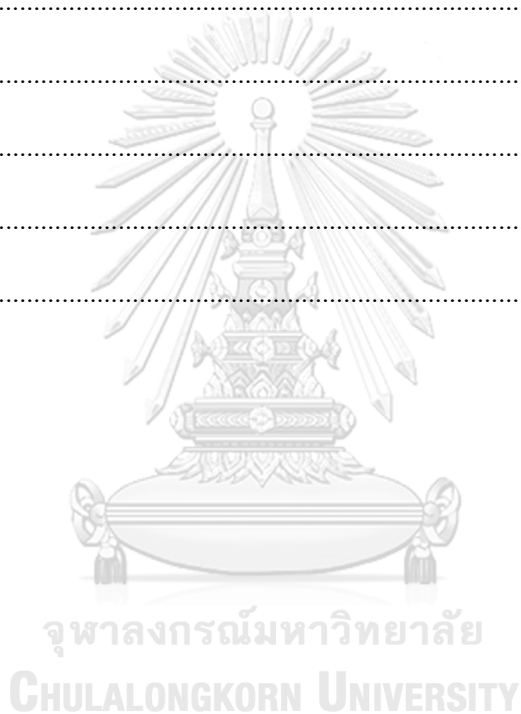
คณิตา ตุ่มพสุพรรณ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. คำถามการวิจัย.....	5
3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
4. ขอบเขตของการวิจัย.....	6
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
6. ระยะเวลาและแผนการดำเนินงาน.....	7
7. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานหัตถกรรมพื้นบ้าน.....	9
2.2 แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน.....	23
2.3 ทฤษฎีนวัตกรรม.....	25
2.4 ทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์ (Creativity).....	28
2.5 ทฤษฎีการจัดการความรู้และการถ่ายโอนความรู้.....	29
2.6 การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน.....	33

2.7 การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบอไจล์ (Agile Software Development).....	34
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)	36
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	38
3.1 การศึกษาสภาพปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจ กระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ประกอบ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ในกลุ่ม ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา.....	39
3.2 การสร้างและจัดการองค์ความรู้การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	42
3.3 การสังเคราะห์นวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	43
3.4 การสร้าง Knowledge Bank หรือ ธนาคารภูมิปัญญา เพื่อจัดเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญา ท้องถิ่น	44
3.5 การประเมินผลการยอมรับรูปแบบนวัตกรรมขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญา ท้องถิ่น	45
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	49
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis).....	49
4.2 การกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	77
บทที่ 5 การสังเคราะห์นวัตกรรม.....	161
5.1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	161
5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจและการสืบทอดภูมิปัญญา	165
5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	168
5.4 การสังเคราะห์นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ เชิงภูมิปัญญา.....	170
5.5 การตรวจสอบความถูกต้องของกระบวนการ	180
บทที่ 6 ธนาคารภูมิปัญญา	184
6.1 การพัฒนาธนาคารภูมิปัญญาแบบ Agile.....	184
6.2 การประเมินการยอมรับนวัตกรรม.....	194

6.3 การประยุกต์ใช้นวัตกรรม 5Ms	200
บทที่ 7 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	202
7.1 สรุปผลการวิจัย	202
7.2 อภิปรายผลการวิจัย	209
7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	211
บรรณานุกรม.....	213
ภาคผนวก.....	227
ภาคผนวก ก	228
ภาคผนวก ข	232
ภาคผนวก ค	237
ประวัติผู้เขียน.....	244



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนองค์ความรู้ของบุคคลท้องถิ่นและงานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559)	3
ตารางที่ 2 ปัญหาและความเสี่ยงต่อการสิ้นสุดของภูมิปัญญา	17
ตารางที่ 3 แนวทางการการสืบทอดภูมิปัญญา.....	21
ตารางที่ 4 ตัวบ่งชี้ของการพัฒนาที่ยั่งยืน.....	24
ตารางที่ 5 ขั้นตอนการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ	26
ตารางที่ 6 ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan (1970).....	40
ตารางที่ 7 ระเบียบวิธีวิจัย	47
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	50
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	50
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ.....	51
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	51
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุตร/ทายาท	52
ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มต้นทำธุรกิจ	52
ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามรุ่นของธุรกิจ ..	53
ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจำนวนผู้บริหารพนักงาน ลูกจ้าง	53
ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามองค์ประกอบพนักงาน ลูกจ้างในธุรกิจ.....	54

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามประเภทของ ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิต (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	54
ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามประเภทของ ธุรกิจ	55
ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามลักษณะการ ดำเนินธุรกิจ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	55
ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามสัดส่วน ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	56
ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามรายได้ โดยประมาณ	57
ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามความต้องการ ส่งมอบธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ให้ทายาทรับช่วงต่อ	58
ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามผู้ที่คาดว่าจะ จะส่งมอบธุรกิจให้	58
ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของปัญหาที่พบจากการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เชิงภูมิปัญญา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	59
ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวกับการสืบทอด มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นในภาพรวม.....	60
ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวกับการสืบทอด มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านภูมิปัญญา	61
ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวกับการสืบทอด มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา.....	62
ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวกับการสืบทอด มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการบริหารธุรกิจ	63
ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวกับการสืบทอด มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านทายาทและการสืบทอด.....	64
ตารางที่ 30 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	65

ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว.....	66
ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการ สืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	67
ตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว	68
ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการ สืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	69
ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว	71
ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการ สืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	73
ตารางที่ 37 ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลคิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test).....	74
ตารางที่ 38 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความ แปรปรวนสะสม ในแต่ละองค์ประกอบของแบบประเมินเกี่ยวกับการสืบทอดภูมิปัญญา ท้องถิ่น	75
ตารางที่ 39 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากการหมุนแกนองค์ประกอบ	76
ตารางที่ 40 การทดสอบค่าเฉลี่ยของความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ One Sample T-test	88
ตารางที่ 41 การจัดกลุ่มค่าสำคัญที่ค้นพบจากการวิจัยเอกสาร	89
ตารางที่ 42 ขอบเขตประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	92
ตารางที่ 43 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์	94
ตารางที่ 44 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กระดาษสา	96
ตารางที่ 45 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา	98
ตารางที่ 46 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โคม	100
ตารางที่ 47 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขลุ่ย.....	102
ตารางที่ 48 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก	104
ตารางที่ 49 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก	106

ตารางที่ 73 คำสำคัญที่ถอดรหัสจากประเด็นการวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญา 150

ตารางที่ 74 การแบ่งกลุ่มคำสำคัญที่ค้นพบจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 162

ตารางที่ 75 ข้อมูลทั่วไปและสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม 165

ตารางที่ 76 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นใน
ภาพรวม 166

ตารางที่ 77 ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ 171

ตารางที่ 78 ผลการตรวจสอบความถูกต้องของกระบวนการ 5Ms..... 181

ตารางที่ 79 การระบุความต้องการใช้งานของระบบ 185

ตารางที่ 80 ผลการประเมินนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา 194



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 การผลิตเครื่องเงินวัลลาย ที่เหลือผู้ผลิตอยู่เพียง 4 ครัวเรือน	15
ภาพที่ 2 การทอผ้าทอตีนจก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่มีแรงงานผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ..	16
ภาพที่ 3 รูปแบบการพัฒนาที่ยั่งยืน (OLSP, 1996).....	23
ภาพที่ 4 The Systems Model of Creativity (Csikszentmihalyi, 2015)	28
ภาพที่ 5 ความสัมพันธ์ของการหลอมรวมความรู้ในองค์กร (Nonaka and Takeuchi, 1996)	30
ภาพที่ 6 วงจรการเรียนรู้จากประสบการณ์ (David Kolb, 1984).....	32
ภาพที่ 7 แรงกดดัน 5 ประการ (Porter, 1985).....	33
ภาพที่ 8 กระบวนการปรับเปลี่ยนและสร้างองค์ความรู้ (Knowledge spiral) (Nonaka & Konno, 1998)	85
ภาพที่ 9 การบูรณาการความรู้แบบเกลียวคู่ (Matthews, 1997).....	86
ภาพที่ 10 ประเด็นสำคัญในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น.....	90
ภาพที่ 11 การกำหนดประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	143
ภาพที่ 12 ประเด็นสำคัญที่ค้นพบจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ	169
ภาพที่ 13 ขั้นตอนการสร้างนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา.....	170
ภาพที่ 14 ปัจจัยสำคัญในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา	173
ภาพที่ 15 นวัตกรรมกระบวนการ 5Ms.....	176
ภาพที่ 16 ลักษณะของนวัตกรรมกระบวนการ 5Ms ในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา	176
ภาพที่ 17 Input Process Output ของกระบวนการ 5Ms.....	178
ภาพที่ 18 การกระจายตัวของระดับความคิดเห็นต่อความเห็นด้วยของกระบวนการ	182
ภาพที่ 19 หน้าหลักธนาคารภูมิปัญญา (https://salacenter.camt.cmu.ac.th/home.html) ...	187
ภาพที่ 20 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น	187
ภาพที่ 21 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม.....	188

ภาพที่ 22 ข้อมูลองค์ความรู้งานหัตถกรรมภูมิปัญญาล้านนา.....	190
ภาพที่ 23 ลิงค์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น	190
ภาพที่ 24 Use Case Diagram ของเว็บแอปพลิเคชันสล่าเซ็นเตอร์.....	191
ภาพที่ 25 การวิเคราะห์คุณค่าของนวัตกรรม 5Ms โดยใช้ Business Model Canvas.....	199
ภาพที่ 26 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการ 5Ms.....	201
ภาพที่ 27 นวัตกรรมกระบวนการ 5Ms ในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา	206
ภาพที่ 28 การยอมรับนวัตกรรม 5Ms อยู่ในระยะเริ่มต้นในขั้นความรู้และขั้นการจูงใจ.....	208



บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นหลายชั่วอายุคน ในมิติของสังคมไทยซึ่งมีพื้นฐานมาจากสังคมเกษตรกรรมที่พึ่งพาธรรมชาติ มีความคิด ความเชื่อ พิธีกรรมทางศาสนาที่นำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต เช่น พระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระราชทานพระบรมราชาธิบายในพระราชนิพนธ์เรื่อง พระราชพิธีสิบสองเดือนว่า “การแรกนาต้องเป็นธุระของผู้ซึ่งเป็นใหญ่ในแผ่นดิน เป็นธรรมเนียมมีมาแต่โบราณ เช่น ในเมืองจีนสี่พันปีล่วงมาแล้ว พระเจ้าแผ่นดินก็ทรงลงไถนาเองเป็นคราวแรก พระมหาลีเลี้ยงตัวใหม่ ส่วนจดหมายเรื่องราวอันใดในประเทศสยามที่มีปรากฏอยู่ในการแรกนาก็มีอยู่เสมอเป็นนิจไม่มีเวลาว่างเว้น ด้วยการซึ่งเป็นใหญ่ในแผ่นดินลงมือทำเองเช่นนี้ ก็เพื่อจะให้เป็นอย่างแก่ราษฎร ชักนำให้มีใจหมั่นในการที่จะทำนา เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่จะได้อาศัยเลี้ยงชีวิตทั่วหน้า เป็นต้นเหตุของความตั้งมั่นและความเจริญไพบูลย์แห่งพระนครทั้งปวง แต่การซึ่งมีพิธีเจือปน ต่าง ๆ ไม่เป็นแต่ลงมือไถนาเป็นตัวอย่างเหมือนอย่างชวานาทั้งปวงลงมือไถนาของตนตามปกติก็ด้วยความหวาดหวั่นต่ออันตราย คือ น้ำฝนน้ำท่ามากไปน้อยไป ด้วงเพลี้ยและสัตว์ต่าง ๆ จะบังเกิดเป็นอันตรายไม่ให้ได้ประโยชน์เต็มภาคภูมิ และมีความปรารถนาที่จะให้ได้ประโยชน์เต็มภาคภูมิเป็นกำลัง จึงต้องหาทางที่จะแก้ไข อดทน และเสี่ยงทายให้รู้ล่วงหน้า จะได้เป็นที่มั่นอกมั่นใจโดยอาศัยคำอธิษฐานเอาความลี้ภัยเป็นที่ตั้งบ้าง ทำการซึ่งไม่มีโทษนับว่าเป็นการสวัสดิมงคลตามซึ่งมาในพระพุทธศาสนาบ้าง บုชาเช่นสรวงตามที่มาทางไสยศาสตร์บ้าง ให้เป็นการช่วยแรงและเป็นที่ยึดใจตามความปรารถนาของมนุษย์ซึ่งคิดไม่มีที่สิ้นสุด” (พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2541) ซึ่งพระราชพิธีดังกล่าวเป็นเสมือนการบำรุงขวัญและกำลังใจแก่เกษตรกรซึ่งเป็นอาชีพหลักของคนไทยให้เกิดพลังใจในการลงแรงเพาะปลูกพืชผลโดยจัดขึ้นสืบเนื่องกันมาในช่วงระยะเวลาเริ่มต้นทำการเกษตรในแต่ละปี

นอกจากนี้ในแต่ละท้องถิ่นของประเทศไทยมีรูปแบบวัฒนธรรมความเชื่อที่แตกต่างกัน และได้สะสมภูมิปัญญาดั้งเดิมที่มีอัตลักษณ์ของชุมชนแสดงออกมาในลักษณะของขนบธรรมเนียมประเพณี วรรณกรรมพื้นบ้าน ศิลปะการแสดง งานช่าง งานฝีมือ งานหัตถกรรม ภูมิปัญญาจึงเป็นพื้นฐานขององค์ความรู้ที่คนในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ทำการสั่งสมประสบการณ์และถ่ายทอดความรู้สืบทอดกันมาจนกลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติและเป็นสิ่งที่นำมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตรวมถึงการประกอบอาชีพ

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (United Nation Conference of Trade and Development: UNCTAD) ได้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีแนวคิดในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่มีอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งองค์ประกอบของการขับเคลื่อนคือ การใช้อองค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม เป็นการนำองค์ความรู้ของสังคมท้องถิ่นมาผนวกกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์ (เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา, 2553) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือกระบวนการหรือกิจกรรมที่เกิดจากทุนทางปัญญาหรือองค์ความรู้ และทักษะการประยุกต์นำความคิดสร้างสรรค์หรือองค์ความรู้นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงพาณิชย์ (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มุ่งเน้น 4 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก และ 15 กลุ่มอุตสาหกรรมย่อย คือ

- 1) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ได้แก่ งานฝีมือและหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ การแพทย์แผนไทย และอาหารไทย
- 2) ศิลปะ (Arts) ได้แก่ ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์
- 3) สื่อสมัยใหม่ (Media) ได้แก่ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียงและดนตรี
- 4) งานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) ได้แก่ การออกแบบแฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และซอฟต์แวร์

ดังนั้น คนไทยซึ่งมีความหลากหลายของต้นทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Capital) ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญและมีความเฉพาะไม่เหมือนที่ใดในโลก จึงมีโอกาที่จะแปลงภูมิปัญญาที่มีคุณค่าเหล่านั้นมาสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

ภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจใน พ.ศ. 2540 ประเทศไทยต้องปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมให้พ้นจากอุปสรรคในการแข่งขัน โดยเน้นพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Industries) ซึ่งประกอบด้วยวงจรของการสร้าง (Creation) การผลิต (Production) การกระจาย (Distribution) สินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ทุนทางภูมิปัญญา (Intellectual Capital) เป็นพื้นฐาน (UNCTAD, 2554) ที่ประเทศไทยได้เปรียบประเทศอื่น ดังนั้น รัฐบาลไทยจึงหันมาเน้นการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นธุรกิจรากฐานและมีขนาดใหญ่ของประเทศ (ธันยมัย เจียรกุล, 2557) กลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ดำเนินธุรกิจในรูปแบบธุรกิจครอบครัว (Family businesses) จึงถือเป็นหน่วยธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญและเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและระดับโลก เนื่องจากร้อยละ 75-90 ของธุรกิจทั่วโลกเป็นธุรกิจที่ดำเนินการหรือควบคุมโดยครอบครัว (Lank, Owens, Martinz and Riedel, 1998)

ในปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) ทำการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาและวัสดุที่หาได้เฉพาะในท้องถิ่นซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าหัตถกรรมที่ต้องใช้ทักษะฝีมือ โดยในปี 2559 สามารถผลิตและส่งออกถึง 1,996 ล้านเหรียญสหรัฐ ประกอบด้วยสินค้าประเภทเครื่องเงิน-เครื่องทอง สินค้าหัตถกรรม และเซรามิค ตามลำดับ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) และมีการขึ้นทะเบียนงานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านทั่วประเทศ 1,919 รายการ ซึ่งแบ่งออกเป็นองค์ความรู้ของกลุ่มบุคคลท้องถิ่นและงานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน

ตารางที่ 1 จำนวนองค์ความรู้ของบุคคลท้องถิ่นและงานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559)

ปี / Year	รวมทั้งสิ้น Grand Total	องค์ความรู้ของกลุ่มบุคคลท้องถิ่น Local Knowledge			งานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน Folklore		
		รวม Total	กรุงเทพ Bangkok	ต่างจังหวัด Provincial	รวม Total	กรุงเทพ Bangkok	ต่างจังหวัด Provincial
2557/ 2014	38	38	38	0	0	0	0
2556/ 2013	71	71	6	65	0	0	0
2555/ 2012	83	83	7	76	0	0	0
2554/ 2011	47	47	1	46	0	0	0
2553/ 2010	70	70	0	70	0	0	0
2552/ 2009	808	792	91	701	16	3	13
2551 / 2008	118	117	5	112	1	0	1
2550 / 2007	134	118	13	105	16	0	16
2549 / 2006	200	199	13	186	1	0	1
2548 / 2005	350	348	11	337	2	0	2
รวม / Total	1,919	1,883	185	1,698	36	3	33

จากตารางที่ 1 พบว่ามีการขึ้นทะเบียนภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านน้อยมากและไม่พบการจดทะเบียนเพิ่มในระยะ 6 ปีที่ผ่านมา สำหรับองค์ความรู้ที่อยู่ในกลุ่มบุคคลมีจำนวนการจดทะเบียนลดลงอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีการนำภูมิปัญญาดั้งเดิมมาผลิตสินค้าและบริการสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันก็ประสบปัญหาการสืบทอดภูมิปัญญาภูมิปัญญาบางประเภทกำลังจะสูญหายไป ภูมิปัญญาดั้งเดิมถูกแทนที่ด้วยการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และปัญหาการไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการติดตามผลการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (Shigeyuki Miyata, 2013)

ในการดำเนินธุรกิจการเตรียมการสืบทอดกิจการเป็นสิ่งสำคัญไม่น้อยไปกว่าการบริหารจัดการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดเล็กที่ผลิตสินค้าโดยใช้มรดกทาง

ภูมิปัญญา ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจในลักษณะครอบครัวที่ดำเนินการในกลุ่มเครือญาติ ถือเป็นหน่วยธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในการสืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิมไว้ การสืบทอดธุรกิจจึงเป็นการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่เห็นได้ชัดเจนเป็นรูปธรรม

ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงคุณค่าของการรักษามรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น จึงมีความต้องการพัฒนานวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีความหลากหลายทางด้านศิลปวัฒนธรรม และได้รับการคัดเลือกเป็นเครือข่ายเมืองวัฒนธรรมสร้างสรรค์ 1 ใน 64 เมืองจาก 44 ประเทศ ขององค์การยูเนสโกในสาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Unesco, 2017) นอกจากนี้ เชียงใหม่ยังเป็น 1 ใน 10 จังหวัดนำร่องที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาใช้เป็นต้นแบบการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นการแปลงภูมิปัญญาที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นมาผลิตเป็นสินค้าและบริการเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยส่งเสริมงานหัตถกรรมที่มีรากฐานมาจากมรดกทางภูมิปัญญาของชุมชนโดยให้สามารถผลิต ต่อยอด และเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2554)

งานวิจัยนี้ยังตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่ยึดหลัก “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

- 1) การปรับโครงสร้างการผลิตและการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในแต่ละช่วงของห่วงโซ่มูลค่า โดยเน้นการสร้างความเข้มแข็งให้กับปัจจัยพื้นฐาน ทุนทางเศรษฐกิจ สนับสนุนการเพิ่มศักยภาพของฐานการผลิตและฐานรายได้เดิม สร้างสังคมผู้ประกอบการให้มีทักษะการทำธุรกิจที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี รองรับการค้าขายตัวทางเศรษฐกิจและขับเคลื่อนเศรษฐกิจเข้าสู่การเป็นประเทศรายได้สูงในอนาคต
- 2) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจกระแสใหม่ เช่น เศรษฐกิจดิจิทัล เศรษฐกิจฐานชีวภาพ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การพัฒนาวิสาหกิจตั้งใหม่ (Start Up) และวิสาหกิจเพื่อสังคม สร้างสังคมผู้ประกอบการเพื่อต่อยอดฐานการผลิตและบริการ

- 3) การพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการให้ผลิตได้และขายเป็น

กล่าวโดยสรุป การศึกษาครั้งนี้จะเป็นการค้นหาคำตอบสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการสืบทอดภูมิปัญญา กระบวนการจัดการองค์ความรู้และรูปแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางภูมิปัญญา การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการจัดเก็บและถ่ายทอดองค์ความรู้ ตลอดจนการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนส่งผลให้มีการอนุรักษ์และสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นต่อไป

2. คำถามการวิจัย

- 2.1 การดำเนินธุรกิจที่ใช้มรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาของเชียงใหม่เป็นอย่างไร มีปัญหาด้านใด ธุรกิจมีโอกาสที่จะยั่งยืนหรือไม่ รูปแบบธุรกิจที่มีความสามารถในการแข่งขันเป็นอย่างไร
- 2.2 อะไรคือปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญา กระบวนการขับเคลื่อนการสืบทอดมีอะไรบ้าง องค์ประกอบของการสืบทอดประกอบด้วยอะไร มีการปรับเปลี่ยนภูมิปัญญาและกระบวนการถ่ายทอดหรือไม่ อย่างไร
- 2.3 กระบวนการส่งต่อมรดกภูมิปัญญาไปสู่คนรุ่นใหม่ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาควรเป็นอย่างไร มีองค์ประกอบอะไร เกี่ยวข้องกับปัจจัยใดบ้าง
- 2.4 รูปแบบการเก็บรักษาและการถ่ายทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้ Knowledge Bank ควรมีลักษณะอย่างไร และควรจะให้ผลอย่างไร

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 3.1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจ องค์ประกอบ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ทายาทและการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา
- 3.2 เพื่อจัดการองค์ความรู้ด้านกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3.3 เพื่อสังเคราะห์นวัตกรรมกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3.4 เพื่อสร้างธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) จากองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.5 เพื่อประเมินผลการยอมรับรูปแบบนวัตกรรมขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น

4. ขอบเขตของการวิจัย

- 4.1 ขอบเขตทางด้านภูมิศาสตร์ ทำการศึกษาเฉพาะในเขตจังหวัดเชียงใหม่
- 4.2 ขอบเขตของกลุ่มเป้าหมาย ทำการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา
- 4.3 ขอบเขตในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่
- 4.4 ขอบเขตของสินค้า ทำการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ที่ผลิตสินค้าหัตถกรรม 4 ประเภท คือ ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า ของใช้ของตกแต่ง เครื่องประดับ อาหาร
- 4.5 ขอบเขตของระบบ พัฒนาระบบ “ธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) โดยใช้วงจรการพัฒนาแบบอไจล์ (Agile)

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 5.1 มีนวัตกรรมการสืบทอดและธำรงไว้ซึ่งมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้สามารถรักษาภูมิปัญญาที่เป็นรากฐานสำคัญและเป็นสัญลักษณ์ในเชิงวัฒนธรรมของสังคมท้องถิ่นและประเทศ สามารถนำภูมิปัญญาเหล่านั้นมาสร้างมูลค่าเพิ่มจากการผลิตสินค้าและบริการ สร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพจากการท่องเที่ยวและงานหัตถกรรมเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการกระจายรายได้ ลดปัญหาการละทิ้งภูมิลำเนาเข้าไปประกอบอาชีพในเมืองหลวง
- 5.2 เกิดความห่วงแหน อนุรักษ์ ฟื้นฟูภูมิปัญญาซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ทำให้ประชาชนในพื้นที่มีความภูมิใจและเกิดจิตสำนึกรักบ้านเกิดอย่างยั่งยืน
- 5.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงการส่งเสริมสนับสนุน และอนุรักษ์ภูมิปัญญาที่กำลังมีภาวะเสี่ยงต่อการสูญสิ้นของภูมิปัญญา

6. ระยะเวลาและแผนการดำเนินงาน

กิจกรรม	ระยะเวลา (เดือน)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ศึกษาเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้อง												
วางแผนการเก็บข้อมูล												
จัดทำแบบสอบถาม												
เก็บข้อมูล												
วิเคราะห์ผลข้อมูล												
นำเสนอผลงานวิชาการ												
จัดทำวิทยานิพนธ์												
ตีพิมพ์ผลงานวิชาการ												
ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะ												
วิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์												

7. นิยามศัพท์เฉพาะ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง สิ่งที่บ่งบอกพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมาอย่างยาวนานทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นกระบวนการทางความคิดและการปฏิบัติ เป็นสติปัญญาเป็นองค์ความรู้ในเชิงกว้างและเชิงลึก เพื่อแก้ปัญหาในการดำเนินชีวิตในท้องถิ่น ทำให้ดำรงชีพและพึ่งพาตนเองอยู่ได้ในสังคมอย่างร่วมสมัย ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวข้องโดยตรงกับวัฒนธรรมซึ่งมีความเจริญงอกงามของชุมชนท้องถิ่น ถูกลำนำมากำหนดให้เป็นแบบแผนในการอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน ภูมิปัญญาที่จับต้องไม่ได้ เช่น ค่านิยม ทศนคติ คุณธรรม แนวคิด ปรัชญา และภูมิปัญญาที่จับต้องได้ เช่น งานหัตถกรรมเครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

ผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาล้านนา หมายถึง งานหัตถกรรมประเภทต่าง ๆ เช่น ผ้าทอไม้แกะสลัก เครื่องเงิน เครื่องเงิน ฯลฯ ที่ต่อยอดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนบน โดยการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งเน้นภูมิปัญญาที่พบในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา หมายถึง ผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา

ธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) หมายถึง การสร้างที่คลังความรู้โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาสร้างเว็บแอปพลิเคชัน สำหรับเก็บความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

การจัดการความรู้ หมายถึง การนำความรู้ซ่อนเร้นที่ฝังลึกในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) และความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) มาเรียบเรียงให้เกิดองค์ความรู้ในรูปแบบสารสนเทศที่มีคุณค่าและสามารถเข้าถึงได้ง่าย

นวัตกรรมการสืบทอดภูมิปัญญา หมายถึง กระบวนการ ขั้นตอนในการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างรูปแบบนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง การสร้างคุณค่า (Value Creation) การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creativity) และการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability)

วงจการพัฒนาแบบอไจล์ (Agile) หมายถึง กระบวนการในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันที่มุ่งเน้นการสื่อสารระหว่างผู้พัฒนาและผู้ใช้งานระบบ มีวงจการพัฒนาที่สั้นแต่มีความยืดหยุ่นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ใช้งบประมาณคุ่มค่าและใช้เอกสารประกอบจำนวนน้อย ขั้นตอนการพัฒนาคือ 1) การระบุความต้องการ 2) การวิเคราะห์และออกแบบ 3) การทดสอบ 4) การจัดทำเอกสาร



บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม (Innovation of Heritage Local Wisdom for Cultural Entrepreneurs)” ครั้งนี้ ประกอบด้วยเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7 ตอน ดังนี้

2.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานหัตถกรรมพื้นบ้าน

2.1.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.1.2 งานหัตถกรรมพื้นบ้าน

2.1.3 การดำเนินธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในต่างประเทศ

2.1.4 การดำเนินธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในประเทศไทย

2.1.5 กระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.2 แนวคิดการพัฒนองค์กรที่ยั่งยืน (Corporate Sustainability)

2.3 ทฤษฎีนวัตกรรม

2.3.1 นวัตกรรมเชิงคุณค่า (Value Innovation)

2.3.2 ขั้นตอนการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ

2.3.3 กระบวนการตัดสินใจและยอมรับนวัตกรรม (Innovation Decision Process)

2.4 ทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

2.5 ทฤษฎีการจัดการความรู้ (Knowledge Management) และการถ่ายโอนความรู้

2.6 การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน

2.7 การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบอไจล์ (Agile Software Development)

2.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานหัตถกรรมพื้นบ้าน

2.1.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom)

คือสิ่งที่บ่งบอกพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมาอย่างยาวนานทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นกระบวนการทางความคิดและการปฏิบัติ เป็นสติปัญญา เป็นองค์ความรู้ในเชิงกว้างและเชิงลึก เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาในการดำเนินชีวิตในท้องถิ่น ทำให้ดำรงชีพและพึ่งพาตนเองอยู่ในสังคมอย่างร่วมสมัย (เสรี พงศ์พิศ, 2536) ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมซึ่งเป็น

ความเจริญงอกงามของชุมชนท้องถิ่น ถูกนำมากำหนดให้เป็นแบบแผนในการอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน (Ed. Ward B. Tylar, 1871) วัฒนธรรมจำแนกออกเป็น วัฒนธรรมทางจิตใจ ได้แก่ ค่านิยม ทักษะคติ คุณธรรม แนวคิด ปรัชญา และวัฒนธรรมทางวัตถุ คือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความจำเป็น ในการดำรงชีพ เช่น เครื่องมือ เครื่องใช้ ซึ่งได้มีการสืบทอดต่อ ๆ กันมาจนกลายเป็นภูมิปัญญา (พระอนุমানราชธน, 2515) ภูมิปัญญาสามารถสะท้อนความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันระหว่างคนกับโลก สิ่งแวดล้อม สัตว์ พืช และธรรมชาติ ซึ่งแสดงออกมาในลักษณะของสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับการดำเนิน ชีวิตขั้นพื้นฐานเช่นปัจจัยสี่และการประกอบอาชีพ ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนที่อยู่ร่วมสังคม เดียวกัน แสดงออกมาในรูปของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะ นันทนาการ ภาษา วรรณกรรม การสื่อสาร และความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติที่ไม่สามารถ สัมผัสได้ แสดงออกมาในรูปของลัทธิ ความเชื่อ ศาสนา (ยิ่งยง เทาประเสริฐ, 2546)

ภูมิปัญญาจึงแสดงถึงการสะสมความรู้ ผ่านกระบวนการเลือกสรร ลองผิดลองถูก และ ปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมแต่ละยุคสมัย จนกระทั่งพัฒนาขึ้นมาเป็นองค์ความรู้ ความสามารถ ทักษะของคน และถ่ายทอดสืบทอดกันมาอย่างยาวนานเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาวิถี ชีวิตของคนในท้องถิ่น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ภูมิปัญญา คือ เนื้อหาองค์ความรู้ของชาวบ้าน อาจเป็นได้ทั้ง วิถีคิด ทักษะคติ ค่านิยม หรือมุมมองที่ชาวบ้านมีต่อธรรมชาติและวิธีการดำรงชีวิตซึ่งแตกต่างกันไปตาม ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น ภูมิปัญญาเป็นระบบของความรู้ที่มีกระบวนการทำงานสืบทอดมาจาก ความเชื่อของคนแต่ละรุ่นซึ่งแตกต่างความรู้แบบวิทยาศาสตร์ และเป็นความสามารถของชาวบ้านใน ชนบทที่ใช้ในการต่อรองกับอำนาจจากภายนอก (ปริตรตา กอนันต์กุล, 2548) โดยภูมิปัญญาจะต้องมี ความสัมพันธ์กับการจัดการฐานทรัพยากรในชุมชนและการจัดการทางสังคมที่ดี (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2546)

ภูมิปัญญาแบ่งออกเป็น 10 สาขา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541: 24-26) คือ

- 1) สาขาเกษตรกรรม
- 2) สาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรม
- 3) สาขาการแพทย์แผนไทย
- 4) สาขาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 5) สาขากองทุนและธุรกิจชุมชน
- 6) สาขาสวัสดิการ
- 7) สาขาศิลปกรรม
- 8) สาขาการจัดการ
- 9) สาขาภาษาและวรรณกรรม

10) สาขาศาสนาและประเพณี

ภูมิปัญญา 2 ลักษณะ คือ ภูมิปัญญาที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ การเกษตร หัตถกรรม ศิลปกรรม ดนตรี การทำมาหากิน และภูมิปัญญาที่เป็นนามธรรม ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม ปรัชญาหรือแนวทางการดำเนินชีวิต เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเกิด แก่ เจ็บ ตาย คุณค่าและความหมายของทุกสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวัน (ถาวรดี บำรุงราษฎร์, 2553)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไปแต่ในขณะเดียวกันก็สามารถหลอมรวมเข้ากับภูมิปัญญาสากลได้เช่นกัน ภูมิปัญญาท้องถิ่นจำแนกเป็น 4 ประเภทหลัก 1) ภูมิปัญญาด้านบุคคล ซึ่งหมายถึงความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญที่อยู่ในตัวบุคคล ที่สามารถนำไปใช้ในการทำมาหากิน รักษาโรค ทำงานศิลปะ หรือดนตรี 2) ภูมิปัญญาด้านครอบครัว เป็นการสร้างความเข้มแข็งในสถาบันครอบครัว เช่น การใช้ระบบอาวุโส ระบบเครือญาติ การเชื่อมโยงด้วยการแต่งงาน เป็นต้น 3) ภูมิปัญญาด้านชุมชน เป็นเรื่องของการส่งเสริมความสัมพันธ์แบบช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เช่น การลงแขกทำนา การทำนาหว่าน 4) ภูมิปัญญาความเชื่อและความศรัทธาต่อศาสนา เป็นการใช้หลักของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข เช่น การปฏิบัติตามขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมต่างๆ (จารุวรรณ ธรรมวัตร, 2538)

การวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาเฉพาะภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับงานหัตถกรรมพื้นบ้าน คำว่าหัตถกรรมตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 หมายถึง “งานช่างที่ทำด้วยมือโดยถือเอาประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก”

2.1.2 งานหัตถกรรมพื้นบ้าน

คือผลงานที่คนในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งสร้างสรรค์ขึ้นให้มีความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยในการดำเนินชีวิตประจำวัน ในขณะเดียวกันก็มีความงามทางด้านศิลปะ มีการนำวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต และมีอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นแฝงอยู่ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจะเป็นงานที่สร้างขึ้นด้วยมือหรือกระทำในโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรช่วยทุ่นแรงในการผลิตก็ได้ (อัจฉรากุล ทองรอด, 2552)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของงานหัตถกรรมไว้ว่า เป็นงานช่างที่มนุษย์ประดิษฐ์และพัฒนาขึ้นโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ของชาวบ้านในท้องถิ่นเพื่อตอบสนองประโยชน์ใช้สอย โดยมีการปรับปรุงรูปแบบและเลือกสรรวัสดุที่เหมาะสมและสืบต่อกันมาเป็นเวลานานนับร้อยนับพันปีจนเกิดความชำนาญและความชัดเจนในกรรมวิธีการผลิต เมื่องานหัตถกรรมนั้นมีความสมบูรณ์ในด้านการใช้สอยแล้วจะเกิดการพัฒนางานในด้านความงามเกิดคุณค่าทางศิลปะ เรียกว่างาน “ศิลปหัตถกรรม” (Art Craft) จัดเป็นศิลปะประยุกต์ของกลุ่มชนใดกลุ่มชนหนึ่งที่มุ่งประโยชน์การใช้สอยเป็นสำคัญ ในขณะเดียวกันก็มีความงดงาม เรียบง่าย เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่เป็นสุนทรีย์ทางวัฒนธรรมที่ผลิตและใช้โดย

สามัญชนในท้องถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2553, เกษตร ธิตะจारी (2532) จินตนา ไบกาซูยี (2549) วัฒนะ จุฑะวิภาค (2535) ประชิต สกุนพัฒนา (2546) (Condon, Kristin Goranson, 1993 และ Bucavalus Tina, 1988)

ความต้องการของมนุษย์ทำให้เกิดการสร้างงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านขึ้น โดยมีเหตุผลจากความจำเป็นและความต้องการด้านเครื่องอุปโภคบริโภคที่เพียงพอต่อความต้องการและเครื่องอำนวยความสะดวก ความต้องการนำวัสดุหรือทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้สอยให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อตอบสนองความต้องการอุปโภคบริโภคและวิถีชีวิตภายใต้สภาพดินฟ้าอากาศและภูมิประเทศที่แตกต่างกัน ตอบสนองความศรัทธาในลัทธิความเชื่อพื้นบ้านที่แต่ละชุมชนใช้เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ เป็นแรงบันดาลใจทางศิลปะที่เกิดจากการสังสรรค์คุณค่า ความงาม และประสบการณ์ทางศิลปะ ที่ได้รับอิทธิพลมาจากศิลปหัตถกรรมจากต่างถิ่นและนำมาผสมผสานกับสิ่งที่มีในท้องถิ่นของตน (อัจฉรากุล ทองรอด, 2552)

หัตถกรรมพื้นบ้านที่เน้นประโยชน์ใช้สอยอย่างเดียวเรียกว่า งานหัตถกรรม แต่หากงานนั้นแฝงไปด้วยความสวยงามด้านรูปทรง ลวดลาย มีความละเอียดประณีตและประโยชน์การใช้งานสามารถเรียกได้ว่าเป็น “หัตถศิลป์” ซึ่งมีทั้งความงามและคุณค่าทางศิลปะ (อารีย์ สุทธิพันธุ์, 2535) งานหัตถศิลป์แบ่งออกเป็น

- 1) ผลิตภัณฑ์จักสาน ได้แก่ ภาชนะ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ผลิตโดยการ จัก สาน ถัก ทอ ด้วยวัสดุที่มีอยู่ทั่วไปในท้องถิ่น
- 2) ผลิตภัณฑ์จากไม้ ไม้แกะสลัก กะลามะพร้าว
- 3) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้โลหะเป็นวัตถุดิบ เช่น เงิน ทอง สำริด อลูมิเนียมเพื่อผลิตเป็นรูปทรงต่าง ๆ
- 4) ผลิตภัณฑ์งานประดิษฐ์เพื่อการใช้สอยในครัวเรือนและการประดับตกแต่ง ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะ ความชำนาญ

งานหัตถกรรมพื้นบ้านมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากหัตถกรรมพื้นบ้านคือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน ตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณค่าทางวัฒนธรรม แสดงออกถึงลักษณะเฉพาะถิ่นที่แฝงมากับรูปแบบการใช้ชีวิตที่สอดคล้องกับลักษณะภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นนั้น ผู้สร้างสรรค์งานหัตถกรรมถือเป็นช่างฝีมือ ในปัจจุบันมีการผลิตงานหัตถกรรมออกมาหลากหลายรูปแบบ งานหัตถกรรมกลายเป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริมของคนในชุมชนท้องถิ่น มีการผสมผสานศิลปะ หัตถกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงไม่ควรมุ่งเน้นเทคนิควิธีอย่างเดียว แต่ควรทำควบคู่ไปกับการบริหารจัดการสร้างจิตสำนึกที่คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีโรงเรียนเป็นศูนย์กลางของท้องถิ่น มีบทบาทในการพัฒนาด้านภูมิความรู้ ภูมิคุณธรรม และภูมิฐาน

มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาเพิ่มสมรรถนะในการแข่งขัน ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องดำเนินการพัฒนาอย่างเหมาะสมตามความต้องการของท้องถิ่น (กองการวิจัยทางการศึกษา, 2542:6)

2.1.3 การดำเนินธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในต่างประเทศ

ในประเทศญี่ปุ่นมีการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยใช้แนวคิดในการให้คนที่อยู่ในชุมชนคิดและสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น นำของที่มีอยู่แล้วไปพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เรียกว่า One Village One Product (OVOP) เริ่มขึ้นในจังหวัดโออิตะ (Oita) ภูมิภาคคิวชู ประเทศญี่ปุ่น เมื่อ พ.ศ.2522 (นัทธมน ธีระกุล และคณะ, 2548) มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยอาศัยหลักการสำคัญ 3 ประการ คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสากล พึ่งตนเองอย่างสร้างสรรค์ พัฒนาทรัพยากรบุคคล (Friedman and Weaver, 1979)

OVOP ของจังหวัดโออิตะเกิดขึ้นจากความต้องการแก้ไขปัญหาความยากจนของผู้นำชุมชน ใช้คนในชุมชนเป็นผู้ขับเคลื่อนการพัฒนาโดยการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเข้มแข็ง พัฒนابนพื้นฐานของวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นที่มีอยู่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเพื่อสร้างรายได้ อย่างเป็นระบบและยั่งยืน จนกระทั่งได้รับการตอบรับด้านการท่องเที่ยวและคุณภาพของสินค้าในชุมชนและกลายเป็นจังหวัดที่มีรายได้ต่อประชากรสูง กระบวนการในการพัฒนา OVOP 9 ประการ ประกอบด้วย 1) ผู้นำมีวิสัยทัศน์และตั้งใจทำงานอย่างจริงจัง 2) มีหน่วยงานที่ให้ความรู้เชิงลึกแก่ประชาชนอย่างพร้อมสรรพ 3) มีแหล่งข้อมูลเพื่อการประกอบธุรกิจที่เข้าถึงได้ง่าย ตอบคำถามได้ทุกเรื่อง 4) องค์กรสหกรณ์การเกษตรมีความเข้มแข็ง มีมาตรฐาน และมีบทบาทในแง่ของการช่วยเหลือทางเทคนิค การตลาด การขนส่ง เทคโนโลยี และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชุมชนอย่างแท้จริง 5) ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุนตามความเป็นไปได้ของโครงการ 6) ระบบสังคมเอื้อต่อการทำงานเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ สมาชิกสามัคคีไม่แบ่งพรรคพวก 7) ประชาชนมีคุณภาพ ช่างคิดช่างทำ คิดแล้วทำ ทำแล้วคิดตลอดเวลา อดทน ไม่ย่อท้อ 8) รัฐบาลท้องถิ่นมีวิสัยทัศน์ เรียนรู้ร่วมกันในระบบ Participatory Action Research) 9) ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในกิจกรรม OVOP ใช้แนวคิดของ Symbiosis ที่เชื่อว่าหากทุกคนร่วมมือกันประโยชน์ที่ได้ก็จะทั่วถึงและยั่งยืน (กรมพัฒนาชุมชน, 2545) โดยแนวคิดหลักในการพัฒนา OVOP ในจังหวัดโออิตะ (Oita) ภูมิภาคคิวชู ประเทศญี่ปุ่นนั้น มุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

2.1.4 การดำเนินธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในประเทศไทย

ประเทศไทยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาปรับใช้ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) ซึ่งเป็นนโยบายที่รัฐบาลนำมาใช้แก้ปัญหาความยากจนและการว่างงาน ให้แต่ละชุมชนนำความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการ สร้างงาน สร้างรายได้และความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน (ธัญมัย เจียรกุล, 2557)

ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ร่วมกันประกอบกิจการผลิตสินค้าและบริการบนพื้นฐานของความผูกพันระหว่างวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม พัฒนาสินค้าโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและใช้ปัจจัยการผลิตซึ่งเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก (กรมการพัฒนาชุมชน, 2552) คือ

- 1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว คือ บุคคลในชุมชนที่ผลิตสินค้าที่แสดงออกถึงความ เป็นไทย ภูมิปัญญาไทย มีความเชื่อมโยงกับชุมชน เช่น ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต มีการจ้างแรงงาน หรือใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและ ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน
- 2) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน คือ กลุ่มคนที่รวมตัวกันผลิตสินค้าที่แสดงออกถึงความ เป็นไทย ภูมิปัญญาไทย โดยมีสมาชิกร่วมกันผลิต บริหารจัดการ และรับผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ วิสาหกิจชุมชน กลุ่ม ชมรม
- 3) กลุ่มผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคล ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนสามัญ บริษัทจำกัด ที่ผลิตสินค้าที่แสดงออกถึงความ เป็นไทย ภูมิปัญญาไทย มีความเชื่อมโยงกับชุมชน เช่น ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต มีการจ้างแรงงาน หรือใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและ ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน มีสินทรัพย์ที่ใช้ลงทุนไม่เกิน 10 ล้านบาท

การพัฒนาอาชีพในชุมชนด้วยโครงการ OTOP โดยกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นใช้มรดกทาง ภูมิปัญญาในการผลิตสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มนั้น พบปัญหาผู้ประกอบการในชุมชนขาด ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ และหลาย ๆ ธุรกิจประสบภาวะการทอดทิ้งภูมิปัญญาในคน รุ่นใหม่ ทำให้ขาดผู้สืบทอดภูมิปัญญาในหลายพื้นที่ เช่น ภูมิปัญญาการทำบาตรพระด้วยมือหรือบาตร บู ของชุมชนบ้านบาตร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร ที่สืบทอดมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 มีจำนวนการผลิตลดลง มีช่างฝีมือที่ทำการผลิตเหลืออยู่เพียง 5 ครอบครัว (อิสระพงษ์ พลธานี, 2556)



ภาพที่ 1 การผลิตเครื่องเงินววัลาย ที่เหลือผู้ผลิตอยู่เพียง 4 ครั้วเรือน

การผลิตเครื่องเงินโบราณชุมชนววัลาย เชียงใหม่ เหลือช่างฝีมืออยู่ 19 คน มีร้านค้าที่มีโรงงานผลิตเพียง 4 ร้านและขาดแคลนทายาทผู้สืบทอด (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1, 2553) ในบริบทของสังคมไทยการสืบทอดวิชาความรู้ในตระกูลหรือครอบครัวที่มีภูมิปัญญาทางช่างฝีมือจะเปิดโอกาสให้ทายาทเป็นผู้ตัดสินใจเลือกตัวตนเอง ไม่มีการบังคับเข้มงวด เพราะการรับสืบทอดจำเป็นต้องมีฝีมือและความสนใจที่จะฝึกฝนพัฒนาต่อยอด นอกจากนี้การปกปิดความรู้ให้อยู่เฉพาะในวงแคบ ทำให้ตระกูลช่างฝีมือบางตระกูลต้องสูญหายไปที่สุดในที่สุด (ปราณี วงศ์เทศ, 2527) ผ้าไหมยกดอกลำพูนผ้าทอมือที่สวยงามจากภูมิปัญญา นิยมใช้ในวงสังคมชั้นสูงเนื่องจากมีราคาสูง ผลิตได้ยาก วัตถุดิบมีราคาแพง ในขณะที่ความคงทนและสีสันทนดีกว่าผ้าที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม พบปัญหาไม่มีทายาทสืบทอดธุรกิจที่เป็นมรดกทางภูมิปัญญา (ศูนย์อนุรักษ์ผ้าไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559) การศึกษาการปรับตัวในภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำตะเกียงน้ำมันพืชแบบโบราณของจังหวัดลำปางต่อกระแสโลกาภิวัตน์และการคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่นในฐานะรากเหง้าของชุมชนที่กำลังจะสูญหายไป ซึ่งปรับตัวด้วยการสร้างตำนานจากความโบราณ (Kattiya Kattiyawara, 2014) ภูมิปัญญาการทำกระเบื้องดินเผาแบบดั้งเดิมในพื้นที่บ้านเกาะยอ จังหวัดสงขลา ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจและสังคม จำนวนผู้ผลิตลดลง ภูมิปัญญากำลังจะสูญสลายไปเนื่องจากไม่มีผู้สืบทอด (วิบูลย์ ลีสุวรรณ, 2523)

นอกจากนี้ในประเทศไทยยังพบภาวะความเสี่ยงในการสูญหายของภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกหลายพื้นที่ ซึ่งส่วนหนึ่งอาจเกิดจากการขาดการเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ เนื่องจากเมื่อองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแพร่หลายออกไปย่อมขาดคุณสมบัติที่จะขอรับความคุ้มครองในระบบทรัพย์สินทางปัญญา (Public Domain) ทำให้ชาวต่างชาตินำองค์ความรู้ไปพัฒนาต่อยอดด้วย

วิธีการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงและสามารถรองรับความคุ้มครองในระบบทรัพย์สินทางปัญญา ทำให้เกิดปัญหาการผูกขาดภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์ และ เจษฎ์ โทณะวณิก, 2556)



ภาพที่ 2 การทอผ้าทอตีนจก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่มีแรงงานผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ

สาเหตุของการทอดทิ้งภูมิปัญญามาจากการที่สังคมมีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง มีการผสมผสานระหว่างสังคมชนบทและสังคมเมือง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ และ ค่านิยมในการทำงานของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนไป (Herbert Spencer, 1976) ประกอบกับการไม่สามารถแปลงภูมิปัญญาให้เป็นรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืนอันเนื่องจากปัญหาด้านการตลาด ไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่แท้จริง วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ที่สั้นลง และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Iriyanti & Azis, 2012) ทำให้ไม่สามารถแข่งขันด้านคุณภาพและราคากับคู่แข่งอื่น ๆ ในสภาพแวดล้อมของธุรกิจได้ (Rosenau, 1998)

ตารางที่ 2 ปัญหาและความเสี่ยงต่อการสิ้นสุดของภูมิปัญญา

ผู้เขียน	ปัญหา
อิสระพงษ์ พลธานี (2556)	ภูมิปัญญาการทำบาตรด้วยมือ ชุมชนบ้านบาตร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร มีจำนวนการผลิตลดลง เหลือกำลังการผลิต 5 ครอบครัว
คุณย์ล่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 (2553)	การผลิตเครื่องเงินโบราณชุมชนวัวลาย เชียงใหม่ ขาดแคลนทายาทผู้สืบทอด มีผู้ผลิตเหลืออยู่เพียง 4 ร้านค้า
ปราณี วงศ์เทศ (2527)	ตระกูลช่างฝีมือจะปกปิดความรู้ในวงแคบ ทายาทต้องสมัครใจไม่มีการบังคับให้สืบทอด ทำให้บางตระกูลสูญหายไป
คุณย์อนุรักษ์ผ้าไหม (2559)	ผ้าไหมยกดอกลำพูน ราคาสูง ผลิตได้ยาก วัตถุดิบมีราคาแพง พบปัญหาไม่มีทายาทสืบทอดธุรกิจที่เป็นมรดกทางภูมิปัญญา
Kattiya Kattiyawara (2014)	ตะเกียงน้ำมันพีชแบบโบราณของจังหวัดลำปางที่กำลังจะสูญหายไปเพราะไม่มีผู้สืบทอด
วิบูลย์ ลีสุวรรณ (2523)	ภูมิปัญญาการทำกระเบื้องดินเผาแบบดั้งเดิมบ้านเกาะยอ สงขลา มีจำนวนผู้ผลิตลดลงและไม่มีผู้สืบทอด
บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์ และ เกษณ์ โทณะวณิก (2556)	ขาดการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาทำให้ต่างชาตินำองค์ความรู้ไปพัฒนาต่อยอดให้เป็นของตน
Herbert Spencer (1976)	การเคลื่อนไหวของสังคมอย่างต่อเนื่องและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ค่านิยมของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนไป
Irjayanti & Azis (2012)	ชุมชนไม่สามารถแปลงภูมิปัญญาให้เกิดเป็นความมั่งคั่งยั่งยืน
Rosenau (1998)	ได้เนื่องจากเข้าไม่ถึงตลาด ไม่สามารถแข่งขันด้านคุณภาพและราคากับคู่แข่งภายใต้สภาพแวดล้อมของธุรกิจได้

2.1.5 การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

วัฒนธรรมคงอยู่ได้ด้วยการสืบทอด วัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านงานศิลปหัตถกรรมในท้องถิ่น คือภูมิปัญญาชาวบ้าน (Local Wisdom) หรือเรียกว่า ความรู้ดั้งเดิม (Traditional Knowledge) เพราะเป็นสิ่งที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชน เป็นภูมิปัญญาที่หล่อหลอมมาจากขนบธรรมเนียมประเพณี และความเชื่อในท้องถิ่นที่ได้สั่งสมมาอย่างยาวนาน ความรู้ในตำราเป็นเพียงส่วนประกอบมิใช่ฐาน

เพราะฐานคือภูมิปัญญาที่เรียนรู้จากวิถีชีวิต ผ่านการทดลองผิดถูก สัมผัสด้วยประสบการณ์ อันยาวนานและถ่ายทอดการปฏิบัติสืบทอดกันมา หากความรู้ดั้งเดิมสูญหายไปก็เหมือนพืชหรือสัตว์ที่สูญพันธุ์ไปแล้วไม่อาจนำกลับคืนมาได้ (ประเวศ วะสี, 2547, วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2536) การสืบทอดภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่นมีปัจจัยขับเคลื่อนที่แตกต่างกันไปตามบริบทและปัจจัยแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น เช่น การสืบทอดศิลปะการทอผ้าของกลุ่มชนไทยทรงดำ มีความสัมพันธ์กับพิธีกรรม ค่านิยมและความเชื่อของชุมชนที่ต้องใช้ผ้าทอเป็นเครื่องแต่งกายในการบ่งบอกสถานภาพของครอบครัว ใช้วิธีการแบบแม่สอนลูก ซึ่งเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าตามความเชื่อและประเพณี (นิยม ออไอศุรีย์, 2539) ภูมิปัญญาการผลิตกระเบื้องดินเผาสงขลา กำลังจะเสื่อมสลาย วิชาช่างกำลังจะสูญหายและช่างฝีมือลดจำนวนลงเรื่อย ๆ เพราะไม่มีผู้สืบทอด เนื่องจากมีการถ่ายทอดความรู้แต่เพียงในวงแคบ ซึ่งเป็นลักษณะของการฝึก สอน แบบค่อยเป็นค่อยไป ไม่มีการจัดบันทึกวิธีการที่เป็นขั้นตอนชัดเจน (ประเวศน์ วิริยานุวัฒน์, 2539, อรทัย สัตยสันต์กุล, 2548) วิธีการสืบทอดคือการอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น สร้างความรู้สึกหวงแหนและต้องการสืบทอดงานอันเป็นมรดกและภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างความตระหนักและความภูมิใจในการที่ได้เกิดในครอบครัวช่าง (อุษณีย์ เสือดี, 2549) กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านม่อนเขาแก้ว จังหวัดลำปาง ใช้กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปั้นเครื่องปั้นดินเผาด้วยการเรียนรู้จากบรรพบุรุษและการเรียนรู้ด้วยตนเอง เน้นการจดจำ ลอกเลียนแบบ และมีหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาสอนเทคนิควิธีการที่แตกต่างจากรูปแบบเดิม และมีการจัดการเรียนการสอนการผลิตเครื่องปั้นดินเผาในโรงเรียน (ปณตนนท์ เถียรประภากุล, 2557) กลยุทธ์การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การตีกลองสะบัดชัย นาฏศิลป์ล้านนา อาหารพื้นเมือง ขนมล้านนา ศิลปะจากใบตอง พิธีกรรมล้านนา ของเล่นพื้นบ้าน และพืชสมุนไพร โดยรูปแบบการถ่ายทอดจากผู้สูงอายุไปสู่เด็กและเยาวชนโดยใช้ กลยุทธ์แบบเรียนปนเล่น กลยุทธ์การถือเอาผู้เรียนเป็นตัวตั้ง กลยุทธ์แบบผสมผสาน กลยุทธ์การเสริมรากคุณค่า และเสริมสร้าง KAP (Knowledge, Affection and Practice) ให้แก่ผู้เรียน (เดชวิทย์ นิลวรรณ และทิพย์พฐ กฤษสุนทร, 2554) ในญี่ปุ่นมีการตั้งกฎหมายเกี่ยวกับการปกป้องมรดกภูมิปัญญา ชื่อ “ทรัพย์สินวัฒนธรรมทางภูมิปัญญา (Intangible cultural properties) เพราะเล็งเห็นว่าศิลปวัฒนธรรมของญี่ปุ่นกำลังเผชิญกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ความทันสมัยและความเป็นตะวันตก (Shigeyuki Miyata, 2012)

การส่งต่อภูมิปัญญาเป็นการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล ซึ่งพฤติกรรมของมนุษย์เป็นเรื่องของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน การที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งมีเหตุผลมาจากรางวัลหรือการลงโทษ ในการกระทำเชิงปริมาณมนุษย์จะเลือกหนทางที่ให้ผลกำไรสูงสุด แต่ในด้านคุณค่า นั้นจะใช้หลักอุปสงค์-อุปทานมาเชื่อมโยงกับแนวคิดด้านความพอเพียงและความขาดแคลน (George C. Homans, 1964) นอกจากนี้ Homans ได้เสนอทฤษฎีการแลกเปลี่ยนซึ่งอาศัยความคิดพื้นฐานทางจิตวิทยาเชิงพฤติกรรม 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ข้อเสนอด้านความสำเร็จ 2) ข้อเสนอด้าน

ตัวกระตุ้น 3) ข้อเสนอด้านคุณค่า 4) ข้อเสนอด้านการสูญเสียความพึงพอใจ และ 5) ข้อเสนอด้านการก้าวร้าว-การยอมรับ ดังนั้น ในการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น จำเป็นต้องมองถึงปัจจัยเรื่องผลตอบแทนซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้มีผู้เข้ามาสืบทอดธุรกิจ

เมื่อศึกษาในมิติของการสืบทอดกิจการในครอบครัว ในประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป และ เอเชีย มี เพียง 1 ใน 3 รายที่สามารถถ่ายโอนธุรกิจไปสู่ทายาทรุ่นที่สอง โดยการถ่ายโอนไปสู่ทายาทรุ่นที่สามก็มีโอกาสเกิดขึ้นได้เพียง 1 ใน 3 เช่นกัน (Wang et al., 2003) สำหรับธุรกิจครอบครัวระดับแนวหน้าของประเทศไทย จำนวน 215 ตระกูล มีกลุ่มที่ยังมีผู้ก่อตั้งรุ่นแรก จำนวน 75 ตระกูล (ซึ่งหมายความว่าอัตราการอยู่รอดของธุรกิจครอบครัวไทยส่วนใหญ่กำลังเข้าสู่การส่งผ่านจากรุ่นแรกไปยังรุ่นที่ 2) กลุ่มที่สืบทอดกิจการไปสู่รุ่นที่ 2 จำนวน 109 ตระกูล กลุ่มที่สืบทอดกิจการไปสู่รุ่นที่ 3 จำนวน 28 ตระกูล จำนวนที่ลดลงในแต่ละขั้นเป็นผลมาจากการส่งมอบกิจการจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อภารกิจหรือการเสื่อมสลาย อันเนื่องมาจากการที่ผู้สืบทอดขาดคุณสมบัติที่เหมาะสมหรือไม่ได้รับการยอมรับ (เนตรนภา ไวทย์เลิศศักดิ์, 2555) และอัตราการอยู่รอดของธุรกิจครอบครัวจากธุรกิจรุ่นที่ 1 ไปยังรุ่นที่ 2 มีเพียง 30% สาเหตุสำคัญมาจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และทายาทซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่ขึ้นมาแทนรุ่นก่อนหน้าอาจไม่มีความสนใจอย่างแท้จริงในธุรกิจที่ได้รับแต่จำเป็นต้องรับตำแหน่งเพื่อรักษาธุรกิจไว้เพราะเป็นกิจการของครอบครัวและบรรพบุรุษ (ภาณฉณ์ พูลสุข, 2558)

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยเกี่ยวกับอัตราการอยู่รอด ของธุรกิจครอบครัว (Survival Rates) ในสหรัฐอเมริกา ยุโรป อินเดีย และจีน พบว่า ธุรกิจครอบครัวประมาณ 1 ใน 3 เท่านั้น ที่จะสามารถถ่ายโอนธุรกิจไปยังทายาทรุ่นที่สองได้ และอีกเพียง 1 ใน 3 ของรุ่นที่สองเท่านั้น ที่สามารถถ่ายโอนธุรกิจไปยังทายาทรุ่นที่สามได้ (Poutziouris, 2000; Wang et al., 2003) การสืบทอดธุรกิจเป็นประเด็นที่มีความท้าทายและมีอุปสรรคในการวางมือและเลือกทายาทเข้าสืบทอดธุรกิจโดยไม่เกิดความขัดแย้งในครอบครัว (Kunkel, 2003) เพราะการส่งผ่านธุรกิจ (transitions) จากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่งเกี่ยวข้องกับ การถ่ายโอนธุรกิจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ยากลำบาก (Kets de Vries. M. 1993)

ธุรกิจครอบครัวในประเทศไทยจำนวนมาก มีการส่งผ่านธุรกิจจากรุ่นที่ 1 (ผู้บุกเบิกและก่อตั้ง) ไปสู่รุ่นที่ 2 และในบางธุรกิจเริ่มส่งผ่านธุรกิจสู่รุ่นที่ 3 ขณะที่ผลการสำรวจธุรกิจครอบครัวของ Price Waterhouse (2555) ระบุว่า อัตราการอยู่รอด (Survival Rate) ของธุรกิจครอบครัวรุ่นที่ 2 เท่ากับร้อยละ 30 ของอัตราการอยู่รอดของรุ่นที่ 1 ที่ร้อยละ 100 และอัตราการอยู่รอดของธุรกิจครอบครัวรุ่นที่ 3 และ 4 คิดเป็นร้อยละ 12 และร้อยละ 3 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับรุ่นที่ 1 ซึ่งเป็นสัดส่วนการอยู่รอดของธุรกิจที่สอดคล้องกับความเชื่อว่า ธุรกิจครอบครัวจะดำรงอยู่ได้ไม่เกิน 3 รุ่นเท่านั้น อย่างไรก็ตามทางออกสำหรับทายาทธุรกิจรุ่นที่ 2 หรือ 3 หรือ 4 ในการสานต่อธุรกิจครอบครัว คือ การศึกษาและประยุกต์ศาสตร์การบริหารธุรกิจสู่ธุรกิจครอบครัว หรือแม้แต่การเลือก

ศึกษาศาสตร์การบริหารธุรกิจครอบครัว (Family Business Management) โดยตรง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2560) ความเชื่อนี้มาจากทฤษฎีการล่มสลายของธุรกิจครอบครัว Buddenbrook Syndrome ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ศึกษาว่าธุรกิจครอบครัวจะล่มสลายเมื่อสืบทอดไปถึงทายาทรุ่นที่ 4 เนื่องจากทายาทซึ่งไม่ใช่ผู้ก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาเองมีความสนใจในธุรกิจของครอบครัวน้อยลง ทายาทบางคนไม่ชอบทำธุรกิจและอยากทำอาชีพอื่นที่มีความชอบมากกว่าการรับช่วงธุรกิจครอบครัว สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนไปทำให้เกิดความท้าทายและความยากลำบากสำหรับทายาทที่จะต้องดำเนินธุรกิจภายใต้ความกดดันที่ต้องรักษาชื่อเสียงและผลประโยชน์ที่มีอยู่เดิมให้ประสบความสำเร็จภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง (Thomas Mann, 1901)

ดังนั้น การทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น จำเป็นต้องมีการพัฒนาและวิเคราะห์การตลาด การบริหารจัดการ การเงิน การผลิต และนวัตกรรม เพื่อให้ธุรกิจสามารถผลิตสินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพในการแข่งขัน ซึ่งกระบวนการส่งผ่านธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่นของ NZsock ประเทศนิวซีแลนด์ คือการมุ่งเน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 3 แกนหลัก คือ ธุรกิจ ครอบครัว และทรัพยากร ซึ่งในการส่งผ่านธุรกิจให้แก่คนในครอบครัวจะช่วยผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรมตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ (Summer Brines, 2013) ภาวะผู้นำเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้สืบทอดธุรกิจครอบครัวซึ่งกระบวนการสืบทอดต้องส่งเสริมให้ทายาทเข้ามาสัมผัสบทบาทเพื่อเตรียมความพร้อม และผู้ก่อตั้งควรตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างผู้ก่อตั้งธุรกิจและผู้สืบทอด (Aronoff And Ward, 1997) นอกจากนี้ผู้ก่อตั้งควรมีวิสัยทัศน์ที่จะปรับองค์กรให้เหมาะสมกับภาวะผู้นำของผู้สืบทอด ในขณะที่ผู้สืบทอดจะต้องเตรียมพร้อมทักษะ ความรู้ และความสามารถด้านอื่นเพื่อให้ได้รับการยอมรับและสามารถบริหารจัดการธุรกิจและพนักงานด้วย (อำพล นววงศ์เสถียร, 2558) การสืบทอดธุรกิจต้องคำนึงถึงคุณสมบัติส่วนบุคคลของผู้สืบทอดและการวางแผนของเจ้าของมรดกเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยเจ้าของมรดกต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดทายาท มอบหมายงาน กำหนดกลยุทธ์องค์กร และต้องคำนึงถึง 1) กระบวนการสืบทอดธุรกิจ 2) มุมมองและเหตุผลของผู้รับช่วงสืบทอดธุรกิจ 3) รูปแบบของการสืบทอดธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จ 4) ช่วงเวลาการวางมือของเจ้าของมรดก 5) ปัญหาที่อาจทำให้การสืบทอดล้มเหลว (Le BretonMiller, Miller and Steier 2003) การคัดเลือกทายาททางธุรกิจขึ้นอยู่กับอายุ ลำดับทางสายเลือด โดยต้องเป็นผู้มีความทะเยอทะยาน มีความสามารถและรู้ข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับธุรกิจผ่านกระบวนการฝึกฝนทั้งในธุรกิจของตนและธุรกิจของผู้อื่น มีกำหนดระยะเวลาในการสืบทอดที่แน่ชัด (Mazzola, Machisio, Astrachan 2008)

Longenecker (1978) ได้สร้างโมเดลการสืบทอดธุรกิจครอบครัว โดยแบ่งขั้นตอนของการสืบทอดเป็น 7 ระยะ คือ 1) ระยะก่อนเข้าสู่ธุรกิจ เตรียมทายาทวัยเด็กก่อนเข้าสู่ธุรกิจ 2) ระยะการแนะนำประสบการณ์เบื้องต้น ก่อนที่ผู้สืบทอดจะเข้ามาทำงานในธุรกิจ 3) ระยะการแนะนำเข้าสู่การ

ปฏิบัติงาน เริ่มเข้าปฏิบัติงานเป็นพนักงานชั่วคราว 4) ระยะการปฏิบัติงานเริ่มจากตำแหน่งที่มีโอกาสได้รับประสบการณ์หลากหลาย 5) ระยะการปฏิบัติงานระดับสูงในบางส่วนงาน 6) ระยะการรับช่วงเบื้องต้นแต่ยังไม่ถ่ายโอนงานให้ทั้งหมด 7) ระยะการรับช่วงอย่างสมบูรณ์แบบเป็นผู้บริหารทั้งในความเป็นจริงและในนาม

ทฤษฎีการถ่ายโอนเปลี่ยนผ่านธุรกิจ (Organization Transition Theory) คือการที่องค์กรเล็ก ๆ ที่ไม่มีรูปแบบ แบบแผน ได้เติบโตขึ้นจนกระทั่งนำไปสู่การเป็นองค์กรที่มีโครงสร้างการจัดการแบบศูนย์กลางอำนาจ (Centralization) และถูกถ่ายโอนหรือเปลี่ยนผ่านเป็นองค์กรขนาดใหญ่ขึ้น มีโครงสร้างองค์กรที่เปลี่ยนไป มุ่งสู่ความเป็นทางการ (Formalization) ความเป็นมาตรฐาน (Standardization) การรวมอำนาจ (Centralization) ขอบเขตการควบคุม (Span of control) ลักษณะเฉพาะเจาะจง (Specialization) ลำดับชั้นการสั่งการ ความซับซ้อน ความเป็นมืออาชีพ และมีสัดส่วนของพนักงานเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 3 แนวทางการการสืบทอดภูมิปัญญา

ผู้เขียน	ลักษณะการสืบทอด
นิยม ออไอศูรย์ (2539)	การสืบทอดศิลปะการทอผ้าของกลุ่มชนไทยทรงดำ สัมพันธ์กับพิธีกรรม ค่านิยมและความเชื่อของชุมชนที่ใช้วิธีการแม่สอนลูก
อรทัย สัตยสัมพันธ์กุล (2548)	ช่างฝีมือผู้ผลิตกระเบื้องดินเผาสงขลาลดจำนวนลง การถ่ายทอดความรู้อยู่ในวงแคบ ใช้วิธีการฝึก สอน แบบค่อยเป็นค่อยไป ไม่มีการจดบันทึกวิธีการที่ชัดเจน
อุษณีย์ เสือดี (2549)	วิธีการสืบทอดคือการอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น สร้างความรู้สึกระหนัก ห่วงแทน และภาคภูมิใจที่เกิดในครอบครัวช่าง
ปณตนนท์ เกียรประภากุล (2557)	เครื่องปั้นดินเผาบ้านม่อนเขาแก้ว จังหวัดลำปาง ใช้กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการเรียนรู้จากบรรพบุรุษ เน้นการจดจำ ลอกเลียนแบบ มีการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียน และมีหน่วยงานภาครัฐสนับสนุน
เดชวิทย์ นิลวรรณ และคณะ (2554)	ภูมิปัญญาล้านนา ใช้รูปแบบการถ่ายทอดจากผู้สูงอายุไปสู่เยาวชน ใช้กลยุทธ์เรียนปนเล่นและการเสริมรากคุณค่า และ KAP ให้แก่ผู้เรียน

ตารางที่ 3 แนวทางการการสืบทอดภูมิปัญญา (ต่อ)

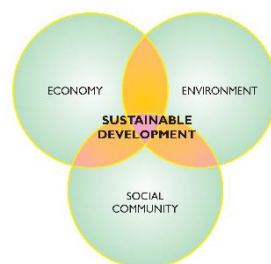
ผู้เขียน	ลักษณะการสืบทอด
<i>Shigeyuki Miyata (2012)</i>	ประเทศญี่ปุ่นตั้งกฎหมายปกป้องมรดกภูมิปัญญา ชื่อ “ทรัพย์สินวัฒนธรรมทางภูมิปัญญา (Intangible cultural properties) เพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลง
<i>George C. Homans (1964)</i>	การส่งต่อภูมิปัญญาเป็นการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยมีเหตุผลมาจากรางวัลหรือการลงโทษ ในเชิงปริมาณมนุษย์จะเลือกทางที่ให้ผลกำไรสูงสุด แต่ในด้านคุณค่าใช้หลักอุปสงค์-อุปทานมาเชื่อมโยงแนวคิดด้านความพอเพียงและความขาดแคลน
<i>Wang et al. (2003)</i>	การสืบทอดกิจการในครอบครัวไปสู่รุ่นที่ 2 และ 3 มีโอกาสประสบความสำเร็จ 1 ใน 3 ราย
<i>เนตรนภา ไวทย์เลิศศักดิ์ (2555)</i>	การส่งมอบกิจการจากรุ่นสู่รุ่นเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อสำคัญ ส่งผลต่อการดำรงอยู่หรือการเสื่อมสลายของธุรกิจ ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติที่เหมาะสมของผู้สืบทอดและการได้รับการยอมรับ
<i>กานต์ณย์ พูลสุข (2558)</i>	อัตราการอยู่รอดของธุรกิจรุ่นที่ 1 ไปรุ่นที่ 2 มีเพียง 30% เนื่องจากการแข่งขันอย่างรุนแรง และทายาทอาจไม่มีความสนใจอย่างแท้จริงแต่จำเป็นต้องรับตำแหน่งเพื่อรักษาธุรกิจไว้
<i>Kunkel (2003)</i>	การสืบทอดธุรกิจมีความท้าทายและมีอุปสรรคในการวางมือและเลือกทายาทเข้าสืบทอดธุรกิจโดยไม่เกิดความขัดแย้งในครอบครัว
<i>กระทรวงอุตสาหกรรม (2560)</i>	ทางออกสำหรับทายาทในการสานต่อธุรกิจครอบครัว คือ การประยุกต์ศาสตร์การบริหารธุรกิจสู่ธุรกิจครอบครัว
<i>Thomas Mann (1901)</i>	ธุรกิจครอบครัวจะล่มสลายในรุ่นที่ 4 เนื่องจากทายาทซึ่งไม่ใช่ผู้ก่อตั้งมีความสนใจในธุรกิจของครอบครัวน้อยลง อาจไม่ชอบธุรกิจ
<i>Summer Brines (2013)</i>	อยากทำอาชีพอื่น เกิดความยากลำบากที่ต้องรักษาชื่อเสียงและผลประโยชน์ที่มีอยู่เดิมให้ประสบความสำเร็จภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง
<i>Aronoff And Ward (1997)</i>	การส่งผ่านธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่นของ NZsock ประเทศนิวซีแลนด์ มุ่งเน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ ครอบครัว และทรัพยากร กระบวนการสืบทอดต้องส่งเสริมให้ทายาทเข้ามามีบทบาทเพื่อเตรียมความพร้อม และผู้ก่อตั้งควรตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างผู้ก่อตั้งธุรกิจและผู้สืบทอด

ตารางที่ 3 แนวทางการการสืบทอดภูมิปัญญา (ต่อ)

ผู้เขียน	ลักษณะการสืบทอด
อำพล นววงศ์เสถียร (2558)	ผู้ก่อตั้งควรปรับองค์กรให้เหมาะสมกับภาวะผู้นำของผู้สืบทอด ผู้สืบทอดจะต้องเตรียมทักษะ ความรู้ ความสามารถเพื่อให้สามารถบริหารจัดการธุรกิจและได้รับการยอมรับ
Mazzola, Machisio, Astrachan (2008)	การสืบทอดต้องมีวิสัยทัศน์ในการเลือกทายาทโดยคำนึงถึงคุณสมบัติส่วนบุคคล การมอบหมายงาน และการกำหนด กลยุทธ์องค์กรที่เหมาะสม
Longenecker (1978)	โมเดลการสืบทอดธุรกิจ 7 ระยะ 1) ก่อนเข้าสู่ธุรกิจ 2) แนะนำเบื้องต้น 3) เริ่มเข้าฝึกรงาน 4) ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่ได้ประสบการณ์หลากหลาย 5) ปฏิบัติงานระดับสูงในบางส่วนงาน 6) การรับช่วงเบื้องต้น 7) การรับช่วงอย่างสมบูรณ์แบบ

2.2 แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ในการดำเนินธุรกิจนั้นนอกจากต้องบริหารจัดการเพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศแล้วยังต้องมีการวางแผน ทบทวน และพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ใน พ.ศ.2535 ไทยได้ร่วมลงนามรับรองแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งเป็นแผนแม่บทของโลกในการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาที่ยั่งยืน และต่อมาในปี พ.ศ.2545 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Summit on Sustainable Development) เพื่อสานต่อแผนปฏิบัติการ 21 ที่มีสาระสำคัญคือ การที่ประเทศสมาชิกร่วมกำหนดเป้าหมายการพัฒนาาร่วมกันเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต ลดปัญหาความยากจนในประเทศ มุ่งพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ (Human Capacity Building) ทั้งในด้านการศึกษาและการบริการสุขภาพ สร้างจิตสำนึกให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนและร่วมรักษาสิ่งแวดล้อม (United Nations, 2003)



ภาพที่ 3 รูปแบบการพัฒนาที่ยั่งยืน (OLSP, 1996)

ในการประชุมด้านการเรียนรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (The Ontario Learning for Sustainability Partnership) (OLSP, 1996) ได้เสนอแนวคิดด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งมี 3 องค์ประกอบหลักคือ การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน และการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน หมายถึง ในขณะที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคมก็อยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้รับการคุ้มครองดูแล

ตารางที่ 4 ตัวบ่งชี้ของการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืน	ตัวบ่งชี้
การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> -การเติบโตที่ยั่งยืน (sustainable growth) -ความมีชีวิตชีวา (vitality) -ความเป็นธรรม (equity) -การแข่งขันและความร่วมมือ (competition/cooperation)
การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> -การเติบโตที่ยั่งยืน (sustainable growth) -ความมีชีวิตชีวา (vitality) -ความเป็นธรรม (equity) -ประสิทธิภาพ (efficiency) -การแข่งขันและความร่วมมือ (competition/cooperation)
พัฒนาสังคมที่ยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> -การเสริมสร้างพลังอำนาจ (empowerment) -การมีส่วนร่วม (participation) -การเลื่อนชั้นทางสังคม (social mobility) -ความสมานฉันท์ (social cohesion) -ความหลากหลายและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม (culture diversity/identity) -ความเป็นอยู่และสุขภาพที่ดี (health and well being)
การพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> -ความอยู่ดีมีสุข (well being) -ความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ (ecosystem integrity) -ความสามารถในการรองรับของเสีย (carring capacity) -ความหลากหลายทางชีวภาพ (bio diversity) -ประเด็นปัญหาระดับโลก (global issues) -การอนุรักษ์ทรัพยากร (resource conservation) -การป้องกันมลภาวะ (pollution prevention) -การลดของเสีย (waste reduction)

องค์กรธุรกิจในปัจจุบันมีความตระหนักในการสร้างคุณค่าที่แตกต่างเพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยได้บูรณาการนโยบายและวางแผนกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความยั่งยืน (Salzmann et al., 2005) แนวคิดด้านความยั่งยืนสามารถนำมาต่อยอดในการสร้างความยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ (Corporate Sustainability) นอกเหนือจากการเติบโตและผลกำไรแล้วธุรกิจจะต้องมีเป้าหมายในเชิงการพัฒนาสังคม เช่น การมีส่วนร่วมพัฒนาเศรษฐกิจ การส่งเสริมการกระจายรายได้ การสร้างความเป็นธรรมในสังคม ธุรกิจจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของคนรุ่นถัดไป ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม คำนึงถึงการรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่เริ่มต้นการพัฒนาความยั่งยืนจากการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การผลิตอาหารที่สะอาด การป้องกันมลพิษ การจัดการสิ่งแวดล้อม การลดการปล่อยมลพิษ (Hahn et al., 2015) การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความยั่งยืนจะช่วยลดการใช้ทรัพยากรและส่งผลให้องค์กรลดค่าใช้จ่ายลงได้มาก (Von Bugoslawski, 2005, Grothe, et al., 2012) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลางและเล็ก การกำหนดนโยบายที่ผนวกรวมความยั่งยืนเข้ากับกิจกรรมทางธุรกิจจะช่วยให้องค์กรขนาดเล็กมีขีดความสามารถในการแข่งขันกับองค์กรขนาดใหญ่ได้ (Fernandes et al., 2006) เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในประเทศไทยมีจำนวน 2.9 ล้านราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99 ของวิสาหกิจทั้งหมด

2.3 ทฤษฎีนวัตกรรม

2.3.1 นวัตกรรมเชิงคุณค่า (Value Innovation)

นวัตกรรม หมายถึง การทำสิ่งใหม่ ปรับแนวคิดใหม่ หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้ว มาใช้ในรูปแบบใหม่ให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ นวัตกรรมเป็นได้ทั้งการปฏิบัติ เป็นกระบวนการ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่ไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือการดัดแปลงสิ่งเดิมที่เคยมีอยู่ให้มีความทันสมัยและใช้งานได้ดียิ่งขึ้น มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สูงกว่าเดิม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2560, Hughes, 1971, Everette M. Rogers, 1983)

รูปแบบของนวัตกรรม (Devid Smith, 2006) แบ่งออกเป็น

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับคนหรือผู้บริโภค ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับส่วนประกอบ (components) และระบบ (System)
2. นวัตกรรมด้านบริการ (Services Innovation) เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) หรือการบริการ (services) เป็นรูปแบบของการให้บริการ
3. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation): เป็นนวัตกรรมที่หากเกิดขึ้นแล้วจะมีผลกระทบต่อสังคมมากที่สุด

นวัตกรรมคือการทำสิ่งใหม่ (Newness) มีประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) มีการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) และได้รับการยอมรับนำไปใช้อย่างแพร่หลาย (ไปรมา อิศรเสนา, 2553) นวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางธุรกิจ และผลกำไรขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งนวัตกรรมที่มีคุณค่าและได้รับการยอมรับในมุมมองของลูกค้า ซึ่งตรงกับแนวคิดนวัตกรรมแห่งคุณค่า (Value Innovation) จากกลยุทธ์น่านน้ำสีคราม (Blue Ocean Strategy) ของ Kim & Mauborgne (2005) ที่สร้างคุณค่าและความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันจากคู่แข่ง แต่ทำการสร้างสิ่งใหม่เพื่อให้ลูกค้าเกิดความตระหนักรู้ถึงคุณค่าที่สำคัญอย่างแท้จริงอันจะทำให้ไปสู่ผลประโยชน์ที่ยั่งยืนทางธุรกิจ นวัตกรรมแห่งคุณค่าไม่จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ แต่จะต้องมุ่งสร้างคุณค่าใหม่ที่เหนือกว่าและทิ้งห่างจากคู่แข่ง

2.3.2 ขั้นตอนการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการขั้นตอนในการพัฒนาดังนี้ (ทวิรัตน์ อยู่สุนทร, 2014)

ตารางที่ 5 ขั้นตอนการพัฒนานวัตกรรมกระบวนการ

ผู้คิดค้นกระบวนการ	ขั้นตอนกระบวนการ
Brandenburg (2002)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การตั้งเป้าหมาย (Goal setting) 2. การวิเคราะห์อนาคต (Future analysis) 3. การเสนอแนวความคิด (Idea generation) 4. การประเมินแนวความคิด (Idea evaluation) 5. รายละเอียดแนวความคิด (Idea detailing) 6. การประเมินกรอบแนวคิด (Concept evaluation) 7. การวางแผนเพิ่มเติม (Implementation Planning)
D.Mann (2007)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การหาโอกาส (Define) 2. การเลือกเครื่องมือ (Select tool) 3. การหาคำตอบ (Generate solution) 4. การประเมิน (Evaluation)
Roper (2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การค้นคว้า (Knowledge sourcing) 2. การแปลงข้อมูล (Transformation) 3. การนำไปใช้ประโยชน์ (Exploitation)

2.3.3 กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม (Innovation Decision Process)

Rogers & Shoemaker (2003) นำเสนอแบบจำลองเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Decision Process) 5 ขั้นตอนคือ

1) **ขั้นความรู้ (Knowledge Stage)** : เป็นขั้นที่บุคคลจะทราบว่านวัตกรรมนั้นปรากฏอยู่และพอที่จะเข้าใจว่านวัตกรรมนั้นทำหน้าที่อย่างไร ในขั้นนี้สามารถแบ่งความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมออกเป็น 3 ประเภท คือ

- ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการใช้นวัตกรรม หากความรู้ได้จากข่าวสารที่จะช่วยให้สามารถใช้นวัตกรรมอย่างถูกต้อง นวัตกรรมยังมีความซับซ้อนมากเพียงใด ความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ประเภทนี้ก็ยิ่งมากขึ้น
- ความรู้ที่ทำให้เกิดความตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรม ความรู้ว่ามีนวัตกรรมนั้นเกิดขึ้นแล้ว และความรู้ว่านวัตกรรมนั้นทำหน้าที่อะไรบ้าง
- ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการซึ่งจะช่วยให้นวัตกรรมบรรลุผล การมีความรู้ประเภทนี้จะช่วยให้คนเข้าใจและยอมรับนวัตกรรมในอนาคตได้ง่ายขึ้น

2) **ขั้นการจูงใจ (Persuasion Stage)** : ในขั้นนี้บุคคลจะแสดงทัศนคติต่อนวัตกรรมในรูปแบบเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์และความรู้สึก ในขั้นตอนของการจูงใจบุคคลจะรู้สึกผูกพันกับนวัตกรรมมากขึ้น มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น อย่างจริงจัง ทัศนคติเกี่ยวกับ นวัตกรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ ทัศนคติเฉพาะที่มีต่อนวัตกรรม คือ ทัศนคติที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบประโยชน์ของนวัตกรรม ทัศนคตินี้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมที่กำลังเผยแพร่ และนวัตกรรมที่จะมีการเผยแพร่ในอนาคต และทัศนคติทั่วไปที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง คือทัศนคติอย่างกว้าง ๆ ที่เอื้ออำนวยให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลง ซึ่งทัศนคติชนิดนี้เป็นทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ทำให้ประชาชนรู้จักพัฒนาตนเองและแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมที่จะเป็นประโยชน์ต่อตัวเอง

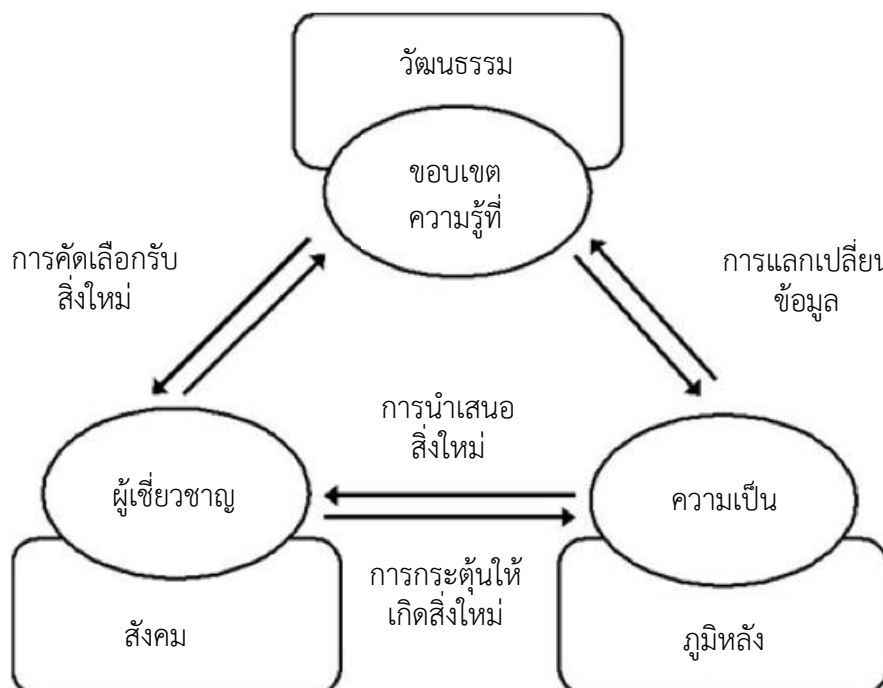
3) **ขั้นการตัดสินใจ (Decision Stage)** : ในขั้นนี้บุคคลจะมีแนวทางการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมใน 2 ลักษณะคือ การยอมรับนวัตกรรม (Adoption) หมายถึง การตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรมมาใช้ให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ และการปฏิเสธนวัตกรรม (Rejection) หมายถึง การตัดสินใจที่จะไม่ยอมรับนวัตกรรมมาใช้ การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนี้ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการทดลองใช้ในปริมาณจำกัดของนวัตกรรม นวัตกรรมใดที่บุคคลสามารถทดลองใช้ได้จะทำให้บุคคลนั้นรู้สึกเสี่ยงภัยในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมน้อยลงและนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรมในที่สุด

4) **ขั้นการลงมือปฏิบัติ (Implementation Stage)** : ในขั้นตอนที่ 1-3 เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับความคิด แต่ในขั้นตอนที่ 4 นี้เป็นขั้นตอนที่บุคคลผู้รับนวัตกรรมจะต้องลงมือปฏิบัติตามแนวทางหรือวิธีการของนวัตกรรมนั้น และจะสิ้นสุดลงเมื่อบุคคลมีการปฏิบัติในแนวทางใหม่นั้นอย่างเป็นกิจวัตรประจำวัน

5) **ขั้นทบทวนการตัดสินใจ (Confirmation Stage)** : บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ได้ทำไปแล้ว แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจในนั้นได้อีก หากว่าได้รับข่าวสารที่ขัดแย้งหรือเป็นข่าวแง่ลบเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

2.4 ทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

ความคิดสร้างสรรค์เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดนวัตกรรม Mihaly Csikszentmihalyi, 1999 กล่าวถึงระบบการเกิดกระบวนการสร้างสรรค์ (The Systems Model of Creativity) ซึ่งมี 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ Domain, Field และ Person โดยการสร้างสรรค์จะเกิดได้เริ่มจากบุคคล (Person) ต้องมีความรู้และนำเสนอสิ่งใหม่ภายใต้ขอบเขตของ Domain ซึ่งได้แก่ขอบเขตความรู้ในเรื่องนั้น ๆ โดย field หรือ Gate Keeper หรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญใน Domain จะเป็นผู้คัดเลือกและตัดสินใจว่าจะรับหรือไม่รับไอเดียใหม่เข้ามาอยู่ภายใต้ขอบเขตของ Domain นั้น



ภาพที่ 4 The Systems Model of Creativity (Csikszentmihalyi, 2015)

2.5 ทฤษฎีการจัดการความรู้และการถ่ายโอนความรู้

ความรู้เป็นทรัพย์สิน (Knowledge Assets) ดังนั้นในองค์กรควรมีการจัดการความรู้ (Knowledge Management) หรือการยกระดับความรู้เพื่อสร้างผลประโยชน์จากต้นทุนทางปัญญา เป็นกระบวนการในการพัฒนาการเรียนรู้ที่ประกอบด้วยแสวงหาความรู้ รวบรวมความรู้ สร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายทอดและแบ่งปันความรู้ เพื่อให้คนในองค์กรที่มีความรู้ความสามารถแตกต่างกันสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างสร้างสรรค์ (ธิดารัตน์ ศิริรัตน์, 2556) การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาองค์กรผ่านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ 1) การรวบรวม การจัดระบบ การจัดเก็บ และการเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างความรู้โดยมีเทคโนโลยีด้านข้อมูลและคอมพิวเตอร์เป็นตัวช่วย 2) การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้พฤติกรรมในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสังคม วัฒนธรรมและวิถีปฏิบัติมีผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งมีความสำคัญต่อการจัดการความรู้ 3) การจัดการความรู้ต้องอาศัยผู้รู้ในการตีความและประยุกต์ใช้ความรู้ 4) การเพิ่มประสิทธิผลขององค์กรการจัดการความรู้มีขึ้นเพื่อที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จการประเมินต้นทุนทางปัญญาและผลสำเร็จของการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้เป็นดัชนีที่บอกว่าองค์กรใช้การจัดการความรู้ได้ผลหรือไม่ (Miltion et al., 1999) การจัดการความรู้ช่วยให้องค์กรสามารถรักษาทักษะ ความเชี่ยวชาญ ป้องกันความรู้สูญหายไปจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดกับตัวบุคคล ผู้ปฏิบัติงานสามารถเข้าถึงความรู้ได้ด้วยตนเองและนำไปใช้ตัดสินใจในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า จึงถือเป็นการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กร ช่วยให้เกิดการพัฒนาความรู้ใหม่ในองค์กรอันจะนำไปสู่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณค่าใหม่ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ การสร้างกระบวนการเรียนรู้และจัดการข้อมูลความรู้ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2553) นอกจากนี้การจัดการความรู้ยังเป็นการผสมผสานกันระหว่าง ระบบ ทรัพยากรทางปัญญา และทรัพยากรทางสังคม ซึ่งอธิบายปฏิสัมพันธ์ของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการสนับสนุนการทำงานในองค์กร เพื่อให้ข้อมูลความรู้ที่มีทั้งในตัวบุคคลหมุนเวียนแลกเปลี่ยนและนำไปสู่การพัฒนาข้อมูลนั้นให้กลายเป็นองค์ความรู้ซึ่งจะเป็นทรัพย์สินสำคัญขององค์กรต่อไป (Srikantiah and Koenig, 1999)

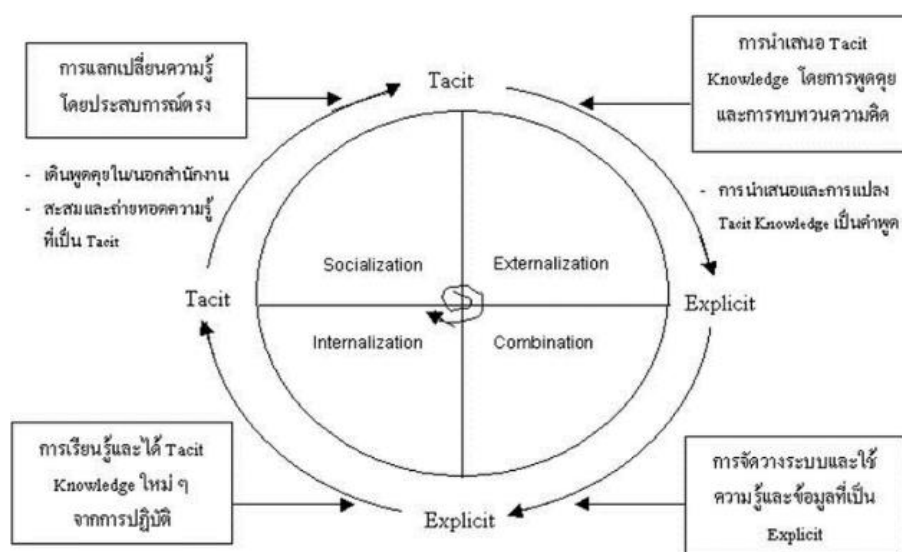
การจัดการความรู้ (Nonaka and Takeuchi, 1996) ที่ได้เสนอแนวคิดว่าความรู้ของคนสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) หรือความรู้ที่เป็นเหตุเป็นผลที่ถ่ายทอดออกมาในรูปแบบหนังสือ ตำรา คู่มือ เอกสาร และความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) คือความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ หรือพรสวรรค์ที่อยู่ในตัวบุคคล ถ่ายทอดออกมาได้น้อย ความรู้ทั้งสองประเภทมีความสำคัญต่อองค์กร โดยเฉพาะความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในการทำงาน หากมีการดึงความรู้ที่ฝังลึกออกมาใช้หรือเปลี่ยนให้เป็นความรู้ใหม่และเกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้น

ความรู้ใหม่ที่ผนวกเข้ากับเทคโนโลยีสารสนเทศเรียกว่าการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Learning) หรือการส่งต่อเนื้อหาความรู้ที่บันทึกในรูปแบบใหม่ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน โดยเชื่อมต่อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้การเรียนรู้เกิดขึ้นได้ทุกที่ ทุกเวลา มีความยืดหยุ่น สะดวก เข้าถึงได้ง่าย ปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ง่าย ประหยัดเวลาและค่าเดินทาง (ไพศาล ลุนใต้, 2550) ความรู้ที่ผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการและสร้างมูลค่าเพิ่มได้

กระบวนการจัดการความรู้ในรูปแบบ SECI (Nonaka and Takeuchi, 1996) เป็นวงจรในการสร้างสินทรัพย์ทางความรู้ที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ภายใต้บริบทขององค์กรเพื่อนำมาแก้ปัญหาในการดำเนินงาน ทำให้เกิดความเข้าใจปัญหาได้อย่างลึกซึ้ง ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ

1) การสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Socialization) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกลุ่มคนในองค์กร เป็นการสร้างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ไปเป็นความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ซึ่งยังไม่กลายเป็นความรู้ชัดแจ้งและยังไม่สามารถแพร่กระจายให้คนในองค์กรได้

2) การปรับเปลี่ยนความรู้สู่ภายนอก (Externalization) เป็นการเผยแพร่ความรู้ที่มีในตัวบุคคลอย่างเป็นระบบและเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นขั้นตอนสำคัญในการสร้างความรู้และการถ่ายทอดความรู้ฝังลึกที่ยากแก่การเข้าใจออกมาเป็นเอกสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการสร้างความรู้ ฝังลึก (Tacit Knowledge) ให้กลายเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge)



ภาพที่ 5 ความสัมพันธ์ของการหลอมรวมความรู้ในองค์กร (Nonaka and Takeuchi, 1996)

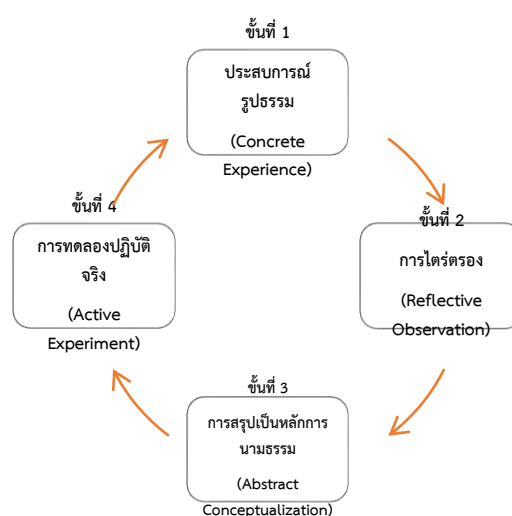
3) การผสมผสาน (Combination) เป็นการจัดระบบแนวคิดที่ได้ให้เป็นระบบความรู้ผ่านกระบวนการสังเคราะห์เพื่อให้เกิดความรู้ชัดแจ้ง จัดให้ระบบเป็นหมวดหมู่และกลายเป็นฐานความรู้ขององค์กร เป็นการสร้างความรู้จากความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ให้กลายเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ประเภทใหม่ ๆ

4) การปรับเปลี่ยนสู่ภายใน (Internalization) เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้บุคคลได้เรียนรู้และซึมซับเก็บเป็นความรู้ของตนเอง เป็นการเปลี่ยนความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ให้กลายเป็นความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge)

ความรู้สามารถสร้างขึ้นใหม่และเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาทำให้สังคมปัจจุบันกลายเป็นสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge Based Economy) (McCalman & Paton, 1992) บุคลากรในองค์กรมีค่านิยมหลักและวัฒนธรรมการทำงานที่แตกต่างไปจากวิธีการปฏิบัติแบบเดิม มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าในการทำงานด้วยการสร้างสรรค์และการมีอิสระทางความคิด ผู้มีความรู้กลายเป็นผู้ทรงอำนาจในองค์กร มีความต้องการงานที่ท้าทายและต้องการเรียนรู้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2553) ดังนั้น ความสามารถในการจัดการความรู้ในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ จึงขึ้นอยู่กับองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรและความสามารถในการแปลงความรู้นั้นให้เป็นนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาองค์กรและสังคม (พันธุ์อาจ ชัยรัตน์, 2547, Adams & Lamont, 2003) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gloet & Terziovski (2004) และ Parlbay & Taylor (2000) ว่าการจัดการความรู้คือการสร้างความรู้ความสามารถใหม่อันจะนำไปสู่ผลงานที่ดีกว่ามีคุณค่าเพิ่ม และกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร

ความรู้จะเกิดประโยชน์อย่างสูงสุดเมื่อมีการถ่ายโอนและนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม (Knowledge Transfer and Utilization) เนื่องจากการถ่ายโอนความรู้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (อัจฉรา ศรีพันธ์, 2555) การถ่ายโอนความรู้มีผลต่อการสร้างนวัตกรรม โดย Tsai (2001) พบว่าการถ่ายโอนความรู้ระหว่างเครือข่ายผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้านวัตกรรม 60 องค์กร มีผลทางด้านบวกต่อการเพิ่มศักยภาพในด้านการสร้างนวัตกรรมขององค์กร การถ่ายโอนความรู้มี 6 ขั้นตอน (Roy Parent and Desmarais, 2003) คือ 1) การสร้างความรู้ (Generation) 2) การปรับเปลี่ยนความรู้สู่การปฏิบัติ (Transformation) 3) การเผยแพร่ความรู้ (Diffusion) 4) การรับความรู้ (Reception) 5) การยอมรับนำไปใช้ (Adoption) 6) การใช้ประโยชน์จากความรู้ (Utilization) เมื่อพิจารณาปัจจัยแห่งความสำเร็จของกระบวนการถ่ายโอนความรู้ โดย Mowery Oxley and Silverman (1996) ได้กล่าวว่าความรู้จะถ่ายโอนได้บุคคลต้องมีความสามารถในการแสวงหาความรู้และข้อมูลผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารรวมถึงมีความสามารถในการซึมซับความรู้ โดยแต่ละองค์กรสามารถสร้างรูปแบบและพัฒนาวิธีการถ่ายโอนความรู้ได้อย่างไร้ข้อจำกัด ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมองค์กรเป็นสำคัญ (Kolb, 1984) ซึ่ง

วงจรการเรียนรู้จากประสบการณ์ (David Kolb, 1984) ประกอบด้วย 1) การสร้างประสบการณ์ (Concrete Experience) ได้จากการเรียนการสอน การอ่านหนังสือ การทดลอง การพูดคุย การประชุม การดูวีดิทัศน์ 2) การสะท้อนการเรียนรู้ (Reflective Observation) คือการเก็บข้อมูลด้วยการจดบันทึก เขียนสรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ ทำการบ้าน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เรียน 3) การสรุปความรู้ (Abstract Conceptualize) การนำความรู้มาแปลงเป็นแผนภาพ กรอบแนวคิด โมเดลและนำเสนอผลการเรียนรู้ 4) การประยุกต์ใช้ความรู้ (Active Experimentation) คือการนำสิ่งที่ได้เรียนรู้ซึ่งอาจถูกหรือผิดก็ไปเข้าสู่วงจรการเรียนรู้ในขั้นตอนที่หนึ่งต่อไป



ภาพที่ 6 วงจรการเรียนรู้จากประสบการณ์ (David Kolb, 1984)

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการถ่ายโอนความรู้ในงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ขององค์กรธุรกิจ (Cummins and Teng, 2003) พบว่ามาจาก 3 ปัจจัย คือ 1) ผู้ถ่ายโอนความรู้ต้องรู้สึกซึ่ง ชัดเจน ปราศจากภาวะอารมณ์หวงความรู้ 2) การถ่ายโอนความรู้โดยใช้กิจกรรมจะสัมฤทธิ์ผลมากกว่าการสอนแบบบรรยายหรือการเรียนการสอนทางไกล 3) ผู้รับความรู้ต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการเรียนรู้

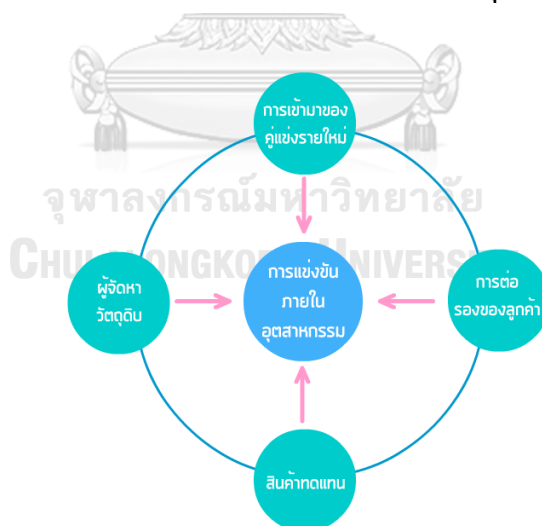
ทฤษฎีฐานความรู้ขององค์กร (Knowledge-Based Theory: KBT) (Curado & Bontis, 2006) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้น เพื่อให้สามารถแยกความแตกต่างและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือการสร้างกระบวนการจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับมนุษย์ ซึ่งทำให้เกิดทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต และส่งผลต่อความแตกต่างของสินทรัพย์ หรือผลการดำเนินงานระหว่างองค์กร ขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถในการใช้

และพัฒนาความรู้ภายในองค์กร เพื่อสร้างการถ่ายทอดความรู้และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน จากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากจากกระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยี

ทฤษฎีมุมมองการจัดการฐานความรู้ (Knowledge Based View: KBV) (Theriou, Aggelidis, & Theriou, 2009) คือการจัดเก็บองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรซึ่งความรู้นั้นสามารถนำไปใช้เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน จากการทำงานที่เป็นเลิศ (Best Practices) บทเรียนจากประสบการณ์การเรียนรู้ที่ผ่านมาในอดีต (lesson learned) รวมทั้งแนวทางการแก้ปัญหา (Solution-Bases) หรือกรณีปัญหา (Case-Bases) โดยจัดเก็บความรู้และประสบการณ์เหล่านั้นไว้ในระบบฐานความรู้เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาและใช้ความรู้ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.6 การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน

ทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Michael E. Porter, 1985) 5 Force model คือเครื่องมือสำหรับวิเคราะห์คู่แข่ง สภาพแวดล้อมการแข่งขัน เพื่อวางแผนกลยุทธ์ของกิจการและปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย 1. การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ 2. การต่อรองของลูกค้า 3. สินค้าทดแทน 4. ช่องทางการจัดจำหน่าย 5. การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม



ภาพที่ 7 แรงกดดัน 5 ประการ (Porter, 1985)

แนวคิดมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากรของธุรกิจ (Resource Based View of the Firm: RBV) (Miller, 1998) คือมุมมองที่ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนซึ่งจะส่งผลดีในระยะยาว บริษัทจะสามารถป้องกันการลอกเลียนแบบทรัพยากร การโยกย้าย หรือการแทนที่ได้ RBV

ยังรวมถึงความสามารถขององค์กร (Wade & Hulland, 2004) ความสามารถเป็นสินทรัพย์ที่มองไม่เห็น เช่น การทำงานเป็นทีม วัฒนธรรมองค์กร ทักษะ ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างสินทรัพย์บุคลากร และกระบวนการที่องค์กรใช้เพื่อเปลี่ยนปัจจัยนำเข้า (Input) ให้กลายเป็นผลผลิต (Output) ความสามารถอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาและการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความรู้ผ่านตัวพนักงาน (สารโวจน์ โอปัทักษ์ชีวิน, 2548) โดยต้องวิเคราะห์ทรัพยากรและความสามารถร่วมกัน RBV มีแนวทาง 5 ประการ ได้แก่ Competencies, Valuable, Rare, Costly to imitate และ Non-substitutable

RBV มีพื้นฐานมาจาก Endogenous Growth หรือแนวคิดที่ว่า “การเติบโตขององค์กรเกิดจากการจัดการเชิงกลยุทธ์ในด้านทรัพยากรของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน” ผู้ประกอบการต้องแสวงหาโอกาสใหม่ทางธุรกิจ โดยใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันทางทรัพยากรและความสามารถหลักขององค์กร พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Akio, 2005)

The Business Model Canvas (Alexander Osterwalder, 2010) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ และการตัดสินใจในทางธุรกิจด้วยการทำให้เห็นภาพรวมที่ครบถ้วนทุกมุม ใช้คำถามหลัก 4 ข้อ คือ สินค้าหรือบริการคืออะไร ทำอย่างไร ขายให้ใคร และคุ้มหรือไม่ เพื่อหาคำตอบที่ดีที่สุด โดยมีโครงสร้างที่แบ่งออกเป็น 9 ส่วน (building block) ซึ่งมีความสอดคล้องต่อเนื่องกัน Building block ทั้ง 9 ส่วน คือ 1) Customer Segments การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง 2) Value Proposition ระบุว่าสินค้า/บริการของธุรกิจสร้างคุณค่าอย่างไรสำหรับลูกค้า 3) Channels ช่องทางในการสื่อสาร ช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการขาย ช่องทางการตลาด ที่ใช้ในการสื่อสารและติดต่อกับลูกค้า 4) Customer Relationships รูปแบบของสัมพันธ์ภาพที่ต้องการมีกับลูกค้าในระดับต่าง ๆ 5) Revenue Streams กระแสเงินสดที่ธุรกิจจะได้รับหลังหักค่าใช้จ่าย 6) Key Resources ทรัพยากรที่สำคัญของบริษัทต่อการทำให้แผนธุรกิจสัมฤทธิ์ผล 7) Key Activities กิจกรรมสำคัญ ๆ ที่ธุรกิจต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ 8) Key Partnerships หุ้นส่วนทางธุรกิจ เพื่อประโยชน์สูงสุดของธุรกิจ การลดความเสี่ยง และการได้มาซึ่งทรัพยากรในทางธุรกิจ 9) Cost Structure โครงสร้างด้านต้นทุน หรือต้นทุนทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินการตามรูปแบบธุรกิจที่บริษัทกำหนด

2.7 การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบอไจล์ (Agile Software Development)

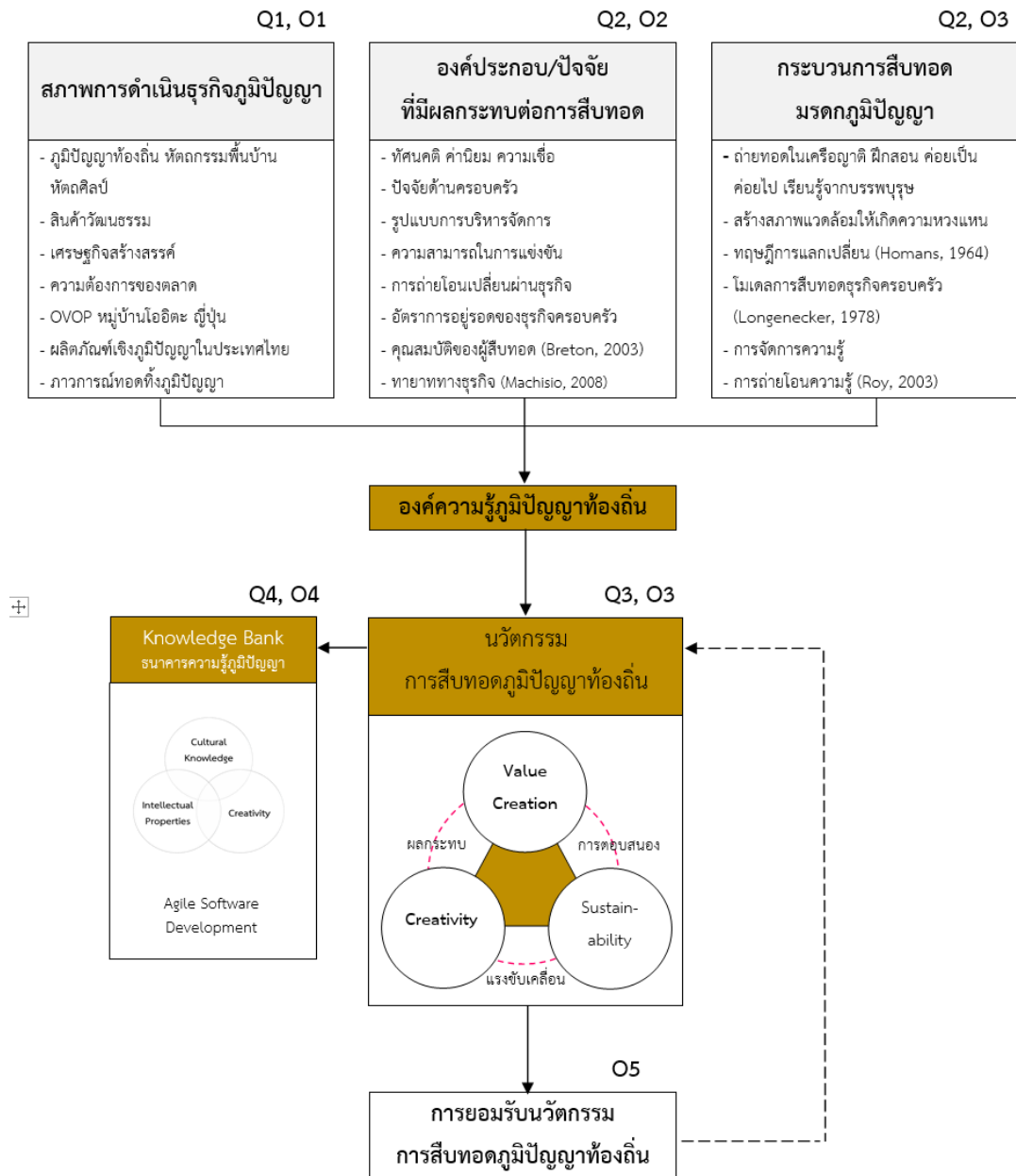
การพัฒนาระบบสารสนเทศ (System Development Life Cycle: SDLC) มีวงจรของกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นลำดับ 7 ขั้นตอน คือ 1) เข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้น (Problem Recognition)

2) ศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) เพื่อตัดสินใจว่าเป็นไปได้หรือไม่ที่จะพัฒนาระบบ ใช้งบประมาณเท่าไร 3) วิเคราะห์และเขียนรายงานสรุปเพื่อกำหนดข้อมูลเฉพาะของปัญหา (Analysis and Problem Specification) 4) ออกแบบ (Design) ออกแบบระบบเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการ 5) สร้างหรือพัฒนาระบบ (Construction) และทดสอบระบบที่พัฒนาแล้ว 6) การปรับเปลี่ยน (Conversion) นำระบบที่พัฒนาแล้วมาใช้ทดแทนการดำเนินงานหรือทดแทนระบบเดิม 7) บำรุงรักษา (Maintenance) แก้ไขระบบหากพบปัญหาในการใช้งาน (Mohit Kumar Sharma, 2017) SDLC มีรูปแบบการพัฒนา คือ Waterfall, Adapted Waterfall, Evolutionary และ Incremental

ในการวิจัยครั้งนี้จะพัฒนาระบบแบบ Agile ซึ่งต่อยอดจากการพัฒนาแบบเดิม แต่มุ่งเน้นการสื่อสารระหว่างผู้พัฒนาและผู้ใช้ระบบ มีวงจรการพัฒนาที่สั้นแต่มีความยืดหยุ่นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ใช้งบประมาณต่ำและใช้เอกสารประกอบจำนวนน้อย ขั้นตอนการพัฒนา คือ 1) การระบุความต้องการ 2) การวิเคราะห์และออกแบบ 3) การทดสอบ 4) การจัดทำเอกสาร การพัฒนาระบบโดยใช้ Agile ครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเลือกใช้รูปแบบการพัฒนาแบบ Extreme Programming ซึ่งมุ่งเน้นการทำงานร่วมกัน การสื่อสาร และการปฏิบัติตามระเบียบ (Kazim Ali, 2017)

จากแนวคิดทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



การพัฒนา นวัตกรรม การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มุ่งศึกษาการขับเคลื่อนหรือส่งต่อ ภูมิปัญญา โดยคำนึงถึงการปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยหลัก 3 ส่วน ได้แก่ การสร้างคุณค่า (Value Creation) การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creativity) และการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability) เพื่อให้เกิด คุณค่าในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

- 1) การสร้างคุณค่า (Value Creation) เป็นปัจจัยสำคัญที่จะรักษามรดกภูมิปัญญาไว้ และมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถนำไปแปลงสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างทวีคูณ ซึ่งจะเป็นวงจรการสร้างคุณค่าให้แก่มรดกภูมิปัญญาที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกันไปตามระดับของผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา (Concepts, Expression, Material, Organization) นำไปสู่ความภาคภูมิใจ หวังแทน และรักษามรดกภูมิปัญญาดั้งเดิมนั้นไว้
- 2) การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creativity) ความสร้างสรรค์เป็นพื้นฐานของการพัฒนาและความสำเร็จก้าวหน้าในทุกศาสตร์ กระบวนการคิดสร้างสรรค์จะช่วยให้สามารถต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมเป็นฐานได้อย่างแตกต่าง มีวิธีการนำเสนอถ่ายทอดภูมิปัญญาได้อย่างลึกซึ้ง มีวิธีสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีวิธีดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมและมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนมีวิสัยทัศน์ที่ช่วยให้ส่งต่อมรดกทางภูมิปัญญาได้จากรุ่นสู่รุ่น
- 3) การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability) เป็นการบริหารจัดการธุรกิจที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ในบริบทของชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความสมดุลในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นใน โดยมุ่งเน้นการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่ไปกับการจัดการทรัพยากรการผลิตในท้องถิ่น การเพิ่มผลผลิต การพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ และพัฒนาคุณภาพชีวิต เพื่อให้ภูมิปัญญาสนับสนุนธุรกิจ และธุรกิจจะนำพาภูมิปัญญาให้สืบทอดต่อไปจนถึงคนรุ่นหลังอย่างยั่งยืน

ผลการวิจัยตลอดทั้งกระบวนการจะได้มาซึ่งนวัตกรรมการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ซึ่งเป็นนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) สำหรับการสืบทอดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา โดยสามารถต่อยอดจากคุณค่าเดิมเพื่อสร้างความยั่งยืนอย่างสมดุลจากมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และภูมิปัญญาดั้งเดิม

บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อพัฒนานวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ใช้วิธีการศึกษากระบวนการดำเนินธุรกิจของหน่วยธุรกิจที่มีการ สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นที่ประสบความสำเร็จ (Best Practise) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการถ่ายโอนธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่น และเก็บรวบรวมข้อมูลเท็จจริงและสภาพการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบสภาพปัจจุบันและค้นหาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ การสืบทอดภูมิปัญญา

นำข้อมูลที่ได้มาจัดการความรู้ วิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อหาปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการส่งมอบหรือสืบทอดธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่น ประกอบกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร วารสารวิชาการ หนังสือ ตำราที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการถ่ายทอดความรู้ การจัดการความรู้ องค์ความรู้ด้านนวัตกรรม การสืบทอดความรู้ภูมิปัญญา รูปแบบและวิธีการส่งต่อองค์ความรู้ภูมิปัญญา การคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดต่อยอดเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การสร้างรูปแบบนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งจะต้องผสมผสานความรู้ใหม่เข้ากับองค์ความรู้เก่าเพื่อที่สามารถรักษาอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาดั้งเดิมไว้แต่ในขณะเดียวกันก็มีความเหมาะสมกับยุคสมัย และใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการพัฒนาธนาคารภูมิปัญญาเพื่อจัดเก็บและถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้สืบทอดมรดกภูมิปัญญา

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถแบ่งขั้นตอนการดำเนินการวิจัยออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

- 3.1 การศึกษาสภาพปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจ องค์ประกอบ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ทายาทและการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา
- 3.2 การจัดการองค์ความรู้ด้านกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3.3 การสังเคราะห์นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3.4 การสร้างธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) จากองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3.5 การประเมินผลการยอมรับรูปแบบนวัตกรรมขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mix Methods) ชนิดต่อเนื่องที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพนำ การวิจัยเชิงปริมาณ [QUAL-quan] คือการศึกษาโดยใช้วิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach)

ควบคู่กับการศึกษาโดยใช้วิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative approach) โดยจะใช้วิธีการเชิงคุณภาพเป็นหลักในการค้นหาคำตอบ และนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการเชิงปริมาณมาเสริม เพื่อหาสาเหตุของปรากฏการณ์ที่พบในเชิงลึกและอยู่ในขอบเขตที่ต้องการ (พวงผกา คงวัฒนานนท์, 2556) มีระเบียบวิธีวิจัยและรายละเอียดการศึกษาวิจัยในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

3.1 การศึกษาสภาพปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจ กระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ประกอบ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขับเคลื่อนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลปฐมภูมิในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา การดำเนินธุรกิจ และทายาทและการสืบทอด จากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติแบบแจกแจงความถี่ (Prequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อการสืบทอดภูมิปัญญา ใช้วิธีการการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ในจังหวัดเชียงใหม่ (Fraenkel, Jack R., 1993) กระจายแบบสอบถามผ่าน 3 ช่องทาง คือ

- ส่งแบบสอบถามผ่านสำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดเชียงใหม่
- ส่งแบบสอบถามผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้ Google Form ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา จังหวัดเชียงใหม่
- เก็บแบบสอบถามโดยตรงแบบตัวต่อตัว (Face to Face)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลิตสินค้าหัตถกรรม 4 ประเภท (กระทรวงวัฒนธรรม, 2560) ได้แก่

- ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า
- ของใช้ของตกแต่ง
- เครื่องประดับ
- อาหาร

เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก หากจะทำการศึกษาทั้งหมดจะมีข้อจำกัดทั้งด้านเวลาและงบประมาณ ดังนั้น จึงจะเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยทุก ๆ หน่วยของประชากรมีโอกาสถูกสุ่มมาเป็นกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2559) โดยจำนวนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาของจังหวัดเชียงใหม่ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาชุมชน มีจำนวน 1,188 ราย คิดเป็นจำนวนผลิตภัณฑ์ 3,347 ชนิด (กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2558) ดังนั้น การประมาณค่าสัดส่วนของประชากรเพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยอ้างอิงจากตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan มีค่าสัดส่วนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่นที่ 95% มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 291 คน

ตารางที่ 6 ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan (1970)

ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง
10	10	100	80	280	162	800	260	2,800	338
15	14	110	86	290	165	850	265	3,000	341
20	19	120	92	300	169	900	269	3,500	346
25	24	130	97	320	175	950	274	4,000	351
30	28	140	103	340	181	1,000	278	4,500	354
35	32	150	108	360	186	1,100	285	5,000	357
40	36	160	113	380	191	1,200	291	6,000	361
45	40	170	118	400	196	1,300	297	7,000	364
50	44	180	123	420	201	1,400	302	8,000	367
55	48	190	127	440	205	1,500	306	9,000	368
60	52	200	132	460	210	1,600	310	10,000	370
65	56	210	136	480	214	1,700	313	15,000	375
70	59	220	140	500	217	1,800	317	20,000	377
75	63	230	144	550	226	1,900	320	30,000	379
80	66	240	148	600	234	2,000	322	40,000	380
85	70	250	152	650	242	2,200	327	50,000	381
90	73	260	155	700	248	2,400	331	75,000	382
95	76	270	159	750	254	2,600	335	100,000	384

การสร้างเครื่องมือ

ดำเนินการสร้างแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaires) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา คำถามประกอบด้วยคำถามแบบเลือกตอบ 1 ข้อ คำถามแบบตอบได้มากกว่า

1 ข้อ และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (Likert' Method) (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2542) ประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อ (เลือกตอบ 1 ข้อ)
2. สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 11 ข้อ (เลือกตอบ 1 ข้อ, มากกว่า 1 ข้อ)
3. ปัจจัยด้านภูมิปัญญา จำนวน 7 ข้อ (มาตราส่วนประมาณค่า)
4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา จำนวน 10 ข้อ (มาตราส่วนประมาณค่า)
5. ปัจจัยด้านการดำเนินธุรกิจ จำนวน 10 ข้อ (มาตราส่วนประมาณค่า)
6. ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด จำนวน 12 ข้อ (มาตราส่วนประมาณค่า)
7. ปัญหาที่พบจากการดำเนินธุรกิจ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
8. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (คำถามปลายเปิด)

เกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตรวัดประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีดังนี้

ตัวเลือกหมายเลข 1 มีค่าเท่ากับ น้อยที่สุด

ตัวเลือกหมายเลข 2 มีค่าเท่ากับ น้อย

ตัวเลือกหมายเลข 3 มีค่าเท่ากับ ปานกลาง

ตัวเลือกหมายเลข 4 มีค่าเท่ากับ มาก

ตัวเลือกหมายเลข 5 มีค่าเท่ากับ มากที่สุด

เกณฑ์การประเมินผล กำหนดได้ดังนี้

1.00-1.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

1.50-2.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็น น้อย

2.50-3.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ปานกลาง

3.50-4.49 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มาก

4.50-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็น มากที่สุด

ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความสามารถในการตอบวัตถุประสงค์ ความชัดเจนถูกต้องของภาษาที่ใช้ และความครอบคลุมในด้านเนื้อหา ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม และนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน (รายชื่อแนบในภาคผนวก) ประเมินคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากค่าดัชนี IOC (Item Objective Congruence) (วรรณิ์ แกมเกตุ, 2551)

$$IOC = 0.6$$

IOC	หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ หมายถึง ผลรวมรวมของคะแนนที่ผู้ทรงคุณวุฒิตัดสิน
N	หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำการให้คะแนน
IOC > 0.5	หมายถึง ข้อความนั้นมีความสอดคล้อง สามารถวัดได้
IOC < 0.5	หมายถึง ข้อความนั้นไม่สอดคล้อง ไม่สามารถวัดได้

การประเมินคุณภาพของแบบสอบถามโดยใช้ดัชนี IOC พบว่ามีค่าสูงกว่า 0.5 ดังนั้นจึงถือว่าแบบสอบถามข้อมูลในการดำเนินธุรกิจและการสืบทอดภูมิปัญญาสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา มีความสอดคล้อง สามารถวัดได้ และนำไปเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว นำมาวิเคราะห์และแปลความหมาย โดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่มากกว่าหนึ่งตัว สรุปผลในลักษณะพรรณนา (Descriptive)

3.2 การสร้างและจัดการองค์ความรู้การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

ในขั้นตอนนี้แบ่งการดำเนินงานออกเป็นสามส่วน ส่วนที่หนึ่งคือการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้และการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบวิธีการ กระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนที่สองเป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการสืบทอดภูมิปัญญา และส่วนที่สามเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อจับความรู้ภูมิปัญญาจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert) หรือผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา โดยใช้รูปแบบการจัดการความรู้ SECI (Nonaka and Takeuchi, 1996) เพื่อนำความรู้ซ่อนเร้นที่ฝังลึกในตัวบุคคลและความรู้ชัดแจ้ง มาเรียบเรียงให้เกิดองค์ความรู้ในรูปแบบสารสนเทศที่มีคุณค่าและสามารถเข้าถึงได้ง่าย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ในจังหวัดเชียงใหม่ที่สามารถส่งผ่านธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่น เลือกรุ่นตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ที่ทุก ๆ หน่วยของประชากรมีโอกาสถูกสุ่มมาเป็นกลุ่มตัวอย่างเท่าเทียมกัน โดยเลือกรุ่นตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่รับช่วงสืบทอดธุรกิจ รวมถึงผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มที่จะส่งมอบกิจการให้แก่ทายาทรุ่นต่อไป ใช้วิธีการแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) อาศัยการแนะนำกลุ่มตัวอย่างแบบปากต่อปากจากผู้ประกอบการด้วยกันเอง เก็บข้อมูลไปเรื่อย ๆ จนกว่าข้อมูลที่ได้เริ่มวนซ้ำ จึงจะถือว่าได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเพียงพอแล้ว

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) แบบเผชิญหน้า (Face-to-face) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงลึก รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย และบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างประเด็นที่ใช้สัมภาษณ์ประกอบด้วย กระบวนการในการส่งผ่านธุรกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งผ่านธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่น รูปแบบการส่งผ่านธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่นของวิสาหกิจชุมชน รูปแบบการส่งผ่านธุรกิจครอบครัว ตัวแบบธุรกิจที่ใช้ในการดำเนินงาน ลักษณะของการจัดเก็บความรู้ภูมิปัญญา เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดเก็บความรู้ วิธีการถ่ายทอดความรู้หรือการส่งมอบความรู้ให้แก่ทายาททางธุรกิจ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

นำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ การสังเกต มาจัดบันทึกและเข้ารหัสเพื่อแยกหมวดหมู่ โดยใช้โปรแกรม QDA Miner Lite เพื่อทำการหาความถี่ของข้อมูล วิเคราะห์ความคิดเห็นที่เป็นข้อเท็จจริงและความคิดเห็นที่เป็นทัศนะเปรียบเทียบ สังเคราะห์ข้อมูลสรุปผล และเรียบเรียงในลักษณะพรรณนา

3.3 การสังเคราะห์นวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญา รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกในขั้นตอนที่ 1 และ 2 มาจำลองกระบวนการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างรูปแบบนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง การสร้างคุณค่า (Value Creation) การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creativity) และการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability)

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน

รูปแบบนวัตกรรมการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่พัฒนาได้ ใช้วิธีการประเมินเปรียบเทียบกับต้นแบบผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (Best Practice) ในการส่งมอบธุรกิจภูมิปัญญา จำนวน 3 ราย และผู้ประกอบการที่ไม่สามารถส่งมอบธุรกิจภูมิปัญญา จำนวน 1 ราย

3.4 การสร้าง Knowledge Bank หรือ ธนาคารภูมิปัญญา เพื่อจัดเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการจัดการความรู้ โดยการสร้างธนาคารภูมิปัญญา ซึ่งเป็นเว็บแอปพลิเคชันสำหรับเก็บความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

- 1) เนื้อหา (Content) ที่จะนำมาบรรจุในธนาคารภูมิปัญญา ได้แก่ นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาที่ได้จากการวิจัย ข้อมูลความรู้ภูมิปัญญาของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา หน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริมภูมิปัญญาและการพัฒนาสินค้าที่ใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน ตามโมเดล Cultural Industries ซึ่งประกอบด้วยองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรม (Cultural Knowledge) องค์ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่จับต้องไม่ได้ (Intellectual Properties) และการสร้างสรรค์ (Creativity) นำมาจัดการและสังเคราะห์ให้เป็นความรู้ใหม่โดยใช้ SECI Model (Nonaka and Takeuchi, 1996) ในการแปลงองค์ความรู้ให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลซึ่งเป็นสารสนเทศที่เข้าถึงและใช้งานได้สะดวกผ่านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน
- 2) การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันธนาคารภูมิปัญญาสำหรับเก็บข้อมูลภูมิปัญญา ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบ ใช้วิธีการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบ Agile
- 3) กระบวนการบริหารจัดการเว็บแอปพลิเคชันที่ก่อให้เกิดผลกระทบ (Impact) ด้านการสร้างความตระหนักในคุณค่าและการส่งมอบมรดกภูมิปัญญาต่อกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

- 1) เนื้อหา (Content) องค์กรความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ข้อมูลจากผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาของล้านนา จำนวนไม่ต่ำกว่า 20 เรื่องราว
- 2) การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน ธนาคารภูมิปัญญา เก็บข้อมูลความต้องการของระบบ (System Requirements) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ตัวแทนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา

เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

- 1) เนื้อหาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้จากการรวบรวมความรู้ภูมิปัญญาของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาซึ่งมีอยู่มากมายมาคัดเลือก นำมาจัดการรวบรวม คัดแยก จัดหมวดหมู่ สังเคราะห์และนำเสนอให้เป็นความรู้โดยใช้ SECI Model (Nonaka and Takeuchi, 1996) ในการแปลงองค์ความรู้ให้อยู่ในรูปแบบสารสนเทศที่เข้าถึงและใช้งานได้สะดวกผ่านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน
- 2) การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน ธนาคารภูมิปัญญา สำหรับเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญา ใช้วิธีการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบ Agile ในรูปแบบ XP ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) ระบุความต้องการ 2) วิเคราะห์และออกแบบ 3) ทดสอบระบบ 4) จัดทำเอกสาร

3.5 การประเมินผลการยอมรับรูปแบบนวัตกรรมขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

ทำการประเมินผลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในแวดวงหัตถกรรมภูมิปัญญา ประกอบด้วย ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ที่มีความรู้และคุณสมบัติใกล้เคียงกันมาร่วมสนทนากลุ่มใช้แนวคำถามแบบมีโครงสร้างและแบบกึ่งโครงสร้างเพื่อกำกับการสนทนาให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบการยอมรับนวัตกรรมการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและธนาคารภูมิปัญญาที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น และทำการบันทึกเสียง จดบันทึก สรุปผล และเรียบเรียงในลักษณะพรรณนา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประกอบด้วยผู้แทนจากสภาหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ ผู้แทนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ผู้แทนจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ ผู้แทนจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาจังหวัดเชียงใหม่ ผู้แทนจากสถาบันวิจัยสังคมจังหวัดเชียงใหม่ ผู้แทนจากศูนย์พัฒนานวัตกรรมและสื่อดิจิทัลล้านนา

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน

1) ประเมินความถูกต้องของนวัตกรรม 5 ปัจจัย โดยการใช้แบบสอบถามความถูกต้อง 10 ระดับ 2) ประเมินการยอมรับนวัตกรรมโดยใช้กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม (Rogers and Shoemaker, 2003) โดยใช้แบบจำลองเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Decision Process) 5 ขั้นตอนคือ 1) ขั้นความรู้ (Knowledge Stage) 2) ขั้นการจูงใจ (Persuasion Stage) 3) ขั้นการตัดสินใจ (Decision Stage) 4) ขั้นการลงมือปฏิบัติ (Implementation Stage) 5) ขั้นทบทวนการตัดสินใจ (Confirmation Stage) 3) ประเมินคุณค่าของนวัตกรรมโดยใช้ Business Model Canvas 9 ด้าน



ตารางที่ 7 ระเบียบวิธีวิจัย

วัตถุประสงค์	เอกสาร/ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	การทดสอบทางสถิติ	วิธีเก็บข้อมูล	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการดำเนินงานโครงการระบบการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ประกอบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขับเคลื่อนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	-ศึกษาเอกสาร งานวิจัย ด้านการดำเนินงานสืบทอดภูมิปัญญา และการสืบทอดภูมิปัญญา -กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา 308 ราย	-แบบสอบถาม -ลายปิด	-Cronbach's Alpha -ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน -Multiple Linear Regression	-face to face -online	ข้อมูลการดำเนินงานโครงการระบบการสืบทอด องค์ประกอบ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น
เพื่อจัดการองค์ความรู้การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	-ศึกษาข้อมูล เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง -ผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญา -กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา	-แบบสัมภาษณ์ เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง	-SECI Model -Knowledge Map	-การสัมภาษณ์ -การสังเกตแบบมีส่วนร่วม	องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

ตารางที่ 7 ระเบียบวิธีวิจัย (ต่อ)

วัตถุประสงค์	เอกสาร/ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	การทดสอบทางสถิติ	วิธีเก็บข้อมูล	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
เพื่อสังเคราะห์นวัตกรรมกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	วิเคราะห์ข้อมูลองค์ความรู้ การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	-Value Innovation -Value Creation -Creativity -Sustainability	-Best Practice	รวบรวมเอกสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์	นวัตกรรมเชิงคุณค่าด้านการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น
เพื่อสร้างธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank)	-ศึกษาข้อมูล เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบ -กลุ่มตัวอย่าง 1) ผู้ประกอบการ 2) ผู้เกี่ยวข้อง	-การจัดบันทึก ข้อมูลความต้องการ -การพัฒนาซอฟต์แวร์ Agile รูปแบบ XP		-การสัมภาษณ์ แบบปลายเปิด	ธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) สำหรับเก็บความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
เพื่อประเมินผลการยอมรับรูปแบบนวัตกรรมขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น	-ศึกษาข้อมูล เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม -กลุ่มตัวอย่าง ผู้เชี่ยวชาญ	-แบบสอบถาม ประเมินการยอมรับ		-การสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ	การยอมรับนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และแผนการพัฒนาปรับปรุง

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mix Method) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาโดยใช้แบบสอบถามข้อมูลในการดำเนินธุรกิจและการสืบทอดภูมิปัญญา และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นการตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัย

ข้อ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจ กระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ประกอบ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การขับเคลื่อนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา และ

ข้อ 2 เพื่อสร้างและจัดการองค์ความรู้การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น
ผลจากการศึกษานำเสนอต่อรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis)

ในการวิจัยเชิงปริมาณนี้ ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม แจกแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 350 ชุด ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 350 ชุด แต่มีแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนสามารถนำมาวิเคราะห์ได้เพียง 308 ชุด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อแปลผลและนำเสนอผลการวิจัย โดยจัดลำดับผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วนคือ

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติแบบแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอในรูปแบบค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ โดยใช้สถิติแบบแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอในรูปแบบค่าร้อยละ (Percentage)

1.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4 วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

1.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และจำนวนบุตรหรือทายาท จำนวน 308 คน แสดงผลดังตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	165	53.57
หญิง	139	45.13
ไม่ระบุ	4	1.30
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 53.57 เป็นเพศหญิง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 45.13 และมีผู้ตอบแบบสอบถามไม่ระบุเพศ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.32
20-30 ปี	40	12.99
31-40 ปี	73	23.70
41-50 ปี	47	15.26
51-60 ปี	69	22.40
61 ปี ขึ้นไป	78	25.32
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน โดยส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 61 ปี ขึ้นไป จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 25.32 รองลงมาคืออายุในช่วง 31-40 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็น

ร้อยละ 23.70 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.26 ช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12.99 และช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	34	11.04
สมรส	265	86.04
หย่าร้าง	9	2.92
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 86.04 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.04 และมีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	85	27.60
มัธยมศึกษา	86	27.92
อาชีวศึกษา	35	11.36
ปริญญาตรี	100	32.47
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.32
อื่น ๆ	1	0.32
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47 รองลงมา มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 27.69 มีระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 มีระดับการศึกษอาชีวศึกษา จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.36 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและมีระดับการศึกษาอื่นๆ จำนวนเท่ากัน คือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุตร/ทายาท

จำนวนบุตร/ทายาท	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	101	32.79
2 คน	143	46.43
3 คน	9	2.92
4 คน	1	0.32
5 คน ขึ้นไป	0	0.00
ไม่มีบุตรสืบสายเลือด	54	17.53
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน โดยส่วนใหญ่มีจำนวนบุตร/ทายาท 2 คน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 46.43 รองลงมา มีจำนวนบุตร/ทายาท 1 คน จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 32.79 ไม่มีบุตรสืบสายเลือด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 17.53 มีจำนวนบุตร/ทายาท 3 คน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.92 มีจำนวนบุตร/ทายาท 4 คน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 และมีจำนวนบุตร/ทายาท 5 คนขึ้นไป จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ โดยใช้สถิติแบบแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอในรูปแบบค่าร้อยละ (Percentage)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน แสดงผลดังตารางที่ 12-23 ดังนี้

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาที่เริ่มต้นทำธุรกิจ

ระยะเวลาที่เริ่มต้นทำธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ปี	42	13.64
10-20 ปี	92	29.87
มากกว่า 20 ปี	174	56.49
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เริ่มต้นทำธุรกิจมากกว่า 20 ปี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 56.49 รองลงมา มีระยะเวลาที่เริ่มต้นทำธุรกิจในช่วง 10-20 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 29.87 และมีระยะเวลาที่เริ่มต้นทำธุรกิจต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามรุ่นของธุรกิจ

รุ่นของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
รุ่นก่อตั้ง	224	72.73
รุ่นรับช่วงสืบทอด	82	26.62
อื่น ๆ	2	0.65
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน โดยส่วนใหญ่มีธุรกิจอยู่ในรุ่นก่อตั้ง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 72.73 รองลงมา มีธุรกิจอยู่ในรุ่นรับช่วงสืบทอด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 26.62 และมีธุรกิจอยู่ในรุ่นอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจำนวนผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง

จำนวนผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง	จำนวน	ร้อยละ
1-10 คน	245	79.55
11-20 คน	36	11.69
21-30 คน	10	3.25
31-40 คน	12	3.90
มากกว่า 40 คน	5	1.61
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน โดยส่วนใหญ่มีจำนวนผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง 1-10 คน จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 79.55 รองลงมา มีจำนวนผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง 11-20 คน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.69 มีจำนวนผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง

31-40 คน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 มีจำนวนผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง 21-30 คน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และมีจำนวนผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง มากกว่า 40 คน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามองค์ประกอบ พนักงาน ลูกจ้างในธุรกิจ

องค์ประกอบพนักงาน ลูกจ้างในธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
สมาชิกในครอบครัว	108	35.06
เครือญาติ	91	29.55
บุคคลภายนอก	45	14.61
อื่น ๆ	64	20.78
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน โดยส่วนใหญ่ในธุรกิจจะประกอบด้วยสมาชิกในครอบครัว จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 35.06 รองลงมาประกอบด้วยเครือญาติ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 29.55 ประกอบด้วยอื่น ๆ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 20.78 และประกอบด้วยบุคคลภายนอก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิต (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ผ้า/ผลิตภัณฑ์จากผ้า	67	19.03
ของใช้ของตกแต่ง	185	52.56
เครื่องประดับ	59	16.76
อาหาร	22	6.25
อื่น ๆ	19	5.40
รวม	-	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทของใช้ของตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 52.56 รองลงมาประกอบธุรกิจประเภทผ้า/ผลิตภัณฑ์จากผ้า คิดเป็นร้อยละ 19.03 ประกอบธุรกิจประเภทเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 16.76 ประกอบธุรกิจประเภทอาหาร คิดเป็นร้อยละ 6.25 และประกอบธุรกิจประเภทอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 5.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมการค้าเนินธุรกิจ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	249	80.84
บริษัทจำกัด	8	2.60
ห้างหุ้นส่วน	4	1.30
วิสาหกิจชุมชน	45	14.61
ร้านค้า	1	0.32
อื่น ๆ	1	0.32
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 80.84 รองลงมาเป็นธุรกิจประเภทวิสาหกิจชุมชน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.61 เป็นธุรกิจประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 เป็นธุรกิจประเภทห้างหุ้นส่วน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ส่วนธุรกิจประเภทร้านค้าและประเภทอื่น ๆ มีจำนวนเท่ากัน คือ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามลักษณะการค้าเนินธุรกิจ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลักษณะการค้าเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตและจำหน่าย	270	69.05
รับผลิตอย่างเดียว	42	10.74
รับมาจำหน่ายหน้าร้าน	30	7.67
คนกลางขายปลีก/ส่ง	36	9.21
อื่น ๆ	13	3.32
รวม	-	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบผลิตและจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 69.05 รองลงมา มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบรับผลิตอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 10.74 มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบคนกลางขายปลีก/ส่ง คิดเป็นร้อยละ 9.21 มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบรับมาจำหน่ายหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 7.67 และมีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 3.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามสัดส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ	ค่าสัดส่วนโดยเฉลี่ย
ขายตรงผ่านหน้าร้าน	245	37.12	75%
ออกงานแสดงสินค้า	191	28.94	27%
ขายผ่านคนกลาง	78	11.82	62%
ขายผ่านออนไลน์	146	22.12	18%
รวม	-	100.00	-

จากตารางที่ 20 พบว่า ส่วนใหญ่มีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยการขายตรงผ่านหน้าร้าน ร้อยละ 37.12 คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ย 75% รองลงมา มีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยการขายผ่านคนกลาง ร้อยละ 28.94 คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ย 27% มีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยการขายผ่านออนไลน์ ร้อยละ 22.12 คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ย 18% และมีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยการขายผ่านคนกลาง ร้อยละ 11.82 คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ย 62% ตามลำดับ

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามรายได้ โดยประมาณ

รายได้จากการทำธุรกิจโดยประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500,000 บาท	167	54.20
500,000 - 1,000,000 บาท	121	39.30
1,000,001-1,500,000 บาท	8	2.60
1,500,001-2,000,000 บาท	11	3.60
2,000,001-2,500,000 บาท	0	0.00
มากกว่า 2,500,000 บาท	1	0.30
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน ส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำธุรกิจโดยประมาณ ต่ำกว่า 500,000 บาท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 54.20 รองลงมา มีรายได้จากการทำธุรกิจโดยประมาณ 500,000-1,000,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 39.30 มีรายได้จากการทำธุรกิจโดยประมาณ 1,500,001-2,000,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 มีรายได้จากการทำธุรกิจโดยประมาณ 1,000,001-1,500,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 มีรายได้จากการทำธุรกิจโดยประมาณ มากกว่า 2,500,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามความต้องการส่งมอบธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ให้ทายาทรับช่วงต่อ

ความต้องการส่งมอบธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ให้ทายาทรับช่วงต่อ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการส่งมอบ	264	85.71
ไม่ต้องการส่งมอบ	4	1.30
ไม่แน่ใจ	40	12.99
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน ส่วนใหญ่ต้องการส่งมอบธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ให้ทายาทรับช่วงต่อ จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมาไม่แน่ใจว่าจะส่งมอบธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ให้ทายาทรับช่วง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12.99 และไม่ต้องการส่งมอบธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ให้ทายาทรับช่วง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของสภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามผู้ที่คาดว่าจะส่งมอบธุรกิจให้

ผู้ที่คาดว่าจะส่งมอบธุรกิจให้	จำนวน	ร้อยละ
บุตรผู้สืบสายเลือด	94	30.52
เครือญาติ	64	20.78
บุคคลภายนอกที่มีความสามารถ	63	20.45
ยังไม่ได้กำหนดผู้สืบทอด	65	21.10
อื่น ๆ	22	7.14
รวม	308	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 308 คน ส่วนใหญ่คาดว่าจะส่งมอบธุรกิจให้บุตรผู้สืบสายเลือด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 30.52 รองลงมายังไม่ได้กำหนดผู้สืบทอด จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 คาดว่าจะส่งมอบธุรกิจให้เครือญาติ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 20.78 คาดว่าจะส่งมอบให้บุคคลภายนอกที่มีความสามารถ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 20.45 และอื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของปัญหาที่พบจากการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิง
ภูมิปัญญา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหาที่พบจากการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาด้านการผลิต	139	16.33
ปัญหาด้านวัตถุดิบ	73	8.58
ปัญหาด้านการตลาด	27	3.17
ปัญหาด้านการบริหารจัดการ	19	2.23
ปัญหาด้านเงินทุน	12	1.41
ปัญหาด้านช่างฝีมือแรงงาน	76	8.93
ปัญหาด้านการพัฒนานวัตกรรม	30	3.53
ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์	42	4.94
ปัญหาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	41	4.82
ปัญหาด้านการขนส่งสินค้า	32	3.76
ปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้	42	4.94
ปัญหาด้านขาดผู้สืบทอด	177	20.80
ปัญหาด้านการส่งมอบธุรกิจ	141	16.57
รวม	-	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านขาดผู้สืบทอด คิดเป็นร้อยละ 20.80 รองลงมา
มีปัญหาด้านการส่งมอบธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.57 ปัญหาการผลิต คิดเป็นร้อยละ 16.33
ปัญหาด้านช่างฝีมือแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 8.93 ปัญหาด้านวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 8.58 ปัญหา
ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ คิดเป็นร้อยละเท่ากัน คือ 4.94 ปัญหา
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 4.82 ปัญหาด้านการขนส่งสินค้า คิดเป็นร้อยละ 3.76
ปัญหาด้านการพัฒนานวัตกรรม คิดเป็นร้อยละ 3.53 ปัญหาด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3.17
ปัญหาด้านการบริหารจัดการ คิดเป็นร้อยละ 2.23 และปัญหาด้านเงินทุน คิดเป็นร้อยละ 1.41
ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยนำเสนอในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภูมิปัญญา ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ด้านการบริหารธุรกิจ และด้านทายาทและการสืบทอด โดยในการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนเฉลี่ยในการแปลความหมาย (เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของบุญชม ศรีสะอาด (2535: 100) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึงระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นมาก

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึงระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

โดยแสดงข้อมูลในภาพรวมและรายด้าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นในภาพรวม

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านภูมิปัญญา	4.02	0.69	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา	3.64	0.69	มาก
ด้านการบริหารธุรกิจ	3.54	0.65	มาก
ด้านทายาทและการสืบทอด	3.56	0.73	มาก
รวม	3.69	0.69	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านภูมิปัญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ด้านทายาทและการสืบทอด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และด้านการบริหารธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านภูมิปัญญา

ด้านภูมิปัญญา	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การส่งเสริมอาชีพภูมิปัญญาในท้องถิ่น	3.92	0.95	มาก
2. การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นจุดขาย	4.05	0.99	มาก
3. การรับสืบทอดภูมิปัญญามาจากบรรพบุรุษ	4.18	0.38	มาก
4. การเรียนรู้ภูมิปัญญาด้านตนเอง	4.05	0.54	มาก
5. ความรู้ภูมิปัญญาควรปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัย	3.92	0.59	มาก
รวม	4.02	0.69	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านภูมิปัญญาในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับสืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา ได้แก่ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นจุดขายและการเรียนรู้ภูมิปัญญาด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.05 และการส่งเสริมอาชีพภูมิปัญญาในท้องถิ่นและความรู้ภูมิปัญญาควรปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา

ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบได้ยาก	3.40	0.64	ปานกลาง
2. การผลิตต้องใช้ความประณีต	3.84	0.51	มาก
3. ความพร้อมด้านอุปกรณ์การผลิต	3.93	0.52	มาก
4. ความเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์	3.89	0.60	มาก
5. มีการปรับปรุงขั้นตอนการผลิตให้ง่ายขึ้น	3.65	0.79	มาก
6. ช่างฝีมือมีภูมิลำนเาอยู่ในชุมชน	3.79	0.67	มาก
7. มีการใช้นวัตกรรมในกระบวนการผลิต	2.95	1.09	ปานกลาง
รวม	3.64	0.69	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพร้อมด้านอุปกรณ์การผลิต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.93 รองลงมา ได้แก่ ความเข้มงวดในการควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 การผลิตต้องใช้ความประณีต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ช่างฝีมือมีภูมิลำนเาอยู่ในชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 มีการปรับปรุงขั้นตอนการผลิตให้ง่ายขึ้น จากวิธีดั้งเดิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 โดยทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนในข้อผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบได้ยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และมีการใช้นวัตกรรมในกระบวนการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 โดยทั้ง 2 ข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการบริหารธุรกิจ

ด้านการบริหารธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ผลិតภัณฑ์มีคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม	3.82	0.65	มาก
2. ความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจ	3.47	0.57	ปานกลาง
3. ความรุนแรงในการแข่งขันทางธุรกิจ	3.43	0.70	ปานกลาง
4. มีพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือ	3.57	0.64	มาก
5. ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	3.43	0.56	ปานกลาง
6. มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในธุรกิจอย่างชัดเจน	3.54	0.80	มาก
รวม	3.54	0.65	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการบริหารธุรกิจในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพอใจในผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.82 รองลงมา ได้แก่ มีพันธมิตรและเครือข่ายความร่วมมือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในธุรกิจอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ตามลำดับ โดยทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ความรุนแรงในการแข่งขันทางธุรกิจและความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.43 ตามลำดับ โดยทั้ง 3 ข้อข้างต้นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านทายาทและการสืบทอด

ด้านทายาทและการสืบทอด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ทายาทมีความผูกพันกับครอบครัวและท้องถิ่น	3.79	0.66	มาก
2. ความกระตือรือร้นในการเรียนรู้มรดกภูมิปัญญา	3.40	1.04	ปานกลาง
3. มีการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตสินค้าภูมิปัญญา สม่ำเสมอ	3.45	0.67	ปานกลาง
4. ทายาทเข้ารับการศึกษในหลักสูตรที่สนับสนุนการ ดำเนินธุรกิจของท่าน	2.99	0.95	ปานกลาง
5. ท่านเตรียมความพร้อมให้ทายาทก่อนส่งมอบธุรกิจ	3.28	0.86	ปานกลาง
6. มีการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาโดยการบรรยาย สาธิต ฝึกปฏิบัติ	4.04	0.49	มาก
7. มีการสอนเคล็ดลับความรู้ภูมิปัญญาอย่างเปิดเผย	3.95	0.43	มาก
รวม	3.56	0.73	มาก

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านทายาทและการสืบทอด ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาโดยการบรรยาย สาธิต ฝึกปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.04 รองลงมาได้แก่ การสอนเคล็ดลับความรู้ภูมิปัญญาอย่างเปิดเผย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และทายาทมีความผูกพันกับครอบครัวและท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยทั้ง 3 ข้อข้างต้นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนข้อที่มีการถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตสินค้าภูมิปัญญาสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ความกระตือรือร้นในการเรียนรู้มรดกภูมิปัญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.40 เตรียมความพร้อมให้ทายาทก่อนส่งมอบธุรกิจ มีค่าเท่ากับ 3.28 และทายาทเข้ารับการศึกษในหลักสูตรที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 ตามลำดับ โดยทั้ง 4 ข้อที่เหลือข้างต้น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้กำหนดให้ “การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น” เป็นตัวแปรตาม และ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น” เป็นตัวแปรย่อย 4 ตัวแปร ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบ Stepwise และได้กำหนดสัญลักษณ์ของแต่ละตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาไว้ดังนี้

X_1	หมายถึง	ด้านภูมิปัญญา
X_2	หมายถึง	ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา
X_3	หมายถึง	ด้านการบริหารธุรกิจ
X_4	หมายถึง	ด้านทายาทและการสืบทอด
Y	หมายถึง	การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

โดยผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แสดงรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 30 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

	X_1	X_2	X_3	X_4
X_2	.071			
X_3	.441**	.731**		
X_4	.148**	.371**	.695**	
Y	.549**	.654**	.817**	.598**

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 30 พบว่า การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ดังนี้

ปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X_1) มีความสัมพันธ์กับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น (Y) อยู่ในระดับ ปานกลาง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.549

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X_2) มีความสัมพันธ์กับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น (Y) อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.654

ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X_4) มีความสัมพันธ์กับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น (Y) อยู่ในระดับปานกลาง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.598

ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว

ตัวแปรอิสระ	R	R Square	Std. Error of			
			Adjusted R Square	the Estimate	F	Sig
X_3	.817	.667	.666	.772	613.55	.000
X_3, X_1	.844	.712	.710	.720	376.26	.000
X_3, X_1, X_2	.864	.746	.744	.676	298.10	.000
X_3, X_1, X_2, X_4	.886	.784	.781	.624	275.41	.000
X_1, X_2, X_4	.885	.783	.781	.625	366.29	.000

จากตารางที่ 31 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อหาตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น มีตัวแปรอิสระที่ทดสอบแล้วว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งหมด 4 ตัวแปร ตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ (X_3) ปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X_1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X_2) และปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X_4) ซึ่งสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ (X_3) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เท่ากับ 0.666 และทำให้ทราบว่าด้านการบริหารธุรกิจส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ร้อยละ 66.60 เมื่อต้องการเพิ่มตัวแปรทีละตัว

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X_1) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.710 และทำให้ทราบว่าด้านภูมิปัญญาส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 71.00

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X_2) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เท่ากับ 0.744 และทำให้ทราบว่าด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ร้อยละ 74.40 เมื่อต้องการเพิ่มตัวแปรทีละตัว

และเมื่อเพิ่มปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X_4) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.781 และทำให้ทราบว่าด้านทายาทและการสืบทอดส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 78.10

ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1.334	.540	
X_3	.216	.184	.082
X_1	1.119	.092	.435
X_2	1.508	.160	.448
X_4	.781	.107	.310

R = 0.886 R Square = 0.784 F = 275.412
Adjusted R Square = 0.781 Std. Error of the Estimate = 0.624

**p-value < 0.05

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ (X_3) ปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X_1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X_2) และปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X_4) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเมื่อนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาสร้างตัวแบบพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ จะได้ดังนี้

$$Y = 1.334 + 0.216X_3 + 1.119X_1 + 1.508X_2 + 0.781X_4$$

โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.886

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ (R Square) = 0.784

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = 0.781 หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 78.10

ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย (Std. Error) = 0.624

จากตารางที่ 30 และ 31 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ (X_3) มีความสัมพันธ์กับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น (Y) สูงถึง 0.817 ซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.75 อาจเนื่องมาจากตัวแปร

ดังกล่าวมีปัญหาด้าน Collinearity หรือ Multicollinearity นั่นคือ ตัวแปรพยากรณ์มีความสัมพันธ์กันเองสูงส่งผลให้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณผิดปกติ ดังนั้น จะไม่นำตัวแปรด้านการบริหารธุรกิจมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว

ตัวแปรอิสระ	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Sig
X ₂	.654	.428	.426	1.01202	228.727	.000
X ₂ ,X ₁	.826	.682	.680	.75581	326.852	.000
X ₂ ,X ₁ ,X ₄	.885	.783	.781	.62481	366.285	.000

**p-value < 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อหาตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น จากตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร และมีตัวแปรอิสระที่ทดสอบแล้วว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งหมด 3 ตัวแปร ตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X₂) ปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X₁) และปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X₄) ซึ่งสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X₂) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เท่ากับ 0.426 และทำให้ทราบว่าด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นร้อยละ 42.60 เมื่อต้องการเพิ่มตัวแปรทีละตัว

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X₁) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.680 และทำให้ทราบว่าด้านภูมิปัญญาส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 68.00

และเมื่อเพิ่มปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X₄) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.781 และทำให้ทราบว่าด้านทายาทและการสืบทอดส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 78.10

ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.943	.426	
X ₂	1.657	.097	.493
X ₁	1.190	.069	.463
X ₄	.873	.073	.346

R = 0.885 R Square = 0.783 F = 366.285
 Adjusted R Square = 0.781 Std. Error of the Estimate = 0.62481

**p-value < 0.05

จากตารางที่ 34 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X₂) ปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X₁) และ ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X₄) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเมื่อนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาสร้างตัวแบบพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ จะได้ดังนี้

$$Y = 0.943 + 1.657X_2 + 1.190X_1 + 0.873X_4$$

โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.885

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ (R Square) = 0.783

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = 0.781

หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 78.10

ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย (Std. Error) = 0.62481

และเมื่อนำปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญามาวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบ Stepwise และได้กำหนดสัญลักษณ์ของแต่ละตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาไว้ดังนี้

X_1	หมายถึง	ด้านภูมิปัญญา
X_2	หมายถึง	ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา
X_3	หมายถึง	ด้านการบริหารธุรกิจ
X_4	หมายถึง	ด้านทายาทและการสืบทอด
W_1	หมายถึง	ปัญหาด้านการผลิต
W_2	หมายถึง	ปัญหาด้านวัตถุดิบ
W_3	หมายถึง	ปัญหาด้านการตลาด
W_4	หมายถึง	ปัญหาด้านการบริหารจัดการ
W_5	หมายถึง	ปัญหาด้านเงินทุน
W_6	หมายถึง	ปัญหาด้านช่างฝีมือแรงงาน
W_7	หมายถึง	ปัญหาด้านการพัฒนานวัตกรรม
W_8	หมายถึง	ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
W_9	หมายถึง	ปัญหาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
W_{10}	หมายถึง	ปัญหาด้านการขนส่งสินค้า
W_{11}	หมายถึง	ปัญหาการขาดองค์ความรู้
W_{12}	หมายถึง	ปัญหาด้านผู้สืบทอด
W_{13}	หมายถึง	ปัญหาด้านการส่งมอบธุรกิจ
Y	หมายถึง	การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

โดยผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว ได้แสดงรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว

ตัวแปรอิสระ	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Sig
X ₃	.817	0.667	0.666	0.772	613.549	.000
X ₃ , X ₁	.844	0.712	0.710	0.720	376.255	.000
X ₃ , X ₁ , X ₂	.864	0.746	0.744	0.676	298.100	.000
X ₃ , X ₁ , X ₂ , W ₁₂	.893	0.797	0.794	0.606	297.148	.000
X ₃ , X ₁ , X ₂ , W ₁₂ , W ₈	.899	0.808	0.805	0.590	253.845	.000
X ₃ , X ₁ , X ₂ , W ₁₂ , W ₈ , W ₁₀	.905	0.819	0.815	0.574	227.078	.000
X ₃ , X ₁ , X ₂ , W ₁₂ , W ₈ , W ₁₀ , W ₃	.912	0.833	0.829	0.553	213.139	.000
X ₃ , X ₁ , X ₂ , W ₁₂ , W ₈ , W ₁₀ , W ₃ , X ₄	.914	0.835	0.831	0.549	189.379	.000
X ₁ , X ₂ , W ₁₂ , W ₈ , W ₁₀ , W ₃ , X ₄	.913	0.834	0.830	0.550	215.466	.000
X ₁ , X ₂ , W ₁₂ , W ₈ , W ₁₀ , W ₃ , X ₄ , W ₇	.915	0.837	0.832	0.547	191.398	.000

**p-value < 0.05

จากตารางที่ 35 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อหาตัวพยากรณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น จากตัวแปรอิสระ 17 ตัวแปร และมีตัวแปรอิสระที่ทดสอบแล้วว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งหมด 8 ตัวแปร ตามลำดับคือ ปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X₁) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X₂) ปัจจัยปัญหาด้านผู้สืบทอด (W₁₂) ปัจจัยปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ (W₈) ปัจจัยปัญหาด้านการขนส่งสินค้า (W₁₀) ปัจจัยปัญหาด้านการตลาด (W₃) ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X₄) และปัจจัยปัญหาด้านการพัฒนานวัตกรรม (W₇) ซึ่งสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ (X₃) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เท่ากับ 0.666 และทำให้ทราบว่าด้านการบริหารธุรกิจส่งผลกระทบต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ร้อยละ 66.60 เมื่อต้องการเพิ่มตัวแปรทีละตัว

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X₁) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.710 และทำให้ทราบว่าด้านภูมิปัญญาส่งผลกระทบต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 71.00

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X_2) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.744 และทำให้ทราบว่าด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 74.40

เมื่อเพิ่มปัจจัยปัญหาด้านผู้สืบทอด (W_{12}) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.794 และทำให้ทราบว่าปัญหาด้านผู้สืบทอดส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 79.40

เมื่อเพิ่มปัจจัยปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ (W_8) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.805 และทำให้ทราบว่าปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 80.50

เมื่อเพิ่มปัจจัยปัญหาด้านการขนส่งสินค้า (W_{10}) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.815 และทำให้ทราบว่าปัญหาด้านการขนส่งสินค้าส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 81.50

เมื่อเพิ่มปัจจัยปัญหาด้านการตลาด (W_3) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.829 และทำให้ทราบว่าปัญหาด้านการตลาดส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 82.90

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X_4) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.831 และทำให้ทราบว่าด้านทายาทและการสืบทอดส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 83.10

เมื่อลดปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ (X_3) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์ลดลงเป็น 0.830 และทำให้ทราบว่าด้านการบริหารธุรกิจไม่ค่อยส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ลดลงเป็นร้อยละ 83.00

และเมื่อเพิ่มปัจจัยปัญหาด้านการพัฒนานวัตกรรม (W_7) เข้าไป ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.832 และทำให้ทราบว่าปัญหาด้านการพัฒนานวัตกรรมส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มขึ้นร้อยละ 83.20

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน โดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta
(Constant)	1.691	.415	
X ₁	1.567	.078	.610
X ₂	1.471	.102	.437
W ₁₂	-.333	.105	-.124
W ₈	.815	.130	.210
W ₁₀	.679	.114	.155
W ₃	.671	.119	.142
X ₄	.421	.103	.167
W ₇	-.256	.119	-.057

R = 0.915 R Square = 0.837 F = 191.398
Adjusted R Square = 0.832 Std. Error of the Estimate = 0.547

**p-value < 0.05

จากตารางที่ 36 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X₁) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา (X₂) ปัจจัยปัญหาด้านผู้สืบทอด (W₁₂) ปัจจัยปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ (W₈) ปัจจัยปัญหาด้านการขนส่งสินค้า (W₁₀) ปัจจัยปัญหาด้านการตลาด (W₃) ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X₄) และปัจจัยปัญหาด้านการพัฒนาวัฒนธรรม (W₇) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาสร้างตัวแบบพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ เป็นดังนี้

$$Y = 1.691 + 1.567X_1 + 1.471X_2 - 0.333W_{12} + 0.815W_8 + 0.679W_{10} + 0.671W_3 + 0.421X_4 - 0.256W_7$$

โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.915

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ (R Square) = 0.837

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = 0.832 หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 83.20

ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย (Std. Error) = 0.547

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของแบบประเมินเกี่ยวกับการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นว่ามีทั้งหมดกี่องค์ประกอบ อะไรบ้าง และใช้เหตุผลอธิบายความหมายขององค์ประกอบ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างไรเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาจากค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอล์คิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ดังตารางที่ 36

ตารางที่ 37 ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอล์คิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	Bartlett's Test of Sphericity		
	Approx. Chi-Square (χ^2)	df	Sig.
0.616	1018.713	78	.000

จากตาราง ที่ 37 พบว่า ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอล์คิน (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.616 ซึ่งควรจะมีค่ามากกว่า 0.800 แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรต่าง ๆ นั้น มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง พอที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และจากค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ พบว่าค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 1018.713 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าเมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น เมตริกซ์สหสัมพันธ์จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่อไปได้

ส่วนที่ 2 การสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis : PC) ดังตารางที่ 37

ตารางที่ 38 จำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม ในแต่ละองค์ประกอบของแบบประเมินเกี่ยวกับการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1	2.637	20.284	20.284
2	2.017	15.519	35.803
3	1.558	11.984	47.787
4	1.163	8.943	56.730
5	1.105	8.498	65.228
6	1.010	7.773	73.001

จากตารางที่ 38 การสกัดองค์ประกอบ ได้สกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการหมุนแกนองค์ประกอบและพบว่า ได้ 6 องค์ประกอบ มีค่าพิสัยของค่าไอเกน อยู่ระหว่าง 1.010 – 2.637 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 73.001

ส่วนที่ 3 การหมุนแกนองค์ประกอบ และอธิบายความหมายขององค์ประกอบ โดยผู้วิจัยได้ทำการหมุนแกนองค์ประกอบ เพื่อให้ตัวแปรมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยทำการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Method) ดังตารางที่ 38

ตารางที่ 39 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากการหมุนแกนองค์ประกอบ

ข้อคำถาม	องค์ประกอบ					
	1	2	3	4	5	6
องค์ประกอบที่ 1						
อายุ	.901					
ระยะเวลาในการทำธุรกิจ	.887					
ระดับการศึกษา	-.729					
องค์ประกอบที่ 2						
จำนวนพนักงาน		.857				
ประเภทธุรกิจ		.839				
รายได้ต่อปี		.716				
องค์ประกอบที่ 3						
จำนวนบุตร			.898			
สถานภาพ			-.892			
องค์ประกอบที่ 4						
เพศ				.825		
องค์ประกอบที่ 5						
พนักงานลูกจ้างประกอบด้วย					.727	
การส่งมอบธุรกิจ					-.596	
องค์ประกอบที่ 6						
ผู้ที่คาดว่าจะส่งมอบธุรกิจให้						.906

จากตารางที่ 39 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของแบบประเมินเกี่ยวกับการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้ทั้งหมด 6 องค์ประกอบ แต่เมื่อพิจารณาความเหมาะสมของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ที่มีค่าเกิน

0.30 (โดยไม่พิจารณาเครื่องหมาย ว่าเป็นบวกหรือเป็นลบ) ผู้วิจัยได้ตัดองค์ประกอบบางตัวออก โดยพิจารณาจากข้อคำถามหรือตัวแปรที่ไม่ถึง 3 ข้อ ทำให้เหลือองค์ประกอบที่ใช้ได้จริง 2 องค์ประกอบ โดยสามารถอธิบายความหมายขององค์ประกอบทั้ง 2 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุ ระยะเวลาในการธุรกิจ และระดับการศึกษา มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.637 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.729 – 0.901 ซึ่งเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว องค์ประกอบดังกล่าวจะตั้งชื่อว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

องค์ประกอบที่ 2 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนพนักงาน ประเภทธุรกิจ และรายได้ต่อปี มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.017 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.716 – 0.857 ซึ่งเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว องค์ประกอบดังกล่าวจะตั้งชื่อว่า การดำเนินธุรกิจ

4.2 การกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

ในการพัฒนากระบวนการส่งต่อองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูล แวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และแนวปฏิบัติที่เคยทำมาแล้วในการรักษา ส่งมอบความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดของกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงลึกและเชิงกว้าง เพื่อเป็นการสรุปภาพรวมของวิธีการที่มีการยึดถือปฏิบัติและจำลอง กระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาจากสิ่งที่ค้นพบ การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้ จะทำการค้นหากระบวนการในการส่งต่อมรดกภูมิปัญญาที่เป็นทุนทางสังคม (Social Capital) หรือเป็นสมบัติล้ำค่าของท้องถิ่นไว้ โดยการศึกษาลักษณะ กระบวนการ ขั้นตอน วิธีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในประเทศไทยและต่างประเทศ ใช้วิธีการศึกษาแบบ Non-empirically (Serpell, Stobie, Fairburn, & van Schaick, 2013) คือการรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 36 บทความ แบ่งเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพจำนวน 29 บทความ และการศึกษา เชิงปริมาณ 7 บทความ กำหนดขอบเขตของการค้นโดยใช้คำสำคัญคือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสืบทอดภูมิปัญญา การถ่ายทอดความรู้ สืบค้นบทความแบบสุ่มจาก google scholar สรุปรวบรวมข้อมูลและทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนการส่งต่อภูมิปัญญา รวมถึงเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการธำรงรักษามรดกทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการศึกษาแสดงในลักษณะการบรรยายความดังนี้

ในโลกยุคหลังอุตสาหกรรม (Post-Industrial Economic) อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งในหน่วยเศรษฐกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว (Ngok, 2011) จนนับได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค เนื่องจากช่วยสร้างโอกาสในการจ้างงาน ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น อเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลี มีอัตรา GDP ของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมร้อยละ 25, 20, และ 15

ตามลำดับ โดยประเทศจีนมีอัตราการเติบโตของ GDP ต่ำกว่า 4% เนื่องจากอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาและแข่งขันในด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ส่วนในประเทศอิตาลีมีรายได้จากอุตสาหกรรมในภาคส่วนวัฒนธรรม 78.6 พันล้านเหรียญ และส่งผลต่อเนื่องให้เกิดการกระตุ้นการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาคส่วนอื่น ๆ ในประเทศถึง 15.6% คิดเป็นอัตราการจ้างงาน 1.4 ล้านคน หรือร้อยละ 5.9 ของทั้งประเทศ (Boccella & Salerno, 2016)

ประเทศสหรัฐอเมริกามีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นปัจจัยการผลิตทางกายภาพกลายเป็นการผลิตที่พึ่งพิงข้อมูลภูมิปัญญาหรือความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ (Florida, 2006) ทั่วโลกตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของการแข่งขันด้วยการให้ความสำคัญกับ Soft Power ซึ่งได้แก่ องค์ความรู้ ศิลปะ การท่องเที่ยว ค่านิยม และการบริโภคทางวัฒนธรรม ทดแทนการมุ่งแข่งขันในแง่ของเศรษฐกิจ การเมือง การทหาร และวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี ทำให้เกิดค่านิยมและแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจด้วยวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจในการพัฒนาชุมชนที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณค่าความเป็นมนุษย์มากกว่าความเจริญทางวัตถุเพียงอย่างเดียว เกิดมุมมองด้านคุณค่าภายในซึ่งเป็นคุณค่าที่แท้จริง มีความคงทน ถาวร และยั่งยืน โดยใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นทางเลือกในการพัฒนา เพื่อให้โครงสร้างการผลิตเชื่อมโยงอย่างสมดุลกับโครงสร้างเศรษฐกิจทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Neto & De Sousa Filho, 2016) โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้การศึกษา การสร้างสรรค์ผลงาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ที่นำสินทรัพย์อย่างความคิดสร้างสรรค์มาเพิ่มมูลค่า โดยอาศัยความสามารถเฉพาะตัว ผสมกับสินทรัพย์ของท้องถิ่นเป็นรากฐาน (อัญชลี คุรุชาม, 2558)

อย่างไรก็ตาม แม้ภาครัฐจะส่งเสริมให้เกิดการใช้งาน หวงแหวน รักษา และสืบสานมรดกภูมิปัญญา แต่กลับพบสถานการณ์ที่อาจนำไปสู่การสิ้นสุดของภูมิปัญญา เช่น ภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมถูกแทนที่ด้วยแนวคิดใหม่และการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ทันสมัย (Shigeyuki, 2013) ไม่เว้นแม้แต่ภูมิปัญญาด้านภาษาท้องถิ่นของชุมชนต่าง ๆ ก็อยู่ในภาวะถดถอยและมีความเสี่ยงต่อการสูญเสียมรดกภูมิปัญญานั้นไป (ณัฐฉา สมยาโรน และ อัจฉรา ศรีพันธ์, 2557) การพัฒนาแบบแยกส่วนที่มุ่งผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจแต่ขาดการบูรณาการการพัฒนาฐานรากทางศิลปวัฒนธรรมจะส่งผลกระทบต่ออย่างมากมายจนไม่อาจลดช่องว่างและความเหลื่อมล้ำในสังคมได้ ในขณะที่เดียวกันจากการศึกษาของ Jungck และ Kajornsins กลับพบว่า การสูญหายของภูมิปัญญาไทยเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างอัตโนมัติเพื่อตอบสนองต่อกระแสโลกาภิวัตน์ อันเป็นผลมาจากการรับรู้วัฒนธรรมโลก (Jungck & Kajornsins, 2003) และไทยกำลังอยู่ในช่วงเวลาแห่งการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลกระทบต่อแหล่งความรู้แบบดั้งเดิม ความรู้ภูมิปัญญาไทยในท้องถิ่นกำลังถูกบดบังด้วยความรู้

ใหม่จากภายนอก (Rhea, 1995) เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมเข้าสู่สังคมอุตสาหกรรมในยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้ความรู้ใหม่ไหลบ่าเข้ามาแทนที่ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิม ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาที่เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิถีชีวิตจากรุ่นสู่รุ่นลดลง ทำให้ภูมิปัญญาจำนวนมากลบล้างไปจากชุมชน แม้จะมีการกำหนดมาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรม แต่เป็นเพียงลักษณะของของการส่งเสริมให้เกิดธรรมเนียมปฏิบัติ ไม่ปรากฏการบังคับใช้อย่างเข้มงวดเด็ดขาด ทำให้การดำเนินการด้านการอนุรักษ์คุ้มครองไม่มีทิศทางที่ชัดเจน

ภูมิปัญญาท้องถิ่นในมุมมองพหุมิติ

ในความเป็นจริงแล้วอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมได้หลอมรวมเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ เทคโนโลยีและมวลมนุษยชาติเข้าไว้ด้วยกัน โดยส่งเสริมให้เกิดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านการแปลงความหมายที่แฝงอยู่ในวัฒนธรรมนั้นอย่างสร้างสรรค์ จนกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์มีส่วนเกี่ยวข้องกันอย่างเหนียวแน่น (Bhawuk, 2003) ในภาคอุตสาหกรรมบันเทิงก็มีการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น นำไปสู่การเรียกร้องและตอบสนองกับธุรกิจในด้านอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมนั้น (Harris-Moore, 2016) มรดกทางวัฒนธรรมเทศกาล ประเพณี เป็นกิจกรรมในชุมชนท้องถิ่นที่กลายมาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ดังเช่นการแข่งขันเรือยาวของจังหวัดพิจิตรในภาคกลางของประเทศไทย เป็นการแปลงมรดกทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นการพาณิชย์ และสะท้อนให้เห็นความปรารถนาในการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมให้แก่คนรุ่นต่อไปโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน (Pookaiyudom, 2019)

จากความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรม ได้ตราพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ.2559 เนื่องจากมรดกภูมิปัญญาเป็นสมบัติล้ำค่าที่ได้รับการสร้างสรรค์ สั่งสม ปลูกฝัง และสืบทอดภายในชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น แต่ได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงทางสังคม มีการใช้วัฒนธรรมภูมิปัญญาในทางที่บิดเบือนไม่เหมาะสมและเป็นเหตุให้ภูมิปัญญาสูญหายไป มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่ได้รับการส่งเสริมและรักษาไว้ประกอบด้วย 1) วรรณกรรมพื้นบ้านและภาษา 2) ศิลปะการแสดง 3) แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม ประเพณีและเทศกาล 4) ความรู้และการปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล 5) งานช่างฝีมือดั้งเดิม 6) การเล่นพื้นบ้าน กีฬาพื้นบ้านและศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว และลักษณะอื่นตามที่กฎกระทรวงกำหนด ทั้งนี้ เพื่อเป็นการฟื้นฟูความรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางที่ใช้ต่อต้านกระแสโลกาภิวัตน์ และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของชุมชนโดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (Jungck & Kajornsins, 2003) มีบทความที่ศึกษา

เกี่ยวกับการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยที่มีความหลากหลาย การสืบทอดภูมิปัญญาอ้างอิงมาจากความเชื่อ พิธีกรรม และกิจกรรมบางอย่างที่ชุมชนให้การยอมรับร่วมกัน และเป็นการสืบทอดเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการหารายได้เลี้ยงดูครอบครัว (ชนกมลย์ คงยก, 2015) ส่วนหนึ่งของกระบวนการ สืบทอดคือการส่งเสริมให้เยาวชนมีบทบาทในการแสดงออกด้านภูมิปัญญา สร้างความตระหนักให้เกิดการรับรู้ หวงแหน ภาคภูมิใจ ส่งต่อความรู้ทักษะด้านภูมิปัญญาเพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ และสามารถคิดริเริ่มการจัดการปกป้องคุ้มครองภูมิปัญญาด้วยตนเอง (เบ็ญจรัตน์ มาประณีต และ หทัยรัตน์ มาประณีต, 2014) ใช้วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่เยาวชนผ่านแหล่งเรียนรู้ในครอบครัว ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน/วัด ผู้มีชื่อเสียงในจังหวัด สถาบันการศึกษา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกแขนง จัดนิทรรศการเผยแพร่ความรู้ สาธิตขั้นตอนการทำงาน ส่งเสริมความรู้ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหัตถกรรมภูมิปัญญาได้อย่างยั่งยืน (อัญชลี โสมมติ, 2553) นอกจากนี้พบว่ามีการใช้วรรณกรรมเยาวชนเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดภูมิปัญญาไทย 9 ประเภท คือ วัฒนธรรม ประเพณีและจารีตปฏิบัติ ความเชื่อ พิธีกรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ อาหารและสมุนไพรไทย การเล่นของเด็กไทย และวรรณคดีไทย (ศิริลักษณ์ บัตรประโคน, 2552) ความผูกพันของสถาบันครอบครัวต่ออาหารทำให้วัฒนธรรมไทยสมบูรณ์เข้มแข็งขึ้น การถ่ายทอดความรู้ด้านอาหารจากผู้ใหญ่สู่เยาวชนเป็นการรักษาแบบแผนของสังคม โดยกิจกรรมการประกอบอาหารรับประทานได้สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของสมาชิกครอบครัวและสังคม (ดวงเด่น บุญปก, 2016)

การสืบทอดภูมิปัญญาการชักเรือพระเกิดจากความศรัทธาของคนในชุมชนที่มีต่อพุทธศาสนา โดยเชื่อว่าจะทำให้ฝนตกตามฤดูกาลและเกิดสิริมงคลแก่ชีวิต (วิจิตรา อุดมะมุณีย์, ชุติพร มณีโชติ, ณัฐวี ศรี สุวรรณ, พิมพิมล พวงแก้ว, ภารวี ทวีตา, อรอุมา สุวรรณโณ, และ จุรีรัตน์ บัวแก้ว, 2012) ส่วนการสืบทอดภูมิปัญญาการทำเครื่องปั้นดินเผาสอดคล้องกับวิถีชีวิต ความผูกพันกับประวัติศาสตร์ ชุมชน ความเชื่อ พิธีกรรม รูปแบบการบริหารจัดการชุมชนเต็มไปด้วยพลังความสามัคคี มุ่งเน้นการรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อม (ภานุพัฒน์ ปณิธิพงศ์, พฤทธิศุภ เศรษฐศิริ, อำนาจ เย็นสบาย, และ สาธิต ทิมวัฒน์บัณฑิต, 2016) กระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาการรักษาแบบพื้นบ้านของชนเผ่าม้งมีการถ่ายทอดผ่านพิธีกรรมต่าง ๆ ในครอบครัวและเครือญาติ ปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อการสืบทอดคือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การเคารพผู้อาวุโส การอบรมสั่งสอน พิธีกรรมความเชื่อ การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐและวิถีปฏิบัติตามวัฒนธรรมสมัยใหม่ และภูมิปัญญานี้ทำให้เกิดการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพและการพึ่งพาตนเองของชุมชนอย่างกลมกลืนกับธรรมชาติ (ทองเจือ เขียดทอง, 2015) การสร้างรูปสัตว์หิมพานต์เพื่อตกแต่งประดับพระเมรุในพระราชพิธีถวายพระเพลิงพระบรมวงศานุวงศ์เป็นการสืบทอดความเชื่อในสมัยโบราณเรื่องการสร้างพระเมรุจากความเชื่อเกี่ยวกับเขาพระสุเมรุในไตรภูมิกับการมีพระมหากษัตริย์ที่ทรงเป็นสมมติเทพ เมื่อสวรรคตแล้วจะเสด็จสู่เขาพระสุเมรุที่สถิต

แห่งเทพเจ้าดั้งเดิม เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบัน (รุ่งอรุณ กุลธำรง, 2013) แชนโหนดา ประเพณีโบราณตามความเชื่อของชุมชนชาวไทยเชื้อสายเขมร ซึ่งใช้ความเกี่ยวโยงกับดวงวิญญาณบรรพบุรุษเป็นจุดเชื่อมร้อยให้คนที่มิชีวิตอยู่ได้ตอบแทนบุญคุณคนตาย แม้จะมีความพยายามรักษาและสืบทอดมาอย่างยาวนาน แต่ก็ได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงจากกระแสโลกาภิวัตน์ จึงได้มีการปรับรูปแบบ ขั้นตอน และรายละเอียดของกิจกรรมบางช่วงบางตอนแต่สาระสำคัญของประเพณียังคงได้รับการรักษาไว้อย่างมั่นคงตามฐานความเชื่อเดิม (สารภี ขาวดี, 2016)

การสืบทอดภูมิปัญญาหมอพื้นบ้านอีสาน ได้รับถ่ายทอดจากบรรพบุรุษและเพิ่มพูนทักษะด้วยการเรียนรู้ด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มีการเก็บรักษาองค์ความรู้ไว้กับตนเองเป็นความรู้แบบไม่ชัดเจน มีเพียงส่วนน้อยมากที่เก็บความรู้ในรูปการจดบันทึก และหมอพื้นบ้านส่วนใหญ่ต้องการถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคคลที่เป็นญาติหรือเป็นคนที่มิลักษณะเป็นคนดีมีศีลธรรม (ชฎิล สมรภูมิ & ศรีวรรณ มีคุณ, 2010) แต่ในขณะเดียวกัน หมอพื้นบ้านที่พึงพิงความรู้ภูมิปัญญากลับไม่ได้รับการยอมรับและถูกกีดกันมิให้พัฒนาควบคู่กับความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ทำให้ขาดการศึกษาต่อยอดพัฒนาองค์ความรู้ให้เหมาะสมกับยุคสมัย ภูมิปัญญาถูกทอดทิ้งเสื่อมเลือน เนื่องจากคนรุ่นใหม่ไม่เข้าใจภูมิปัญญามากพอที่จะนำไปพัฒนาต่อยอดได้ (ศุภสิทธิ์ พรรณารุโณทัย และ อัมพวรรณ ศรีวิไล, 2005) ในขณะที่การสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไหมพื้นบ้านใช้วิธีการถ่ายทอดความรู้ในครอบครัว การเปิดรับความรู้จากคนภายนอกครอบครัว และการเรียนรู้ด้วยตนเอง (ชัยสิทธิ์, ยอดนิล, & แจ่มกระจ่าง, 2016) กระบวนการสืบทอดความรู้การปั่นตุ๊กตาชาววังใช้วิธีถ่ายทอดความรู้จากครูภูมิปัญญาในท้องถิ่นแก่ผู้สนใจ ใช้วิธีการฝึกสอนและเล่าประวัติความเป็นมา และการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นในสถานศึกษา (กนกวรรณ งามฉวี, 2554) การสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าส่วนใหญ่เป็นการสาธิตฝึกปฏิบัติ ถ่ายทอดความรู้ในครอบครัวจากแม่สู่ลูก สนับสนุนให้เกิดแหล่งเรียนรู้งานหัตถกรรมในชุมชน จัดเป็นหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อปลูกฝังความรู้ด้านงานหัตถกรรม ส่งเสริมการจัดนิทรรศการระดับจังหวัด จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญา (สุวิทย์ วงษ์บุญมาก, 2015) การสืบทอดภูมิปัญญาผ้าทอไทยพวน พบปัญหาที่มีผู้ถ่ายทอดจำนวนน้อยรายและทั้งหมดเป็นผู้สูงอายุ มีแนวโน้มขาดความต่อเนื่องในการสืบทอดเพราะเยาวชนไม่ให้ความสนใจ ใช้แนวทางการสร้างกลุ่มในชุมชนเพื่อรวบรวมผู้ถ่ายทอดและผู้สืบทอด มีการบูรณาการระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน โดยจัดทำเนื้อหาภูมิปัญญาออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรป้องกันองค์ความรู้สูญหาย (Hussadin Areewan, 2016) มีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาผ้าไหม (นิตยา วรรณกิตร์, 2014) ส่วนการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาผ้าทอไทยทรงดำ มีแนวทางคือ 1) สร้างองค์ความรู้ 2) จัดตั้งพิพิธภัณฑ์และศูนย์เรียนรู้ 3) ประชาชนชาวบ้าน 4) พัฒนากระบวนการสืบทอดและหลักสูตรการเรียนรู้ 5) กิจกรรมงานประเพณี 6) การสร้างเครือข่าย 7) การจัดตั้งกลุ่มทอผ้า 8) สื่อสารประชาสัมพันธ์ ใช้ยุทธศาสตร์การ

ระดมความร่วมมือ กระตุ้นผู้นำ สร้างแรงจูงใจในการสืบทอด มีปัจจัยของความสำเร็จประกอบด้วย สำนักทางชาติพันธุ์ ทูทางวัฒนธรรม สมาชิก-ผู้นำชุมชน โดยมีภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา ให้การสนับสนุน (เอื้อมพร โตภาณุกรักรักษ์กุล และ ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม, 201) นอกจากนี้การศึกษา ของธิดารัตน์ ศิริรัตน์ และ วีรฉัตร สุปัญญา (2014) พบว่าในกลุ่มครุภูมิปัญญาไทยเขตภาคใต้ ใช้วิธีการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ การอ่าน เรียนรู้จากบรรพบุรุษ เรียนรู้จากทุกแหล่งทั้งในและนอกระบบ กระบวนการสร้างความรู้ใหม่จะเกิดจากการสังเคราะห์ความรู้เดิมเชื่อมโยงกับประสบการณ์ใหม่ ใช้การสะท้อนคิดให้เป็นความคิดรวบยอดจนกระทั่งตกผลึกเป็นความรู้ที่สามารถใช้ได้จริง มีการรวบรวมและจัดเก็บความรู้ลงในฐานข้อมูล เก็บเป็นลายลักษณ์อักษรด้วยวิธีการที่หลากหลาย มีการถ่ายทอดความรู้ผ่านเครือข่ายการเรียนรู้ของชุมชน ด้วยการบรรยาย สาธิต ทดลอง การฝึกปฏิบัติจริง และเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ในกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญายังพบว่า ในชุมชนเครื่องเงินวัวลายมีการใช้พ่อครูแม่ครุภูมิปัญญามาสาคิวิธีการผลิต ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเพื่อปรับปรุงธุรกิจ สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดและการส่งออก จัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาให้คงอยู่ต่อไป (Montri, Klinhnu & Fongmanee, 2017) ภูมิปัญญาการทำมิดอริญญิกมีคุณค่าต่อการพัฒนาคนในชุมชนและสังคมท้องถิ่นโดยรวม ใช้วิธีการถ่ายทอดภายในชุมชน รวมกลุ่มเรียนรู้ พัฒนาต่อยอดวิธีการทำมิด และสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ภูมิปัญญา โดยจัดตั้งกลุ่มบริหารภูมิปัญญาการทำมิดอริญญิกเพื่อจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นและกิจกรรมการเรียนการสอน เพื่อสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน (ธัชพร ฤกษ์ฉาย และ วีระ นาวิณ, 2016) มีการสร้างสวนป่าสมุนไพรเรียนรู้วิถีชีวิตพอเพียงของชุมชนและการแพทย์แผนไทย เพื่อการสืบทอดภูมิปัญญาด้านการใช้สมุนไพรในการรักษาโรคและการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อสร้างความสัมพันธ์และสายใยในชุมชน (วิโรจน์ มุมานะจิตต์ และ บุญเชิด หนูอิม, 2016) สำหรับการสืบทอดละครชาตรีเมืองเพชร เพื่อการสืบสานและพัฒนาละครชาตรีให้เป็นสื่อพื้นบ้านที่ใช้สื่อสารความเปลี่ยนแปลงกับชุมชน ใช้ศิลปินและผู้นำกลุ่มในการถ่ายทอดเรื่องราวและส่งเสริมให้เกิดประสบการณ์จริง (ระวีวรรณ วรรณวิไชย, 2017)

ปัญหาการขาดแคลนผู้สืบทอดภูมิปัญญาการทำอาหารพื้นเมืองที่เป็นอัตลักษณ์ ทำให้เกิดกิจกรรมรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงอัตลักษณ์ทางภูมิปัญญาอาหารพื้นเมือง มีการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสาธิตวิธีการทำอาหารพื้นเมืองให้แก่คนรุ่นใหม่ เผยแพร่ข้อมูลอาหารพื้นเมืองแลกเปลี่ยนความรู้วิธีการปรุงอาหารโดยแกนนำในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง (Ngamprapasom, 2018) มีการก่อตั้งศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนทุ่งยั้ง ทำให้เกิดการบูรณาการระหว่างองค์กรต่าง ๆ ในชุมชน สามารถขยายเครือข่ายภูมิปัญญาข้ามพื้นที่ เกิดจิตสำนึกในการรักษาภูมิปัญญาาร่วมกัน (จักกฤษณ์ พิญาพวงษ์, ศรัณยู เรือนจันทร์ และ เพล็ดจการ

กันแจ่ม, 2014) เช่นเดียวกับชาวไทยคำภาคเหนือตอนล่างยังคงพูดภาษาไทยคำและรักษาประเพณีปฏิบัติดั้งเดิม มีการจัดตั้งชมรมไทคำท้องถิ่นเพื่อร่วมกันเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน และสามารถแก้ปัญหาท้องถิ่นได้ด้วยความร่วมมืออย่างเข้มแข็งภายในชุมชน (Wongwattana, 2016) สำหรับการผลิตเครื่องเบญจรงค์แบบโบราณซึ่งเป็นหัตถกรรมที่ต้องใช้ความประณีตโดยใช้มือ ใช้วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาโดยการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติจริง ผู้เรียนต้องมีความต้องการและความตั้งใจที่จะเรียนรู้ฝึกฝน กระบวนการเรียนรู้เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ ตกผลึกทางความคิด นำไปสู่การใช้ความคิดสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรมอันทรงคุณค่าจึงจะทำให้รูปแบบของเครื่องเบญจรงค์สวยงามเหมาะสมกับยุคสมัย (สมพันธ์ ทิพย์มงคล และ อธิพัชร์ วิจิตสถิตรัตน์ 2016) การได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสถานศึกษา การจัดเก็บรวบรวมความรู้และนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ จัดตั้งแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาของชุมชน ใช้ระบบสหกรณ์ สร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ร่วมกัน เสริมสร้างหลักสูตรในระบบการศึกษา เรียนรู้แลกเปลี่ยนและนำวัฒนธรรมภูมิปัญญาให้เป็นที่รู้จักและยกระดับให้เป็นกิจกรรมระดับสากล (อารีรัตน์ พุฒิรุ่งโรจน์, 2014) และยังพบว่ารูปแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้โดยศิลปินมีอิสระในการแสดงความเป็นปัจเจก แต่ก็เป็นการสร้างสรรค์ในกรอบของชนบเดิม ในขณะที่ผู้สืบทอดที่เป็นบุคคลทั่วไปจะมีความสร้างสรรค์น้อยกว่าหรือไม่มีเลยเพราะต้องยึดตามขนบอย่างเคร่งครัด (สุกัญญา สุจฉายา, 2012) ดังนั้น การใช้วิธีสอนคติชนวิทยาจะทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจวิถีชีวิตของกลุ่มชนได้อย่างแท้จริง ทำให้เกิดความสำนึกรักชุมชนท้องถิ่นและภาคภูมิใจในภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ (ชลธิชา หอมพุ่ม และ สมพร ร่วมสุข, 2016)

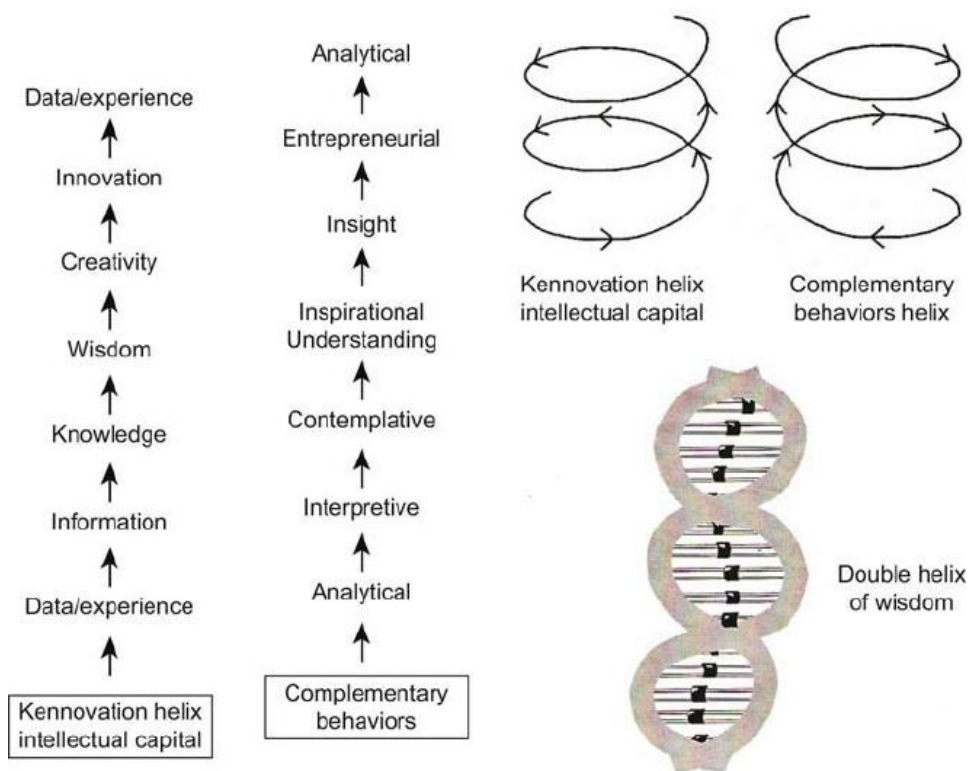
การสืบทอดองค์ความรู้หัตถกรรมสิ่งทอของชุมชนปกากะญอ มุ่งเน้นการจัดการความรู้โดยใช้วิธีการคิดเชิงระบบ (System thinking) โดยหาวิธีการรักษาสมดุลของการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การทอผ้า สร้างทัศนคติการ เรียนรู้ จัดตั้งกลุ่มการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน ชักถาม ฝึกฝน แยกแยะ และพัฒนาสะท้อนคิดและพยายามต่อยอดองค์ความรู้ (Pongwiritthon & Syers, 2014) ส่วนแนวทางการสืบสานภูมิปัญญา อาหารล้านนา 4 องค์ประกอบ คือ 1) ผู้ถ่ายทอด จัดทำระบบฐานข้อมูล จัดเวทีการแสดงออก สื่อสารกับชุมชน ยกย่องปราชญ์ท้องถิ่น 2) ผู้รับถ่ายทอด เสริมสร้างความรู้ ตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญา สร้างแรงจูงใจ ฝึกทักษะ สังเกตและจดจำ 3) กระบวนการถ่ายทอด สาธิต คิดร่วมกัน สร้างสรรค์ แบ่งปัน 4) ผลการถ่ายทอด ศึกษาวิจัย ฟื้นฟูอนุรักษ์ ต่อยอดภูมิปัญญา (ทัศนีย์ อารมณฺ์เกลี้ยง และ สุภาพ ฉัตรภรณ์, 2557) เช่นเดียวกับชนกลุ่มน้อยที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ภายหลังต้องอพยพออกจากถิ่นฐานเดิมเนื่องจากการสร้างเขื่อน ได้รักษาภูมิปัญญาและวิถีชีวิตริมน้ำดั้งเดิมเป็นหลักในการดำรงชีพ ประกอบอาชีพ จนสามารถสร้างเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นได้ (Daiyu, 2005) การสืบทอดภูมิปัญญาไทยจึงใช้กลวิธีมากมาย เช่น การส่งต่อภูมิปัญญาจากผู้สู่เยาวชนแบบไม่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น การบอกเล่าเรื่องราว การสืบทอดผ่าน

ความบันเทิง เช่น การเล่นเกมการช้อปปิ้ง การเล่นนิทาน สืบทอดผ่านพิธีกรรมประเพณีที่ผู้คนได้มีส่วนร่วม สืบทอดผ่านการปฏิบัติจริง การสืบทอดแบบเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น การจารึกคำสวด คาถา ตำรายา การวาด การเขียน บันทึกข้อมูลไว้เป็นหลักฐาน นำเสนอการสืบทอดภูมิปัญญาไทยผ่านองค์ประกอบของงานเขียน เช่น ผ่านความคิดจินตนาการของตัวละคร คำพูด พฤติกรรม วิถีชีวิต ถ่ายทอดศิลปะการใช้สำนวนโวหารเพื่อนำเสนอการสืบทอดภูมิปัญญาไทย (ศิริลักษณ์ บัตรประโคน, 2552) กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผน แสดงความคิดเห็น แบ่งหน้าที่ตามจิตอาสา ทำให้เกิดความผูกพันและร่วมกันรักษาประเพณีอันดีงาม โดยผู้ถ่ายทอดและสืบทอดภูมิปัญญามีวิธีการและมีความตระหนักถึงภูมิปัญญา 10 ประการ ได้แก่ สภาพแวดล้อม ประสบการณ์การเรียนรู้ ความรู้ ภูมิปัญญา ความรัก แสวงหา กล้าและอดทน สร้างสรรค์ และสำนึก (ภาณุพัฒน์ ปณิธพงศ์ พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ, อำนาจ เย็นสบาย และ สาธิต ทิมวัฒนบัณฑิต, 2016)

การเก็บรักษาและการถ่ายทอดความรู้

การสืบทอดภูมิปัญญา เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการความรู้ ความรู้จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือความรู้เฉพาะตัวหรือความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคนที่เกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ เป็นความรู้ที่สามารถพัฒนาและแบ่งปันกันได้ อีกประเภทหนึ่งคือความรู้ที่ชัดแจ้ง คือความรู้ที่รวบรวมและถ่ายทอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยสัดส่วนระหว่างความรู้แบบฝังลึก และความรู้แบบชัดแจ้งในองค์กรจะเท่ากับ 80:20 (Nonaka & Konno, 1998) ยิ่งไปกว่านั้นในการศึกษาของ Nonaka (1991) ยังพบว่าความรู้ทั้งสองประเภทสามารถเปลี่ยนสถานะระหว่างกันได้ตลอดเวลา โดยผ่านกระบวนการปรับเปลี่ยนและสร้างความรู้ 4 รูปแบบคือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสกัดความรู้ออกจากตัวคน การรวบรวมความรู้ และการผนึกฝังความรู้ ดังนั้นการสร้างความรู้ใหม่จึงเป็นเกลียวคลื่นความรู้ (Knowledge spiral) ที่เกิดขึ้นและหมุนเวียนไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ในขณะที่ Dewey (1938) กล่าวว่า การเรียนรู้จากประสบการณ์เกิดขึ้นจากการปฏิบัติจริง ผู้เรียนเป็นผู้สร้างความรู้โดยเริ่มจากการรับรู้ปัญหา หาทางแก้ไข และทดลองทำงานเกิดเป็นประสบการณ์ เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับความรู้เดิม และเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งจะเกิดการปรับเปลี่ยนสิ่งที่ได้รับรู้ให้เป็นความรู้ใหม่

ความรู้ประกอบด้วย การมีสติ มองความรู้เป็นวัตถุ เป็นกระบวนการที่มีเงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล โดยจะต้องมีความสามารถในการขยายขอบเขตความรู้ผ่านการศึกษาและประสบการณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล (Schubert, Lincke, & Schmid, 1998) แต่หากกำหนดความรู้ให้เป็นวัตถุจะสามารถสร้างกระบวนการในการจัดเก็บและจัดการความรู้ได้อย่างเป็นระบบ (Zack 1999)



ภาพที่ 9 การบูรณาการความรู้แบบเกลียวคู่ (Matthews, 1997)

วัฒนธรรมภูมิปัญญาที่ถูกพัฒนาต่อยอดอย่างสร้างสรรค์ จะกลายเป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าเชิงพาณิชย์ให้แก่ผู้ดำเนินการได้ กลไกดังกล่าวก่อให้เกิดกระบวนการถ่ายทอดคุณค่าในเชิงวัฒนธรรม อันนำไปสู่การฟื้นฟู อนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาในที่สุด อย่างไรก็ตามจากการศึกษา ทบทวนวรรณกรรมสามารถจัดกลุ่มวิธีการสืบทอดภูมิปัญญาออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ประกอบด้วยประเพณี วัฒนธรรมภูมิปัญญา ภาษา ศิลปะการแสดง (Ahmad, Figueiredo & Lako, 2006)
- 2) ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ศิลปหัตถกรรม งานช่างฝีมือดั้งเดิม (Vecco, 2010)

ภูมิปัญญาทั้งสองประเภทมีความเชื่อมโยงกันอย่างลึกซึ้ง เพราะวัฒนธรรมภูมิปัญญาที่จับต้องได้ล้วนมีฐานรากมาจากแนวคิดความเชื่อ และพื้นฐานความรู้จากวัฒนธรรมภูมิปัญญาที่จับต้องไม่ได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการนำความคิดความเชื่อที่เป็นนามธรรมมาสร้างให้เกิดเป็นรูปธรรม (Munjeri, 2004) โดยใช้วิธีการสืบทอดที่อ้างอิงจากพิธีกรรมความเชื่อของคน ถ่ายทอดจากบุคคลที่เป็นผู้รู้ ส่งมอบความรู้ให้แก่ผู้รับถ่ายทอด โดยวิธีการสาธิตลงมือปฏิบัติ และจดบันทึกความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในวรรณกรรมจำนวน 36 บทความ ที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น การสืบทอดภูมิปัญญา และการถ่ายโอนความรู้ ประกอบด้วยบทความที่เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ จำนวน 29 บทความ และบทความที่เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ 7 บทความ สามารถนำวิเคราะห์หาคำสำคัญเพื่ออธิบายกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

ผลการศึกษาพบว่ามีประเด็นที่ถูกกล่าวถึงในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาทั้งหมด 29 ประเด็น คือ พิธีกรรมความเชื่อ, กฎหมายคุ้มครอง, การสอนคติชน, การประกอบอาชีพสร้างรายได้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์/ผู้ประกอบการ, สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน, เยาวชน, ครูภูมิปัญญา, ผู้นำกลุ่ม, การเล่นของเด็กและเยาวชน, ความรู้ฝังลึกในตัวตน, การถ่ายทอดความรู้ในครอบครัว, การประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูล, การสาธิตความรู้, การใช้หลักสูตรท้องถิ่น, การบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน, การบันทึกความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร, การฟื้นฟูความรู้ภูมิปัญญา, การพัฒนาต่อยอดความรู้, การยกระดับให้เป็นกิจกรรมสากล, การสร้างมาตรฐานความรู้, การคิดเชิงสร้างสรรค์, การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, การเรียนรู้ด้วยตนเอง, การลงมือปฏิบัติ, ศูนย์การเรียนรู้, ชมรม/กลุ่มทำงาน, สหกรณ์

ประเด็นที่เกี่ยวข้องทั้ง 29 ประเด็น มีความถี่แตกต่างกันออกไป นำไปวิเคราะห์และประมวลหาค่าเฉลี่ยของความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยใช้ One Sample T-test ในการทดสอบความแตกต่างหรือเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการทดสอบการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 40 การทดสอบค่าเฉลี่ยของความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ One Sample T-test

One-Sample Statistics	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
เยาวชน	36	.0833	.28031	.04672
ครูภูมิปัญญา	36	.1389	.35074	.05846
ผู้นำกลุ่ม	36	.0556	.23231	.03872
ศูนย์การเรียนรู้	36	.1944	.40139	.06690
ชมรม/กลุ่มทำงาน	36	.1389	.35074	.05846
สหกรณ์	36	.0278	.16667	.02778
ยึดเป็นอาชีพ	36	.0278	.16667	.02778
พัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการ	36	.0278	.16667	.02778
ความสามารถในการแข่งขัน	36	.0278	.16667	.02778
รักษาแบบแผนของสังคม	36	.0278	.16667	.02778
การเล่น	36	.0278	.16667	.02778
พิธีกรรม-ความเชื่อ	36	.2500	.43916	.07319
ความรู้ฝังลึกในตัวตน	36	.0556	.23231	.03872
ถ่ายทอดความรู้ในครอบครัว	36	.1667	.37796	.06299
กำหนดมาตรการทางกฎหมาย	36	.0278	.16667	.02778
ประชาสัมพันธ์ สื่อสารข้อมูล	36	.1389	.35074	.05846
สาธิตความรู้	36	.1667	.37796	.06299
หลักสูตรท้องถิ่น	36	.1667	.37796	.06299
บูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน	36	.2500	.43916	.07319
บันทึกความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร	36	.1944	.40139	.06690
การฟื้นฟูความรู้ภูมิปัญญา	36	.0278	.16667	.02778
ปรับปรุงต่อยอดความรู้	36	.0556	.23231	.03872
ยกระดับให้เป็นกิจกรรมสากล	36	.0556	.23231	.03872
สร้างมาตรฐานความรู้	36	.0278	.16667	.02778
สอนคติชน	36	.0278	.16667	.02778
ความสร้างสรรค์	36	.0833	.28031	.04672
การรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อม	36	.0556	.23231	.03872
เรียนรู้ด้วยตนเอง	36	.0556	.23231	.03872
ลงมือปฏิบัติ	36	.1111	.31873	.05312

เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคำสำคัญที่ค้นพบ สามารถจัดหมวดหมู่ของคำสำคัญออกเป็น 5 กลุ่ม รายละเอียดดังตารางที่ 40 คือ

- | | |
|------------------------------------|-------|
| 1) คติธรรม คำสอน (Morale) | = M 1 |
| 2) แรงจูงใจในการสืบทอด (Motive) | = M 2 |
| 3) บุคคลากรในการสืบทอด (Man) | = M 3 |
| 4) กลวิธีในการถ่ายทอด (Method) | = M 4 |
| 5) องค์กรที่เกี่ยวข้อง (Institute) | = I 1 |

ตารางที่ 41 การจัดกลุ่มคำสำคัญที่ค้นพบจากการวิจัยเอกสาร

M1	Morale	คติธรรมคำสอน	พิธีกรรมความเชื่อ, กฎหมายคุ้มครอง, การสอน คติชน, การรักษาแบบแผนของสังคม
M2	Motive	แรงจูงใจในการสืบทอด	เพื่อประกอบอาชีพสร้างรายได้, เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์/ผู้ประกอบการ, สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน,
M3	Man	บุคลากรในการสืบทอด	เยาวชน, ครูภูมิปัญญา, ผู้นำกลุ่ม
M4	Method	กลวิธีในการถ่ายทอด	การเล่นของเด็กและเยาวชน, ความรู้ฝังลึกในตัวตน, การถ่ายทอดความรู้ในครอบครัว, การประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูล, การสาธิตความรู้, การใช้หลักสูตรท้องถิ่น, การบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน, การบันทึกความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร, การฟื้นฟูความรู้ภูมิปัญญา, การพัฒนาต่อยอดความรู้, การยกระดับให้เป็นกิจกรรมสากล, การสร้างมาตรฐานความรู้, การคิดเชิงสร้างสรรค์, การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, การเรียนรู้ด้วยตนเอง, การลงมือปฏิบัติ,
I1	Institute	องค์กรที่เกี่ยวข้อง	ศูนย์การเรียนรู้, ชมรม/กลุ่มทำงาน, สหกรณ์

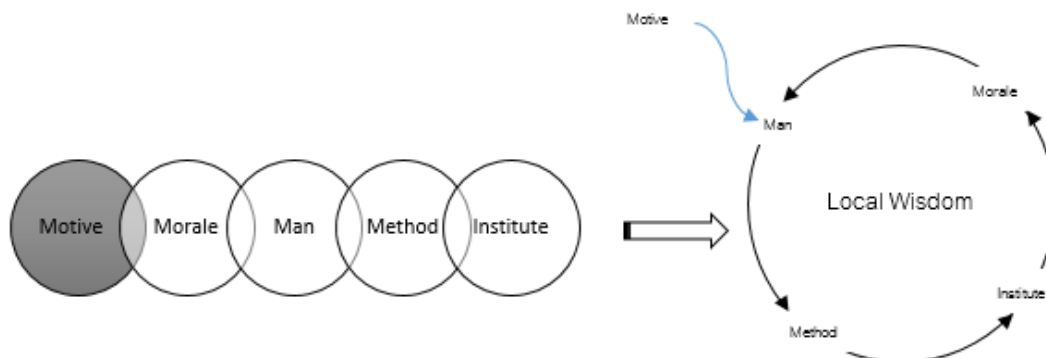
ประเด็นที่ถูกกล่าวถึงในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญา มีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยทั้ง 36 ชิ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 ประเด็น ประกอบไปด้วย พิธีกรรม-ความ

เชื่อ, บูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน, บัณฑิตความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร และศูนย์การเรียนรู้ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบประเด็นที่ถูกกล่าวถึงในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญา มีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยทั้ง 36 ชิ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จำนวน 7 ประเด็น ประกอบไปด้วย ถ่ายทอดความรู้ในครอบครัว, สาธิตความรู้, หลักสูตรท้องถิ่น, ครูภูมิปัญญา, ชมรม/กลุ่มทำงาน, ประชาสัมพันธ์ สื่อสารข้อมูล และลงมือปฏิบัติ ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้นสามารถอธิบายในภาพรวมได้ว่า องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในประเทศไทยมีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับความเชื่อทางวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ ความรู้ภูมิปัญญาถูกเก็บรักษาและถ่ายทอดในครอบครัว โดยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยในการถ่ายทอดความรู้มีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ ชมรม/กลุ่มทำงานในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในชุมชน มีการสาธิตความรู้และประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูลภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่อง องค์ความรู้ภูมิปัญญาบางส่วนถูกจัดเก็บและบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร มีการนำไปสร้างเป็นหลักสูตรท้องถิ่น โดยครูภูมิปัญญาเป็นผู้ขับเคลื่อนการถ่ายทอดมรดกภูมิปัญญาและมีการพัฒนาปรับปรุงต่อยอดองค์ความรู้ให้เหมาะสมกับยุคสมัย

กระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น คือการถ่ายทอดความรู้ดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาจากรุ่นบุรุษซึ่งเป็นข้อมูลและประสบการณ์ในอดีตที่ได้รับการยอมรับว่าดีแล้ว ภูมิปัญญาถูกบอกเล่าถ่ายทอดต่อ ๆ กันในท้องถิ่นกลายเป็นองค์ความรู้ องค์ความรู้เดิมเมื่อผสมผสานกับประสบการณ์จากการลองผิดลองถูก จะเกิดกระบวนการสร้างสรรค์ต่อยอดองค์ความรู้นั้น หากความรู้เดิมสามารถใช้แก้ปัญหาได้ก็จะยึดถือและใช้ความรู้นั้นต่อไป แต่หากความรู้เดิมไม่สามารถแก้ปัญหาได้ จะมีการต่อยอดและสร้างองค์ความรู้ใหม่ และความรู้ใหม่จะได้รับการยอมรับก็ต่อเมื่อถูกนำไปเข้าสู่กระบวนการทดลองปฏิบัติและได้รับการยืนยันว่าสามารถแก้ปัญหาที่จริงเป็นวัฏจักรของความรู้ที่เกิดขึ้นอย่างไม่มีการสิ้นสุด เป็นการสร้างความรู้ในลักษณะเกลียวคลื่นความรู้ของ Nonaka & Konno (1998) ที่เกิดขึ้นและหมุนเวียนไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดเช่นเดียวกัน



ภาพที่ 10 ประเด็นสำคัญในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

ในบริบทของสภาพแวดล้อม สถานการณ์ ช่วงเวลาที่แตกต่างกันอาจทำให้ความรู้เดิมที่เคยได้รับการยอมรับว่าแก้ไขปัญหาได้ในเวลาหนึ่งไม่สามารถนำมาใช้ได้ในช่วงเวลาหนึ่ง ดังนั้น การสืบทอดภูมิปัญญาจำเป็นต้องอาศัยความคิดในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่ง Csikszentmihalyi (2015) กล่าวถึงระบบการเกิดกระบวนการสร้างสรรค์ (The Systems Model of Creativity) ว่ามี 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ Domain, Field และ Person ในบริบทของความรู้ภูมิปัญญา การสร้างสรรค์จะเริ่มจากตัวบุคคล (Person) ซึ่งอาจทำได้ทั้งผู้ถ่ายทอดและผู้รับถ่ายทอดก็ได้ กรณีแรกผู้ถ่ายทอดจะส่งมอบองค์ความรู้ภูมิปัญญาที่เป็นความรู้ดั้งเดิมให้ผู้รับถ่ายทอดนำไปประยุกต์ใช้ตามบริบทของสังคมแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป หรือผู้ถ่ายทอดปรับเปลี่ยนองค์ความรู้เดิมให้เหมาะกับบริบทของสังคมใหม่ ก่อนส่งต่อความรู้ให้แก่ผู้รับถ่ายทอด หรือผู้ถ่ายทอดปรับปรุงองค์ความรู้ดั้งเดิมให้เหมาะกับบริบทของสังคมสมัยใหม่และผู้รับถ่ายทอดนำความรู้ที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปใช้ ซึ่งกระบวนการสร้างสรรค์อาจเกิดได้ทั้งในฝั่งของผู้ถ่ายทอดต้องนำเสนอความรู้ที่สร้างสรรค์เป็นสิ่งใหม่ภายใต้ขอบเขตของ Domain หรือความรู้ที่เกี่ยวกับภูมิปัญญานั้น ๆ โดย Field หรือ Gate Keeper ซึ่งในที่นี้หมายถึง ศิลปิน ครูภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญใน Domain จะเป็นผู้คัดเลือกและตัดสินว่าจะรับหรือไม่รับไอเดียใหม่เข้ามาเป็นองค์ความรู้ภูมิปัญญาอยู่ภายใต้ขอบเขตของ Domain นั้น

2.3 วิเคราะห์ผลเชิงคุณภาพ (Qualitative Descriptive Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์แบบสถิติพรรณนา (Quantitative Descriptive Analysis) เกี่ยวกับกระบวนการสืบทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรม QDA Miner Lite

จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ พบปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X_2) 2) ปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X_1) และ 3) ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X_4) ซึ่งจะนำไปเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบคำถามหลัก และคำถามย่อย เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ในการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 42 ขอบเขตประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ประเด็นหลัก	แนวคำถาม	จุดประสงค์
ความเป็นมา/คุณสมบัติ	<ul style="list-style-type: none"> -แนะนำตัว อายุ เพศ -เป็นคนในท้องถิ่นหรือไม่ -ย้ายมาจากไหน เหตุผลที่มา -มีครอบครัว/มีทายาทกี่คน -งานหลัก งานรอง 	<ul style="list-style-type: none"> เพื่อทราบคุณสมบัติส่วนตัว ความเป็นมาของกลุ่มตัวอย่าง
ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> -เหตุผลที่เข้ามาทำงานหัตถกรรม -ทำนานเท่าไรแล้ว -มีความชอบหรือไม่อย่างไร -เริ่มอย่างไร จากไหน ใครสอน -มีความเชื่ออย่างไร -ต้องการอะไรจากการทำงานนี้ -ทำยากไหม ใช้วิธีการไหน -การปรับปรุงกระบวนการ -ทำแล้วขายได้ไหม ขายอย่างไร -คุ้มค่าไหม -ทำไม่ถึงทำอยู่/ทำไม่ถึงเลิกทำ 	<ul style="list-style-type: none"> เพื่อให้ทราบถึงวิธีการผลิต วิธีการจัดจำหน่าย การดำเนินธุรกิจ และทัศนคติที่มีต่อการผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญา

ตารางที่ 42 ขอบเขตประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (ต่อ)

ประเด็นหลัก	แนวคำถาม	จุดประสงค์
ภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> -ในชุมชนให้ความสำคัญไหม -ในชุมชนให้ความสำคัญแค่ไหน -ทำแล้วได้รับการยอมรับไหม -คุณค่าคืออะไร -เก็บรักษาภูมิปัญญาอย่างไร -ถ่ายทอดภูมิปัญญาอย่างไร -มีคนสนใจไหม -ใครสนใจบ้าง -ถ้าไม่มีใครสนใจจะอย่างไร -วิถีของชุมชนเหมือนเดิมไหม เปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง 	<p>เพื่อให้ทราบถึงความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตและภูมิปัญญาในชุมชน</p>
ทายาทและการสืบทอด	<ul style="list-style-type: none"> -อยากรักษาไว้ไหม -อยากทำต่อไปเรื่อยๆไหม -มีทายาทหรือไม่/ทายาทสนใจไหม -มีวิธีการถ่ายทอดอย่างไร -คาดหวังแค่ไหน -เคยปรับเปลี่ยนวิธีการหรือไม่ 	<p>เพื่อทราบวิธีการถ่ายทอด ส่งต่อความรู้ กระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น</p>

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ใช้วิธีการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 23 ราย ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 43 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้ สัมภาษณ์	อายุ	เพศ	งานหัตถกรรมภูมิ ปัญญา	ระยะเวลา ที่ทำ	รุ่นที่ทำ	ทำเป็นอาชีพ หลัก	ยังทำอยู่
1	58	ชาย	กระดาษสา	18	1	✓	✓
2	43	ชาย	เครื่องปั้นดินเผา	9	1	✗	✗
3	38	ชาย	โคม เครื่องสักการะ	14	2	✗	✓
4	53	ชาย	ขลุ่ย	29	4	✓	✓
5	59	ชาย	แกะสลักไม้	29	2	✓	✓
6	55	ชาย	แกะสลักข้างไม้	21	1	✓	✓
7	61	ชาย	แกะสลักไม้	30	1	✓	✓
8	64	หญิง	เครื่องเงิน	43	2	✓	✓
9	56	ชาย	เครื่องเงิน	41	2	✓	✓
10	44	ชาย	ผ้าไหมยกดอก	21	1	✓	✓
11	28	หญิง	หม้อฮ่อม/คราม	6	1	✓	✓
12	92	ชาย	ของเล่นไม้, จักสาน	65	1	✗	✗
13	63	ชาย	หล่อพระ	40	5	✓	✓
14	59	ชาย	น้ำตั้น	37	3	✓	✓
15	64	หญิง	เครื่องสักการะ	40	1	✗	✓
16	47	หญิง	เครื่องทอง	19	2	✓	✓
17	52	ชาย	แกะสลักไม้	21	1	✗	✓
18	64	หญิง	ผ้าทอ	23	1	✓	✓
19	54	หญิง	ตัดกระดาษ	26	2	✗	✓
20	62	ชาย	เซรามิก	41	1	✓	✓
21	58	ชาย	น้ำตั้น	23	1	✓	✓
22	56	หญิง	ผ้าทอตีนจก	28	1	✓	✓
23	54	ชาย	ผ้าบาติก	31	1	✓	✓

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ประกอบการมีอายุระหว่าง 28-92 ปี คิดเป็นอายุเฉลี่ย 55.8 ปี มีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ตั้งแต่ 6-65 ปี คิดเป็นระยะเวลาเฉลี่ยที่ทำคือ 28.4 ปี เป็นเพศชาย 16 คน เป็นเพศหญิง 5 คน เป็นผู้ประกอบการในรุ่นที่ 1 จำนวน 14 คน รุ่นที่ 2 จำนวน 6 คน รุ่นที่ 3 จำนวน 1 คน รุ่นที่ 4 จำนวน 1 คน รุ่นที่ 5 จำนวน 1 คน ยึดอาชีพการผลิตผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาเป็นอาชีพหลัก จำนวน 17 ราย และเป็นอาชีพเสริม จำนวน 6 ราย และยังทำงานอยู่จนถึงปัจจุบัน จำนวน 21 ราย และอีก 2 ราย เลิกทำงานหัตถกรรมภูมิปัญญาแล้ว

2.3.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กระดาษสา

ผมเป็นคนในชุมชนนี้ เกิดที่นี่ โตที่นี่ ชิมชั๊ววิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมริมน้ำปิงมาตลอด เมื่ออายุมากขึ้นและเห็นความเจริญและการเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่าง ๆ ทำให้เห็นว่าคนสมัยนี้ยังขาดเรื่องจริยธรรม โรงเรียนไม่ได้สอนเรื่องคุณธรรม คุณงามความดี การเคารพผู้อาวุโส วิถีเก่า ๆ หายไป ครอบครัวไม่ได้สอนเพราะต้องออกไปทำงานหาเงินมาเลี้ยงลูก พอไม่มีเวลาให้ลูกก็เลยใช้ชีวิตตามใจ เพราะคิดว่าเป็นการชดเชยหรือมอบความรักให้ลูกอย่างหนึ่ง

ผมเป็นผู้ใหญ่บ้านงานของผมคือการดูแลแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกบ้าน ในขณะที่เดียวกันผมก็ทำกระดาษสาขายส่งทำให้มีเวลาค่อนข้างเยอะ จึงคิดว่าจะใช้ดนตรีซึ่งเป็นสิ่งที่ผมรักและชื่นชอบเป็นเครื่องมือในการกล่อมเกลาลูกคน ผมเปลี่ยนโลกไม่ได้หรอกแต่ก็คิดว่ายังดีกว่าที่ไม่ทำอะไรเลย ผมจึงเปิดบ้านเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม สอนตีกลองสะบัดชัย ดนตรีพื้นเมือง สะล้อ ซอ ซึง สอนวัฒนธรรมภาษาเมือง หรือใครอยากจะทำกระดาษสาก็ได้ ผมใช้ช่องทางนี้เป็นการให้ความรู้กล่อมเกลาลูก สอดแทรกเรื่องคุณธรรมการใช้ชีวิตให้แก่เขาเหล่านั้นตามแนวทางของผม ซึ่งก็มีเด็กเยาวชนและผู้ใหญ่ที่เข้ามารวมกลุ่มฝึกซ้อมตีกลองสะบัดชัย ซ้อมดนตรีพื้นเมือง ซึ่งทุกคนมาด้วยความสมัครใจ ชอบก็มาอีก ไม่ชอบก็หายไป การทำกระดาษสาที่ทำที่บ้านเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนครับทำส่งออกบ้าง ทำตามออเดอร์บ้าง มีคนในชุมชนมาช่วยเป็นลูกมือสองสามคน

ผมมีลูกสองคน ลูกชายคนโตเปิดร้านสักอยู่ในเมืองเชียงใหม่ จริง ๆ เขามีฝีมือทางวาดรูปแต่ไม่ชอบทำกระดาษสา เราก็ต้องให้อิสระแก่เขา ส่วนลูกสาวคนเล็กช่วยผมทำงานที่บ้านนี้แหละ ก็จะเป็นคนสืบทอดธุรกิจกระดาษสา และเธอยังเป็นกำลังสำคัญในการสืบทอดดนตรีพื้นเมืองของผมด้วย

ตารางที่ 44 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กระดาษสา

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- ต้องการชิมชั้ววิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิม
	ภูมิปัญญา	- เป็นอุตสาหกรรมครัวเรือน - มีพนักงาน 2-3 คน
	การผลิต	- ใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม - ปรับปรุงอุปกรณ์ให้ง่ายขึ้น - ผลิตตามคำสั่งซื้อ
	การจัดจำหน่าย	- ส่งออก - ขายส่ง - ขายออนไลน์
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่าง วิถีชีวิตกับภูมิปัญญา ในชุมชน	- วิถีชีวิตแบบเก่าเลือนหาย - คนปัจจุบันขาดจริยธรรม คุณธรรม และความ เคารพผู้อาวุโส - บทบาทของพ่อแม่ในการกล่อมเกลาลูกหายไป เลี้ยงลูกด้วยเงิน
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- ช่วยกล่อมเกลাজิตใจผู้คน - ช่วยสร้างคุณธรรม จริยธรรม
	ทายาท และ การสืบทอด	- ลูกสาวเป็นผู้สืบทอดการผลิตกระดาษสา - ใช้ดนตรีพื้นเมืองเป็นสื่อเชื่อมโยงการกล่อมเกลาลูก ถ่ายทอดความรู้ - เปิดศูนย์เรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม ดนตรี กระดาษ สา - ให้ผู้เรียนเรียนด้วยความสมัครใจ ไม่บังคับ

2. ผลិតภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

ศิลปะคือชีวิตของผม ผมทำมันได้ดี ทำแล้วมีความสุข จึงเรียนและทำงานด้านนี้มาตลอด หลังจากเรียนจบผมไปเป็นทหารเกณฑ์อยู่ 2 ปี พอปลดทหารก็มีโอกาสไปทำงานที่โครงการพัฒนา ดอยตุงทำเกี่ยวกับงานปั้น งานดินเผา มันก็ดีนะ สถานที่สวยงาม อากาศดี แต่ผมไม่คุ้นเคยกับชีวิตและ สังคมแบบนั้นจึงลาออก พอออกมาก็มีผู้ใหญ่ที่นับถือชวนไปเปิดโรงงานเซรามิกที่ลำพูน ผมได้วิชาทำ มาหากินจากที่ลำพูนเยอะมากเพราะต้องไปเริ่มต้นทำทุกอย่าง ทำอยู่ปีกว่า ๆ ช่วงนั้นมีปัญหาทางบ้าน จึงตัดสินใจลาออกมาดูแลครอบครัว

ในวันที่ลาออกผมขับรถกลับบ้านก็แวะซื้ออิฐ ใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ กลับมาสร้าง เตเผาที่บ้านแล้วเริ่มทำเครื่องปั้นดินเผาตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ผมเริ่มทำเองคนเดียวในชุมชนของผมไม่มีใครทำเลยก็มีแค่ความรู้ที่ติดตัวมากับใจที่มันอยากทำแค่นั้นแหละครับ ช่วงเริ่มต้นต้องลองผิดลองถูก มากมาย ทำแล้วทิ้งไปเพราะใช้ไม่ได้ก็เยอะ ก็ทำไปจนกระทั่งรู้ด้วยตัวเองว่าต้องเป็นดินแบบไหน ต้องหมักดินอย่างไร ปั้นแล้วต้องรอให้แห้งขนาดไหน สีแบบไหน น้ำหนักขนาดไหนจึงจะเผาแล้วใช้ได้ งานของผมจะทำเป็นรูปตุ๊กตาอารมณ์ดี ลูกค้าเห็นปุ๊บจะรู้เลยว่าป็นงานของผม ทำเสร็จก็เอาไปขาย ออกงานตามที่ตั้งต่าง ๆ ครั้งแรกที่ขายผมได้เงิน 9,000 บาท ตอนนั้นดีใจมาก ก็พอมีรายได้หมุนเวียน เข้ามา แต่ยอมรับว่าเป็นงานที่เหนื่อยและต้องใช้เวลาเพราะผมต้องควบคุมการผลิตเองทุกขั้นตอน ทำเสร็จก็ต้องเอาออกไปขายด้วย ผมทำอยู่เกือบ 9 ปี ตอนนั้นมีคนมาช่วยสองสามคนเป็นลูกมือ มีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาช่วยเยอะครับ มาให้ความรู้ พาไปออกงาน พาผมไปถ่ายวิดีโอ ก็มีคนรู้จัก มากขึ้น

วันหนึ่งผมมีโอกาสได้ทำงานเป็นผู้ใหญ่บ้าน ทำให้กระทบกับงานทำเครื่องปั้นดินเผา เพราะมัน ต้องใช้เวลามากทั้งในการผลิตผมต้องเผ้า การขายผมก็ต้องเผ้า ทิ้งไปไหนไม่ได้เลย การทำธุรกิจอาจไม่ ตอบโจทย์ชีวิตผม ผมอาจไม่ใช่คนธุรกิจ จริงๆ สิ่งที่ทำไปทั้งหมดผมไม่รู้หรอกว่ามันจะเกิดอะไรขึ้น ต่อไป มันจะอยู่ต่อได้ไหม ใครจะสืบทอด อย่างผมมีลูกสาวก็คงจะให้เขาเลือกทางเดินชีวิตของเขาเอง ว่าอยากทำอะไร วันหนึ่งเขาอาจจะกลับมาเปิดเตาเผาผมก็ยินดีจะช่วยเขา ตอนนี้ผมก็เปิดบ้านเป็นศูนย์ เรียนรู้ มีนักเรียนนักศึกษาจะมาเรียนรู้ตลอด

ตารางที่ 45 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์	การดำเนินธุรกิจ	- เป็นอุตสาหกรรมครัวเรือน
ภูมิปัญญา	ภูมิปัญญา	- มีพนักงาน 2-3 คน - ต้องการหาอาชีพที่สร้างรายได้
	การผลิต	- ควบคุมการผลิตเอง - ใช้วิธีการดั้งเดิม ลองผิดลองถูก - ผลิตตามคำสั่งซื้อ
	การจัดจำหน่าย	- ออกบูท - ขายปลีก - ขายออนไลน์
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	- ในชุมชนไม่มีใครทำงานปั้นเลย
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- ศิลปะคือชีวิต - การปั้นดินเผาดีคือความสุข
ทายาทและการสืบทอด	ทายาท	- มีลูกสาว 1 คน ให้ลูกเลือกอาชีพเอง
	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อความรู้ และกระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	- เปิดบ้านเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านงานปั้น - สอนตามความสนใจของผู้เรียน ไม่เร่งรัดกดดัน

3. ผลិតภณท์โคม

ผมรับราชการครู เป็นคนเมือง ผมรักท้องถิ่น รักวัฒนธรรมของคนเหนือ พ่อกับแม่ที่บ้านก็ทำโคมขายเป็นอาชีพ ผมยังจำภาพสมัยเด็กตอนวันสงกรานต์ที่คุณยายนั่งตัดตุ้ดตุ้ดโคมอยู่ใต้ถุนบ้านได้ ผมชอบบรรยากาศนั้นมาก พอเริ่มโตก็ขอให้ยายสอน ที่บอกว่าชอบมากเพราะในช่วงประเพณียี่เป็ง เป็นช่วงเวลาที่สำคัญของท้องถิ่น จะมีการประดับประดาตกแต่งบ้านด้วยโคมอย่างสวยงาม เด็ก ๆ ได้เล่นประทัด มีการถวายโคมเป็นพุทธบูชาอีกด้วย เป็นประเพณีที่ดีงาม ตอนนี่ยุคสมัยเปลี่ยนไปบ้างแต่ผมก็อยากรักษาสืบสานไว้ให้ลูกหลานได้เห็น ผมว่ามันอยู่ในสายเลือดของผม

จริง ๆ แล้วผมมีความรู้ดั้งเดิมจากพ่อ แม่ ยาย พ่ออ้วยแม่อ้วย แล้วผมก็นำมาต่อยอด ลองผิดลองถูก สมัยก่อนโครงสร้างของโคมเป็นอีกแบบหนึ่ง ใช้ไม้ไผ่มาขึ้นโครงรูปร่าง แต่ตอนนี้ผมคิดค้น “ไม้ค่าง” เพื่อนำมาเป็นโครงสร้างของโคม มีน้ำหนักเบา หาได้ง่ายในท้องถิ่น จัดแต่งได้หลายรูปทรง ทำให้ได้โคมที่มีรูปแบบสวยงาม และใช้วัสดุที่ร่วมสมัยมากขึ้นแต่ก็ยังมีองค์ความรู้ของโคมล้านนาแบบดั้งเดิมทุกอย่าง ผมมีความสุขที่ได้เห็นโคมที่ตั้งใจทำให้สวยงามได้ใช้งานในส่วนหนึ่งของเทศกาล มัน เป็นความภูมิใจ

ตอนนี้ผมเปิดบ้านเป็นศูนย์เรียนรู้หัตถกรรมพื้นบ้าน สอนให้คนทำโคม ตัดตุ้ด ทำเครื่องสักการะ วิธีการถ่ายทอดของผมคือการเล่าประวัติความเป็นมาให้รู้ก่อนว่ามีความสำคัญอย่างไร จากนั้นจึงให้ผู้เรียนได้ทดลองทำ และประเมินผลงาน งานแต่ละชิ้นตอนของการทำโคมดูเหมือนง่ายไม่ซับซ้อน แต่จริง ๆ แล้วใช้เวลาค่อนข้างเยอะ โคม 1 ลูกใช้เวลาทำประมาณ 3-7 วัน แล้วแต่ความเชี่ยวชาญของคนทำ บางชิ้นใช้เวลาเป็นเดือน คนทำต้องใช้สมาธิและความตั้งใจ อยากจะอนุรักษ์และสืบสานให้คงอยู่ตลอดไป

ตารางที่ 46 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โคม

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- เป็นอุตสาหกรรมครัวเรือน
	ภูมิปัญญา	- มีพนักงาน 3 คน - เป็นอาชีพหลักของครอบครัวที่สืบทอดกันมา - มีความสุขที่เห็นโคมเป็นส่วนหนึ่งของเทศกาลยี่เป็ง - ภูมิใจในผลงานที่สร้าง
	การผลิต	- ปรับใช้ไม้ค้ำที่นำหนักเบามาทำโครงสร้าง - ใช้วัสดุร่วมสมัยมากขึ้นแต่คงรูปแบบของโคม ล้านนาดั้งเดิม - ใช้เวลาผลิต 3-30 วัน ต่อโคม 1 ลูก - ใช้ความประณีตและความเชี่ยวชาญในการผลิต
	การจัดจำหน่าย	- ขายหน้าร้าน - ขายปลีก - ขายส่ง - ขายออนไลน์
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่าง วิถีชีวิตกับภูมิปัญญาใน ชุมชน	- ชอบช่วงเทศกาลยี่เป็ง เป็นประเพณีอันดีงาม มี บรรยากาศแห่งความสุข ได้เล่นโคมเล่นประทัด จุดโคม ถวายโคมเป็นพุทธบูชา - สัมพันธ์กับความเชื่อของชุมชนในการถวายโคม เป็นพุทธบูชา
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- มีความรักและหวงแหนในวัฒนธรรมท้องถิ่น - มีความผูกพันเห็นคนในครอบครัวทำโคมมาตั้งแต่ เด็ก - อยากอนุรักษ์และสืบสานให้คงอยู่ตลอดไป
ทายาท และ การสืบทอด	ทายาท	- มีทายาท ให้ลูกเลือกอาชีพเองตามความชอบ - ฝึกให้ซึมซับและเรียนรู้การทำโคม
	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ ความรู้ และ กระบวนการในการสืบ ทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	- เปิดบ้านเป็นศูนย์เรียนรู้หัตถกรรมพื้นบ้าน - ถ่ายทอดด้วยการเล่าประวัติให้คนได้ตระหนักถึง ความเป็นมาและความสำคัญก่อน - สอนโดยการให้ทดลองทำและประเมินผลงาน

4. ผลิตภัณฑ์ขลุ่ย

ผมเป็นคนทำขลุ่ยรุ่นที่ 4 ที่สืบทอดการทำขลุ่ยของตระกูล ครอบครัวของผมมาจากลาวเมื่อสองร้อยกว่าปีก่อน เรามีความชำนาญด้านนี้จึงสืบทอดกันมา ผมรักการทำขลุ่ยและก็เคยชินตั้งแต่เล็ก เพราะเห็นพ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย ทำมาตลอด ตั้งแต่ผมจำความได้ผมก็เริ่มเหลาไม้กลึงไม้แล้ว วันไหนไม่ได้ทำผมจะกระวนกระวายอยู่ไม่สุขเลยทีเดียวครับ

สมัยที่ผมยังเด็ก บ้านผมทำขลุ่ยเพียงออกจากไม้รวกอย่างเดียวเท่านั้น แต่ในสมัยนี้จะทำแบบเดิมก็คงไม่ได้เพราะมีวัสดุหลายแบบให้เลือกใช้ ทั้งขลุ่ยไม้เนื้อแข็ง ขลุ่ยพลาสติก ขลุ่ยที่สามารถเทียบเสียงเล่นกับเครื่องดนตรีสากล ต้องรู้จักประสบการณ์ว่าไม้แต่ละอย่างจะให้เสียงแบบไหน เพราะขลุ่ยทำขึ้นจากไม้เนื้อแข็งทุกชนิด ไม้พะยุง ไม้มะเกลือ ไม้จืดดำ ไม้ดำคง ไม้ชิงชัน ไม้มะริด ทำได้หมดขอให้เนื้อแข็ง เพียงแต่ไม้แต่ละชนิดจะให้เสียงที่แตกต่างกันไป ความกังวาลสดใสก็ไม่เท่ากัน ช่างจะต้องรู้จักธรรมชาติของไม้แต่ละชนิดให้ถ่องแท้ อีกอย่างต้องเข้าใจเสียงของขลุ่ยจริง ๆ ฟังดูจะได้รู้ว่าเสียงของขลุ่ยแต่ละเลาได้มาตรฐานหรือยัง ความยากของการผลิตคือต้องมีความแม่นยำในการเหลา กลึง และเจาะรู เพราะหากพลาดเพียงแค่มิลลิเมตรเดียวขลุ่ยเลานั้นก็จะเสียงเพี้ยนไปในทันที ช่างทำขลุ่ยจึงต้องมีใจรักในงานนี้มาก ๆ และต้องเป็นคนใจเย็นและอดทนเป็นพื้นฐาน

ตอนนี้ช่างทำขลุ่ยเหลืออยู่น้อยมาก ความรู้ในการผลิตก็หายไปเยอะ รายได้หลักมาจากการผลิตขลุ่ยพีวีซีส่งขายราคาถูกให้แก่นักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา ทุกวันนี้ความนิยมดนตรีไทยลดลง ผมก็ต้องปรับตัวให้อยู่รอด เปลี่ยนไปทำขลุ่ยที่เล่นกับวงดนตรีสากลได้ ผมมีพื้นฐานดนตรีสากลมา รู้จักตัวโน้ตสากลก็เอาความรู้ที่นั่นมาปรับปรุงพัฒนาขลุ่ยให้มีความร่วมสมัยและก็ขายได้มากขึ้น ชีวิตผมรักและผูกพันกับขลุ่ยมาก ผมจะทำไปเรื่อย ๆ พัฒนาขลุ่ยในแบบของผมไปเรื่อย ๆ และอยากให้ลูกหลานสืบทอดคุณค่านี้ไว้ ผมคิดว่าจะให้ลูกลองวาดลวดลายลงบนขลุ่ยเพื่อความสวยงาม แต่ต้องเป็นลายที่ไม่มีผลต่อเสียงที่จะเปล่งออกมาด้วย ผมคงเสียดายมากหากความรู้การทำขลุ่ยจะหายไป เพราะไม่มีใครในตระกูลผมรับช่วงต่อ ผมยินดีสอนให้คนที่ต้องการเรียนรู้อย่างจริงจัง ผมยินดีถ่ายทอดให้ทุกขั้นตอน

ตารางที่ 47 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ขลุ่ย

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- เป็นอาชีพที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ
	ภูมิปัญญา การผลิต	- เริ่มทำมาตั้งแต่จำความได้ - ต้องใช้ความเชี่ยวชาญ ใช้ความแม่นยำสูง ผลิตพลาดไม่ได้ - ต้องตรวจสอบมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ได้ - ต้องรู้จักไม้แต่ละชนิดเพราะให้เสียงที่แตกต่างกัน - เปลี่ยนวัสดุให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด เพื่อความอยู่รอด - มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัยและขาย ได้ - เพิ่มลดสายลงบนผลิตภัณฑ์สร้างความแตกต่าง - ใช้ความรู้ด้านดนตรีมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น - ช่างเหลืออยู่จำนวนน้อย - องค์กรความรู้ในการผลิตหายไป
	การจัดจำหน่าย	- ขายหน้าร้าน - ขายปลีก - ขายส่ง - หาดตลาดกลุ่มใหม่เพื่อสร้างรายได้
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่าง วิถีชีวิตกับภูมิปัญญา	- ความนิยมดนตรีไทยลดลงทำให้ต้องปรับตัวเพื่อ ความอยู่รอด
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- มีความเคยชิน ต้องทำทุกวันเพราะมีความสุข - เสียหายมากหากความรู้ภูมิปัญญานี้จะหายไปไม่มี ใครรับช่วงต่อ
ทายาท และ การสืบทอด	ทายาท	- มีลูกหลาน แต่ให้เลือกอาชีพเอง
	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ ความรู้ และ กระบวนการในการสืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น	- สืบทอดความรู้มาจากบรรพบุรุษ - ยินดีถ่ายทอดให้กับคนที่ต้องการเรียนรู้อย่าง จริงจัง - ต้องมีใจรักการทำขลุ่ย

5. ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก

ผมทำงานแกะสลักไม้ เป็นงานชิ้นเล็ก ๆ เริ่มต้นทำมาตั้งแต่อายุ 30 ปี สาเหตุที่เข้ามาทำ เพราะว่าตอนนั้นนาแล้งทำให้ไม่ได้ผลผลิตจึงต้องการหาอาชีพเสริม ที่นี้ในชุมชนก็ทำอาชีพแกะสลักกันเยอะ ใครอยากทำก็ไปลองรับงานมาได้ ตัวผมเองเป็นคนใช้เวลาเจอเศษไม้ กิ่งไม้ รากไม้ก็จะชอบเก็บเอามาแกะเล่นอยู่แล้วก็เลยคิดว่าลองทำดูก็ไม่เสียหาย พอเข้ามาทำแกะสลักจริงจังก็เริ่มจากแกะกระบวยก่อน ฝึกฝนไปเรื่อย ๆ จนมีคนเห็นฝีมือและผลงานเริ่มเป็นที่รู้จัก จึงได้รวมตัวกับเพื่อนสละตั้งกลุ่มแกะสลักไม้พื้นบ้านขึ้นในปี 2527

ผมโชคดีที่บรรพบุรุษคนเฒ่าคนแก่ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ พอเรามาทำอาชีพนี้รวมกลุ่มอย่างเป็นกิจจะลักษณะ เราก็สร้างผลงานของเราจนเป็นที่รู้จัก ก็มีงานเข้ามาต่อเนื่อง รายได้ก็เข้ามา กลุ่มก็เข้มแข็งเติบโตขึ้น ที่นี้พอมีรายได้ก็มีคนสนใจเข้ามาฝึกหัด มีทั้งเยาวชน เด็กนักเรียน บางทีครูก็พามาบางทีผมก็เข้าไปสอนที่โรงเรียน แต่ส่วนใหญ่จะมาดูที่กลุ่มเป็นส่วนใหญ่

งานแกะสลักต้องใช้เวลานาน เป็นงานละเอียด ต้องใช้ความอดทนสูงเพราะต้องการความประณีต บางทีทำพลาดก็ต้องแก้ไขและระมัดระวังมากขึ้น พองานสำเร็จออกมาแล้วมีคนชอบเหมือนเป็นรางวัลให้ผม เป็นแรงที่จะทำต่อ ถ้าพวกผมไม่ช่วยกันทำก็กลัวจะสูญหายไป หน่วยงานของรัฐก็เข้ามาช่วยเหลือเขาก็อยากให้ขายได้เยอะ ๆ แต่งานแกะมันต้องใช้ความอดทน ผมว่างานอะไรก็ตามที่จะขายได้ต้องเป็นงานที่คนซื้อเห็นคุณค่า คนทำก็ต้องเห็นคุณค่าถึงจะทำได้ มันเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน ให้ทำอีกชิ้นก็อาจไม่เหมือนเดิม ทำเยอะๆ ก็ไม่ได้มันต้องใช้เวลา ถึงขายแพงแต่ไม่ใช่จะขายได้บ่อย ๆ การขายก็ส่วนใหญ่ขายให้นักท่องเที่ยว บางทีก็มีงานสั่งทำ แต่ถ้าเป็นของชิ้นเล็ก ๆ จะขายง่ายกว่าเพราะราคาไม่แพงมาก ผมว่าค่าแรงที่ได้ก็เป็นสิ่งดึงดูดให้คนเข้ามาในงานแกะสลัก และถ้าทำแล้วมีความสุขเขาจะทำต่อเน่ มันก็จะเป็นการสืบทอดต่อ ๆ ไป ตอนนี่พระเณรก็มาฝึกเหมือนกัน แต่ก็จะมีคนที่ชอบจริง ๆ ไปต่อกับงานนี้ไม่กี่คน

ตารางที่ 48 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- เริ่มทำเป็นอาชีพเสริมเมื่อว่างจากการทำนา
	ภูมิปัญญา	- มีใจรักและเคยฝึกฝนทำมาก่อนแล้ว - เริ่มจากงานชิ้นเล็ก ๆ ก่อน จนมีคนเห็นฝีมือและยอมรับ จึงทำงานอย่างต่อเนื่องมีรายได้เข้ามาเลี้ยงชีพ
	การผลิต	- เป็นงานละเอียด ประณีต ต้องใช้ความอดทนสูง ใช้เวลานาน ใช้ความระมัดระวัง - ทำซ้ำไม่ได้ up scale ไม่ได้ - คนทำต้องเห็นคุณค่า - ผลิตตามออเดอร์ - ขึ้นใหญ่ราคาสูง ความถี่ในการขายต่ำ - ปรับสินค้าเพื่อขายให้นักท่องเที่ยวชิ้นเล็ก ๆ ขายคล่อง
ภูมิปัญญา	การจัดจำหน่าย	- ขายหน้าร้าน - ขายปลีก - ฝากขาย - ภาครัฐเข้ามาช่วยด้านการตลาด
	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	- คนในชุมชนประกอบอาชีพนี้จำนวนมาก - มีคนเข้ามาฝึกหัดเนื่องจากสร้างรายได้ - เป็นอาชีพที่ได้รับการยอมรับ
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- คนซื้อต้องเห็นคุณค่า - ไม่ใช่สินค้าปัจจัยสี่ - กลัวภูมิปัญญาจะสูญหาย
ทายาทและการสืบทอด	ทายาท	- มีลูกหลาน แต่ให้เลือกอาชีพเอง - คนที่ฝึกทำแล้วชอบจะเลือกที่จะทำต่อ
	วิธีการถ่ายทอด	- สืบทอดความรู้มาจากบรรพบุรุษ
	ความรู้ และกระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	- รวมตัวกับเพื่อนสละที่ตั้งกลุ่มแกะสลักไม้พื้นบ้าน เป็นแหล่งศึกษาดูงาน-ฝึกงาน - เข้าไปสอนในโรงเรียน (หลักสูตรท้องถิ่น)
		- ผลตอบแทนเป็นสิ่งดึงดูดให้คนเขามาทำงาน

6. ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก

ผมเป็นศิลปินอิสระ งานของผมคือแกะสลักรูปเหมือนบุคคล แกะสลักไม้เป็นรูปประติมากรรมต่างๆ เริ่มทำงานแกะสลักอย่างจริงจังตั้งแต่อายุ 12 ผมค่อย ๆ ซึมซับการทำไม้แกะสลักมาจากทวดและปู่มาก่อนแล้ว ตอนนั้นรู้แต่เพียงว่ามีความถนัด เห็นเศษไม้เล็ก ๆ ก็จะเก็บมาฝึกหัดทดลองแกะให้เป็นรูปเป็นร่าง ผลงานออกมาก็พอดูได้ จึงเข้าไปเป็นลูกมือก่อน จากนั้นก็รับจ้างแกะไปทั่ว เพราะในชุมชนมีการทำแกะสลักกันเยอะ พอแก่ขึ้นก็มาเปิดโรงงานแกะสลักของตัวเองตอนอายุประมาณ 30 ปี

ผมรักงานนี้มาก ไม่ใช่เพราะได้ค่าจ้างเยอะ แต่มันเป็นความภูมิใจ ชื่นชมในผลงานที่ประกอบเป็นรูปเป็นร่างขึ้นในทุกวันที่ลงมือทำ งานบางชิ้นใช้เวลานานและก็ต้องใช้ความพยายาม ความระมัดระวังสูงมาก แต่มันกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเราไปแล้วที่ต้องทำทุกวัน ตอนนี้งานไม้แกะสลักก็ย้าย ขยายมาก มีเครื่องจักรเข้ามาแทนฝีมือคน มันทำงานด้วย เร็วด้วย แต่งานทำมือผมว่ามันมีคุณค่ามากกว่าเทียบกันไม่ได้เลย งานของผมก็ต้องพัฒนาทุกวัน ผมประยุกต์เอาวัสดุอื่น ๆ เข้ามาเพิ่ม เช่น แก้ว พลอย นิล มาประกอบก็ดูสมจริงสมจังยิ่งขึ้น

ผมก็เลยอยากอนุรักษ์ให้งานนี้ยังคงอยู่คู่กับแผ่นดิน ทุกวันนี้ก็สอน ถ่ายทอดให้กับเด็ก ๆ ผู้ใหญ่ก็มี ใครสนใจก็มาเรียนรู้มาฝึกได้ ผมตั้งแหล่งเรียนรู้ด้านการแกะสลักไม้ไว้ที่บ้าน มีดนตรีพื้นเมืองด้วย อยากจะฟื้นฟูภูมิปัญญาการแกะสลักไม้ ไม่ต้องให้มันเฟื่องฟูหรอก แค่ให้มีคนสนใจเห็นคุณค่าไม่ทิ้งให้มันหายไปก็พอใจแล้ว

ของแบบนี้มันพุดยาก คนที่จะเข้ามาทำมันต้องเริ่มจากใจรักก่อน เพราะเป็นงานหนัก งานละเอียด ต้องฝึกฝนให้เกิดความชำนาญ แล้วทักษะและฝีมือก็จะค่อย ๆ พัฒนาตามมา ถ้าไม่รักแต่แรกก็ทำได้ไม่นาน ได้เงินซำก็ไม่อยู่กับแล้ว เด็กสมัยนี้เขาก็เรียนหนังสือกัน ไม่มีใครอยากทำจริงจัง คงต้องรอคนที่ชอบจริง ๆ ที่จะเลือกเดินทางสายนี้ ถ้าชอบแล้วทำจริงใจไม่มีอดตายแน่

ตารางที่ 49 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - เริ่มจากการฝึกฝนเป็นลูกมือ รับจ้างแกะสลักทั่วไป ก่อนมาเปิดโรงงานของตนเอง - การสร้างผลงานเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต - มีความถนัดจึงทำผลงานออกมาได้ดี - ต้องมีใจรักเพราะเป็นงานหนัก ถ้าไม่รักทำได้ไม่นาน
	ภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องใช้ความพยายาม ทำอย่างระมัดระวัง ละเอียด - ฝึกฝนทักษะฝีมือ - ผลิตตามคำสั่งซื้อ - มีการพัฒนาผลงาน ประยุกต์เอาวัสดุอื่นเข้ามา ตกแต่งเพิ่ม
	การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - ขายหน้าร้าน
ภูมิปัญญา	การจัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> - ในชุมชนมีคนทำอาชีพแกะสลักลดลงจากสมัยก่อน - ปัจจุบันธุรกิจไม้แกะสลักย่ำแย่ ขายยาก - มีเครื่องจักรเข้ามาแทนที่ฝีมือคน - รายได้เป็นสิ่งสำคัญ ถ้าได้ค่าตอบแทนช้าคนจะหันไปทำอย่างอื่น
	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - งานแกะมือมีคุณค่ามากกว่าใช้เครื่องจักร - อยากอนุรักษ์งานนี้ไว้คู่แผ่นดิน - ไม่อยากให้สูญหายไป - อยากฟื้นฟูภูมิปัญญาแกะสลักไม้เพื่อให้คนสนใจ เห็นคุณค่ามากขึ้น
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - มีทายาท แต่ให้เลือกอาชีพเอง
ทายาท และ การสืบทอด	ทายาท วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ ความรู้ และ กระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> - สืบทอดความรู้มาจากทวดและปู่ - สอน ถ่ายทอดความรู้ให้กับนักเรียน และผู้สนใจ - ตั้งแหล่งเรียนรู้การแกะสลักไม้และดนตรีพื้นเมือง - มีเด็กนักเรียนมาเรียนแกะสลัก แต่ไม่มีใครอยากทำจริงจัง ต้องคนที่มีความรักจริง ๆ

7. ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก

ผมเกิดในครอบครัวที่ค่อนข้างยากจนทุกอย่างต้องต่อสู้มาด้วยตนเอง ตั้งแต่ตอนเป็นเด็กก็มีความรู้สึกผูกพันกับช่างมาตั้งแต่จำความได้ เมื่อมาทำงานแกะสลักจึงอยากจะถ่ายทอดความรู้สึกนั้นออกมา ผมไปเรียนแกะสลักจากอาจารย์ที่เก่งด้านการแกะสลักช่าง แก่เป็นคนเก่งที่ช่วยดึงจินตนาการของผมออกมาได้ดีมาก ก็ยิ่งทำให้ผมเกิดความผูกพันกับช่างมากยิ่งขึ้น ผมฝึกกับอาจารย์อยู่ 4 ปี จึงออกมาสอนแกะสลักไม้ที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมอีก 2 ปี ก็อยากมาทำตามความฝันของตัวเอง จึงลาออกเพื่อไปศึกษาวิถีชีวิตของช่าง ผมไปหลายที่แล้ว เชียงใหม่ ลำปาง มีปางช่างที่ไหนก็ไปสุรินทร์ก็ไป เข้าป่าก็เคย บางทีมีละครสัตว์มาแสดงผมก็ไปดูเพราะผมต้องการเรียนรู้และซึมซับอย่างลึกซึ้งที่สุด จนคิดว่าเต็มที่แล้วจึงได้กลับมาเริ่มงานแกะสลักช่างอย่างจริงจัง

งานของผมจะเน้นการสื่อสารอารมณ์ของช่าง ความเหมือนจริง มีชีวิตชีวา เช่น รายละเอียดของผิวที่ดูสมจริง ดวงตา เส้นเลือด ผมจะส่งขายที่กรุงเทพฯ บางทีก็ส่งออกต่างประเทศ งานบางชิ้นใช้เวลาทำเป็นเดือน บางทีทำแล้วไม่ขายเพราะมีชิ้นเดียว ผมเน้นฝีมือมากกว่าจำนวนครับ ตอนนี้นางานของผมเหมือนเป็นการสื่อสารเรื่องช่างด้วย ผมตั้งใจทำงานของผมสามารถเชื่อมต่อให้เกิดการอนุรักษ์ช่าง อย่างน้อยก็ทำให้คนเห็นคุณค่าและความสำคัญของช่างได้ แม้ว่าจะทำอะไรไม่ได้มากมายแต่ก็เป็นเสียงสะท้อนได้ ผมหวังว่าวันหนึ่งช่างจะกลับเป็นมาสัตว์ที่มนุษย์ให้ความสำคัญ ผมไม่อยากให้คนรุ่นหลังรู้จักช่างจากไม้แกะสลักเท่านั้น

ผมได้ก่อตั้งพิพิธภัณฑ์บ้านจ่าจันท์ โดยรวบรวมเพื่อนศิลปิน ลูกศิษย์ และช่างฝีมือมาแกะสลักช่างที่มีรูปแบบเหมือนจริง มีชีวิตชีวาด้วยการจัดวางท่วงท่าต่าง ๆ อย่างที่ช่างจริง ๆ ทำ พวกผมใช้วัสดุใหม่ในท้องถิ่น เช่น ไม้ซี้เหล็กแทนไม้สักที่หาได้ยากขึ้น ซึ่งแม้จะแกะได้ยากกว่าเพราะเป็นไม้เนื้อแข็งแต่ผลงานที่ออกมาก็มีสีที่สวยงามเป็นธรรมชาติ และใช้ลูกมะเกลือที่ไ้ย้อมผ้ามาย้อมสีไม้เพื่อให้ได้สีที่สวยงามแปลกตา พิพิธภัณฑ์นี้คือสิ่งที่ผมภูมิใจเพราะมันเป็นพื้นที่แสดงผลงานภูมิปัญญาทางช่างของพวกเรา และก็ทำให้คนได้ซึมซับวิถีของช่าง ได้รับรู้ถึงปัญหาของช่าง เป็นวิธีการในการถ่ายทอดของผม

ตารางที่ 50 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- เป็นงานหัตถศิลป์ทำตามความฝันของตนเอง
	ภูมิปัญญา	- มีความผูกพันกับช้าง อยากรักษาถ่ายทอดความรู้สึกนั้นออกมา
	การผลิต	- ไปศึกษาชีวิตของช้าง ซึมซับภาพของช้างให้มากที่สุดก่อนทำงานแกะสลัก - เน้นการสื่ออารมณ์ ความเหมือนจริง มีชีวิตชีวา - ใช้วัสดุใหม่ในท้องถิ่นแทนไม้ที่หายาก - ใช้วัสดุธรรมชาติย้อมสีไม้เพื่อความสวยงามแปลกตา - เน้นฝีมือมากกว่าจำนวน
	การจัดจำหน่าย	- ขายหน้าร้าน - ขายต่างประเทศ - ส่งขายกรุงเทพฯ
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	- เป็นกุศโลบายในการสื่อสารเรื่องราวของช้าง - เชื่อมโยงให้เกิดการอนุรักษ์ช้าง - อยากรให้คนเห็นคุณค่าและความสำคัญของช้าง รับรู้ปัญหาและวิถีของช้าง
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- ภูมิปัญญาเป็นเครื่องมือสื่อสารสิ่งที่ต้องการบอกไปถึงคนอื่น ๆ ได้ - ต้องการสะท้อนให้เห็นว่าช้างเป็นสัตว์สำคัญของไทย
	ทายาทและ	- ไม่มี
การสืบทอด	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อความรู้ และกระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	- เรียนรู้จากอาจารย์ที่เก่ง ช่วยดึงจินตนาการออกมาได้ - เคยไปสอนแกะสลักที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม - ก่อตั้งพิพิธภัณฑ์บ้านจ้ำนัง - รวบรวมช่างฝีมือสืบสานภูมิปัญญา

8. ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน

คั่วฮักคั่วหางหรือเครื่องเงินเป็นภูมิปัญญาล้านนาในการผลิตภาชนะสำหรับใช้ใน ชีวิตประจำวัน เช่น โตกข้าว กระจุกเครื่องหอม เขียนหมาก ถาด พาน กล่อง หมอน เครื่องใช้อื่น ๆ ในครัวเรือน ต้นตระกูลของเราคือไทยเงิน ถูกกวาดต้อนมาจากเมืองเชียงตุงมาตั้งรกรากที่เชียงใหม่ แล้วก็ยึดอาชีพทำเครื่องเงิน เราโตมาในครอบครัวที่ทำเครื่องเงินอยู่นันทารามตั้งแต่สมัยปู่ย่าตายาย ร่วมสองร้อยกว่าปีมาแล้ว ส่วนเครื่องเงินอยู่ว้าลาย ศรีสุพรรณ อยู่ติด ๆ กัน

ช่วงต้น พ.ศ.2500 ว้าลายเฟื่องฟูมาก คนมีฐานะก็มาหาซื้อเครื่องเงิน ถ้าเป็นชาวบ้านธรรมดา ก็ซื้อเครื่องเงิน ในว้าลายแทบทุกบ้านจะทำเครื่องเงิน ส่วนที่นันทารามก็ทำเครื่องเงิน ก็ขายดีมาก ลูกหลานต้องมาช่วยกันผลิต แต่เดี๋ยวนี้เปลี่ยนไป คนไปซื้อเครื่องใช้พลาสติกกันซะเยอะ มีตัวเลือก เยอะในตลาด เราผลิตเครื่องเงินเครื่องเงินมากก็ขายไม่ได้เพราะไม่มีตลาด จากที่เคยทำภาชนะขนาดใหญ่ ก็ต้องปรับรูปแบบมาผลิตเป็นของชิ้นเล็ก ๆ ขายเป็นของที่ระลึก ผลิตของที่ระลึกงานเกษียณ ดิที่ ทางหน่วยราชการต่าง ๆ เข้ามาสนับสนุน ทำให้ได้ออกงานบ้าง ไปขายสินค้าบ้าง

ปัญหาใหญ่ของเราก็คืออย่างรักมีราคาแพงและหาได้ยากขึ้น ทำให้มีต้นทุนที่สูง เราแก้ไขโดย การใช้สีเขียนบ้าง ทำออกมาแล้วยังขายยากเพราะราคาแพงกว่าพลาสติก ปัญหาอีกอย่างหนึ่งคือ ตอนนี้ไม่มีใครทำต่อแล้ว ช่วงผลิตขาดแคลนมาก ลูกหลานก็ไปเรียนหนังสือทำงานกันหมด ตอนนี้ เหลืออยู่ 3 ร้านค้าในชุมชนเพราะรายอื่นๆ เลิกผลิตไปกว่ายี่สิบปีแล้ว เราไม่ยอมให้เครื่องเงิน กลายเป็นตำนาน เป็นของสะสมเพราะเราเสียดายอาชีพของบรรพบุรุษ มันมีเรื่องราวมากมายที่เรา อยากถ่ายทอดให้คนที่สนใจมาเรียน แต่คนปัจจุบันนี้ไม่ค่อยรู้จักเลย มีหน่วยงานอย่าง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เข้ามาทำวิจัย เก็บข้อมูลการผลิตไว้ แต่เราเชื่อว่าต้องมาทดลองทำจึงจะรู้จริง ๆ ไม่งั้นจะรักษาไว้ไม่ได้

ตารางที่ 51 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- เป็นการผลิตในครัวเรือน
	ภูมิปัญญา	- รับช่วงกิจการของครอบครัว - ปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภค
	การผลิต	- มีหน่วยงานต่าง ๆ ให้การสนับสนุน - ยางรักมีราคาแพง ใช้วัสดุอื่นทดแทน - ต้นทุนสูง - ช่างฝีมือขาดแคลน
	การจัดจำหน่าย	- ขายหน้าร้าน - ขายออนไลน์ - ออกงานแสดงสินค้า
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่าง วิถีชีวิตกับภูมิปัญญา ในชุมชน	- สมัยก่อนเครื่องเงินเป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นอาชีพสำคัญในชุมชน ขายดีมาก - ปัจจุบันความนิยมลดลงมาก เหลืออยู่เพียง 3 ร้านค้า - ไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- เติบโตมาในครอบครัวที่ทำเครื่องเงิน - ไม่อยากให้เครื่องเงินเป็นตำนาน กลายเป็นของ สะสม - เสียหายอาชีพของบรรพบุรุษ - อยากถ่ายทอดภูมิปัญญานี้ให้คนที่สนใจ
ทายาท และ การสืบทอด	ทายาท	- มีลูกสาวสืบทอด
	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ ความรู้ และ กระบวนการในการสืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น	- สืบทอดความรู้ภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ - สอนโดยการให้ทดลองปฏิบัติ - สถาบันการศึกษาจะมาทำวิจัย เก็บองค์ความรู้การผลิต

9. ผลិតภักต์เครื่องเงิน

ตั้งแต่จำความได้ก็เห็นเตาเผาอยู่ในบ้าน มีความคุ้นเคยกับวิถีชีวิตการผลิตและการค้าขายเครื่องเงิน ที่บ้านพ่อเป็นคนตีขึ้นรูปภาชนะ ตอกลาย ส่วนแม่ก็ทำหน้าที่ขัด ตกแต่ง และขายเครื่องเงิน ในชุมชนวัวลายก็จะทำกันแทบทุกครัวเรือน ถ้าเดินเข้ามาในหมู่บ้านก็จะได้ยินเสียงตอกเสียงตีแสดงว่ามาถึงแล้ว สมัยก่อนเด็กในชุมชนคนไหนที่ไม่ชอบไปโรงเรียนไม่ยอมเอาดีด้านเรียนก็จะมาช่วยพ่อแม่ทำเครื่องเงิน

บรรพบุรุษของเรามาจากแขวงเมืองป๋น เข้ามาในช่วงพระเจ้ากาวิละสร้างบ้านแปงเมือง ส่วนใหญ่ก็มีฝีมือทางช่างเครื่องเงินติดตัวมา บางคนก็ไปเรียนมาจากคุ้มเจ้าหลวงบ้าง จนทำสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน เมื่อก่อนเครื่องเงินผลิตเครื่องใช้เพื่อใช้ในชีวิตประจำวันของเจ้านายหรือคนมีฐานะ เป็นพวกภาชนะ ถาด พาน เขียนหมาก เครื่องประดับสร้อย แหวน กำไล เข็มขัด เป็นเครื่องบ่งบอกฐานะ ส่วนชาวบ้านทั่วไปก็จะใช้พาน สะลุ้งสำหรับไปวัด เครื่องเงินเฟื่องฟูที่สุดน่าจะในช่วง พ.ศ. 2500-2515 ช่วงนั้นมีคนเข้ามาเที่ยวในหมู่บ้านเยอะมาก วัวลายเป็นที่รู้จักน่าจะเป็นทั่วโลกเลย สินค้าก็ขายดีทำแทบไม่ทัน แต่พอก่อสร้างเกิดก็ค่อย ๆ ชบเซาลงไปไหนจะไนท์บาร์ชาก็ขายได้น้อยลง เม็ดเงินก็แพงราคาผันผวนไปตามราคาทองคำ ช่างก็แก่ขึ้น ตายไปบ้าง ที่เหลือก็ทำเท่าที่มีแรง เหลืออยู่ไม่กี่ครอบครัวที่ทำ แล้วแต่ละครอบครัวลูก ๆ ก็ไม่มีใครทำต่อแล้วไปเรียนหนังสือกันหมดจบมาก็ทำงานกินเงินเดือนเพราะไม่อยากเหนื่อยเหมือนพ่อแม่ ตอนนั้นคนไม่ค่อยใช้เครื่องเงินกันแล้วผมก็ต้องปรับเปลี่ยนสินค้า จากเดิมทำชิ้นทำสูง ก็มาทำเป็นเครื่องประดับ ของชิ้นเล็ก ๆ ที่ขายง่าย แต่ถ้าเป็นช่วงเทศกาล ช่วงเกษียณอายุ สินค้าที่ทำเป็นของขวัญที่ระลึกจะขายดีมากทำแทบไม่ทันกันเลยทีเดียว ที่นี้มีถนนคนเดินวันเสาร์ด้วยผมว่าดีนะ มันพานักท่องเที่ยวเข้ามาถึงหมู่บ้านเลย ถึงคนจะเยอะวุ่นวายแต่ก็พอขายได้ ขายออนไลน์ก็มีบ้างแต่ผมไม่ชอบหรอก เพราะลงรูปไปก็โดนก๊อปไป ผมภูมิใจนะที่เครื่องเงินเป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่เป็นหน้าเป็นตาของเชียงใหม่ ดีใจที่เครื่องเงินวัวลายเป็นที่รู้จัก ที่พูดอย่างนี้เพราะหมู่บ้านของเราต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองเยอะมาก ภาครัฐเข้ามาช่วย เอกชนก็มาอาจารย์มหาวิทยาลัย นักศึกษามาทำวิจัยกันเยอะมาก ก็ไม่อยากให้เหลือแค่ตำนานเครื่องเงินวัวลาย อยากจะสืบทอดไว้แต่ลูกก็ไม่เอา ทำเป็นนะแต่ไม่เอา ถ้าใครอยากเรียนก็ไปที่วัดศรีสุพรรณได้เค้ามีสอนแต่ต้องใจรักจริง ๆ

ตารางที่ 52 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- เป็นธุรกิจในครัวเรือน
	ภูมิปัญญา	- เป็นธุรกิจที่สืบทอดมาในครอบครัว - มีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน มหาวิทยาลัยเข้ามาให้การสนับสนุน
	การผลิต	- พ่อเป็นคนตีขึ้นรูป ตอกลาย แม่เป็นคนขัด ตกแต่ง ชาย - เป็นงานหนัก ต้องใช้ทักษะฝีมือและความอดทน - มีกระบวนการผลิตหลายขั้นตอน - วัตถุประสงค์เม็ดเงินราคาแพง ผันผวนตามราคาทองคำ - ช่างฝีมือแก่ตัวลง และเหลือจำนวนน้อย - ปรับรูปแบบสินค้าตามความต้องการของตลาด - ปรับใช้วัสดุอื่นแทนเม็ดเงิน
	การจัดจำหน่าย	- มีการขายหน้าร้าน - ขายปลีก - ขายออนไลน์ - มีถนนคนเดินวันเสาร์ ช่วยให้เครื่องเงินเป็นที่รู้จักมากขึ้น
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่าง วิถีชีวิตกับภูมิปัญญาใน ชุมชน	- ในอดีตเครื่องเงินเป็นสิ่งที่บ่งบอกฐานะทางสังคม - เป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงด้านการผลิตเครื่องเงิน - ในอดีตทำแทบทุกครัวเรือน มีเสียงตอกชายดังเป็น เอกลักษณ์ของชุมชน ตอนนี้เหลืออยู่ไม่กี่ครัวเรือน - เป็นแหล่งค้าขายเครื่องเงินที่เคยรุ่งเรืองมากและ ซบเซาลงไป - ปัจจุบันมีสินค้าทดแทน เครื่องเงินเสื่อมความ นิยมลง - มีคนเข้ามาเยี่ยมชมหมู่บ้านเครื่องเงินเป็นจำนวน มาก

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - ภูมิใจที่เครื่องเงินเป็นสินค้าภูมิปัญญาที่เป็นหน้าตาของเชียงใหม่มีคนรู้จัก - มีแนวความคิดให้เด็กไปเรียนหนังสือ ไม่ต้องทำเครื่องเงินเพราะเหนื่อย - ไม่อยากให้เครื่องเงินกลายเป็นตำนาน
ทายาท และ การสืบทอด	ทายาท	<ul style="list-style-type: none"> - ตอนนี้อยู่มีคนทำต่อแต่ไม่รู้อนาคต - ทายาทเรียนหนังสือ อาจไปทำอาชีพอื่น - มีความต้องการสืบทอดแต่ยังขาดผู้สืบทอด - ทายาททำเป็น แต่ยังไม่ต้องการรับสืบทอด
	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ ความรู้ และ กระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> - สืบทอดความรู้ภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ - มีการถ่ายทอดความรู้ในวัด - ถ่ายทอดความรู้โดยการฝึกปฏิบัติ - ถ่ายทอดความรู้ให้แก่เด็กในโรงเรียน - มีแหล่งเรียนรู้เครื่องเงิน

10. ผ้าไหมยกดอก

ผมชื่นชอบในการทอผ้าตั้งแต่ยังเป็นวัยรุ่น มีภาพที่ยายทอผ้าในความทรงจำเสมอ พอเรียนจบแล้วจึงได้เริ่มทอผ้าอย่างจริงจัง เริ่มศึกษาลายยกดอกต่าง ๆ จากผู้เฒ่า ปู่ย่าตายาย มีความรู้สึกหลงใหลการทอผ้า ผ้าแต่ละผืนที่ทอออกมาเป็นความงามที่มหัศจรรย์สำหรับผมมาก ในขณะที่เห็นคนที่ทอส่วนใหญ่มีอายุมากแล้ว เลยกลัวว่าวิธีการทอเหล่านี้จะสูญหายไป ผมจึงพยายามที่จะอนุรักษ์ลายผ้าและวิธีการทอดั้งเดิมแต่โบราณเอาไว้ เมื่อทอผ้าจนชำนาญแล้วก็ลองประยุกต์ลวดลายใหม่จากพื้นฐานของลายดั้งเดิมออกไปได้อีกหลายลาย ปรับไปเรื่อย ๆ จนได้ลายที่อ่อนช้อย สวยงาม มันก็ยิ่งทำให้เกิดความรู้สึกรักการทอผ้ามากขึ้น ๆ ยิ่งถ้าเห็นลูกค้าสวมใส่ผ้ายกดอกผลงานของเราจะรู้สึกภูมิใจมาก มันมากกว่าเงินที่ได้รับแต่มันมีคุณค่าทางจิตใจ

ปกติการทอผ้าจะต้องใช้เวลา 2-5 เดือนจึงจะได้ผ้าหนึ่งผืน ผมก็หาตัวช่วย ทำอย่างไรจะให้เร็วขึ้น แต่ถ้าใช้เครื่องจักรทั้งหมดคุณค่าของผ้าทอยกดอกก็จะหายไป ผมจะหานวัตกรรมอะไรมาช่วย ทำไปเรื่อย ๆ พอได้ทดลองทำไปเรื่อย ๆ ก็จะรู้ว่าเราเจอกับปัญหาอะไร เราต้องการอะไร จึงได้พัฒนาเทคนิคการใช้อุปกรณ์ช่วยในการกรอไหมเพื่อให้การทอผ้ารวดเร็วขึ้น ทำการกรอไหมได้ยาวกว่าเดิมและเร็วขึ้น เวลาในการทอผ้าก็ลดลงและก็ลดขั้นตอนไปได้มาก ซึ่งก็คิดว่าจะพัฒนาต่อไปให้ดี

ขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งกระบวนการทอและคุณภาพของผ้าทอ ซึ่งก็จะช่วยให้ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพให้แก่สินค้าของเราด้วย

ตอนนี้ผมเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้แก่หลาย ๆ หน่วยงาน มีคนมาดูงานเรื่องการทอผ้า ผมก็ไปบรรยายให้ความรู้ด้านการทอผ้าลายยกดอก และยังออกไปเป็นวิทยากรให้กับสถานศึกษาทั่วทั้งภาคเหนือ น่าตกใจที่ตอนนี้ช่างทอผ้ามีแต่ผู้สูงอายุ เด็กเยาวชนก็มีมาบ้างแต่ก็มาเรียนแค่หลักสูตรสั้น ๆ ที่ร้านของผมก็พยายามสร้างช่างรุ่นใหม่เพื่อรับช่วงต่อไป ผมไม่หวังวิชาขอให้มีความตั้งใจจริงก็สอน ถึงเราจะไม่อยู่แต่ก็อยากให้ผ้าไหมยกดอกที่เป็นภูมิปัญญาของเรายังอยู่ต่อไป ให้คนรุ่นหลังได้มาชื่นชมและเรียนรู้

ตารางที่ 53 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไหมยกดอก

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์	การดำเนินธุรกิจ	- เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน
ภูมิปัญญา	ภูมิปัญญา	- มีพนักงาน 4-5 คน - มีเครื่องขายส่งทอและจ่ายเงินเป็นรายชิ้น - มีภรรยาเย็บทอผ้าอยู่ในความทรงจำเสมอ หลงใหลการทอผ้ากลายเป็นความผูกพันและความรักในการทอผ้า - มีความสุขที่เห็นลูกค้าใส่ ภูมิใจ เป็นคุณค่าทางใจ
	การผลิต	- ปรับปรุงกระบวนการและคุณภาพของมีการประยุกต์ลวดลายใหม่ต่อยอดจากลายพื้นฐาน - ใช้นวัตกรรมช่วยแก้ปัญหา - พัฒนาอุปกรณ์กรอไหมเพื่อกรอได้ยาวและเร็วขึ้น ลดเวลาและขั้นตอนการทอ
	การจัดจำหน่าย	- ขายหน้าร้าน ขายออนไลน์ ออกงานแสดงสินค้า
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	- สมัยก่อนผ้าทอยกดอกได้รับการยอมรับเป็นเครื่องนุ่งห่มสำหรับชนชั้นสูง แสดงถึงฐานะ - ในชุมชนมีการทอผ้า - ผ้าที่ทอออกมาเป็นความงามที่มหัศจรรย์ - พยายามอนุรักษ์ลายผ้าและวิธีการทอโบราณ

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
		- รู้สึกภูมิใจที่เห็นผ้าทอที่มีลวดลายสวยงามอ่อนช้อย
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- ผ้าที่ทอออกมาจากภูมิปัญญาเป็นความงามที่มหัศจรรย์ - มีแต่ช่างทอสูงอายุ กลัวภูมิปัญญาการทอจะสูญหายไป - อยากให้ผ้าไหมยกดอกเป็นภูมิปัญญาที่ยังอยู่ให้คนรุ่นหลังได้ชื่นชมและเรียนรู้
ทายาท และ การสืบทอด	ทายาท	- มีทายาทและลูกหลานที่จะส่งต่อ - มีเครือข่ายทอผ้าที่สามารถเชื่อมโยงกำลังการผลิต
	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ	- สืบทอดความรู้ภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ
	ความรู้ และ	- เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ทั่วภาคเหนือ
	กระบวนการในการสืบทอด	- มีหลักสูตรสั้น ๆ สอนเยาวชน
	ทอภูมิปัญญาท้องถิ่น	- พยายามสร้างช่างรุ่นใหม่ ปัจจุบันมีแต่ช่างทอสูงอายุ

11. ผลกระทบผ้าฝ้ายย้อมคราม

การทำธุรกิจของผมมันเกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดคิด บ้านเดิมผมอยู่ชลบุรี ทำงานเป็นวิศวกรอยู่บริษัทซิโนไทย พอถึงจุดที่ผมต้องการค้นหาตนเองจึงตั้งใจมาเชียงใหม่เพื่อเรียนภาษาจีน แต่ก็ชอบบรรยากาศ ชอบผู้คนที่นี่ แล้วก็มีโอกาสได้ศึกษาเรื่องของครามก็มีความสนใจ ผมเริ่มต้นจากศูนย์แต่ดีที่มีพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์อยู่แล้ว พอสนใจก็ทำหายตัวเองว่าจะหมักครามได้ไหม จึงเริ่มหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต แล้วก็ถามคนเฒ่าคนแก่ เรียนรู้ ทดลอง แก้ไขปัญหาด้วยตนเอง ผมค้นคิดวิธีการที่จะหมักคราม ช่วงแรก ๆ ก็ทำได้ไม่ดึ๊ง จนกระทั่งผมได้ดูแลและรู้จักครามมากขึ้น เข้าใจธรรมชาติของครามจากการสังเกต จนในที่สุดก็ค้นพบวิธีการปรุงครามและหมักครามสูตรของตัวเอง ซึ่งผมรู้สึกภูมิใจภูมิปัญญาการหมักครามซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิตมหัศจรรย์ทำให้คนอย่างผมสนใจและต้องการเอาชนะให้ได้ สูตรที่ผมคิดค้นได้ค่อนข้างจะมีความเที่ยงตรงและสามารถใช้ได้จริง จนผมได้เข้าไปช่วยอาจารย์สอนวิธีการหมักครามในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ปีละสองครั้ง คนที่มาเรียนก็มีทั้งคนที่ทำธุรกิจอยู่แล้วจะเอาไปต่อยอด บางคนก็สนใจอยากทำทดลองเฉย ๆ

ผมอยู่เชียงใหม่มา 7 ปี โดยเริ่มเปิดร้านในปีที่ 5 ตอนนี้อยู่มา 2 ปีแล้ว ผมเน้นการหมัก
 ครามย้อมสีเป็นหลัก ส่วนเสื้อผ้า หมวก กระเป๋า ผมก็จะมีช่างตัดให้ ที่ผ่านมาธุรกิจก็เลี้ยงตัวเองได้
 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อ แต่ยอมรับว่าปีนี้ค่อนข้างซบเซา พื้นที่ที่ผมอยู่ในเขตเมืองเก่าวัดเกตก็มีความ
 เข้มแข็งของชุมชนที่จะช่วยสนับสนุนสินค้าภูมิปัญญา มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนกิจกรรม
 การขายบ้าง ขายออนไลน์เองบ้าง แต่ผมยังทำการตลาดไม่เก่ง แต่ในอนาคตผมก็อยากมีสาขาย่อย
 หรืออาจจะตั้งศูนย์เรียนรู้เพราะในชุมชนวัดเกตนี้น่าจะมีผมคนเดียวที่รู้เรื่องคราม เพื่อที่คนอื่นมา
 เรียนรู้และจะได้เอาไปต่อยอด อยากให้รู้ว่าสีธรรมชาติจะดีสำหรับผู้สวมใส่มากกว่าสีเคมี และครามก็
 ยังช่วยกันยูวีได้ด้วย

ผมว่านักศึกษา คนรุ่นใหม่หลาย ๆ คนที่ชอบครามนี้ ผมสอนนักศึกษาไปเป็นร้อยคน ผมว่า
 อย่างน้อยเค้าก็รู้ว่าครามเป็นอย่างไร มีคุณสมบัติอย่างไร อย่างน้อยเค้าก็เอาไปทำต่อได้ ความรู้ก็ถูกส่ง
 ต่อไป แต่จะมีกี่คนเอาไปต่อยอดได้จริงอันนั้นก็คงเป็นเรื่องที่ผมควบคุมไม่ได้ แต่ผมได้ทำหน้าที่ของ
 ผมแล้ว

ตารางที่ 54 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมคราม

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ ภูมิปัญญา	- เริ่มจากความสนใจศึกษาเรื่องภูมิปัญญาการหมัก คราม - ทดลองทำจนเข้าใจธรรมชาติของคราม - เริ่มต้นธุรกิจจากศูนย์ ต้องการเอาชนะว่าเราก็ทำ ได้ แก้ปัญหา เรียนรู้ด้วยตนเอง
	การผลิต	- พัฒนาสูตรการหมักครามที่ให้สีได้เที่ยงตรง - เน้นการหมัก ย้อมสีเป็นหลัก การตัดเย็บจ้างตัด เป็นรายชิ้น
	การจัดจำหน่าย	- เปิดขายหน้าร้านในชุมชนวัดเกต ขายออนไลน์ และออกบูธ - การตลาดยังไม่เก่ง - มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนด้านการขาย
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่าง วิถีชีวิตกับภูมิปัญญา ในชุมชน	- ในชุมชนวัดเกตมีความเข้มแข็งเรื่องงานหัตถกรรม และท่องเที่ยว

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - ในชุมชนไม่มีภูมิปัญญาเรื่องคราม แต่มีความเป็นเมืองเก่าและเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นย่านเมืองเก่า - การยอมรับเป็นการใช้สิทธิธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ช่วยกันยูวี เป็นความมหัสจรรย์ของธรรมชาติที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น
ทายาท และ การสืบทอด	ทายาท วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ ความรู้ และ กระบวนการในการสืบ ทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีทายาท - สอนวิธีการหมักครามในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่งต่อความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ - ผู้เรียนมีทั้งที่สนใจอยากทดลอง และนำไปต่อยอดทำธุรกิจ - ผู้เรียนนำไปต่อยอดได้หรือไม่นั้นควบคุมไม่ได้ แต่ความรู้ถูกส่งต่อแล้ว - ผมทำหน้าที่ในการถ่ายทอดความรู้ - อาจตั้งศูนย์เรียนรู้ในชุมชน

12. ผลกระทบของเล่นไม้และเครื่องจักสาน

อยากสร้างห้องเรียนชีวิตสำหรับเรียนรู้สืบสานภูมิปัญญาพื้นบ้าน จึงตั้งชมรมอัยสอนหลานที่เป็นการรวมกลุ่มของคนเฒ่าคนแก่ในชมรมผู้สูงอายุของชุมชนเพื่อร่วมกันถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาให้แก่เด็ก ๆ ในด้านวิชาชีพพื้นบ้าน โดยจะเน้นเป็นของเล่นของท้องถิ่น เน้นของเล่นไม้ ของเล่นจักสาน เพื่อดึงดูดให้เด็กเกิดความสนใจ เช่น สานกบ สานงู หลังจากนั้นจึงค่อย ๆ เพิ่มความยากเป็นการสานชะลอม เครื่องสักการะต่าง ๆ เพื่อให้เด็ก ๆ มีความรู้ด้านการจักสานติดตัว ในขณะที่เดียวกันก็สอดแทรกความรู้อื่น เช่น พืชผักสมุนไพรพื้นบ้าน วิถีชีวิต ฮีตฮอยดั้งเดิม คุณธรรมจริยธรรมในการใช้ชีวิต จนเกิดเป็นความผูกพันระหว่างคนแก่และเด็กในชุมชน

บางครั้งอัยก็เข้าไปสอนเด็กในโรงเรียน บางทีโรงเรียนก็พาเด็กมาเรียน เด็กบางคนก็มาเรียนเพิ่มเอง มีหมดทุกอย่าง อยากให้เด็กได้รู้เรื่องสมัยก่อนตอนที่ยังไม่มีของเล่น ไม่มีโทรศัพท์มือถือ คนสมัยก่อนอยู่อย่างไร กินอย่างไร เล่นของเล่นอะไร ของเล่นพื้นบ้านมีอะไรบ้างเด็กบางคนไม่เคยรู้จัก ไม่อยากให้เป็นแค่ความทรงจำ ก่อนตายไปก็อยากทำอะไรให้สังคมได้รับรู้ มันเป็นภูมิปัญญาของคนโบราณที่น่าทึ่งของใกล้ตัวมาเล่นได้หมด ไม่ต้องเสียเงินซื้อ อัยทำอะไรได้อัยก็เอามาสอนหลาน แต่ต้องดูว่าเขาอยากทำอะไร เด็กเล็กจะไปยึดเยียดก็ไม่ได้ เราก็ทำให้เขาดู เขาสนใจก็เข้ามาดูเอง แต่ถ้าเขา

อยากทำต่อเราจะสอน อ้อยไม่หวงเลยวิชาความรู้เก็บไว้กับตัววันหนึ่งก็ตายไปกับเรา ยิ่งบอกมากคนอื่นก็รู้เราก็ยิ่งรู้มากขึ้น ไม่อยากให้มันต้องสูญหายไป อยากอนุรักษ์ไว้ให้รู้รากของตัวเอง

ตารางที่ 55 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของเล่นไม้

ประเด็นหลัก	จุดประสงค์	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์	เพื่อให้ทราบวิธีการผลิต	- เน้นการถ่ายทอดวิชาชีพพื้นบ้าน เช่น ของเล่นไม้ ของเล่นจักสาน และนำไปสู่การสอนวิชาชีพจักสาน สอดแทรกความรู้วิถีชีวิต ฮีตฮอยดั้งเดิม
ภูมิปัญญา	การจัดจำหน่าย และมุมมองในการดำเนินธุรกิจภูมิปัญญา	- คุณธรรมจริยธรรม พี่ชพี่สาวหมู่บ้าน - ใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิม ใช้วัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น - ดูว่าเด็กสนใจอะไร อยากเล่นอะไรก็ทำให้ เอามาสอนทำ
ภูมิปัญญา	เพื่อให้ทราบถึงความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตและภูมิปัญญาในชุมชน	- ในชุมชนมีความเจริญเพิ่มมากขึ้น ทำให้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมถูกกลืนหายไป - ในชุมชนมีบรรยากาศของสังคมเกษตรกรรม ในขณะที่คนรุ่นใหม่เปลี่ยนวิถีชีวิตเป็นคนเมืองมากขึ้น - เป็นโครงสร้างพื้นฐานของสังคมชนบท ความผูกพันระหว่างเด็ก ผู้สูงอายุ และชุมชน
ทายาทและการสืบทอด	เพื่อทราบวิธีการถ่ายทอด ส่งต่อความรู้ และกระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	- สร้างชมรมอ้อยสอนหลาน ห้องเรียนมีชีวิตสำหรับเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน - รวมกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนร่วมกันถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาแก่เด็ก ๆ - เรื่องเล่าภูมิปัญญาที่แฝงด้วยปรัชญาในการใช้ชีวิต - ไม่อยากให้วิถีชีวิตของคนรุ่นเก่ากลายเป็นแค่ความทรงจำ

ประเด็นหลัก	จุดประสงค์	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
		<ul style="list-style-type: none"> - อยากให้ลูกหลานได้รับรู้ภูมิปัญญาของคนโบราณที่ใช้ของใกล้ตัวให้เกิดประโยชน์ ไม่ต้องเสียเงินซื้อ - สอนตามความชอบ ไม่ยัดเยียด - ทำให้ดูเป็นตัวอย่าง เด็กสนใจก็จะเข้ามาดูเอง ถ้าเขาอยากทำก็จะสอนต่อ - ไม่หวังความรู้ ยิ่งสอนมากก็ยิ่งรู้มากขึ้น

13. ผลลัพธ์ผ้าฝ้ายย้อมคราม

จริง ๆ หนูอยากทำงานทอผ้า แต่หนูเรียนจบด้านการออกแบบลายผ้ามา เลยคิดอยากทำธุรกิจเล็ก ๆ เพื่อหาเงินด้วยตัวเองด้วยความรู้ที่มี จึงได้เริ่มธุรกิจออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้าวัยรุ่นเป็นแนวใส่สบาย ราคาไม่แพงมาก เริ่มแรกก็ขายเพื่อน ๆ คนกันเองก่อน เพื่อนที่ซื้อไปก็นำไปโพสต์ลงโซเชียลมีเดียให้พอเริ่มมีคนรู้จักติดตามก็เลยทดลองนำเสื้อมาโพสต์ขายในเฟสบุ๊ค อินสตาแกรม นาน ๆ ทีก็มีไปออกบูทบ้าง

ที่นี้หนูก็มาคิดต่อว่าจะทำอย่างไรให้เสื้อผ้าหนูแตกต่างจากของคนอื่นที่มีขายทั่วไปในตลาด หนูเลยคิดว่าเอาภูมิปัญญามาสร้างจุดขายให้กับสินค้าดีกว่า ในที่สุดก็มาลงตัวที่การย้อมโดยใช้สีจากต้นครามและต้นฮ่อมเป็นหลัก หนูชอบงานหัตถกรรมและมีพื้นฐานทางการออกแบบลายผ้าอยู่แล้ว จึงไปเรียนรู้การย้อมสีฮ่อมจากครูภูมิปัญญาในท้องถิ่น วิธีการคือต้องมีการเลี้ยงจุลินทรีย์เพื่อให้มันมีชีวิตเพื่อให้ได้สีที่มาจากธรรมชาติและติดทนยิ่งขึ้น มันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ใกล้ตัวที่ชุมชนของเราสืบทอดกันมานานแต่เป็นสิ่งที่หนูมองข้ามในตอนแรก หนูไม่ได้คิดว่ามันเป็นจุดขายเลย หนูไปคิดถึงแต่แบรนด์ดัง ๆ อยากรู้เป็นอย่างเขา หนูไม่รู้ว่าจะจริง ๆ แล้วเราสร้างเรื่องราวจากภูมิปัญญาของเราได้ หนูก็มาฝึกทำครามทำฮ่อมที่เป็นองค์ความรู้ของชุมชน มีบางอย่างที่เราต้องสังเกตเอง รู้ด้วยตัวเองจากการลองผิดลองถูก การหมักฮ่อมก็มีสูตรของใครของมันที่แตกต่างกันออกไป พอเริ่มเชี่ยวชาญหนูก็มาพัฒนาด้านการตลาดต่อ หนูพยายามผลิตสินค้าที่แตกต่าง เช่น ผ้าของหนูเป็นผ้าฝ้ายเนื้อดี ผ้าฝ้ายทอมือให้เลือกซึ่งร้านอื่นไม่มี แล้วก็ใช้เทคนิคการปัก การเขียนเทียนเพิ่มลงไปบนเนื้อผ้า มีการย้อมทั้งแบบเย็นและแบบร้อน เพื่อสร้างเรื่องราวและความแปลกใหม่ด้วย

หนูทำเวิร์กช็อปขายที่บ้าน ก็เป็นเหมือนโรงงานเล็ก ๆ ด้วย คนที่มาซื้อก็จะเห็นหนูทำงาน บางคนสนใจหนูก็จะสาธิตให้ดู ให้ลองทำเอง บางทีคุณครูพานักเรียนมาทัศนศึกษา หรือจะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาตก็มาฝึกทำได้ ใครอยากฝึกอาชีพก็มาฝึกทั้งสอนฟรีและเก็บเงิน เพราะหนูคิดว่าหนูรู้คนเดียว ทำคนเดียว คงไม่ค่อยน่าสนใจเท่าไร แต่ถ้าในหมู่บ้าน ในชุมชนทำกันเยอะ ๆ เหมือน

เป็นคลัสเตอร์ มันก็จะมีพลังมากขึ้น ดึงดูดคนได้มากขึ้น ไปได้ไกลกันมากขึ้น ตอนนี้หนูก็จ้างงานคนในชุมชน ส่งเสริมให้ชาวบ้านในชุมชนปลูกต้นหอมและทำหอมเปียกมาขายต่อหนูอีกที มีที่เชื่อมโยงกับกลุ่มอื่น ๆ ด้วยอย่างกลุ่มทอผ้าเชียงรายที่ไปสั่งผ้าทอเค้ามามากก็ทำแบบที่เราต้องการให้ อนาคตก็คงจะพัฒนาต่อไปเรื่อย ๆ ค่ะ

ตารางที่ 56 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมคราม

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- มีความรู้เรื่องผ้า จึงอยากทำธุรกิจเล็ก ๆ เป็นของตัวเอง
	ภูมิปัญญา	- เริ่มออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้าขายผ่านออนไลน์จนเริ่มเป็นที่รู้จัก - สร้างสตอรี่จากภูมิปัญญา
	การผลิต	- ผลิตสินค้าที่แตกต่าง ใช้ผ้าฝ้ายเนื้อดี ใช้เทคนิคการปัก การเขียนเทียน เทคนิคการย้อม เพื่อสร้างเรื่องราวและความแปลกใหม่
ภูมิปัญญา	การจัดจำหน่าย	- มีโชว์รูม - ขายออนไลน์
	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	- ในชุมชนมีการทำผ้าอยู่บ้าง - เกิดการจ้างงานในชุมชน - ส่งเสริมให้ชาวบ้านปลูกต้นหอมและนำหอมเปียกมาขาย - เชื่อมโยงกับกลุ่มอื่น เช่น กลุ่มทอผ้า
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- นำภูมิปัญญามาเป็นจุดขายสร้างความแตกต่าง - ภูมิปัญญาเป็นองค์ความรู้ของชุมชน
ทายาท และ การสืบทอด	ทายาท	- ไม่มีทายาท
การสืบทอด	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ	- เรียนรู้ สังเกต ลองผิดลองถูก
	ความรู้ และ	- มีโรงงานขนาดเล็ก เป็นที่เรียนรู้ทัศนศึกษา
	กระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	- เป็นแหล่งท่องเที่ยวและที่ฝึกสอนให้แก่ นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
		- รู้คนเดียว ทำคนเดียวไม่น่าสนใจ

14. ผลลัพธ์พระพุทธรูปที่หล่อด้วยวิธีการดั้งเดิม

ครอบครัวผมเป็นช่างหล่อพระแบบดั้งเดิมของเชียงใหม่ ที่ว่าดั้งเดิมคือมีกรรมวิธีกระบวนการหล่อพระที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษอย่างครบถ้วน ตั้งแต่การปั้นพระด้วยดินเหนียวผสมแกลบ อบ เทขึ้นฝั่ง หล่อ เเผา ขัดเงา และขึ้นรูปเป็นพระพุทธรูปปางต่าง ๆ ซึ่งแต่ละองค์จะมีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนกัน ส่วนโรงหล่อพระที่อื่นเค้าเปิดกิจการหล่อพระพุทธรูปจากแบบพิมพ์ตามออเดอร์ของลูกค้า พอเรียนจบจากรามคำแหงก็หางานทำที่กรุงเทพฯ สักพักจึงกลับบ้าน ด้วยความที่ผมเป็นทายาทตระกูลหล่อพระรุ่นที่ 5 สมัยเด็กผมก็ช่วยเหลืองานเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการหล่อพระของครอบครัวมาตลอด ช่วยเป็นลูกมือตักน้ำบั้ง ช่วยยกพระบ้าง พอโตขึ้นมาอีกหน่อยก็ได้ช่วยนวดดิน ขึ้นรูปขึ้นทรงพระบ้าง ก็เรียกว่ามีความคุ้นเคย เคยทำมาบ้างเล็ก ๆ น้อย ๆ พอกลับมาที่นี้ก็เริ่มมาทำเต็มตัวค่อย ๆ ฝึกฝนมาเรื่อย ๆ จนฝีมือดีขึ้น

เมื่อก่อนพ่อจะค่อย ๆ ให้ผมได้ซึมซับความรู้ที่ละเอียดที่ละหน่อย ไม่เคยบังคับ การเรียนหล่อพระไม่มีทางลัด ต้องฝึกด้วยตนเอง สังเกต และเก็บเกี่ยวประสบการณ์ไปเรื่อย ๆ ตอนนั้นช่วยกันทั้งบ้าน มีพ่อ แม่ ป้า และ ผมกับน้องมาช่วยสืบสานต่อจากพ่อ พ่อจะใช้ความรู้เดิมทำให้พระออกมาคล้ายกันหมด แต่ผมหาความรู้ข้างนอกโดยการไปดูพระพุทธรูปตามวัด ไปดูที่พิพิธภัณฑ์ ดูจากหนังสือ ด้วยว่าพระแต่ละปางมีลักษณะอย่างไร เช่น พระสิงห์ต้องมีขนาด 9 นิ้วทุกส่วน ตั้งแต่หน้าตัก หน้าเข้า หน้าตักถึงปลายจุมก ซึ่งพระพุทธรูปแต่ละที่ก็จะมีสัดส่วนที่แตกต่างกันออกไป กว่าจะทำให้ลูกค้ายอมรับได้ผมใช้เวลาเกือบ 10 ปี ความรู้สึกตอนนั้นเวลาที่เรารู้สึกภูมิใจ พอทำไม่ดีไม่สวย ก็ต้องแก้ทำใหม่ไปเรื่อย ๆ แต่เมื่อทำสำเร็จรู้สึกว่าเขาชนะตัวเองได้ ทำให้ลูกค้ายอมรับได้ และยิ่งปลาบปลื้มเข้าไปอีกเมื่อเห็นองค์พระพุทธรูปที่เราหล่อขึ้นมากับมือประดิษฐ์ในวัดให้คนกราบไหว้บูชาและเป็นที่เคารพศรัทธา

ตอนนี้ดีใจมากมีหลานมาช่วยอีกคน ทำให้ในชุมชนเหลือช่างหล่อพระดั้งเดิมกันอยู่แค่สองคนเท่านั้น ลูกหลานคนอื่นไม่สานต่อด้วยเลยเพราะเป็นงานที่ค่อนข้างหนัก ต้องใช้ฝีมือและความอดทนกว่าจะทำงานได้แต่ละชิ้น ไม่สบายเหมือนไปทำงานด้านอื่น

งานของผมจะมีเอกลักษณ์เป็นที่นิยมของเชียงใหม่ รวมถึงกรรมวิธีแบบดั้งเดิมเพราะมีหลายขั้นตอนมาก แต่ละองค์ใช้เวลาทำเป็นเดือน เคยคิดจะเปลี่ยนแต่ก็อยากคงวิถีดั้งเดิมไว้ ซึ่งมันเป็นคุณค่า คู่กับความเหนียว ลูกค้ายิ่งเชื่อมั่นในพระของเรา ศรัทธามันเกิดขึ้นทีเพราะพระแต่ละองค์มาจากความตั้งใจและกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม ปีนี้ผมจะหยุดทำ 2 เดือนเพื่อช่วยลดหมอกควันและฝุ่นพิษจากการเผา ช่วงนั้นก็จะมีนักเรียน นักศึกษา เข้ามาเรียนรู้ศาสตร์ด้านการหล่อพระ ซึ่งสอนทุกขั้นตอนอย่างหมดเปลือก ถ้าใครอยากมาทำเป็นอาชีพจริงจังก็ยินดีช่วยสอน งานหล่อพระควรเป็นงานอนุรักษ์เพราะเริ่มมาตั้งแต่ตั้งเมืองเชียงใหม่ 700 กว่าปี อยากให้คนซึมซับกันเยอะ ๆ

ตารางที่ 57 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหล่อพระพุทธรูป

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นอุตสาหกรรมครัวเรือน
	ปัญหา	<ul style="list-style-type: none"> - อยู่ในครอบครัวที่ทำงานหล่อพระ ช่วยเป็นลูกมือตั้งแต่เด็ก - มารับช่วงต่อใช้เวลากว่า 10 ปีจึงจะได้รับการยอมรับ - ใช้ความรู้ใหม่ต่อยอดความรู้เก่า ไปดูพระพุทธรูปตามวัด พิพิธภัณฑ์ หนังสือ
	การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้วิธีการแบบโบราณดั้งเดิม - ใช้เวลาประมาณ 1 เดือน - ใช้ความประณีต ความตั้งใจ ความอดทน ใช้ฝีมือ - เคยคิดจะปรับกระบวนการผลิตแต่อยากคงวิถีดั้งเดิมที่ทรงคุณค่าไว้ - ผลิตตามคำสั่งซื้อ
	การจัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> - ขายตรงปากต่อปาก - ขายตามคำสั่งผลิต
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้หล่อพระแบบดั้งเดิมรายเดียวที่เหลืออยู่ในเชียงใหม่ - ศาสนาพุทธเป็นศาสนาหลักของคนเชียงใหม่ - เชียงใหม่มีวัดเป็นจำนวนมาก - ผู้คนนับถือและกราบไหว้บูชาพระพุทธรูป - หนึ่งปีหยุดทำสองเดือนเพื่อลดหมอกควันและฝุ่นพิษจากการเผา
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - ภูมิใจที่ทำงานยากได้สำเร็จ ลูกค้ายอมรับ - ปลื้มเมื่อเห็นพระพุทธรูปประดิษฐานในวันให้คนกราบไหว้บูชา - ภูมิใจเอาชนะตัวเองได้ - อยากรักษาภูมิปัญญานี้ไว้

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ทายาท และ การสืบทอด	ทายาท	- มีหลานมาช่วยงานและคาดว่าน่าจะรับช่วงต่อ
	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ ความรู้ และ กระบวนการในการสืบทอด ทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	- สืบทอดวิธีการหล่อพระแบบดั้งเดิมมาจากบรรพบุรุษ - ชิมซึบความรู้ที่ละน้อย ฝึกฝนจนกระทั่งฝีมือดีขึ้น - ไม่เคยถูกบังคับให้ทำให้เรียนรู้ - การเรียนหล่อพระไม่มีทางลัด ต้องฝึกด้วยตนเอง สังเกต เก็บเกี่ยวประสบการณ์ - มีนักศึกษามาเรียนรู้ศาสตร์ด้านการหล่อพระ - สอนทุกขั้นตอน ถ้าอยากทำเป็นอาชีพก็ยินดีสอน

15. ผลลัพธ์เครื่องปั้นดินเผา

ความตั้งใจของผมเลยคือต้องการสืบทอดวิชาเครื่องปั้นดินเผาของบรรพบุรุษไปให้ลูกหลาน ผมต้องการเป็นตัวเชื่อมเพราะผลงานที่ทำออกมามันมีแต่ความงดงามและผมปั้นมันมาด้วยมือของผมเองด้วย งานทุกชิ้นจึงมีคุณค่าสำหรับผม ไม่รู้เหมือนกันนะแต่รู้สึกที่ผมต้องทำ มันภูมิใจที่ได้ทำ รู้สึกว่าการทำน้ำต้นเป็นการรักษาประเพณีของคนเมืองอย่างหนึ่ง ผมเกิดมาท่ามกลางการปั้นหม้อเลยก็ว่าได้ สมัยก่อนทำกันเยอะมาก ภาพคนเฒ่าคนแก่ปั้นหม้อแต่งหม้อน้ำต้นอยู่ใต้ถุนบ้านยังติดตาผมอยู่ตลอด มันเป็นวิถีชีวิตของพวกเรา พอโตขึ้นมันภาพพวกนี้มันหายไปเยอะครับ คนใช้น้ำต้นกันน้อยลงขนาดครอบครัวเล็กลง คนปั้นก็เหลือน้อยอยู่ไม่กี่รายแต่ก็มีเจ้าใหญ่ ผมคิดว่าอย่างน้อยสิ่งที่ทำออกมาก็ทำให้คนรุ่นหลังยังได้รู้จักว่าเมื่อก่อนเคยมีการใช้น้ำต้นแบบนี้ มันเป็นคุณค่าทางใจของผม ผมถือว่าผมได้อนุรักษ์วิถีชีวิตและอาชีพดั้งเดิมของบรรพบุรุษไว้และก็ยังมียายได้เลี้ยงตัวเองเลี้ยงครอบครัวด้วย

สมัยก่อนทำน้ำต้นตลอดทั้งปี ช่วงฤดูแล้งไม่ได้ทำนายนึ่งทำกันเยอะ พวกกันไปขุดดินมาจากที่นาบ้าง บนดอยใกล้ ๆ หมู่บ้านบ้าง เอามาปั้น เอามาเผา ทำเสร็จก็ใส่เกวียนลากไปขาย ก็ขายดีครับ เพราะเป็นสินค้าที่ทุกบ้านใช้ ไม่ว่าจะเป็น้ำต้น หม้อน้ำ เตาชนมครก คนรู้จักหมดแหละว่ามาจากเหมืองกุง แต่ตอนนี้คนไม่ใช้แบบนี้แล้ว มีสินค้าทดแทนเยอะมาก ตลาดเราลดลงทำให้ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ต้องปั้นหม้อแบบใหม่ ปั้นตามใบสั่ง ปั้นไห แจกัน แกะสลักลวดลายไปด้วย บางทีก็วาดภาพ ลงสี ทาแล็กเกอร์ แล้วแต่จะสร้างสรรค์กันไป แต่ละครายก็มีเทคนิคของตัวเองและก็ทำตามความต้องการของลูกค้า

ผมให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่การเลือกดิน การขึ้นรูปทรง และการเผาที่เหมืองกุงเราใช้แป้นหมุนมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ การปั้นบนแป้นหมุนทำได้เร็ว การเผาก็ต้องควบคุม

อุณหภูมิที่ 200-300 องศาเซลเซียส ผลิตรั้วที่จริงจะคงทนและอุ้มน้ำได้ดีกว่าเผากลางแจ้ง จริง ๆ กระบวนการไม่ได้เปลี่ยนครับ เพียงแต่ประสบการณ์ในการทำอาจทำให้มีเทคนิคเพิ่มมากขึ้น แล้วอีกอย่างสมัยนี้มีความเจริญ มีเครื่องมือเครื่องมือนี่ ๆ มีเงินลงทุนมากกว่าแต่ก่อน หน่วยงานของรัฐเข้ามาช่วยด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาด มันก็ช่วยพวกเราได้เลยอะ คนก็เข้ามาเที่ยวเยอะขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มันก็ทำให้เรามีกำลังใจฮึกเหิมที่จะทำต่อ ผมว่าเครื่องปั้นดินเผาคงจะไม่หายไปจากหมู่บ้านนี้แน่นอน มันเป็นอาชีพที่เราภูมิใจ เราประยุกต์ใช้ภูมิปัญญารากเหง้าของเราให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอด

ตารางที่ 58 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์	การดำเนินธุรกิจ	- เป็นอุตสาหกรรมครัวเรือน เป็นอาชีพที่ภูมิใจ
ภูมิปัญญา	ภูมิปัญญา	- เกิดมาท่ามกลางชุมชนที่ปั้นหม้อ สมัยก่อนปั้นกันเยอะมาก - มีภาพจำของคนเฒ่าคนแก่ปั้นหม้อแต่งหม้ออยู่ได้ - ภูมบ้านอยู่ตลอด
	การผลิต	- ให้ความสำคัญกับขั้นตอนการผลิต - ใช้แป้นหมุนซึ่งเป็นเทคนิคที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ - สร้างความแตกต่างโดยการลงสี วาดลวดลายเคลือบแล็กเกอร์ - กระบวนการผลิตไม่เปลี่ยนแต่มีเทคนิคเพิ่มขึ้นจากประสบการณ์ที่ทำ - ผลิตตามคำสั่งซื้อ - ความต้องการของตลาดเปลี่ยน ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ปั้นหม้อแบบใหม่ ปั้นตามใบสั่ง ปั้นไห แจกัน
	การจัดจำหน่าย	- ขายตรง ขายส่ง - ขายออนไลน์ - ขายตามคำสั่งผลิต

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - น้ำตั้นเป็นเครื่องใช้สำคัญของคนเมืองในอดีต - ในชุมชนยังมีครัวเรือนที่ปั้นน้ำตั้นอยู่ แต่มีจำนวนไม่มาก - การปั้นน้ำตั้นเป็นคุณค่าทางใจที่ได้อนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมของบรรพบุรุษและสร้างอาชีพและรายได้เลี้ยงครอบครัว - สมัยก่อนทำน้ำตั้นตลอดทั้งปี ช่วงนาแล้งจะทำมากขึ้น ปั้น เผา ใส่เกวียนลากไปขาย เป็นสินค้าที่ใช้กันทุกบ้าน - สมัยนี้มีสินค้าทดแทนจำนวนมาก - รูปแบบธุรกิจเปลี่ยนไป กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีนักท่องเที่ยวเป็นลูกค้ากลุ่มใหม่ - เครื่องปั้นดินเผาจะไม่หายไปจากหมู่บ้านนี้แน่นอน
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญารากเหง้าของเราให้เท่าทันสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป - มีความตั้งใจต้องการสืบทอดวิชาเครื่องปั้นดินเผาของบรรพบุรุษไปให้ลูกหลาน - งานทุกชิ้น ปั้นด้วยมือ จึงมีคุณค่า และภูมิใจที่ได้ทำ
ทายาทและการสืบทอด	ทายาท วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ ความรู้ และ กระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> - มีทายาท แต่ยังไม่ได้ส่งต่อ - การปั้นหม้ออยู่ในสายเลือดสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ - ไม่เคยถูกบังคับให้ทำให้เรียนรู้ - การสอนต้องไม่บังคับ ไม่กดดัน ต้องสมัครใจ

16. ผลกระทบเครื่องสักการะ

แม่ทำเครื่องสักการะเพื่อใช้ในงานพิธีมาตั้งแต่เป็นสาว หลัก ๆ เลยก็มีหมากสุม หมากเบ็ง ต้นผึ้ง ต้นเทียน ต้นดอก เอาไว้ในงานดำหัวสู่ขวัญ งานปีใหม่ งานบวชบ้าง บางแต่งงานบ้าง สมัยก่อนการ

จัดเครื่องสักการะทำเพื่อแสดงความเคารพในพระพุทธรูป มันเป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่ต้องทำ แต่สมัยนี้ในพิธีการต่าง ๆ จะเน้นจัดเพื่อความสวยงามซะเป็นส่วนใหญ่ ก็มีคนมาเหมามากขึ้น

รูปแบบมันเปลี่ยนไป เมื่อก่อนก็จัดแบบเรียบง่ายแต่ถูกต้องตามธรรมเนียมประเพณี จะต้องมีการไหว้ต่าง ๆ ให้ครบ แต่สมัยนี้เปลี่ยนไป พอคนรุ่นใหม่เข้ามาทำมันก็มีความสวยงามประดิษฐ์ประดอยมากขึ้น แต่ไม่ค่อยตรงธรรมเนียม แต่ในภาพรวมก็ยังใช้ได้อยู่ สมัยก่อนแม่ก็เรียนรู้ตามความชอบ เวลาว่างงานพิธีชาวบ้านก็จะมาช่วยงาน ผู้ชายก็จะไปทำงานที่แข็งแรง ส่วนผู้หญิงก็ทำงานดอกไม้ มาช่วยกันจัดเครื่องสักการะต่าง ๆ เหล่านี้ แม่ก็มาช่วยคนแก่คนเฒ่าผู้หญิงจัดพานเครื่องสักการะ นานวันเข้ามันก็จำได้เอง ก็ทำมาเรื่อย ๆ ไม่ได้ทำเป็นอาชีพหลักหรอก มีงานที่จัดที่แม่ไม่มีลูก เมื่อก่อนช่วยกันทำเวลาว่าง สมัยนี้พอมีคนมาเหมา ก็ทำคนเดียวบ้าง รวมกลุ่มกันทำบ้าง ทำเป็นอาชีพเสริมก็พอเป็นที่รู้จักมีรายได้เข้ามาบ้างแต่ไม่เยอะ

มีคนสนใจอยู่เหมือนกัน ก็จะเข้ามาเรียนด้วย มีโรงเรียนเชิญไปสอนนักเรียน แม่ก็สอนไม่เป็นหรอกจะทำให้ดู ให้เค้าฝึกทำไปด้วย คนเรียนบางทีก็ไม่ชอบนะ ถ้าเป็นเด็ก ๆ เค้าคงไม่รู้ว่าเรียนแล้วจะเอาไปทำอะไรต่อ แต่ก็แข่งกันทำว่าของใครจะสวยกว่ากัน

ตารางที่ 59 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องสักการะ

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์	การดำเนินธุรกิจ	- ทำเป็นอาชีพเสริม รับจ้างทำเป็นชิ้นงาน
ภูมิปัญญา	ภูมิปัญญา	- เริ่มทำเครื่องสักการะเมื่อสี่สิบกว่าปีมาแล้ว ผู้ชายใช้แรงงาน ผู้หญิงทำงานดอกไม้ จัดพานเครื่องสักการะ เมื่อทำได้ดีจึงชอบ
		- ค่าตอบแทนน้อย
	การผลิต	- ใช้ความละเอียดอ่อน
		- เป็นงานที่ต้องใช้ทักษะฝีมือ ทำด้วยความศรัทธา
	การจัดจำหน่าย	- ทำตามคำสั่งจ้าง
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	- เป็นธรรมเนียมปฏิบัติของชาวล้านนาเพราะแสดงความเคารพเชิดชูพระพุทธรูป พระธรรม พระสงฆ์
		- ปัจจุบันรูปแบบเปลี่ยนไป เน้นความสวยงาม ไม่ตรงตามธรรมเนียมเดิม
		- มีเครื่องสักการะสำเร็จรูปที่เป็นพลาสติก
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- ทำแล้วมีความสุข มีคุณค่าทางใจ

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ทายาทและ	ทายาท	- ไม่มีทายาท
การสืบทอด	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อ	- มีโรงเรียนเชิญไปสอนนักเรียน
	ความรู้ และ	- ให้เรียนรู้ฝึกทำตามความชอบ แข่งขันว่าใครทำ
	กระบวนการในการสืบทอด	สวย
	ทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	- สอนด้วยการทำให้ดู ให้ฝึกปฏิบัติ
		- บางทีเด็กไม่ชอบเพราะไม่รู้จะเอาไปใช้ทำอะไรต่อ

17. ผลกระทบเครื่องทองโบราณ

เดิมทีที่บ้านมีอาชีพทำไร่ถั่ว ทำนา ทำสวน ต่อมาคุณอาได้เข้าไปรับจ้างทำทองในตัวเมือง และเกิดความชอบจึงได้หาช่องทางไปฝึกฝีมือเพิ่มอีกหลาย ๆ ที่ เมื่อมีความพร้อมจึงได้ชักชวนญาติสนิทไปกู้เงินเพื่อมาทำร้านทองของตนเอง ตอนนี้อยู่มา 35 ปีแล้ว ช่างในร้านส่วนใหญ่ก็เป็นคนในท้องถิ่นเครือข่าย เป็นลูกหลาน บ้านใกล้เคียงเร็นเคียงมาทำ เมื่อก่อนก็จะทำสร้อยลายสามเส้า สีเส้าเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาก็พัฒนาลวดลาย ประยุกต์ให้สวยงาม งานทองจะเชื่อมโยงได้หมด ทั้งอยุธยา สุโขทัย เพชรบุรี งานลงยา จะเน้นลายโบราณ

เราจะผลิตเอง ขายเอง มีหน้าร้านขาย พี่เป็นลูกคนโต พี่น้องทำงานราชการแต่ตัวพี่เอง หลังจากเรียนจบมาก็ไปทำงานหลายอย่าง สุดท้ายก็มาลงตัวที่การสานต่อธุรกิจที่บ้าน พี่จะทำหน้าที่ด้านการตลาด การขาย ออกบูธเพราะชอบพบปะลูกค้า ส่วนทีมช่างก็มีประมาณ 20 คน แบ่งหน้าที่กันไป พี่รู้สึกที่อาชีพนี้มันช่วยท้องถิ่น ทำให้คนรับรู้ว่าการทำทองมีเรื่องราวประวัติศาสตร์และเป็นศิลปะที่มีคุณค่า อย่างช่างฝีมือที่ทำอยู่เค้าก็มีงานมีรายได้ได้อยู่ในชุมชนบ้านเกิด แม่ทำอยู่ลูกปิดทองก็ตามมาทำด้วย ก็เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาการทำทองต่อไป ทองมีราคาแพงอยู่แล้วแต่เราส่งมอบคุณค่าความงามทางด้านศิลปะเข้าไปด้วยมันยิ่งทวีคูณนะ พี่ว่าพี่ไม่ได้ทำแค่เลี้ยงตัวเอง แต่มันหล่อเลี้ยงทั้งคนอื่น ๆ และส่วนรวมด้วยพี่เชื่ออย่างนั้น

ในด้านการผลิตอาจจะมีบางขั้นตอนที่เราปรับปรุงเทคนิคเพื่อให้คุณภาพดีขึ้น ทำง่ายขึ้น ลวดลายก็ต้องสวยงามขึ้นไม่จืดจางเราแข่งไม่ได้ แต่วิธีการเดิม ๆ เราก็ไม่ทิ้ง อันไหนดีเราก็ทำต่อ อันไหนที่จะทำให้ดีขึ้นง่ายขึ้นเราก็ใช้ งานของเรามองปุ๊บก็รู้เลยว่านี่เป็นทองโบราณ แต่ในความโบราณนั้นก็มีความร่วมสมัยอยู่ด้วย พี่มองธุรกิจต่อไปถ้าเราวางรากฐานไว้ดี เราให้คุณค่ากับมัน จะต้องมีคนสืบทอดแน่นอน ที่ร้านจะมีคนจากวิทยาลัยช่างทองหลวงมาฝึกงานด้วย มันก็มีการผสมผสานความรู้และกลายเป็นนวัตกรรม เราเอางานของเค้ากับเขาเรามา งานตอกลาย จี้สองชั้น เราก็เอางานในวังมาประยุกต์ให้งานชอบเรามีมิติขึ้น ตอนนี้เป็นห้างหุ้นส่วนค่ะ มีลูกหลานรอสืบทอดตอนนี้ก็ให้ฝึกงานอยู่

ในทีมช่างนี้แหละ คอยปลุกฝังให้ซึมซับไปเรื่อย ๆ ถ้าทำงานประจำรายได้ก็คงที่แต่ถ้าทำทองถ้าขยัน มากก็มีรายได้มากเพราะมีช่องทางการขายมากขึ้นในปัจจุบัน ลูกค้าส่วนใหญ่ก็เป็นคนกรุงเทพฯ คนต่างจังหวัด ภาครัฐก็เข้ามาช่วยหลายเรื่องเหมือนกันเรื่องการออกแบบ การส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 60 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ทองโบราณ

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์	การดำเนินธุรกิจ	- เป็นอุตสาหกรรมครัวเรือน เป็นทำงห้ส่วน
ภูมิปัญญา	ภูมิปัญญา	- เปิดร้านทองเมื่อ 35 ปีที่แล้ว เริ่มที่คุณอาไปรับจ้าง ทำทองและเกิดความชอบ ได้เรียนรู้เทคนิคต่าง ๆ และฝึกจนกระทั่งฝีมือดีขึ้นเรื่อย ๆ - มีช่างประมาณ 20 คน ส่วนใหญ่เป็นเครือญาติ คนในท้องถิ่น - อนุรักษ์ลวดลายโบราณ และประยุกต์ลวดลายใหม่ ร่วมสมัย เพื่อการแข่งขัน - มีการผสมผสานความรู้เพื่อสร้างนวัตกรรม
	การผลิต	- มีการประยุกต์ใช้วิธีการผลิตใหม่ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพและรูปแบบที่สวยงามมากขึ้น
	การจัดจำหน่าย	- ขายหน้าร้าน - ขายออนไลน์ - ออกงานแสดงสินค้า - ทำตามคำสั่งซื้อ
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่าง วิถีชีวิตกับภูมิปัญญาใน ชุมชน	- เป็นอาชีพที่แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ ศิลปะการทำทองที่มีคุณค่า - เป็นอาชีพที่เหลือคนทำน้อย - ได้ช่วยให้มีการจ้างงาน การรักบ้านเกิด
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- มีคุณค่าทางใจ - ภูมิใจที่ได้ส่งมอบความงามด้านศิลปะ
ทายาทและ การสืบทอด	ทายาท	- จะต้องมีคนสืบทอด - ให้ลูกหลานฝึกงานอยู่ในทีมช่าง

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
วิธีการถ่ายทอด	ส่งต่อ	- ถ้าวางรากฐานทางธุรกิจดี จะต้องมีคนสืบทอด
ความรู้ และ		- มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิทยาลัยช่างทองหลวงมา
กระบวนการในการสืบ		ฝึกงาน
ทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น		- ปลุกฝังให้ความรู้ซึมซับไปเรื่อย ๆ
		- รายได้ช่วยดึงดูดให้เข้ามาทำ ทำมากได้มาก

18. ผลลัพธ์ที่ไม่แกะสลัก

ผมจบวิชาครูมา แล้วเข้ามาเป็นครูสอนช่างอุตสาหกรรมก่อสร้าง จริง ๆ แล้วถนัดงานเขียนแบบ งานปูน แต่พอเข้ามาทำงานต้องไปสอนวิชางานไม้ซึ่งตัวเองไม่ถนัดเลย ผมก็เลยมาคิดว่าทำยังไงดีให้ตัวเองหรือนักเรียนที่ไม่ได้มีความชอบหรือความถนัดสามารถทำงานไม้ได้ง่าย ๆ เอาแค่เริ่มฝึกสมาธิก่อน ตอนนั้นยึดพระราชดำริของในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่ว่าเราต้องใช้ทรัพยากรทุกอย่างอย่างฉลาด รู้จักใช้ ไม่ฟุ่มเฟือย ใช้ให้ถูกต้องตามหลักการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด จึงเปลี่ยนแนวคิดในการนำเศษไม้ชิ้นเล็ก ๆ มาให้เด็กฝึก และทางเหนือก็มีศิลปะ สถาปัตยกรรม ที่มีความโดดเด่น โดยเฉพาะลายเครือเถาวิจิตร น่าจะเอามาฝึกเด็กนักเรียนได้ ก็ได้เริ่มทดลองทำมาตั้งแต่นั้น ผลงานของเด็กเริ่มพัฒนาขึ้น จากไม้ชิ้นเล็ก ๆ นำมาประกอบเป็นชิ้นงานสามารถนำไปขายสร้างรายได้ระหว่างเรียน บางคนสามารถหาทุนการศึกษาส่งตัวเองเรียนได้เลยก็ได้ช่วยแบ่งเบาภาระผู้ปกครองด้วย เป็นความภูมิใจเพราะได้ช่วยทั้งเด็กและช่วยสืบสานศิลปะการฉลุและแกะสลักของเมืองล้านนา ผลงานก็เริ่มพัฒนาขึ้นไปเรื่อย ๆ

เริ่มเข้ามาทำเพราะหน้าที่แต่พอทำไปเรื่อย ๆ กลายเป็นความรักในงานแกะสลักไม้ จริง ๆ ก็เป็นเพราะห่วงเด็กนักเรียน นึกถึงตอนสมัยเราเรียนเราไม่มีโอกาสแบบนี้ ก็เน้นไปที่การสอนในห้องเรียน สำหรับเด็กชั้นมัธยมต้นก็มีทั้งเด็กที่สนใจเลือกเรียนวิชาไม้แต่ก็มีส่วนหนึ่งที่มาเรียนตามเพื่อน ส่วนในระดับชั้นมัธยมปลาย ส่วนใหญ่เด็กที่มาเรียนจะสนใจจริง ๆ เพราะเด็กจะรู้แล้วว่าต้องเรียนลักษณะนี้

การสอนของผมบางทีก็มีสะดุดบ้างช่วงรอยต่อของผู้บริหารสถานศึกษา หากเค้าเข้าใจสนับสนุนก็ไม่มีปัญหา ความภูมิใจสูงสุดคือผลงานนักเรียนได้ถวายงานรับใช้โดยประดิษฐ์กรอบรูปพระบรมฉายาลักษณ์ เพื่อประดิษฐานบนตู้บริจาคเงินบริเวณพระที่นั่งดุสิตมหาปราสาททั้งสองด้าน และได้ร่วมสร้างพระโกศจันทร์ถวายในหลวงรัชกาลที่ 9 แค่นี้ก็เป็นความภูมิใจสูงสุดแล้วครับ

ตารางที่ 61 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- เริ่มแกะสลักเพราะเป็นหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยที่ไม่ถนัดและไม่เคยทำมาก่อน
	ภูมิปัญญา	- เมื่อทำไปเรื่อย ๆ ทำผลงานได้ดีขึ้นจึงเกิดความภูมิใจและกลายเป็นความรัก
		- ยึดพระราชดำรัสในหลวงรัชกาล 9 ที่ว่าต้องใช้ทรัพยากรทุกสิ่งอย่างฉลาด รู้จักใช้ ไม่ทุ้มเทใช้ ใช้ให้ถูกต้องตามหลักการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
	การผลิต	- ประยุกต์ใช้ศิลปะ สถาปัตยกรรมทางเหนือเป็นต้นแบบ
		- นำผลงานชิ้นเล็ก ๆ ที่แกะได้มาประกอบเป็นชิ้นงานจำหน่าย
	การจัดจำหน่าย	- ขายหน้าร้าน
		- ขายออนไลน์
		- ออกงานแสดงสินค้า
		- ทำตามคำสั่งซื้อ
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	- งานแกะสลักไม้เป็นงานหัตถกรรมที่พบได้ทั่วไปในเชียงใหม่
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- ผลงานมีคุณค่าทางใจ
		- นักเรียนมีค่าขนมและทุนการศึกษาส่งตัวเองเรียนได้
		- ภูมิใจที่ได้ช่วยเด็กให้มีรายได้ ลดภาระผู้ปกครอง
		- ภูมิใจที่ได้ช่วยสืบสานภูมิปัญญาการฉลุและแกะสลักของล้านนา
ทายาทและ การสืบทอด	ทายาท	- ให้เป็นไปตามความสมัครใจ
	วิธีการถ่ายทอด	- เปิดสอนเป็นวิชาเลือกในโรงเรียน
	ความรู้ และ	- ให้เด็กเริ่มแกะสลักเศษไม้ชิ้นเล็ก ๆ ก่อน
	กระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	- ใช้วิธีการฝึกสมาธิเพื่อให้สามารถทำงานแกะได้
		- เน้นการสอนในห้องเรียน เด็กที่มาเรียนมีทั้งสนใจมาก หรือการเลือกตามเพื่อน

19. ผลិតภัณฑ์ของใช้ของตกแต่งจากผ้า

พี่ทำหัตถกรรมประเภทสิ่งทอขายส่งออกต่างประเทศ และขายปลีกผ่านโซว์รูมในจังหวัด เชียงใหม่และที่พาราคอน ผลงานของพี่เป็นของใช้ของตกแต่งบ้านที่เน้นการดีไซน์ที่โดดเด่น รับประทานไม่เหมือนใครแน่นอนในท้องตลาด เริ่มต้นจากที่อยู่ในครอบครัวที่ทำผ้า เราก็ช่วยแม่ทำทุกอย่างตัดเย็บ ได้หมดทุกรูปแบบ วันหนึ่งก็เริ่มมองว่าเศษผ้าที่เหลือทิ้งมันน่าเสียดาย น่าจะเอามาทำอย่างอื่นได้ ก็เอามาประดิษฐ์เป็นพรมเช็ดเท้า เป็นหมอนอิง และเอาไปขายที่ตลาดไนท์บาซาร์ งานของพี่ไม่เหมือนใครเลย แปลกที่สุดในตลาดเพราะเราทำเอง ดีไซน์เอง ก็ขายดีมาก เริ่มเป็นที่รู้จักและมีออเดอร์จากต่างประเทศ

ตอนแรกที่เราเริ่มทำเพราะอยากสร้างความแตกต่าง ถ้าเราขายสินค้าแบบเดิมก็มีคู่แข่งเยอะ ใคร ๆ ก็ขายผ้าทอเหมือนกันหมดเราก็จะต้องรอให้ลูกค้าหลงมาถึงร้านเรา คิดอย่างนั้นแล้วพี่ก็เอา ภูมิปัญญาการตัดเย็บที่มีบวกกับไอเดียใหม่ ๆ งานของพี่เป็นการเลียนแบบธรรมชาติ เช่น ก้อนหิน ต้นไม้ แล้วพี่อยากยกระดับงานผ้าให้ดูอินเตอร์ด้วย เราพยายามตอบโจทย์ของลูกค้า ใครให้โจทย์อะไรมา เราจะพยายามตอบโจทย์ให้ได้แม้จะเป็นโจทย์ที่ยาก ไม่เคยทำมาก่อน ก็จะไม่ปฏิเสธทันทีว่าทำไม่ได้ หลักการเราจะ ไม่ say No แต่จะ say yes อย่างเช่นพรมที่เป็นรูปก้อนหิน ก็มาจากการที่ลูกค้าถามว่าทำพรมที่เหมือนก้อนหินได้มั๊ย เราก็บอกว่าได้แต่ขอกลับไปคิดดูก่อน งานนี้ยากมากจะเริ่มยังไงดี เราเลยไปเก็บก้อนหินเอามาอนด้วยเลยเดือนหนึ่ง มองมันทุกคืนพอหลังจากนั้นเราก็ลงมือทำ ใช้เวลาหนึ่งปีกว่าจะได้ชิ้นงานที่สมบูรณ์แบบอย่างที่เราเห็น ช่วงพีคสุด ๆ ก็มีพนักงานราว 40 คนเลย ก็คนในหมู่บ้านนี้แหละ มาช่วยกันทำงานเป็นรายชิ้น ทำส่งออกแทบไม่ทัน พองานเริ่มได้รับความนิยม ก็เริ่มมีคู่แข่งแล้ว เงินก็เข้ามาเกือบงานของเรา ราคาถูกกว่าเยอะงานก็ค่อย ๆ ลดลง

พี่เป็นสาวโสดไม่มีครอบครัวอายุก็เยอะแล้ว ตอนนี้มีหลานที่เรียนจบจากญี่ปุ่นมาช่วยดูแลเรื่องการตลาดให้ ก็ยอมรับว่าเหนื่อยมาก ๆ เพราะทำอยู่คนเดียวอยู่คนเดียว คนที่จะมาทำต่อมันต้องคิดต่อยอดไปเรื่อย ๆ คนที่จะถนัดงานผ้างานออกแบบอย่างเราก็ไม่มี มันปลูกฝังยาก ก็อาจจะให้หลานทำต่อถ้าเค้าอยากทำแล้วก็จ้างดีไซน์เนอร์มา แล้วก็ต้องวางระบบไว้ด้วยจะจัดการอย่างไร เราสร้างมาขนาดนี้เราก็อยากให้มันอยู่ต่อไปเรื่อย ๆ

ตารางที่ 62 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าและสิ่งทอ

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นธุรกิจ SMEs เริ่มจากขายของที่ไนท์บาร์ซ่า เห็นสินค้ารูปแบบซ้ำ ๆ กันจึงอยากสร้างความแตกต่าง - มีพื้นฐานด้านการตัดเย็บ จึงนำเศษผ้าเหลือทิ้งมาประดิษฐ์ของใช้ของตกแต่งบ้านที่มีดีไซน์ที่โดดเด่น ไม่เหมือนใครในตลาด - ต้องการยกระดับงานผ้าให้เป็นสากล - มีโรงงาน มีโชว์รูม
	การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ภูมิปัญญาการตัดเย็บที่มีกับโอเดียนใหม่ สร้างสินค้าเลียนแบบธรรมชาติ - พยายามตอบโจทย์ของลูกค้าให้ได้ ไม่ปฏิเสธ ต้องพยายามทำก่อน - มีเครือข่ายแรงงานในพื้นที่ จ้างทำเป็นรายชิ้น
	การจัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> - ขายหน้าร้าน โชว์รูม - ออกงานแสดงสินค้า - ส่งออกต่างประเทศ - ผลิตตามคำสั่งซื้อ
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - สิ่งทอเป็นอุตสาหกรรมที่ทำกันมากในอำเภอ - สันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นงานที่ต้องแข่งขัน ใช้ภูมิปัญญามาสร้างความแตกต่าง - มีคู่แข่งจากจีนเข้ามาตัดราคาทำให้การบริหารงานยากมากในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน - ต้องเป็นคนคิดผลิตภัณฑ์ ขาย หาเงินทุน ควบคุมการผลิต ทำทุกอย่างเองทำให้เหนื่อยมาก
ทายาทและการสืบทอด	ทายาท	<ul style="list-style-type: none"> - มีหลานที่มาช่วยทำงานด้านการตลาด ถ้าหลานอยากทำต่อก็ทำ อาจต้องจ้างดีไซเนอร์ออกแบบ - คนที่จะมารับช่วงต่อยังไม่มี จะต้องเป็นคน que คิดต่อยอดไปเรื่อย ๆ ซึ่งปลูกฝังยาก
	วิธีการถ่ายทอดความรู้ และกระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> - ซึมซับจากครอบครัวที่ทำธุรกิจสิ่งทอ - ต้องวางระบบการจัดการที่ดี - อยากให้ธุรกิจอยู่ต่อไปเรื่อย ๆ อยากส่งต่อภูมิปัญญา อยากให้ธุรกิจเข้มแข็ง

20. ผลิตรายการละครประติมากรรม

พี่รับสืบทอดภูมิปัญญาการตัดและปักกระดาษรังผึ้งมาจากคุณพ่อ คุณพ่อเป็นต้นแบบเป็นครูที่ดีมาก เป็นโมเดลในการสอน คุณพ่อเริ่มจากที่เห็นกระดาษย่นถูกตัดและเหลือทิ้งหลังจากงานต่าง ๆ แล้วคุณพ่อรู้สึกเสียดาย จึงมาคิดว่าจะทำยังไงให้ไม่ต้องทิ้งและนำกลับมาใช้ได้อีก จึงได้คิดค้นวิธีตัดกระดาษให้เป็นรูปร่างที่สวยงาม นำไปใช้ประดับตกแต่งงานในพิธีต่าง ๆ และกลายเป็นอาชีพหลักของคุณพ่อตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

พี่เป็นครูสอนศิลปะ ดนตรี นาฏศิลป์อยู่ในโรงเรียน มันทักซิมซิมมาโดยไม่รู้ตัวมั้ง ตอนเป็นเด็กก็ถูกเกณฑ์ไปช่วยคุณพ่ออยู่บ้าง มีความคุ้นเคยตั้งแต่เด็ก พอไปเรียนหนังสือทำงานก็ทิ้งช่วงไป แต่เหมือนมันมีภาพอยู่ในหัวตลอดเวลา พอคุณพ่อไม่สบายก็เลยเริ่มเข้ามาช่วยงานกระดาษของคุณพ่อ เราก็หาเทคนิคใหม่ จะตัดยังไงให้ได้รูปร่างที่สวยงามขึ้น แปลกใหม่ขึ้น ดูตระการตามากขึ้น พี่ได้พัฒนาการขึ้นมาใหม่ที่ใช้งานได้ดีขึ้น แล้วก็รับงานแทนคุณพ่อ งานของเราก็ทันสมัยขึ้นอลังการมากขึ้น รายได้ก็เพิ่มขึ้นจากเดิมด้วย มีงานแต่งงาน งานขึ้นบ้านใหม่ งานเกษียณ งานวันเกิด เค้กก็จะจ้างเราไปจัดแต่งสถานที่ให้ เราก็ใช้ของเดิมเพิ่มเติมของใหม่บ้างให้เข้ากับธีมงานแต่ละที่

ช่วงงานเยอะ ๆ เราต้องการคนมาก ลูกจ้างก็ทำไม่ทัน มันเป็นงานละเอียด เราตัดได้ แต่คนติดกาวเหนียวต้องมีเยอะ พี่ก็นำเข้ามาเปิดสอนในโรงเรียนเป็นวิชาเลือกการงานอาชีพ ก็ได้หลายต่อ เราได้สอนวิชาภูมิปัญญาให้เด็กที่เค้าสามารถเอาไปต่อยอดเป็นอาชีพได้ เด็กได้เรียนด้วยแถมยังมีรายได้พิเศษ และพี่ก็ได้งาน พี่อยู่กับกระดาษตั้งแต่เล็กจนโต ถ้าพี่ไม่ทำต่อพี่คงเสียดายที่มันจะหายไป ตอนนี้คุณพ่อเสียไปแล้วพี่ก็ตั้งใจนะที่พี่ได้รับช่วงต่อ และพี่ได้ส่งต่อความรู้นี้ไปให้กับเด็ก ๆ ต่อไป

ตารางที่ 63 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กระดาษประดิษฐ์

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - เริ่มจากความคิดอยากใช้กระดาษเหลือทิ้งให้เกิดประโยชน์และสร้างความสวยงาม - คิดค้นวิธีตัดกระดาษสำหรับประดับตกแต่งสถานที่ให้สวยงามกลายเป็นอาชีพหลักของคุณพ่อ - เมื่อสิ้นคุณพ่อ ได้เข้ามารับช่วงต่อถ้าไม่ทำต่อคงเสียดายที่มันจะหายไป ทำเป็นอาชีพเสริม
	การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - ปรับใช้เทคนิคใหม่ วิธีตัดกระดาษ กาว ให้มีรูปแบบแปลกใหม่ สวยงามมากขึ้น สามารถนำกลับมาใช้ได้อีก ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น
	การจัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> - ปากต่อปาก - ออกงานแสดงสินค้า
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - การประดับตกแต่งสถานที่ในงานต่าง ๆ เช่น ขึ้นบ้านใหม่ แต่งงาน งานเลี้ยงฉลอง งานเกษียณ งานวันเกิด เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - ยินดีและภูมิใจที่ได้สืบทอดภูมิปัญญา - ภูมิใจที่ได้เผยแพร่ผลงานที่เป็นฝีมือของเรา - รู้สึกภูมิใจในภูมิปัญญานี้และจะส่งต่อให้เด็ก ๆ ต่อไป
ทายาท และ การสืบทอด	ทายาท	<ul style="list-style-type: none"> - ให้เป็นไปตามความสมัครใจ
	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อความรู้ และ กระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> - รับสืบทอดภูมิปัญญามาจากคุณพ่อ - ซึมซับจากต้นแบบที่ดี โดยไม่รู้ตัวถูกเรียกไปช่วยงานคุณพ่อทำให้คุ้นเคยตั้งแต่เด็ก ทำให้มีภาพการตัดกระดาษอยู่ในหัวมาตลอด - นำเข้าไปเป็นวิชาเลือกการงานอาชีพในโรงเรียน - ได้สอนภูมิปัญญาให้แก่นักเรียน - เด็กมีรายได้พิเศษระหว่างเรียนและนำไปต่อยอดเป็นอาชีพได้

21. ผลิตภัณฑ์น้ำตัน

ผมเคยเป็นมนุษย์เงินเดือนทำงานในกรุงเทพฯ มาก่อน จนถึงจุดหนึ่งที่คิดว่าจะต้องหาสัมมาอาชีพที่เลี้ยงตัวเองได้ จึงตัดสินใจกลับบ้านและก็คิดว่าจะทำอะไรดี คนในหมู่บ้านส่วนใหญ่ก็ทำนาทำสวน มีงานหัตถกรรมจักสาน ทอผ้าบ้างแต่ไม่เยอะ พ่อผมก็เป็นช่างไม้ แต่ผมจะทำอะไรดี ตอนนั้นคิดว่าคนโหยหาอดีตและเห็นว่างานหัตถกรรมพื้นบ้านหลาย ๆ อย่างกำลังจะสูญหายไปจึงคิดว่าจะฟื้นฟูการปั่นน้ำตันให้กลับคืนมา

ผมมีความซาบซึ้งในความเป็นคนเมืองอยู่แล้ว ชอบสะพานยาม ใส่เสื้อหม้อฮ่อม ฟังเพลงคำเมือง เวลากลับบ้านก็มีความรู้สึกอบอุ่น จึงอยากเสพความละเมียดของภูมิปัญญา ก็ได้ทำการตรึกตรองและมองเห็นความสวยงามของการทำน้ำตัน เริ่มแรกไม่มีองค์ความรู้ในการทำน้ำตันเลยแต่ก็ไปฝึกจากพ่อครูแม่ครูและค้นหาความรู้ด้วยตนเอง ลองผิดลองถูกและประยุกต์การวาดลวดลายและการเขียนลายลงบนน้ำตัน กลายเป็นงานศิลปะ และเป็นสินค้าที่มีมูลค่า เมื่อทำแล้วมีคนชอบยอมรับสินค้า และยอมรับในตัวเรามากขึ้น มีการซื้อขายเกิดขึ้นทำให้คิดว่าน่าจะยังชีพได้ด้วยอาชีพนี้ เกิดความรู้สึกดีและมีพลังทางบวกมากมาย

ช่วงที่ผ่านมาน้ำตันหายไปจากวิถีชีวิตของคนเมือง มีสินค้าทดแทนเกิดขึ้นมากมายโดยเฉพาะพลาสติก แต่ผมก็ยังเลือกทำน้ำตัน เพราะมันมีคุณค่าที่จะเลี้ยงชีพและนำไปสอนคนอื่นได้ ในการถ่ายทอดภูมิปัญญา ผมมองว่าต้องนำเสนอแก่นแท้ของศิลปะ วัฒนธรรม ศิลปกรรมพื้นบ้าน ต้องสร้างการรับรู้ว่าคุณรุ่นใหม่ว่ามันมีคุณค่าอย่างไร และเค้าสามารถใช้ชีวิตกับงานหัตถกรรมได้อย่างมีเกียรติ มีศักดิ์ศรี ได้รับการยอมรับและยกย่องจากสังคม ประเด็นนี้ยังไม่ถูกชี้ให้เห็นในเชิงลึก ผมมองว่าการเรียนในระบบมุ่งให้เกิดความสำเร็จในวิชาชีพระยะสั้น แต่การทำงานหัตถกรรมท้องถิ่นอาจจะมองไม่เห็นความสำเร็จในระยะสั้น แต่สามารถสร้างความสุขในระยะยาวอย่างยั่งยืน เกิดความละเมียดทางด้านการงานและทางด้านจิตใจ เวลาที่ได้ทำงานศิลปะเหมือนถูกกลม่อเมลาจิตใจ ผมว่าในท้องถิ่นมีครูบาอาจารย์มีองค์ความรู้เยอะ แต่บางทีอาจถ่ายทอดไม่เป็น ดังนั้นการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาจึงต้องมีทิศทางที่เหมาะสมกับวิถีชีวิต และควรมีการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ตามความต้องการของท้องถิ่นจริง ๆ ไม่ใช่ตามแนวทางที่รัฐกำหนดมา ตัวผมเองไม่มีทายาท ก็เปิดบ้านเป็นแหล่งเรียนรู้ มีโชว์รูมแสดงผลงาน มีเด็กนักเรียน นักศึกษา นักวิจัยมาเก็บข้อมูลตลอด ก็เป็นการถ่ายทอดอีกรูปแบบหนึ่ง

ตารางที่ 64 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์น้ำต้น

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- ต้องการกลับบ้านมาประกอบอาชีพที่เลี้ยงตัวเองได้
	ภูมิปัญญา	- คิดว่าคนโหยหาอดีตและงานหัตถกรรมพื้นบ้านหลายอย่างกำลังจะสูญหาย จึงคิดว่าจะฟื้นฟูการปั้นน้ำต้นให้กลับคืนมา - มองเห็นความสวยงามของน้ำต้น เป็นงานศิลปะมีคุณค่า มีพลังทางบวก - การเรียนในระบบทำให้เกิดความสำเร็จในอาชีพในระยะสั้น แต่การทำงานหัตถกรรมท้องถิ่นสามารถสร้างความสุขระยะยาวที่ยั่งยืน
	การผลิต	- ผสมผสานรูปแบบดั้งเดิมและเทคนิคใหม่ - วัสดุหลากหลายตกแต่ง - ปรับรูปแบบน้ำต้นให้ทันสมัย สร้างความแตกต่าง - พัฒนาคุณภาพในการผลิต การเผา
	การจัดจำหน่าย	- ขายหน้าร้าน - ออกงานแสดงสินค้า - ทำตามคำสั่งซื้อ
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	- ในชุมชนมีงานหัตถกรรมหลายอย่าง แต่ไม่มีน้ำต้น - น้ำต้นหายไปจากวิถีชีวิต มีสินค้าทดแทนเกิดขึ้น - ต้องการนำกลับคืนมา
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- เป็นความละเมียดที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น - จิตใจผูกกลมเกลียว - หัตถกรรมท้องถิ่นเป็นความสุขระยะยาวที่ยั่งยืน - ได้รางวัลเชิดชูเกียรติที่เป็นรางวัลของชีวิต
ทายาท และ	ทายาท	- ไม่มีทายาท
การสืบทอด	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อความรู้ และ	- ต้องนำเสนอแก่นแท้ของศิลปะ วัฒนธรรม ศิลปกรรมพื้นบ้าน - สร้างการรับรู้คุณค่าของภูมิปัญญาให้กับคนรุ่นใหม่

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
	กระบวนการในการสืบ ทอตุภูมิปัญญาท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> - แสดงให้เห็นว่าสามารถใช้ชีวิตกับงานหัตถกรรมได้อย่างมีเกียรติ มีศักดิ์ศรี ได้รับการยกย่องจากสังคม - ในท้องถิ่นมีองค์ความรู้เยอะแต่อาจถ่ายทอดไม่เป็น - การถ่ายทอดต้องมีทิศทางที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคน - หน่วยงานของรัฐต้องเข้ามาสนับสนุนตามความต้องการของท้องถิ่น - เปิดบ้านเป็นแหล่งเรียนรู้

22. ผลลัพธ์ผ้าทอตีนจก

เริ่มตั้งแต่ตอนเรียนหนังสือ ได้เข้าไปศึกษาชุมชนต่าง ๆ ในชนบทก็ได้พบเห็นการทอผ้าเราก็ซื้อเก็บไว้เป็นความทรงจำที่สามารถจับต้องได้ ผ้าแต่ละแห่งก็มีอัตลักษณ์ที่ต่างกันไป เมื่อมีโอกาสย้ายตามสามีมาอยู่ที่แม่แจ่ม มีความรู้สึกชอบและภูมิใจในวิถีชีวิตของคนที่นี่ รู้สึกว่าเป็นชีวิตที่สง่าผ่าเผยไม่ต้องพึ่งพาคนอื่นมากนัก รวมถึงผ้าที่เราชอบไม่ใช่แค่ความงาม ฟังก์ชัน วัฒนธรรม คุณค่าของมนุษย์ ภูมิปัญญาของการทอผ้ามันเป็นอะไรหลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกันทั้งด้านวัฒนธรรม วิถี ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม วัตถุดิบ ศิลปะ วิทยาศาสตร์ การย้อม เทคนิคการทอ เครื่องมือเครื่องไม้ พี่ว่าการทอผ้าเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญของผู้หญิง บางทีเค้าไม่ได้เรียนหนังสือแต่เมื่อเค้ามาทอผ้าก็เป็นกลไกในการพัฒนาทักษะความสามารถได้อย่างหนึ่ง

พี่เริ่มต้นที่แม่แจ่ม เหมือนเป็นมหาวิทยาลัยชีวิตเลย มีภาพประทับใจว่าที่นี่มีความอุดมสมบูรณ์ ตอนนั้นยังเป็นวัยรุ่นไม่ได้คิดไกลเท่าไร แต่มันเป็นภาพจำที่สวยงามว่าชีวิตคนที่นี่เป็นวิถีชีวิตในอุดมคติ จึงได้เลือกไปอยู่ และเริ่มทำผ้าตีนจกไม่ได้คิดว่ามันจะหายไปไหน ผ้าทอมีความผูกพันกับวิถีชีวิตของคนแม่แจ่มมาก เพราะทำกันทุกครัวเรือน ทอไว้ใช้ในพิธีกรรม ทอถวายวัด ทอไว้นุ่งห่มในครอบครัว สมัยก่อนทุกครัวเรือนจะต้องมีผู้หญิงที่ทอผ้าได้ แต่สมัยนี้เปลี่ยนไปเด็กต้องลงมาเรียนหนังสือ วิธีการทอผ้าก็ลดน้อยลงไปบ้าง ปัจจุบันคนที่ทำอยู่ก็อายุ 30 อัพ พี่ก็มีทางเลือกให้คนรุ่นใหม่ทำงานด้านนี้ ตอนนี้อาซิ่นแม่แจ่มเริ่มเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับ ทำให้เด็กที่เรียนจบแล้วยังไม่มีงานทำก็กลับมาสานต่ออาชีพนี้ไม่ได้รังเกียจอะไร

วิถีชีวิตเปลี่ยนไปต้องมีการเตรียมการสืบทอดสำหรับอนาคต อาจต้องวางแผนด้านการจัดการศึกษาเกี่ยวกับการทอผ้าตั้งแต่ในระดับประถม ถอดองค์ความรู้ด้านผ้าออกมาแล้วค่อย ๆ ให้เด็กได้เรียนและต่อยอดเป็นความรู้ที่สูงขึ้น นี้ไม่ใช่แค่เรื่องผ้า อาจเป็นภูมิปัญญาด้านอื่น ๆ ด้วย เค้าจะได้

รู้จักว่าจริง ๆ แล้วมีภูมิปัญญาอะไรบ้างในท้องถิ่นที่มีความสำคัญ และรู้ว่าตัวเองชอบอะไร ได้มีโอกาสเลือก ไม่ใช่ปล่อยให้วัฒนธรรมอยู่เฉย ๆ แล้วก็หายไปโดยคนรุ่นใหม่ไม่ได้มีโอกาสรู้จัก และยังการแข่งขันด้านการตลาดสูงแบบนี้วัฒนธรรมเป็นทางเลือกที่จะพาเราเข้าสู่ Blue ocean ได้เพราะไม่มีใครเหมือนเรา ไม่ต้องแข่งกับใครเลย ถ้าสามารถจัดหลักสูตรได้ ก็เริ่มตั้งแต่ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ความรู้ของผ้า วิธีการทอ วัตถุดิบ ไปจนถึงการทำธุรกิจ การขายออนไลน์ได้เลย ต้องให้ยูนิคทำเป็นบล็อคมั่นงายเกินไป

การเชื่อมโยงระหว่างคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ก็เหมือนกัน ในคนรุ่นเก่ามีองค์ความรู้มากมาย มันค่อย ๆ สะสมมาเรื่อย ๆ คนรุ่นใหม่ก็เชื่อว่าจะไม่ มี แต่มันจะเชื่อมกันอย่างไร การสืบทอดต้องให้ทุกฝ่าย ยอมรับและมีความสุข ต้องรักษาเมล็ดพันธุ์ที่จะเติบโตต่อไป ส่วนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องช่วยกันหลายฝ่าย

ตารางที่ 65 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจก

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- เริ่มทำผ้าตีนจกเพราะความรัก ภูมิใจในวิถีชีวิตของ
	ภูมิปัญญา	คนแม่แจ่มที่ส่งผ้าเผย พึ่งพาตนเองได้ พึ่งพาคนอื่นน้อยมาก
การผลิต	ภูมิปัญญา	- มีกลุ่มทอผ้า ผู้ทออายุมากกว่า 30 ปี
		- ใช้วิธีการเดิม แต่พัฒนาลวดลายและใช้เทคนิคอุปกรณ์ที่ทันสมัยขึ้น
การจัดจำหน่าย	ภูมิปัญญา	- มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของตลาด
		- ขายหน้าร้าน - ขายออนไลน์ - ขายในกลุ่ม
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	- ภูมิปัญญาการทอผ้ามีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมวิถีชีวิต ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม วัตถุดิบ ศิลปะ วิทยาศาสตร์ การย้อม เทคนิคการทอ เครื่องไม้เครื่องมือ

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
		<ul style="list-style-type: none"> - การทอผ้าเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญของเพศหญิง เป็นกลไกการพัฒนาทักษะความสามารถอย่างหนึ่ง - การทำผ้าตีนจก ทำทุกครั้งเรือน ได้รับการยอมรับ - ทอผ้าไว้ใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ ทอถวายวัด ทอไว้เป็นเครื่องนุ่งห่ม - สมัยก่อนทุกคนรอบครัวต้องทอผ้าได้ สมัยนี้เด็กลงมาเรียนหนังสือ ทำให้การทอผ้าเริ่มลดลง - ภูมิปัญญานำไปสู่บทบาทใหม่ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นวิถีชีวิตในอุดมคติ - วัฒนธรรมเป็นทางเลือกสู่ blue ocean เพราะแตกต่างไม่ต้องแข่งกับใคร
ทายาทและการสืบทอด	ทายาท	<ul style="list-style-type: none"> - ให้เป็นไปตามความสมัครใจ - เด็กที่เรียนจบแล้วมีบางส่วนกลับมาสานต่ออาชีพทอผ้า
วิธีการถ่ายทอดความรู้ และกระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น		<ul style="list-style-type: none"> - เป็นวัฒนธรรมการสืบทอดที่ถูกกำหนดให้เป็นหน้าที่ของผู้หญิง - เป็นการส่งต่อภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น - เรียนรู้โดยการฝึกสอนจากแม่สู่ลูก จากยายสู่หลาน - วางแผนด้านการจัดหลักสูตรเกี่ยวกับการทอผ้า ตั้งแต่ในระดับประถม - ถอดองค์ความรู้ด้านผ้าและองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอื่น ๆ ออกมาให้ได้เลือกเรียนรู้ตามความสนใจและต่อยอดเป็นความรู้ที่สูงขึ้น ตั้งแต่การหาวัตถุดิบ การทอ การย้อม ไปจนถึงการทำธุรกิจ การขายออนไลน์ - ไม่ปล่อยให้วัฒนธรรมอยู่เฉย ๆ แล้วหายไปโดยไม่ได้มีโอกาสให้คนรุ่นใหม่รู้จัก

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
		<ul style="list-style-type: none"> - การสืบทอดต้องให้ทุกฝ่ายมีความสุข คนรุ่นเก่ามีองค์ความรู้มากมายที่สะสมมาเรื่อย ๆ คนรุ่นใหม่ก็มี จะเชื่อมกันอย่างไร - ต้องรักษาเมล็ดพันธุ์ที่จะเติบโตต่อไป

23. ผลិតภัณฑ์ผ้าบาติก

ผมเป็นคนกรุงเทพฯ เรียนจบทางศิลปะมาแล้วก็มาทำงานเซรามิกที่เชียงใหม่ ตอนนั้นเป็นลูกจ้างกินเงินเดือนทำงานไปก็คิดว่าจะยึดอาชีพอะไรดีที่อิสระ มีเวลาบริหารจัดการ เป็นนายตัวเองอยู่กับครอบครัวได้ ระหว่างที่ทำงานอยู่นั้นก็ได้ไปเรียนทำผ้าบาติกที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่จัดฝึกอบรมอาชีพ ผมพอมีพื้นฐานศิลปะอยู่แล้วพอรู้วิธีการทำผ้าก็เอามารวมกันได้ สามารถวาดลายสวย ๆ ลงไปได้ จึงตัดสินใจเริ่มทำผ้าอย่างจริงจัง

ผมพยายามทำงานของตัวเองให้เป็นอัตลักษณ์ ดึงเอาความเป็นล้านนามาเป็นจุดขาย ก็เขียนลายลงไปบนผ้าโดยใช้เทคนิคการย้อมแบบบาติก แล้วก็เอาไปขายตามที่ต่าง ๆ ตอนนั้นก็ทำมา 20 ปีแล้ว ตอนที่เริ่มทำคิดแค่ว่าอยากทำสินค้าและก็หาทางขายออกไปให้ได้แค่นั้นเอง ตอนนั้นมันง่ายกว่าตอนนี้ ไปขายที่ถนนคนเดิน ไปออกงานที่ต่าง ๆ ก็พอขายได้เลี้ยงครอบครัวได้ ผมจัดตัวเองเป็นพ่อค้าที่ทำสินค้าหัตถกรรม จะทำสินค้าที่ละเอียด ๆ ขายตลาดแมสก็ไม่ได้ เพราะงานของเราเป็นแฮนด์เมดก็รายได้ไม่คงที่หรอกครับขึ้นอยู่กับว่าเราขยันแค่ไหน แต่ก็คงจะยึดอาชีพนี้ไปเรื่อย ๆ แหละครับ

เรื่องการสืบทอดธุรกิจให้ลูกชายยังไม่ได้คิดเลยครับ อย่างที่ผมทำผ้านี้ผมก็เจอปัญหามาเยอะก็คอยแก้ไขจนลงตัวหมดแล้ว แต่กับลูกชายคนเดียวก็สอนเค้าแหละครับ ให้เค้ารู้วิธีการ รู้ปัญหา ทุกวันนี้เค้าก็ซึมซับ แต่ผมไม่ได้คาดหวังให้เค้ามารับช่วงต่อ ก็คงแล้วแต่ความชอบและความสมัครใจ แต่อยากให้เค้าไปสู้ด้วยตัวเองมากกว่าที่จะรอรับธุรกิจจากพ่อแม่

ตารางที่ 66 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา	การดำเนินธุรกิจ	- ย้ายถิ่นฐานมาตั้งรกรากที่เชียงใหม่ คิดจะหาอาชีพที่อิสระ เป็นนายตัวเอง บริหารจัดการเวลา และอยู่กับครอบครัวได้
	ภูมิปัญญา	- ได้ไปเรียนทำผ้าบาติกที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงใหม่ บวกกับความรู้เดิมด้านศิลปะ - วาดลวดลายที่สวยงามและเป็นเอกลักษณ์ของเชียงใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่าง
	การผลิต	- ผลิตตามความต้องการของตลาด - ใช้เอกลักษณ์ของล้านนาเป็นจุดขาย - ทำสินค้าขายตลาดเฉพาะ เป็นสินค้าหัตถกรรมแฮนด์เมด ขายได้ไม่คงที่
	การจัดจำหน่าย	- ขายหน้าร้าน - ออกงานแสดงสินค้า - ขายถนนคนเดิน - ผลิตตามคำสั่งซื้อ
ภูมิปัญญา	ความเชื่อมโยงระหว่างวิถีชีวิตกับภูมิปัญญาในชุมชน	- เชียงใหม่เป็นเมืองหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น - ดึงเอาความเป็นล้านนามาเป็นจุดขาย
	มุมมองต่อภูมิปัญญา	- ภูมิปัญญาเป็นตัวแทนของความรู้จากบรรพบุรุษ - ภูมิปัญญาจับต้องไม่ได้แต่แสดงออกได้ถึงความเป็นตัวตนที่ภาคภูมิใจ
ทายาทและการสืบทอด	ทายาท	- มีลูกชาย สอนให้ลูกทำเป็น รู้วิธีการ รู้ปัญหา ค่อย ๆ ให้ซึมซับ - ไม่ได้คาดหวังให้ลูกมารับช่วงต่อ แล้วแต่ความชอบและความสมัครใจ ไม่บังคับ อยากให้ลูกไปสู้อย่างอื่นมากกว่ามารับธุรกิจจากพ่อแม่
	วิธีการถ่ายทอด ส่งต่อความรู้ และ	- มีพื้นฐานด้านศิลปะอยู่แล้ว

ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	ดัชนีข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Coding)
	กระบวนการในการสืบ ทอควมปัญหาท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> - เรียนรู้ภูมิปัญญาจากแหล่งเรียนรู้และต่อยอดด้วยตนเอง - ตรวจสอบให้รู้ถึงสิ่งที่เป็นแก่นของภูมิปัญญาเพื่อให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อนที่จะเลือกรับสืบทอควมรู้ นั้น

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 23 ราย สรุปข้อมูลได้ 3 ประเด็นหลัก 7 ประเด็นย่อย ได้แก่

ประเด็นหลักที่ 1 ผลผลิตภูมิปัญญา แบ่งได้ 3 ประเด็นย่อยคือ

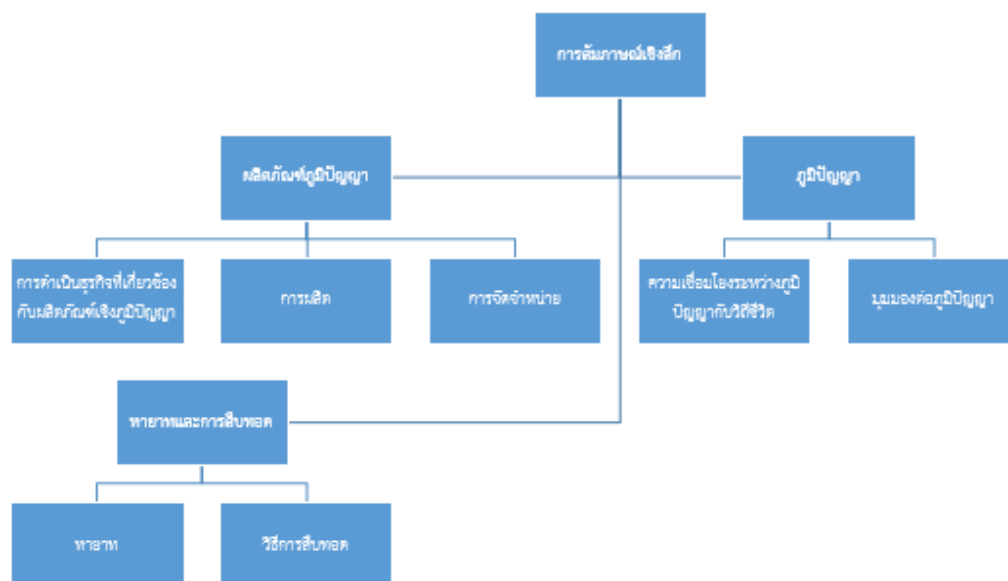
- 1.1 มุมมองในเชิงการค้าเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหัตถกรรมภูมิปัญญา
หมายรวมถึง รูปแบบ ทัศนคติ การเข้าสู่ธุรกิจ
- 1.2 การผลิต หมายรวมถึง ขั้นตอน กระบวนการ วิธีการ นวัตกรรม
- 1.3 การจัดจำหน่าย หมายรวมถึง ช่องทาง วิธีการ

ประเด็นหลักที่ 2 ภูมิปัญญา แบ่งได้ 2 ประเด็นย่อยคือ

- 2.1 ความเชื่อมโยงระหว่างภูมิปัญญากับวิถีชีวิตในชุมชน
- 2.2 มุมมองต่อภูมิปัญญา

ประเด็นหลักที่ 3 ทายาทและการสืบทอควม แบ่งได้ 2 ประเด็นย่อยคือ

- 3.1 ทายาท หมายรวมถึง มี ไม่มี รับสืบทอควม ไม่รับสืบทอควม
- 3.2 การสืบทอควม หมายรวมถึง วิธีการ ขั้นตอน



ภาพที่ 11 การกำหนดประเด็นสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก



2.3.2 การถอดรหัสข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ดำเนินการสร้างดัชนีและเข้ารหัส (Coding) เพื่อค้นหาคำสำคัญ (Key words) จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจและการสืบทอดธุรกิจ โดยใช้โปรแกรม QDA Miner ในการถอดรหัสและนับจำนวนความถี่ ปรากฏคำสำคัญที่ถูกกล่าวถึง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 67 คำสำคัญที่ถอดรหัสจากประเด็นการดำเนินธุรกิจภูมิปัญญา

ประเด็นหลักที่ 1 ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา		
ประเด็นย่อยที่ 1.1	คำสำคัญ	ความถี่
การดำเนินธุรกิจภูมิปัญญา	1. รับช่วงสืบทอด	9
	2. อาชีพเสริม	7
	3. ชิมชั้ววัฒนธรรมดั้งเดิม	6
	4. อาชีพ-รายได้ที่มั่นคง	5
	5. รักในงานหัตถกรรม	5
	6. สนใจศึกษาภูมิปัญญา	4
	7. เต็มเต็มความฝัน	3
	8. ภูมิใจและมีความสุขเมื่อชื่นชมผลงาน	3
	9. มีความถนัด	3
	10. ทำทั้งชีวิตตั้งแต่จำความได้	2
	11. รัฐบาลสนับสนุน	2
	12. หน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	1

จากตารางที่ 67 ในการถอดรหัสคำสำคัญด้านการดำเนินธุรกิจภูมิปัญญา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับช่วงสืบทอดกิจการที่ครอบครัวทำมาก่อนแล้ว จำนวน 9 ราย กลุ่มตัวอย่างทำงานหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริม จำนวน 7 ราย ทำเพราะได้รับการปลูกฝังและชิมชั้ววัฒนธรรมดั้งเดิม จำนวน 6 ราย ทำงานหัตถกรรมเป็นอาชีพเพราะต้องการสร้างรายได้ที่มั่นคง จำนวน 5 ราย ทำเพราะมีความรักในงานหัตถกรรม จำนวน 5 ราย ทำเพราะมีความสนใจที่จะศึกษาภูมิปัญญาอย่างลึกซึ้ง จำนวน 4 ราย ทำเพราะต้องการเต็มเต็มความฝัน ทำเพราะภูมิใจ มีความสุขเมื่อผลงานสำเร็จ และทำเพราะมีความถนัด จำนวน 3 ราย ทำงานหัตถกรรมมาทั้งชีวิตตั้งแต่จำความได้ จำนวน 2 ราย ทำเพราะรัฐบาลให้การสนับสนุน จำนวน 2 ราย และทำเพราะเป็นหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 68 คำสำคัญที่ถอดรหัสจากประเด็นการผลิต

ประเด็นหลักที่ 1 ผลผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา		
ประเด็นย่อยที่ 1.2	คำสำคัญ	ความถี่
การผลิต	1. พัฒนารูปแบบ	18
	2. ปรับปรุงกระบวนการ/อุปกรณ์/วัสดุ	17
	3. ใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม	15
	4. ใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน	12
	5. ใช้ความประณีต	11
	6. ผลิตตามคำสั่ง/ความต้องการของตลาด	9
	7. ลองผิดลองถูก	7
	8. รักษาแบบดั้งเดิม	7
	9. ควบคุมการผลิตเอง	6
	10. เห็นคุณค่า	6
	11. ขาดแคลนช่างฝีมือ	6
	12. มีเครื่องจักรเข้ามาในการผลิต	5
	13. ใช้ความแม่นยำ	5
	14. ทำซ้ำไม่ได้ ขยายกำลังการผลิตไม่ได้	4
	15. เน้นเหมือนจริงมีชีวิตชีวา	4
	16. ศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้ง	4
	17. องค์ความรู้ในการผลิตหายไป	3
	18. วัตถุดิบราคาสูง	3

จากตารางที่ 68 ในการถอดรหัสคำสำคัญด้านการผลิต พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 18 ราย มีการปรับปรุงกระบวนการผลิต ปรับปรุงอุปกรณ์ที่เหมาะสม รวมถึงการเลือกใช้วัสดุ จำนวน 17 ราย มีการผลิตโดยใช้วิธีการและภูมิปัญญาดั้งเดิม จำนวน 15 ราย ใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการผลิต จำนวน 12 ราย ใช้ความประณีตในการผลิต จำนวน 11 ราย ผลิตตามคำสั่งซื้อและความต้องการของตลาด จำนวน 9 ราย ใช้วิธีการลองผิดลองถูกในการผลิต จำนวน 7 ราย ผลิตโดยรักษารูปแบบดั้งเดิมไว้ จำนวน 7 ราย เป็นผู้ควบคุมการผลิตเอง จำนวน 6 ราย ผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาเพราะเห็นคุณค่า จำนวน 6 ราย ขาดแคลนช่างฝีมือในกระบวนการผลิต จำนวน 6 ราย มีการใช้เครื่องจักรทำให้เกิดผลกระทบต่อการผลิตงานหัตถกรรม จำนวน 5 ราย

ต้องใช้ความแม่นยำในการผลิต จำนวน 5 ราย ในการผลิตไม่สามารถทำซ้ำและไม่สามารถขยายกำลังการผลิตจำนวนมากได้ จำนวน 4 ราย เน้นการสร้างสรรค์ผลงานที่เหมือนจริง มีชีวิตชีวา จำนวน 4 ราย ต้องศึกษาข้อมูลในการผลิตอย่างลึกซึ้ง จำนวน 4 ราย นอกจากนี้ยังพบว่าองค์ความรู้ในการผลิตหายไป จำนวน 3 ราย และวัตถุดิบในการผลิตมีราคาสูง จำนวน 3 ราย

ตารางที่ 69 คำสำคัญที่ถอดรหัสจากประเด็นการจัดจำหน่าย

ประเด็นหลักที่ 1 ผลกระทบภูมิปัญญา		
ประเด็นย่อยที่ 1.3	คำสำคัญ	ความถี่
การจัดจำหน่าย	1. ขายหน้าร้าน (ขายปลีก)	20
	2. ออกงานแสดงสินค้า	12
	3. ขายออนไลน์	10
	4. ภาครัฐสนับสนุน	9
	5. ส่งออก	6
	6. ขายส่ง	5
	7. ฝากขาย	3
	8. ถนนคนเดิน	3
	9. หาดตลาดใหม่	3

จากตารางที่ 69 ในการถอดรหัสคำสำคัญด้านการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีหน้าร้านจำหน่ายในลักษณะการขายปลีก จำนวน 20 ราย นำสินค้าไปออกบูทในงานแสดงสินค้า จำนวน 12 ราย จัดจำหน่ายโดยตรงผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 10 ราย มีภาครัฐสนับสนุนด้านการจัดจำหน่าย จำนวน 9 ราย โดยผู้ประกอบการมีศักยภาพในการส่งออกต่างประเทศ จำนวน 6 ราย ขายส่ง จำนวน 5 ราย ฝากขายตามร้านค้า จำนวน 3 ราย นำไปจัดจำหน่ายที่ถนนคนเดิน จำนวน 3 ราย และมีผู้ประกอบการที่พยายามหาดตลาดใหม่ จำนวน 3 ราย

ตารางที่ 70 คำสำคัญที่ถอดรหัสจากประเด็นความเชื่อมโยงระหว่างภูมิปัญญากับวิถีชีวิตในชุมชน

ประเด็นหลักที่ 2 ภูมิปัญญา		
ประเด็นย่อยที่ 2.1	คำสำคัญ	ความถี่
ความเชื่อมโยงระหว่างภูมิปัญญา กับวิถีชีวิต	1. มีสินค้าทดแทน	15
	2. ชุมชนเหลือคนทำงานหัตถกรรมน้อยราย	12
	3. ภูมิปัญญาสัมพันธ์กับความเชื่อของชุมชน	12
	4. รายได้-ผลตอบแทน	12
	5. วิถีเก่าเลือนหาย	9
	6. ได้รับการยอมรับในชุมชน	8
	7. ชุมชนมีคนทำงานหัตถกรรมมากราย	7
	8. ผลกระทบเชิงบวกจากการท่องเที่ยว	7
	9. หัตถกรรมถูกใช้ในเทศกาลสำคัญของชุมชน	6
	10. หัตถกรรมเสื่อมความนิยม	5
	11. เลี้ยงลูกด้วยเงินและเทคโนโลยี	2
	12. คนขาดคุณธรรม จริยธรรม ไม่เคารพผู้อาวุโส	1
	13. พ่อแม่ไม่มีเวลาอบรมสั่งสอนลูก	1

จากตารางที่ 70 ในการถอดรหัสคำสำคัญด้านความเชื่อมโยงระหว่างภูมิปัญญากับวิถีชีวิตของคนในชุมชน พบว่าผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาถูกทดแทนด้วยสินค้าอื่น จำนวน 15 ราย ในชุมชนมีจำนวนคนงานหัตถกรรมน้อยราย จำนวน 12 ราย ภูมิปัญญาที่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อของชุมชน จำนวน 12 ราย โดยเห็นว่ารายได้และผลตอบแทนที่ดึงดูดจะทำให้คนเข้ามาทำงานหัตถกรรม จำนวน 12 ราย ในขณะที่เห็นว่าวิถีชีวิตดั้งเดิมเลือนหายไป จำนวน 9 ราย งานหัตถกรรมเป็นอาชีพได้รับการยอมรับในชุมชน จำนวน 8 ราย ในชุมชนมีคนทำงานหัตถกรรมมากราย จำนวน 7 ราย ภูมิปัญญาดั้งเดิมส่งผลกระทบในทางบวกด้านการท่องเที่ยว จำนวน 7 ราย งานหัตถกรรมภูมิปัญญาถูกใช้ในเทศกาลสำคัญของชุมชน จำนวน 6 ราย งานหัตถกรรมภูมิปัญญาเสื่อมความนิยม จำนวน 5 ราย ผู้คนในสังคมเลี้ยงลูกด้วยเงินและเทคโนโลยี จำนวน 2 ราย ผู้คนขาดคุณธรรม จริยธรรม ไม่เคารพผู้อาวุโส จำนวน 1 ราย และพ่อแม่ไม่มีเวลาอบรมสั่งสอนลูก จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 71 คำสำคัญที่ถอดรหัสจากประเด็นมุมมองที่มีต่อภูมิปัญญา

ประเด็นหลักที่ 2 ภูมิปัญญา		
ประเด็นย่อยที่ 2.2	คำสำคัญ	ความถี่
มุมมองต่อภูมิปัญญา	1. อนุรักษ์องค์ความรู้ของชุมชน	14
	2. คุณค่า	12
	3. ความสุขที่ยั่งยืน	11
	4. กลัวภูมิปัญญาสูญหาย	8
	5. อยากให้ฟื้นฟู	8
	6. กล่อมเกลาคิดใจ	6
	7. รักและหวงแหน	6
	8. สร้างความผูกพันในชุมชน	5
	9. สร้างคุณธรรม จริยธรรม	3
	10. ศิลปหัตถกรรมคือชีวิต	2
	11. เป็นกลไกการพัฒนาความสามารถ	1

จากตารางที่ 71 ในการถอดรหัสคำสำคัญด้านมุมมองต่อภูมิปัญญา พบว่า อนุรักษ์ ภูมิปัญญาไว้เป็นองค์ความรู้ของชุมชน จำนวน 14 ราย ภูมิปัญญาคือคุณค่า จำนวน 12 ราย ภูมิปัญญาคือความสุขที่ยั่งยืน จำนวน 11 ราย กลัวว่าภูมิปัญญาจะสูญหายไป จำนวน 8 ราย ต้องการฟื้นฟูภูมิปัญญาดั้งเดิม จำนวน 8 ราย ภูมิปัญญาช่วยกล่อมเกลาคิดใจ จำนวน 6 ราย มีความรักและหวงแหนภูมิปัญญา จำนวน 6 ราย ภูมิปัญญาช่วยสร้างความผูกพันในชุมชน จำนวน 5 ราย ภูมิปัญญาช่วยสร้างคุณธรรม จริยธรรม จำนวน 3 ราย ภูมิปัญญาคือชีวิต จำนวน 2 ราย และภูมิปัญญาเป็นกลไกในการพัฒนาความสามารถของบุคคล จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 72 คำสำคัญที่ถอดรหัสจากประเด็นทนายทนายผู้สืบทอด

ประเด็นหลักที่ 3 ทนายทนายและการสืบทอด		
ประเด็นย่อยที่ 3.1	คำสำคัญ	ความถี่
ทนายทนาย	1. มีทนายทนาย แต่ให้เลือกอาชีพเอง	8
	2. ไม่แน่ใจว่าจะมีผู้สืบทอด	8
	3. มีทนายทนายสืบทอด	6
	4. มีเครือข่ายสืบทอด	4
	5. มีผู้สืบทอดที่ไม่ใช่ทนายทนาย	3
	6. ปลุกฝังทนายทนายให้ซึมซับความรู้ภูมิปัญญา	3

จากตารางที่ 72 ในการถอดรหัสคำสำคัญด้านทนายทนาย พบว่า ผู้ประกอบการมีทนายทนายแต่ให้ทนายทนายเลือกประกอบอาชีพเอง จำนวน 8 ราย ไม่แน่ใจว่าจะมีผู้สืบทอดธุรกิจหรือไม่ จำนวน 8 ราย มีทนายทนายที่จะสืบทอดธุรกิจภูมิปัญญาแล้ว จำนวน 6 ราย มีเครือข่ายที่จะสืบทอดธุรกิจภูมิปัญญาจำนวน 4 ราย มีผู้สืบทอดที่ไม่ใช่ทนายทนาย จำนวน 3 ราย และได้เตรียมความพร้อมและปลุกฝังให้ทนายทนายซึมซับความรู้ภูมิปัญญาแล้ว จำนวน 3 ราย

ตารางที่ 73 คำสำคัญที่ถอดรหัสจากประเด็นการวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญา

ประเด็นหลักที่ 3 ทายาทและการสืบทอด		
ประเด็นย่อยที่ 3.2	คำสำคัญ	ความถี่
วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญา	1. ถ่ายทอดแก่ผู้เรียนที่สนใจและสมัครใจ	17
	2. ศึกษาจากแหล่งเรียนรู้	13
	3. ให้ทดลองปฏิบัติ	13
	4. ยินดีถ่ายทอดให้คนที่สนใจ	12
	5. หลักสูตรท้องถิ่น	10
	6. รับถ่ายทอดความรู้จากบรรพบุรุษ	9
	7. วิทยากรให้ความรู้	7
	8. สร้างช่างฝีมือรุ่นใหม่	6
	9. รวมกลุ่มช่างฝีมือ	5
	10. รายได้ดึงดูดให้สืบทอด	4
	11. เรียนรู้ด้วยใจรัก	2
	12. มีหน่วยงานภายนอกวิจัยเก็บองค์ความรู้	2
	13. ใช้ดนตรีเป็นสื่อ	2
	14. รางวัลเชิดชู	1
	15. หลักสูตรเต็มรูปแบบ	1

จากตารางที่ 73 ในการถอดรหัสคำสำคัญด้านวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญา พบว่ามีการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาจากแหล่งเรียนรู้ในชุมชน จำนวน 13 ราย ถ่ายทอดด้วยวิธีการฝึกปฏิบัติ จำนวน 13 ราย ผู้ถ่ายทอดยินดีให้ความรู้แก่ผู้สนใจทั่วไป จำนวน 12 ราย การถ่ายทอดมีให้แก่ผู้เรียนที่สมัครใจ จำนวน 12 ราย องค์ความรู้ถูกนำไปสอนในชั้นเรียนเป็นหลักสูตรท้องถิ่น จำนวน 10 ราย มีการรับถ่ายทอดความรู้จากบรรพบุรุษ จำนวน 9 ราย ถ่ายทอดความรู้ผ่านวิทยากร จำนวน 7 ราย สืบทอดโดยสร้างช่างฝีมือรุ่นใหม่ จำนวน 6 ราย สร้างความเข้มแข็งโดยการรวมกลุ่มช่างฝีมือ จำนวน 5 ราย ใช้กลไกรายได้-ผลตอบแทนช่วยดึงดูดในการสืบทอด จำนวน 4 ราย เรียนรู้ภูมิปัญญาด้วยใจรัก จำนวน 2 ราย มีหน่วยงานภายนอกวิจัยเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญา จำนวน 2 ราย ใช้ดนตรีเป็นสื่อในการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญา จำนวน 2 ราย ใช้รางวัลสร้างความตระหนักในความสำคัญของภูมิปัญญา จำนวน 1 ราย และการสร้างหลักสูตรเต็มรูปแบบในชั้นเรียนเพื่อสืบทอดภูมิปัญญา จำนวน 1 ราย

2.3.2 สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ภายใต้ขอบเขตของตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา (X_2) ปัจจัยด้านภูมิปัญญา (X_1) และ ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด (X_4) นั้น ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มย่อยเพื่อให้เข้าใจลักษณะ วิธีการ และกระบวนการคิดเพิ่มขึ้น โดยนำปัจจัยหลักทั้ง 3 ปัจจัย มาแจกแจงปัจจัยย่อยได้จำนวน 7 ปัจจัย จากนั้นนำมาเข้ารหัส โดยใช้โปรแกรม QDA Midner Lite เพื่อถอดรหัสความถี่สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. ปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา
 - 1.1 ปัจจัยย่อยด้านการดำเนินธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน
 - 1.2 ปัจจัยย่อยด้านการผลิต
 - 1.3 ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย
2. ปัจจัยหลักด้านภูมิปัญญา
 - 2.1 ปัจจัยย่อยด้านความเชื่อมโยงระหว่างภูมิปัญญาและวิถีชีวิตในชุมชน
 - 2.2 ปัจจัยย่อยด้านมุมมองต่อภูมิปัญญา
3. ปัจจัยหลักด้านทายาทและการสืบทอด
 - 3.1 ทายาท
 - 3.2 การสืบทอดภูมิปัญญา

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา

1.1 การดำเนินธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน

ในการดำเนินธุรกิจภูมิปัญญาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะของการรับช่วงในครอบครัวซึ่งมีองค์ความรู้ในงานหัตถกรรมภูมิปัญญาหรือทำอาชีพนี้อยู่ก่อนหน้าแล้ว โดยส่วนใหญ่มักจะอยู่ในรุ่นที่หนึ่ง อาจเป็นเพราะความคุ้นเคยกับงานหัตถกรรมภูมิปัญญาเพราะเห็นมาตั้งแต่จำความได้ทำให้เกิดการซึมซับภูมิปัญญาโดยไม่รู้ตัว เมื่อทำต่อเนื่องทำให้มีความรักในงานหัตถกรรมมีความถนัดและเชี่ยวชาญ รู้สึกมีความสุขและชื่นชมความงดงามของผลงานที่ตนเป็นคนผลิตและสร้างสรรค์ เป็นการเติมเต็มความฝันของตนและครอบครัว ทำให้เกิดความรักและหวงแหนภูมิปัญญานั้นจนกระทั่งยึดเป็นอาชีพสืบทอดจากบรรพบุรุษ

มีบ้างที่เข้ามาในธุรกิจโดยไม่ได้รับสืบทอดในครอบครัว แต่ต้องการทำงานหัตถกรรมเพราะเห็นว่าสามารถทำเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ที่มั่นคง เหมาะสมกับศักยภาพและแรงจูงใจส่วนบุคคล ประกอบกับเป็นอาชีพที่รัฐบาลเข้ามาสนับสนุนด้านองค์ความรู้ในการผลิต การตลาด นวัตกรรม ฯลฯ

ทำให้มองเห็นโอกาสที่จะดำเนินธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันในการดำเนินธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานอาจเริ่มต้นจากการได้รับมอบหมายหน้าที่โดยไม่มีพื้นฐานองค์ความรู้ที่มากก่อน แต่เมื่อได้ทดลองปฏิบัติแล้วค้นพบว่าตนเองทำได้ดี และผ่านจุดที่ท้าทายความสามารถตัวเองได้สำเร็จ ทำให้เกิดความสนุก เกิดการยอมรับ นำไปสู่ความสนใจและพัฒนาตัวเองให้มีทักษะฝีมือในระดับที่ดียิ่งขึ้น

ในประเด็นของการยึดถือเป็นอาชีพนี้มีข้อสังเกตว่าการรับสืบทอดธุรกิจที่เกี่ยวกับภูมิปัญญามักจะต้องมีใจรักเป็นพื้นฐาน เนื่องจากในการทำงานด้านหัตถกรรมจำเป็นต้องใช้ความเชี่ยวชาญ ความประณีต ซึ่งต้องใช้ความอดทนและความมุ่งมั่นตั้งใจจริง เนื่องจากเป็นอาชีพที่ให้ผลตอบแทนเป็นรายชิ้นไม่ใช่เป็นเงินเดือนประจำ และแต่ละชิ้นต้องใช้เวลาและทักษะเชิงช่างขั้นสูงในการผลิต หากไม่มีใจรักในงานแล้วจะไม่สามารถทำงานนั้น ๆ ได้ในระยะยาว ซึ่งในแต่ละครอบครัวที่ดำเนินธุรกิจโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานนั้น จะมีเพียงทายาทผู้ที่มีความรักในงานหัตถกรรมภูมิปัญญาอย่างแท้จริงเท่านั้นที่จะต่อยอดธุรกิจได้ไม่ใช่ทายาททั้งหมดที่มี อีกประเด็นหนึ่งคือผลตอบแทนหรือรายได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะดึงดูดเข้าสู่ธุรกิจ แต่ต้องประกอบในการดำเนินธุรกิจในยุคที่มีการแข่งขันสูง และมีสินค้าทดแทนจำนวนมาก ผู้ประกอบการจึงต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ควบคู่ไปกับการใช้ภูมิปัญญาเป็นจุดขายเพียงอย่างเดียว

1.2 การผลิต

ในด้านการผลิตงานหัตถกรรมภูมิปัญญา พบว่าในผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญานี้จะต้องใช้ทักษะฝีมือและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการผลิต เป็นการทำงานที่ต้องอาศัยความประณีต ต้องการความแม่นยำและความอดทนอดกลั้นสูง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ตระหนักรู้ถึงคุณค่าของภูมิปัญญานั้น ๆ และมีความเข้าใจองค์ความรู้ภูมิปัญญานั้นอย่างลึกซึ้ง แม้จะมีองค์ความรู้เดิมแต่ในการลงมือปฏิบัติก็ต้องลองผิดลองถูกเพื่อให้เกิดวิธีปฏิบัติที่เหมาะสม การผลิตส่วนใหญ่เป็นรูปแบบแบบอุตสาหกรรมครัวเรือน ควบคุมการผลิตเอง เน้นทักษะฝีมือและการสร้างสรรค์ผลงานที่มีความสวยงาม เสมือนจริง มีชีวิตชีวา ซึ่งเป็นงานฝีมือที่ไม่สามารถทำซ้ำหรือขยายกำลังการผลิตได้อย่างรวดเร็วดังเช่นอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรกล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการปรับปรุงอุปกรณ์บางสิ่งบางอย่างในกระบวนการผลิตให้เหมาะกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปแต่ยังคงยึดถือขั้นตอนการผลิตตามแบบแผนภูมิปัญญาดั้งเดิมที่เป็นอัตลักษณ์อย่างเหนียวแน่น การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัด เช่น การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกเข้ามาช่วยแต่ยังคงผลิตตามขั้นตอนเดิม เช่น การใช้ไฟจากเตาแก๊สแทนเตาถ่าน การใช้มอเตอร์ช่วยในการหมุนแป้นรองแทนการใช้มือหมุน เป็นต้น นอกจากนี้ในกระบวนการแล้วยังมีการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ใหม่ที่ถูกปรับปรุงให้ใช้งานง่ายขึ้นจากอุปกรณ์เดิม รวมถึงการใช้วัตถุดิบใหม่เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตและใช้ทดแทนวัตถุดิบเดิมซึ่งมีราคาสูง

ในปัจจุบันผู้ประกอบการผลิตเพื่อสนองตอบความต้องการของตลาดและผลิตตามคำสั่งซื้อ เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน แต่ในขณะเดียวกันก็ใช้ภูมิปัญญาเป็นจุดขายสำคัญเพื่อสร้าง

คุณค่าและความแตกต่างจากสินค้าทดแทนอื่น ๆ ที่ไม่มีทุนทางภูมิปัญญา (Intellectual Capital) ปัญหาที่พบในด้านการผลิตคือการขาดแคลนช่างฝีมือ ช่างฝีมือที่มีอยู่เป็นผู้สูงอายุ มีจำนวนลดลงทำให้องค์ความรู้ในการผลิตหายไป ช่างฝีมือรายใหม่เกิดขึ้นน้อย ทำให้สินค้าภูมิปัญญาที่ผลิตออกมามีราคาสูง ในขณะที่สินค้าทดแทนเกิดขึ้นมากมายในตลาดและมีราคาต่ำกว่า

1.3 การจัดจำหน่าย

ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาของกลุ่มตัวอย่างนั้น การขายหน้าร้าน (Stand Alone Shop) ยังถือเป็นช่องทางหลักที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการจะมีหน้าสำหรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หรือเปิดบ้านเป็นหน้าร้านขายปลีก ขายส่ง ขายฝากตามร้านค้าต่าง ๆ ขายบริเวณถนนคนเดินในจังหวัดเชียงใหม่ หากเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีสารสนเทศจะสามารถใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม เว็บไซต์ มาช่วยในการขายและประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าได้ แต่หากเป็นผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปจะไม่สนใจช่องทางการขายออนไลน์เลย อนึ่ง ความกังวลว่าสินค้าจะถูกลอกเลียนแบบเป็นเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้ช่องทางออนไลน์อีกด้วย

นอกเหนือจากช่องทางดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้ประกอบการยังมีโอกาสนำสินค้าไปจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้าซึ่งจัดโดยภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ ซึ่งในการออกงานแต่ละครั้งผู้ประกอบการสามารถสร้างรายได้และฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้การที่ภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนงานหัตถกรรมเชิงภูมิปัญญา ทำให้ผู้ประกอบการมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น รวมถึงการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศด้วย การสนับสนุนดังกล่าวอาจรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนากระบวนการผลิต การพัฒนาช่องทางการตลาด การออกงานแสดงสินค้า การให้รางวัลเชิดชูเกียรติเพื่อยกระดับผู้ประกอบการให้เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล สามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดได้เพิ่มขึ้น

ข้อสรุปที่ค้นพบ: ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา พบว่าการเข้ามาดำเนินธุรกิจเริ่มจากความคุ้นเคย ชิมช้อบองค์ความรู้ภูมิปัญญาจนกระทั่งเข้ามารับช่วงธุรกิจ และได้พัฒนาทักษะฝีมือจนมีความเชี่ยวชาญ มีความสุข ความภูมิใจ กลายเป็นความรักและหวงแหนภูมิปัญญา ในการผลิตยังคงรักษาวิธีการและรูปแบบดั้งเดิมไว้ แต่มีการปรับเปลี่ยนลดทอนบางกระบวนการรวมถึงปรับเปลี่ยนวัสดุให้เหมาะสมกับยุคสมัย และใช้ช่องทางการขายหน้าร้านและการออกงานแสดงสินค้าเป็นหลัก แม้ว่าการที่ผู้ประกอบการเริ่มทำงานด้วยใจรักโดยใช้ความสามารถงานฝีมือเชิงช่างและภูมิปัญญาเป็นจุดขาย แต่พบว่ายังไม่สามารถวางแผนธุรกิจ การตลาด และการจัดการทรัพยากรอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ อยู่ในตลาดที่ใช้กลยุทธ์น่านน้ำสีแดง (Red Ocean Strategy) คือการทำผลิตภัณฑ์ซ้ำ ๆ กัน แข่งขันทางการตลาดโดยใช้ราคา และไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้อย่างชัดเจน ดังนั้น จึงควรใช้หลักของการจัดการ (Management) และใช้

เครื่องมือทางการบริหารธุรกิจเข้ามาช่วยในการจัดการ วิเคราะห์ข้อมูล สร้างความแตกต่างโดยการใช้ ภูมิปัญญาเป็นฐาน และต่อยอดโดยใช้การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creativity) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความร่วม สมัยและมีประโยชน์ใช้สอย (Functional) เพื่อให้กระบวนการดำเนินงานธุรกิจมีประสิทธิภาพ (Performance)



2. ปัจจัยด้านภูมิปัญญา

2.1 ความเชื่อมโยงระหว่างภูมิปัญญากับวิถีชีวิตในชุมชน

การศึกษาด้านความเชื่อมโยงระหว่างภูมิปัญญากับวิถีชีวิตของคนในชุมชน พบว่าในยุค โลกาภิวัตน์ที่โลกมีความเจริญอย่างก้าวกระโดดทั้งทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร วิศวกรรม การแพทย์ เศรษฐกิจ การค้า การผลิต และการขนส่ง ฯลฯ มีผลกระทบต่อภูมิปัญญาและ ผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาในวงกว้าง เนื่องจากมีเทคโนโลยีในการผลิตเกิดขึ้นมากมายทำให้สินค้าเชิงภูมิ ปัญญาซึ่งเป็นงานหัตถกรรม ผลิตจากวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น ถูกแทนที่ด้วยสินค้าทดแทนที่ผลิตจาก พลาสติกหรือวัสดุอื่นโดยใช้เครื่องจักรแทนแรงงานคน มีราคาถูกกว่าและมีรูปแบบที่หลากหลาย รวมถึงอิทธิพลจากวัฒนธรรมต่างประเทศที่แพร่กระจายเข้าสู่ชุมชนท้องถิ่นทำให้วิถีชีวิตดั้งเดิมใน ชุมชนเลือนหาย ในฝั่งของลูกค้าเกิดความต้องการใหม่ และในฝั่งของผู้ประกอบการเกิดสินค้า ทางเลือกใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลกระทบต่อ โดยตรงต่อผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาในชุมชนท้องถิ่น

ผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเด็น ประการแรกทำให้จำนวนผู้ประกอบการที่ใช้ ภูมิปัญญาเป็นฐานในการผลิตสินค้ามีจำนวนลดลง แม้ในอดีตภูมิปัญญานั้นจะมีความสัมพันธ์กับความ เชื้อของชุมชนและมีความกลมกลืนกับชีวิตประจำวันหรือการประกอบสัมมาชีพของชุมชนท้องถิ่น อย่างเหนียวแน่น แต่เมื่อวิถีชีวิตในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป เกิดสินค้าสมัยใหม่ซึ่งตอบสนองความ ต้องการใช้งานได้มากขึ้นเข้ามาทดแทนสินค้าภูมิปัญญาแบบดั้งเดิมทำให้งานหัตถกรรมภูมิปัญญา เสื่อมความนิยมลง ในอดีตการทำงานหัตถกรรมช่วยค้ำจุนระบบนิเวศน์วัฒนธรรมและสังคม เช่น หัตถกรรมภูมิปัญญาช่วยกระชับความสัมพันธ์ทั้งในครอบครัวและสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน เป็นวัฒนธรรมอันดีงามที่เปิดโอกาสให้ผู้อาวุโสได้อบรมสั่งสอน หล่อหลอมกลมกล่อมเกลาจิตใจให้มีความ อดทน ความพยายาม เสียสละ และเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสรรพสิ่งต่าง ๆ ผ่านการ ทำงานหัตถกรรม ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของการเคารพบรรพบุรุษและเคารพต่อมรดกภูมิปัญญาของ บรรพบุรุษ

ผลกระทบอีกประการหนึ่งจากการที่งานหัตถกรรมภูมิปัญญาเลือนหายไป ส่งผลให้ทุกภาคส่วนเกิดความตระหนักและส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานราก ดังจะเห็นตัวอย่างได้ชัดเจนจากการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมกลายเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว และงานหัตถกรรมเป็นจุดขายที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริง ทำให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟู งานหัตถกรรมภูมิปัญญาถูกเลือกให้นำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ในเทศกาลสำคัญของชุมชน เช่น การใช้โคมในประเพณีเป็ง การใช้ร่มบ่อสร้างในงานสงกรานต์ปีใหม่เมือง เป็นต้น ชุมชนหัตถกรรมในปัจจุบันกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว และการทำงานหัตถกรรมกลายเป็นอาชีพที่ได้รับการยอมรับในชุมชน มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้การสนับสนุน มีการยกย่องให้เป็นพ่อครู แม่ครู หรือการให้รางวัลเกียรติยศ ทำให้เกิดการยอมรับ สร้างรายได้ และดึงดูดให้คนรุ่นใหม่เข้ามาทำงานหัตถกรรมเพิ่มมากขึ้น

2.2 มุมมองที่มีต่อภูมิปัญญา

ภูมิปัญญาเป็นทุนทางปัญญาที่สั่งสมมาจากตัวบุคคลอย่างยาวนานจากรุ่นสู่รุ่น ภูมิปัญญาจึงเป็นการหลอมรวมความรู้ วิธีการ หรือสิ่งที่ควรกระทำเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ มาเป็นแนวปฏิบัติที่ยึดถือปฏิบัติตามได้อย่างประสบความสำเร็จ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ภูมิปัญญาเป็นคุณค่าของชีวิตควรอนุรักษ์ไว้ให้เป็นองค์ความรู้ของชุมชน ภูมิปัญญาสามารถให้ความสุขที่ยั่งยืนแก่ผู้ใช้ภูมิปัญญานั้น ช่วยกล่อมเกลาคิดใจให้เกิดความละเมียด ไม่ละโมภ ช่วยสร้างความรักความผูกพันในสังคมและเป็นจุดร่วมที่ทำให้เกิดความรักและห่วงใยในภูมิปัญญา เพราะภูมิปัญญาเป็นเรื่องของความพอเพียงและการใช้ทรัพยากรโดยเคารพต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ทำหรือใช้สิ่งที่เกินกำลังความสามารถ และภูมิปัญญาเป็นเรื่องของปฏิสัมพันธ์ระหว่าง คน ครอบครัว ชุมชน สังคม ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ เป็นห่วงโซ่หรือระบบนิเวศวัฒนธรรมภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้น ๆ

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงมีความกังวลว่าภูมิปัญญาจะสูญหายไป และต้องการฟื้นฟูภูมิปัญญาดั้งเดิมซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้กลับคืนมา และต้องการใช้ภูมิปัญญาในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่คนรุ่นใหม่ให้เข้าถึงคุณธรรม จริยธรรม โดยเชื่อว่าภูมิปัญญาเป็นกลไกในการพัฒนาความสามารถของบุคคลได้อีกทางหนึ่งเช่นกัน



ภาพที่ 8 ท่วงไขว่ผันวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น

ข้อสรุปที่ค้นพบ: ปัจจัยด้านภูมิปัญญา ค่านิยมของภูมิปัญญาของกลุ่มตัวอย่าง คือ สิ่งที่มีคุณค่า เป็นความสุข เป็นความรัก เป็นชีวิต ช่วยกลมเกลียวจิตใจ เป็นอัตลักษณ์และจุดขายของชุมชนท้องถิ่น เป็นสิ่งสำคัญที่กำลังจะเลือนหายไปและต้องอนุรักษ์ไว้ คุณค่าของมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นมักจะรับรู้ในแวดวงของผู้ที่สนใจและนักท่องเที่ยวเท่านั้น ในขณะที่ความรู้ความเข้าใจถึงคุณค่าของภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นต่อภูมิปัญญายังไปไม่ถึงจุดที่จะเกิดความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของ ดังนั้น การสร้างความตระหนัก (Awareness) และสร้างการรับรู้ (Perception) จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น เพื่อเป็นการบ่งชี้ให้เห็นคุณค่า (Value) ของภูมิปัญญาที่ผ่านการลองผิดลองถูกสั่งสมจากรุ่นสู่รุ่นจนเกิดเป็นองค์ความรู้ เป็นความพอเพียงที่เหมาะสมและเข้ากันดีกับท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งต้องทำแบบบูรณาการทุกภาคส่วน



3. ทายาทผู้สืบทอด

3.1 ทายาท

เนื่องจากงานหัตถกรรมภูมิปัญญาเป็นงานที่ต้องใช้ทักษะฝีมือและใช้ระยะเวลาและความอดทน มีรายได้ที่ไม่แน่นอน ประกอบกับค่านิยมในการทำงานและการเข้ารับการศึกษาขั้นพื้นฐานในสังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนไปทำให้สังคมแรงงานเปิดกว้างและเกิดทางเลือกที่หลากหลายในการเลือกอาชีพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบธุรกิจโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานที่มีทายาท จึงไม่ได้มุ่งหวังว่าทายาทจะต้องรับช่วงธุรกิจในวันต่อไป พวกเขาเปิดโอกาสให้ทายาทเป็นผู้ตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพที่ตนเองรัก เหตุผลอีกประการหนึ่งคือการทำงานหัตถกรรมภูมิปัญญาจำเป็น ต้องมีพื้นฐานมาจากความสมัครใจ ทำด้วยใจรักจึงจะสามารถทำได้อย่างมีความสุขและต่อเนื่อง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เตรียมการเรื่องทายาทไว้แล้วโดยทายาทสมัครใจ ก็ไม่ได้คาดหวังผลความยั่งยืนทางธุรกิจมากนัก เนื่องจากเข้าใจว่าในอนาคตอาจมีองค์ประกอบและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจหลายอย่างที่จะต้องเข้ามากระทบ และการตัดสินใจทางธุรกิจของทายาทอาจเปลี่ยนแปลงไปได้เสมอ นอกจากนี้ในการส่งมอบธุรกิจยังมีเครือข่ายหรือผู้อยู่ในแวดวงงานหัตถกรรมภูมิปัญญาที่อาจส่งมอบให้ธุรกิจให้ได้ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีทายาทสืบสายเลือดจึงทำได้เพียงเตรียมการปลูกฝังความรู้ฝึกปฏิบัติให้ดูเป็นตัวอย่าง ให้ทดลองทำและช่วยงานเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อให้เกิดการซึมซับภูมิปัญญาอย่างค่อยเป็นค่อยไปเท่านั้น

โดยสรุปแล้วในประเด็นทายาทนี้สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มที่มีทายาทที่เป็นผู้สืบสายเลือด กลุ่มที่มีทายาททางธุรกิจที่ไม่มีความสัมพันธ์ทางสายเลือด และกลุ่มที่ยังไม่แน่ใจว่าในอนาคตจะมีผู้สืบทอดธุรกิจหรือไม่

2.2 การสืบทอด

ในประเด็นการสืบทอดพบว่าความรู้ภูมิปัญญาได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นการถ่ายทอดในครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น และในชุมชนจะมีสถานที่ที่เป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ภูมิปัญญาที่สำคัญ ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้ หรือ แหล่งเรียนรู้ในชุมชน ซึ่งจะมีพ่อครู แม่ครู ปราชญ์ชาวบ้าน วิทยากร เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญา โดยถ่ายทอดให้แก่ผู้ที่มีความสมัครใจ ผู้ที่มีใจรัก ผู้สนใจทั่วไป นักเรียน นักศึกษา นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการนำความรู้ภูมิปัญญาไปเป็นหลักสูตรท้องถิ่นถ่ายทอดในชั้นเรียนโดยเชิญผู้เชี่ยวชาญเข้าไปสอนเป็นครั้งคราว หรือนำเด็กนักเรียนออกมายังแหล่งเรียนรู้ ใช้วิธีการทดลองฝึกปฏิบัติด้วยตนเองไม่ใช่การสอนเฉพาะทฤษฎีเพียงอย่างเดียว ใช้ดนตรีเป็นสื่อในการถ่ายทอดความรู้ มีการฟื้นฟูและสร้างความเข้มแข็งของภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการรวมกลุ่มช่างฝีมือเพื่อผลิตผลงานที่มีคุณค่า มีการสร้างช่างฝีมือรุ่นใหม่โดยใช้กลไกรายได้ ผลตอบแทน รางวัล เชิดชูเพื่อช่วยดึงดูดคนรุ่นใหม่เข้ามา มีงานวิจัยเพื่อเก็บรักษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาจากสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น

ในประเด็นของการสืบทอดนี้พบว่าเป็นการถ่ายทอดในเชิงรับ ดำเนินไปในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ส่วนใหญ่เป็นไปตามความสมัครใจของผู้เรียน ในขณะที่ผู้ถ่ายทอดที่กล่าวมามีความเต็มใจถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่คนคนภายนอกทั่วไปที่มุ่งมั่นตั้งใจจริง แต่ทางปฏิบัติมักพบปัจจัยหลายอย่างที่เป็นอุปสรรค เช่น ผู้เรียนขาดความมุ่งมั่นตั้งใจจริง ผู้เรียนไม่อดทนพอ ผู้สอนไม่มีเวลาสอน ไม่ถูกชะตา หวงวิชาความรู้ตะขิดตะขวงใจที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้ที่ไม่ใช่ทายาท ปัญหาที่พบอีกประการหนึ่งก็คือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องขาดการบูรณาการความร่วมมือ ไม่มีการสร้างความตระหนักในคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาเพื่อนำไปสู่ความมีส่วนร่วมในการหวงแหนรักษามากเท่าที่ควร หน่วยงานภาครัฐที่เข้ามามักจะให้การช่วยเหลือสนับสนุนตามนโยบายซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละปีทำให้ขาดความต่อเนื่อง บางครั้งเป็นความช่วยเหลือที่ซ้ำซ้อนระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้วยกันเอง และไม่ได้มาจากความต้องการหรือปัญหาที่แท้จริงของชุมชน ทำให้ไม่สามารถสร้างกระบวนการถ่ายทอดที่มีประสิทธิภาพได้

ข้อสรุปที่ค้นพบ: ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด พบว่ากระบวนการถ่ายทอดเป็นไปด้วยความสมัครใจ เนื่องจากผู้ประกอบการซึ่งมีทักษะความเชี่ยวชาญด้านงานฝีมือ มีความเข้าใจลักษณะของการทำงานหัตถกรรมว่าเป็นงานที่ต้องทำด้วยใจรัก ดังนั้นจึงไม่ได้คาดหวังว่าทายาทผู้สืบสายเลือดจะต้องเป็นผู้รับช่วงสืบทอด ธุรกิจเสมอไป แต่ได้ปลูกฝังความรู้ด้านงานหัตถกรรมให้ตามสมควร ในขณะเดียวกันได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมให้แก่บุคคลทั่วไปที่สนใจ ซึ่งเป็นการสืบทอดความรู้ภูมิปัญญาในวงกว้าง ผู้รับองค์ความรู้สามารถนำไปต่อยอดในเชิงธุรกิจและถ่ายทอดให้แก่บุคคลอื่น ๆ ได้อีกในอนาคต เป็นการดำเนินการสืบทอดในลักษณะเชิงรับ ซึ่งอาจต้องมีการสร้างความตระหนักในคุณค่าของภูมิปัญญา สร้างความภูมิใจในตระกูลช่าง สร้างคุณค่าและควมมีตัวตนให้แก่ผู้ทำงานด้านภูมิปัญญามากยิ่งขึ้น โดยเริ่มดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในโรงเรียน โดยการนำรายวิชางานหัตถกรรมท้องถิ่นเข้าบรรจุในหลักสูตรที่มีการต่อยอดตั้งแต่การให้ความรู้ความเป็นมาของภูมิปัญญาในท้องถิ่นในอดีต วัตถุดิบ วิธีการผลิต วิธีการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมให้เหมาะสมกับบริบทของยุคสมัยที่เปลี่ยนไป รวมถึงจนถึงความรู้ด้านการตลาด การจัดจำหน่าย ความสำเร็จของผู้ทำงานด้านหัตถกรรมท้องถิ่นที่ผ่านมา รวมไปถึงคุณค่าและความสำคัญขององค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีต่อชุมชน สังคม และประเทศชาติ เพื่อให้ผู้เรียนรู้จักและเข้าใจความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในองค์รวมตลอดทั้งห่วงโซ่และสามารถนำไปเป็นทางเลือกของการประกอบอาชีพในอนาคต

จากการถอดรหัส (Coding) ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อค้นหากระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ค้นพบข้อมูลที่สำคัญ คือ

1. องค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เมื่อผู้ประกอบการมีอายุมากขึ้นมักจะค้นพบความต้องการในการทำงานที่ต้องการความละเอียดละไม จึงหันเข้าสู่งานด้านภูมิปัญญาด้วยความรัก ความสนใจ และศึกษาในเชิงลึกรวมถึงฝึกฝนทักษะฝีมือจนเกิดความเชี่ยวชาญ ซึ่งการทำงานด้วยใจรักและเห็นคุณค่าของผลงานจึงส่งผลต่อระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจที่ยาวนาน ดังนั้น อายุที่มากขึ้นทำให้เกิดการถ่วงร่อนเลือกทำในสิ่งที่ชอบ เกิดการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งกับองค์ความรู้ภูมิปัญญา และพัฒนาทักษะฝีมือให้ผลงานหัตถกรรมภูมิปัญญาที่ผลิตออกมามีความสวยงาม และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจจึงส่งผลต่อการวางแผน รักษา และสืบทอดภูมิปัญญาด้วยเช่นกัน
2. องค์ประกอบด้านการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เมื่อผู้ประกอบการมีองค์ความรู้ทักษะฝีมือในเชิงศิลปหัตถกรรมในระดับที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้านแล้ว ยังต้องมีองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ เช่น การตลาด การเข้าใจความต้องการของลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และทักษะในเชิงบริหารจัดการ ซึ่งจะทำให้การดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสามารถในการแข่งขัน โดยการบริหารจัดการผู้ประกอบการควรคำนึงถึงประเภทของธุรกิจที่เหมาะสมกับสภาพการแข่งขัน จำนวนพนักงานที่เหมาะสมกับขนาดของตลาดและคำสั่งซื้อ เพื่อให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมจากการดำเนินธุรกิจ
3. ผู้ประกอบการต้องมีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในเชิงสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาเป็นทุนมนุษย์ที่สั่งสมอยู่ในตัวบุคคล เป็นทุนทางสังคมซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละสังคมดังนั้นจึงมีลักษณะเฉพาะถิ่น ดังนั้นภูมิปัญญาจึงเป็นคุณค่าพื้นฐานในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ สามารถนำไปต่อยอดได้อย่างหลากหลายทั้งการใช้ภูมิปัญญาเพื่อสร้างเรื่องราว การเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน การปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์วิธีการใช้งานใหม่ การสร้างกลุ่มตลาดใหม่ การสร้างคุณค่าใหม่ ฯลฯ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความหลากหลายให้ผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา
4. ผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนต้องมีการนำเสนอคุณค่าของภูมิปัญญา ซึ่งเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษได้สั่งสมความรู้และประสบการณ์และเห็นว่าดีแล้ว จึงส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นเพื่อใช้เป็นแนวทาง เป็นการลดความเสี่ยงในความไม่สำเร็จเพราะมีแบบแผนที่สามารถนำไปยึดถือปฏิบัติได้ทันที เพียงแต่ต้องปรับให้เหมาะสมกับบริบทของสังคมและยุคสมัย คุณค่าของภูมิปัญญาเป็นสิ่งที่ดำรงอยู่ในการดำเนินชีวิตพื้นฐาน เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ศิลปะ หัตถกรรม ภาษา วรรณกรรม ความเชื่อ วิธีคิด ทักษะคิด ค่านิยม ฯลฯ ทำให้มนุษย์สามารถอยู่ร่วมกัน แก้ปัญหา และพัฒนาชีวิตของตนได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้มุ่งเจาะจงไปที่ภูมิปัญญาด้านงานหัตถกรรม ที่ช่วยส่งเสริมอาชีพให้ในคนชุมชน

ท้องถิ่น ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่และเป็นรากฐานของประเทศ จะสามารถนำต่อ ยอด
ภูมิปัญญาอย่างมีความสมดุลกับวิถีชีวิตและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น

การสร้างความรู้ความตระหนักและการสื่อสารให้เกิดการรับรู้ถึงคุณค่าของ
ภูมิปัญญาจึงเป็นกระบวนการสำคัญที่ทำให้การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ
มากขึ้น เป็นการชี้ให้เห็นถึงแนวปฏิบัติและค่านิยมที่ถูกส่งต่อมาในรูปแบบของมรดก
ภูมิปัญญาที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนท้องถิ่น ไม่ใช่การพัฒนาที่ไกลตัวและเกินกำลัง
ที่ทำให้ประเทศต้องใช้องค์ความรู้จากต่างชาติและใช้ทรัพยากรในการพัฒนาจำนวนมาก
โดยที่ผลการดำเนินงานนั้นกลับมาตอบสนองชุมชนเพียงเล็กน้อยและเกิดการทำลาย
ทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมาก เช่น การผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยี
เครื่องจักรที่ทันสมัย นำเข้าผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ และใช้ทรัพยากรในการผลิตจาก
ในประเทศเป็นจำนวนมาก แต่รายได้แทบทั้งหมดถูกส่งกลับไปยังประเทศต้นทาง คนใน
ชุมชนท้องถิ่นได้รับเพียงค่าจ้างและภาษีบางส่วน เป็นต้น การพัฒนาในลักษณะนี้จึงเป็น
การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่นำไปสู่การแข่งขันทางการค้าที่รุนแรงในลักษณะน่านน้ำ
ในทะเลสีแดง (Red Ocean) แต่งานหัตถกรรมภูมิปัญญาเป็นการอยู่ร่วมกันระหว่างคน
สังคม ธรรมชาติ ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เป็นการแข่งขันในลักษณะของน่านน้ำสี
คราม (Blue Ocean) ที่งานหัตถกรรมแสดงให้เห็นถึงความละเอียดละไมที่เป็นอัตลักษณ์
แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น เป็นการทำธุรกิจที่เกิดความสมดุลแก่ชุมชน ความพอเพียง
และนำไปสู่ความสันโดษ (Satisfaction) ความสุข (Happiness) และความยั่งยืน
(Sustainability) ในที่สุด

5. ด้านกระบวนการสืบทอด ผู้ประกอบการควรพัฒนากระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาในเชิง
รุกโดยเตรียมการและวางแผนอย่างอย่างมีคุณภาพในการส่งมอบความรู้และการส่งมอบ
ธุรกิจภูมิปัญญา มิใช่เป็นการสืบทอดในเชิงรับที่จะเกิดขึ้นได้เมื่อทนายาศมัครใจเท่านั้น
กระบวนการนี้ควรทำอย่างบูรณาการตั้งแต่ระดับรัฐบาลที่เป็นผู้ร่างนโยบายสู่รากหญ้า
(Top-Down Approach) ซึ่งการช่วยเหลือควรเริ่มตั้งแต่ต้นทาง คือการจัดหลักสูตร
ภูมิปัญญาท้องถิ่นตลอดห่วงโซ่ในชั้นเรียน โดยเริ่มเรียนตั้งแต่ความรู้ที่เกี่ยวข้องใน
เบื้องต้นไปจนถึงระดับที่ผู้เรียนสามารถนำไปต่อยอดเป็นอาชีพได้

นอกจากนี้ควรมีแนวทางการสนับสนุนผู้รักษาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็น
รูปธรรม ตลอดจนสร้างการรับรู้และการยอมรับให้เกิดขึ้นในสังคม เช่น การให้รางวัล
เชิดชู การยกย่องให้เกียรติ การสนับสนุนรายได้และผลตอบแทน เป็นต้น

บทที่ 5

การสังเคราะห์นวัตกรรมการ

การสังเคราะห์นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากศึกษาเอกสารงานวิจัย ข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ มาสังเคราะห์และสร้างนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา เป็นการต่อบัณฑิตผู้ประสงค์ในการวิจัยข้อ 3 เพื่อสังเคราะห์นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

5.1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Cooper & Hedges, 1994) ที่ได้จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดวัฒนธรรม จำนวน 36 บทความ รวบรวมกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยสืบค้นแบบสุ่มจากคำสำคัญคือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสืบทอดภูมิปัญญา และการถ่ายโอนความรู้ปรากฏข้อมูลสำคัญ จำนวน 29 คำ ประกอบด้วย ผู้นำกลุ่ม, พิธีกรรมความเชื่อ, การเรียนรู้ด้วยตนเอง, กฎหมายคุ้มครอง, การยกระดับให้เป็นกิจกรรมสากล, การสอนคติชน, ชมรม/กลุ่มทำงาน, เยาวชน, การรักษาแบบแผนของสังคม เพื่อประกอบอาชีพสร้างรายได้, เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์/ผู้ประกอบการ, สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน, การประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูล, ภูมิปัญญา, การเล่นเกมของเด็กและเยาวชน, ความรู้ฝังลึกในตัวตน, การสาธิตความรู้, การใช้หลักสูตรท้องถิ่น, การบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน, การบันทึกความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร, การพัฒนาต่อยอดความรู้, การถ่ายทอดความรู้ในครอบครัว, การสร้างมาตรฐานความรู้, การคิดเชิงสร้างสรรค์, การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, การลงมือปฏิบัติ, ศูนย์การเรียนรู้, สหกรณ์, การฟื้นฟูความรู้ภูมิปัญญา,

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้รวบรวมคำสำคัญที่ได้ทั้ง 29 คำ มาจัดกลุ่มตามลักษณะเพื่อให้ง่ายต่อการตีความและทำความเข้าใจ โดยสามารถจัดกลุ่มได้ จำนวน 5 กลุ่ม คือ

1. คติธรรมคำสอน (Morale)
2. แรงจูงใจในการสืบทอด (Motive)
3. บุคลากรในการสืบทอด (Man)
4. กลวิธีในการถ่ายทอด (Method)
5. องค์กรที่เกี่ยวข้อง (Institute)

ตารางที่ 74 การแบ่งกลุ่มคำสำคัญที่ค้นพบจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มที่	ปัจจัยสำคัญ	คำสำคัญ
1	คติธรรมคำสอน (Morale)	พิธีกรรมความเชื่อ, กฎหมายคุ้มครอง, การสอนคติชน, การรักษาแบบแผนของสังคม
2	แรงจูงใจในการสืบทอด (Motive)	เพื่อประกอบอาชีพสร้างรายได้, เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์/ผู้ประกอบการ, สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน,
3	บุคคลากรในการสืบทอด (Man)	เยาวชน, ครูภูมิปัญญา, ผู้นำกลุ่ม
4	กลวิธีในการถ่ายทอด (Method)	การเล่นของเด็กและเยาวชน, ความรู้ฝังลึกในตัวตน, การถ่ายทอดความรู้ในครอบครัว, การประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูล, การสาธิตความรู้, การใช้หลักสูตรท้องถิ่น, การบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน, การบันทึกความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร, การฟื้นฟูความรู้ภูมิปัญญา, การพัฒนาต่อยอดความรู้, การยกระดับให้เป็นกิจกรรมสากล, การสร้างมาตรฐานความรู้, การคิดเชิงสร้างสรรค์, การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, การเรียนรู้ด้วยตนเอง, การลงมือปฏิบัติ,
5	องค์กรที่เกี่ยวข้อง (Institute)	ศูนย์การเรียนรู้, ชมรม/กลุ่มทำงาน, สหกรณ์

มีคำสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จำนวน 7 ประเด็น คือ

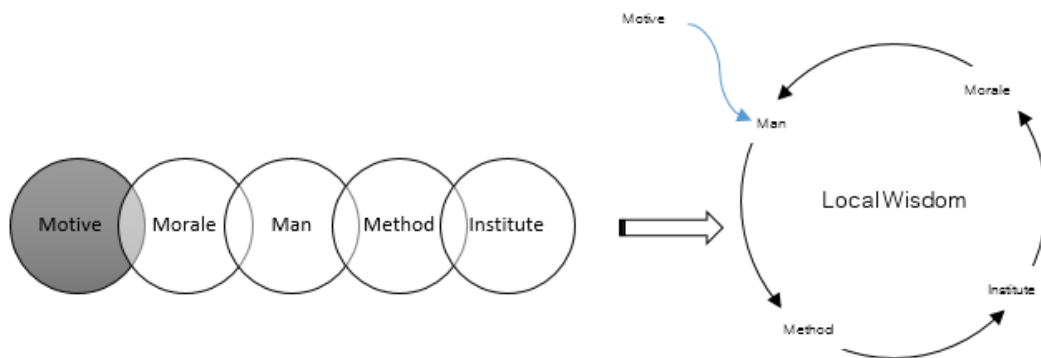
- ถ่ายทอดความรู้ในครอบครัว
- สาธิตความรู้
- หลักสูตรท้องถิ่น
- ครูภูมิปัญญา
- ชมรม/กลุ่มทำงาน
- ประชาสัมพันธ์
- สื่อสารข้อมูล
- ลงมือปฏิบัติ

นอกจากนี้ พบประเด็นที่ถูกกล่าวถึงในการกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญา ที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 จำนวน 4 ประเด็น ตามลำดับคือ

- พิธีกรรม-ความเชื่อ
- บูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน
- บัณฑิตความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร
- ศูนย์การเรียนรู้

จากข้อมูลข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่า ในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลัก คือ 1) คติธรรมคำสอน (Morale) หรือค่านิยมแบบแผนในสังคมที่ผู้คนเคารพยึดถือ 2) แรงจูงใจในการสืบทอด (Motive) 3) บุคลากรในการสืบทอด (Man) 4) กลวิธีในการถ่ายทอด (Method) และ 5) องค์กรที่เกี่ยวข้อง (Institute) โดยองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในประเทศไทยมีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับความเชื่อทางวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ องค์ความรู้ภูมิปัญญาถูกเก็บรักษาและถ่ายทอดในครอบครัว โดยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ ชมรม/กลุ่มทำงานในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในชุมชน มีการสืบทอดความรู้และประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูลภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่อง องค์ความรู้ภูมิปัญญาบางส่วนถูกจัดเก็บและบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร มีการนำไปสร้างเป็นหลักสูตรท้องถิ่น โดยครูภูมิปัญญาเป็นผู้ขับเคลื่อนการถ่ายทอดมรดกภูมิปัญญาและมีการพัฒนาปรับปรุงต่อยอดองค์ความรู้ให้เหมาะสมกับยุคสมัย

ดังนั้นกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น คือการถ่ายทอดความรู้ดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา จากบรรพบุรุษซึ่งเป็นข้อมูลและประสบการณ์ในอดีตที่ได้รับการยอมรับว่าดีแล้ว ภูมิปัญญาถูกบอกเล่าถ่ายทอดต่อ ๆ กันในท้องถิ่นกลายเป็นองค์ความรู้ องค์ความรู้เดิมเมื่อผสมผสานกับประสบการณ์จากการลองผิดลองถูก จะเกิดกระบวนการสร้างสรรค์ต่อยอดองค์ความรู้นั้น หากความรู้เดิมสามารถใช้แก้ปัญหาได้ก็จะยึดถือและใช้ความรู้นั้นต่อไป แต่หากความรู้เดิมยังไม่สามารถแก้ปัญหาได้ จะมีการต่อยอดและสร้างองค์ความรู้ใหม่ และความรู้ใหม่จะได้รับการยอมรับก็ต่อเมื่อถูกนำเข้าสู่กระบวนการทดลองปฏิบัติและได้รับการยืนยันว่าสามารถแก้ปัญหาที่จริงเป็นวัฏจักรของความรู้ที่เกิดขึ้นอย่างไม่มีการสิ้นสุด



ภาพที่ 6 ปัจจัยสำคัญในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

ปัจจัยสำคัญทั้ง 5 ประการ นำมาจำลองกระบวนการในการสืบทอดความรู้ภูมิปัญญาที่เป็นกระบวนการทำงานแบบสมดุระหว่างผู้ส่งมอบความรู้และผู้รับมอบความรู้ กระบวนการในการสืบทอดความรู้ภูมิปัญญา ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ

1. ผู้ส่งมอบความรู้ (Transferors) ผู้ส่งมอบความรู้ไม่ใช่เจ้าของความรู้ แต่มีบทบาทในการเก็บรักษาความรู้ทั้งความรู้แบบชัดแจ้งและความรู้ที่อยู่ในตัวคนที่ได้สั่งสมมาในระยะเวลาหนึ่ง
2. ผู้รับมอบความรู้ (Receivers) คือผู้ที่มีความสนใจที่จะเรียนรู้ โดยอาจมีความรู้ที่ชัดแจ้งมาก่อนแล้ว และต้องการฝึกฝนทักษะเพื่อให้เกิดความรู้แบบฝังลึกในตัวคนและนำไปใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง
3. เมื่อผู้ส่งมอบความรู้และผู้รับมอบความรู้มาพบกัน คือจุดที่วงล้อของกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาเริ่มขึ้นอย่างเป็นระบบ โดยวงล้อของการสืบทอดประกอบด้วย 5 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) Morale พิธีกรรมความเชื่อทางวัฒนธรรมภูมิปัญญา 2) Motive เหตุผล ความจำเป็น และความต้องการในการเรียนรู้ภูมิปัญญา 3) Man บุคคลากรสืบทอดภูมิปัญญา 4) Method กลวิธีในการถ่ายทอดที่มีความหลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน ความรู้ และผู้ส่งและผู้รับ และ 5) Institute องค์กรหน่วยงานที่สนับสนุนกระบวนการฟื้นฟู อนุรักษ์

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลในการดำเนินธุรกิจและการสืบทอดภูมิปัญญา

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา จำนวน 308 ราย ข้อมูลที่ได้แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอในรูปแบบค่าร้อยละ (Percentage) จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

ตารางที่ 75 ข้อมูลทั่วไปและสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศชาย	165	53.57
อายุ 61 ปีขึ้นไป	78	25.32
สถานภาพสมรส	265	86.04
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	100	32.47
จำนวนบุตร 2 คน	143	46.43
เริ่มทำธุรกิจมากกว่า 20 ปี	174	56.49
รุ่นก่อตั้ง	224	72.73
จำนวนผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง 1-10 คน	245	79.55
พนักงานลูกจ้างเป็นสมาชิกในครอบครัว	108	35.06
ผลิตของใช้ของตกแต่ง	185	52.56
ดำเนินธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว	249	80.84
รับผลิตและจำหน่าย	270	69.05
ขายตรงผ่านหน้าร้าน	245	37.12
รายได้ต่อปีต่ำกว่า 500,000 บาท	167	54.20
ต้องการส่งมอบธุรกิจ	264	85.71
ต้องการส่งมอบธุรกิจให้บุตรผู้สืบสายเลือด	94	30.52
พบปัญหาด้านการสืบทอด	177	20.80

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.57 มีอายุ 61 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.32 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 86.04 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.47 ส่วนใหญ่มีบุตรจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 46.43 เริ่มทำธุรกิจมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.49 ส่วนใหญ่เป็นรุ่นก่อตั้ง คิดเป็นร้อยละ 72.73 มีจำนวนพนักงาน-ลูกจ้าง 1-10 คน คิดเป็นร้อยละ 79.55 โดยพนักงาน-ลูกจ้างเป็นสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 35.06 ส่วนใหญ่ผลิตของใช้ของตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 52.56 ประเภทของการดำเนินธุรกิจเป็นลักษณะเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 80.84 ส่วนใหญ่รับผลิตและจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 69.05 ทำการขายตรงผ่านหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 37.12 และมีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.20 ผู้ประกอบการต้องการส่งมอบธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 85.71 และต้องการส่งมอบให้แก่บุตร ผู้สืบทอด คิดเป็นร้อยละ 30.52 ในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่พบปัญหาด้านการขาดผู้สืบทอดธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.80

ในการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา จำนวน 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านภูมิปัญญา ปัญญาด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด และปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ทั้ง 4 ปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 76 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นในภาพรวม

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอด มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านภูมิปัญญา	4.02	0.69	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา	3.64	0.69	มาก
ด้านการบริหารธุรกิจ	3.54	0.65	มาก
ด้านทายาทและการสืบทอด	3.56	0.73	มาก
รวม	3.69	0.69	มาก

เมื่อนำตัวแปรทั้ง 4 มาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบ Stepwise ที่ทดสอบแล้วว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยไม่นำตัวแปรด้านการบริหารธุรกิจมาวิเคราะห์เนื่องจากข้อมูลที่ได้มีความสัมพันธ์กันเองสูงทำให้การถดถอยพหุคูณมีค่าผิดปกติ ดังนั้น จึงคงเหลือเพียง 3 ตัว

แปร ได้แก่ ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ตัวแปรด้านภูมิปัญญา และตัวแปรด้านทายาทและการสืบทอด

นำประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา จำนวน 17 ปัจจัย มาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบ Stepwise ร่วมกับตัวแปรที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้ง 3 ตัวแปร พบตัวแปรอิสระที่ทดสอบแล้วว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งหมด 8 ตัวแปร คือ ปัจจัยด้านภูมิปัญญา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ปัจจัยปัญหาด้านผู้สืบทอด ปัจจัยปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ปัจจัยปัญหาด้านการขนส่งสินค้า ปัจจัยปัญหาด้านการตลาด ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด และปัจจัยปัญหาด้านการพัฒนานวัตกรรม

นำข้อมูลที่ได้มาสังกัดองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม ในแต่ละองค์ประกอบของแบบประเมินเกี่ยวกับการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยทำการหมุนแกนองค์ประกอบ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแม็กซ์ (Varimax Method) สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของแบบประเมินเกี่ยวกับการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้ทั้งหมด 6 องค์ประกอบ แต่เมื่อพิจารณาความเหมาะสมของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ที่มีค่าเกิน 0.30 (โดยไม่พิจารณาเครื่องหมายว่าเป็นบวกหรือเป็นลบ) เหลือองค์ประกอบที่ใช้ได้จริง 2 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุ ระยะเวลาในการธุรกิจ และระดับการศึกษา มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.637 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.729 – 0.901 โดยตั้งชื่อว่า องค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

องค์ประกอบที่ 2 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนพนักงาน ประเภทธุรกิจ และรายได้ต่อปี มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.017 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.716 – 0.857 โดยตั้งชื่อว่า องค์ประกอบด้านการดำเนินธุรกิจ

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยนำปัจจัยที่ได้รับการยอมรับทางสถิติว่ามีผลต่อการสืบทอดภูมิปัญญา จำนวน 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ปัจจัยด้านภูมิปัญญา และปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด ซึ่งเป็นข้อมูลในเชิงปริมาณไปใช้ในการศึกษาเชิงลึกในขั้นตอนต่อไปเพื่อสร้างนวัตกรรม การสืบทอดภูมิปัญญา ส่วนปัจจัยที่ได้จากการสังกัดองค์ประกอบ จำนวน 2 องค์ประกอบ รวม 6 ตัวแปร เป็นข้อมูลในเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ประกอบการแปรผลของข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผลการศึกษาพบว่าข้อมูลมีความสอดคล้องซึ่งกันและกัน

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ค้นพบจากผลการศึกษาเชิงปริมาณ ข้อ 5.2 มากำหนดประเด็นในการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบบลูกโซ่ แบ่งกลุ่มข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ภูมิปัญญา ทายาทและการสืบทอด ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นำมาเข้ารหัส โดยใช้โปรแกรม QDA Miner Lite พบประเด็นสำคัญที่นำมาต่อยอดกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาดังนี้

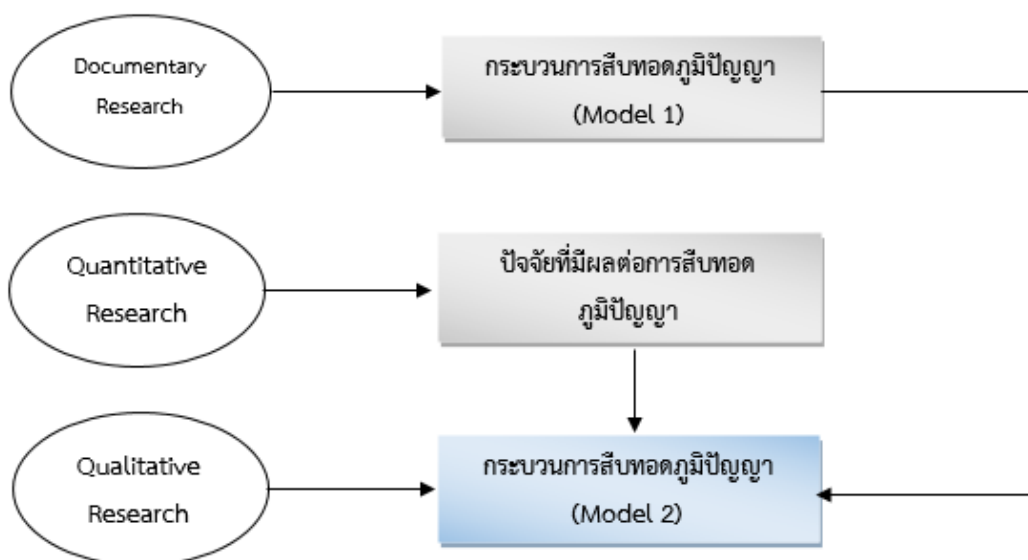
1. ผู้ประกอบการต้องมียุทธศาสตร์ความรู้ด้านการบริหารและทักษะในเชิงบริหารจัดการ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสามารถในการแข่งขัน
2. ผู้ประกอบการต้องมีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในเชิงสร้างสรรค์ ใช้ภูมิปัญญาเพื่อสร้างเรื่องราว เพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานในการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Design) วิธีการใช้งานใหม่ การสร้างกลุ่มตลาดใหม่
3. ต้องมีการนำเสนอคุณค่าของภูมิปัญญา โดยการสร้างความตระหนัก และการสื่อสารให้เกิดการรับรู้ถึงคุณค่าของภูมิปัญญาว่าเป็นการทำธุรกิจที่เกิดความสมดุลในชุมชน
4. ผู้ประกอบการควรพัฒนากระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาในเชิงรุก บูรณาการทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 12 ประเด็นสำคัญที่ค้นพบจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

5.4 การสังเคราะห์นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการทำวิจัยแบบผสม ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพนำการวิจัยเชิงปริมาณค้นหาคำตอบโดยใช้วิธีการเชิงคุณภาพเป็นหลักและนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการเชิงปริมาณมาเสริมเพื่อให้ได้คำตอบที่ลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลที่ค้นพบโดยการศึกษเอกสารงานวิจัย การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ค้นพบมารวบรวม คัดแยก แบ่งกลุ่ม และจำลองกระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาขึ้นจากข้อมูลที่ค้นพบ จากนั้นทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์ภาพรวมในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และค้นพบปัจจัยที่มีผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา และนำปัจจัยสำคัญนั้นไปทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลมาเติมเต็มกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด



ภาพที่ 13 ขั้นตอนการสร้างนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา

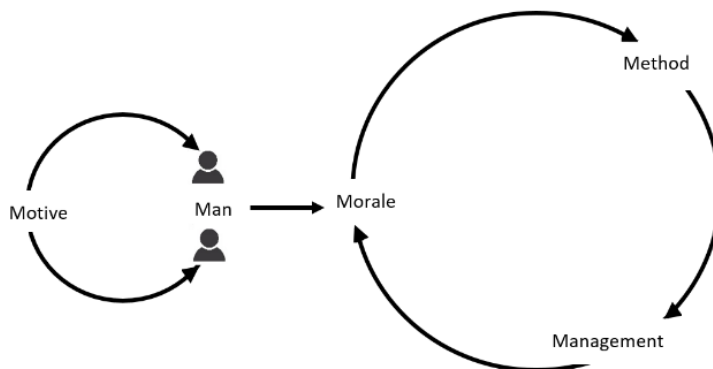
ขั้นตอนในกระบวนการพัฒนานวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา จะเริ่มต้นจากการวิจัยเอกสารโดยการสรุปประเด็นสำคัญที่ค้นพบได้ทั้งสิ้น 29 ตัวแปร นำตัวแปรที่ได้ทั้งหมดมาจัดกลุ่ม โดยสามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มปัจจัย ได้แก่ Morale, Motive Man, Method, และ Institute ต่อมาผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ และค้นพบปัจจัยที่มีผลต่อการสืบทอดภูมิปัญญา 3 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ภูมิปัญญา ทายาทและการสืบทอด จึงได้นำไปใช้เป็นประเด็นหลักในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งได้ค้นพบประเด็นสำคัญที่สามารถนำไปต่อยอดกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญา (Medel 1) ที่ได้จำลองไว้ ได้แก่ การจัดการ (Management) พร้อมกับค้นพบข้อมูลแวดล้อมที่สนับสนุนและเป็นเหตุเป็นผลให้กระบวนการสืบทอดสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Performance) ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) นอกจากนี้ กระบวนการจัดการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสนับสนุนคุณค่า (Value) ของภูมิปัญญา โดยต้องมีการสื่อสารคุณค่า (Communication) สร้างการรับรู้คุณค่าของภูมิปัญญา การสร้างความตระหนัก (Awareness) ต่อการสืบทอดภูมิปัญญาในเชิงรุก (Proactive) ประสิทธิภาพ (Performance) และการจัดหลักสูตรเต็มรูปแบบในการศึกษาภาคบังคับ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญาได้อย่างเป็นรูปธรรม

ตารางที่ 77 ข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเอกสาร	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ
- M 1 Morale คตินิยมคำสอน	- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา	- M 5 Management การบริหารจัดการ
- M 2 Motive แรงจูงใจในการสืบทอด	- ปัจจัยด้านภูมิปัญญา	- คุณค่า
- M 3 Man บุคลากรในการสืบทอด	- ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด	- การสื่อสารคุณค่า
- M 4 Method กลวิธีในการถ่ายทอด		- การสร้างความตระหนัก
- I 1 Institute องค์กรที่เกี่ยวข้อง		- การสืบทอดภูมิปัญญาเชิงรุก
		- ประสิทธิภาพ
		- การจัดหลักสูตรเต็มรูปแบบ

จากตารางที่ 77 ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนและหาความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ค้นพบ ทำการแจกแจง ตัดทอน ควบรวม และจัดลำดับกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาใหม่ โดยนำกระบวนการสืบทอด

ภูมิปัญญา (Model 1) ที่จำลองขึ้นจากการศึกษาในขั้นตอนการวิจัยเอกสาร พบว่าในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญา ประกอบด้วยคติธรรมคำสอน (Morale) แรงจูงใจในการสืบทอด (Motive) บุคลากร (Man) กลวิธีในการถ่ายทอด (Method) และ องค์กรที่เกี่ยวข้อง (Institute) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วย 4M 1I เมื่อผู้วิจัยได้ค้นพบข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในขั้นตอนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้นำข้อมูลมาต่อยอดกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา (Model 1) เพื่อให้มีความครอบคลุมเหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยมากที่สุด ผลการศึกษาพบว่ากระบวนการบริหารจัดการเป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญให้การดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาสามารถคงอยู่ได้ควบคู่ไปกับการรักษาสืบทอดภูมิปัญญา ดังนั้น การบริหารจัดการ (Management) จึงเป็น M ตัวที่ 5 ที่ค้นพบในขณะที่เมื่อศึกษาย้อนกลับไปถึงวิธีการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาในชุมชน มักจะกล่าวถึงวิธีการสอนและสถานที่เรียนรู้ที่ส่วนใหญ่เป็นศูนย์เรียนรู้กลุ่มทำงาน ชมรม สหกรณ์ ไปด้วยกันอยู่เสมอ เช่นวิธีการถ่ายทอดภายในชุมชนคือการรวมกลุ่มเรียนรู้โดยจัดตั้งกลุ่มบริหารภูมิปัญญา (อัครพร ฤกษ์ฉาย และวีระ นาวิณ, 2016) ใช้ศิลปินและผู้นำกลุ่มถ่ายทอดเรื่องราวในศูนย์เรียนรู้ (ระวีวรรณ วรรณวิไชย, 2017) การก่อตั้งศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทำให้เกิดการบูรณาการระหว่างองค์กรต่าง ๆ ในชุมชน (จักกฤษณ์ พิญาพงษ์, ศรีณยุ เรือนจันทร์ และ เผด็จการ กันแจ่ม, 2014) จัดตั้งแหล่งเรียนรู้เพื่อเป็นเครื่องมือส่งเสริมการเรียนรู้ภูมิปัญญา (อารีรัตน์ พุฒรุ่งโรจน์, 2014) ดังนั้น จึงได้ยุบรวม I หรือ Institute เข้าไว้ในกลุ่มของ Method ซึ่งหมายถึง กลวิธีการในการเรียนรู้ ทำให้กระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ ประกอบด้วย คติธรรมคำสอน (Morale) แรงจูงใจในการสืบทอด (Motive) บุคลากรในการสืบทอด (Man) กลวิธีในการสืบทอด (Method) และ การบริหารจัดการ (Management) หรือ 5Ms กระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา 5 Ms มีแรงจูงใจเป็นสิ่งกระตุ้นและดึงดูดให้บุคลากรซึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนหลักเข้ามาสู่กระบวนการ เนื่องจากกระบวนการสืบทอดทางวัฒนธรรมภูมิปัญญานี้มีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น จึงต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพตลอดทั้งห่วงโซ่การดำเนินธุรกิจ เมื่อการดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จสร้างรายได้ตอบสนองให้แก่ผู้ใช้ภูมิปัญญา จะทำให้เกิดคุณค่าและการยอมรับ กลายเป็นแรงจูงใจที่จะดึงดูดให้มีผู้เข้ามาสืบทอดภูมิปัญญามากขึ้น ในความเป็นจริงแล้วภูมิปัญญาเป็นคุณค่าของชุมชน แต่ด้วยปัจจัยหลายประการทำให้ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตถูกละเลย จึงต้องมีการสร้างคุณค่า สร้างความตระหนักและสื่อสารคุณค่าของภูมิปัญญา วางแผนการรักษาองค์ความรู้ การถ่ายทอดความรู้ และการส่งต่อองค์ความรู้ภูมิปัญญาในเชิงรุก โดยบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบรรจุหลักสูตรภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเต็มรูปแบบเข้าไปในระบบการศึกษา ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นการคืนความสมดุลทางด้านสังคมและเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนท้องถิ่น



ภาพที่ 14 ปัจจัยสำคัญในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา

5.4.1 ปัจจัยสำคัญ 5 ประการในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา อธิบายได้ดังนี้

M 1 – Morale คติธรรมคำสอน หรือ องค์กรความรู้ภูมิปัญญา องค์กรความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในประเทศไทยมีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับความเชื่อทางวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ ภูมิปัญญาจึงถือเป็นจารีตให้ยึดถือปฏิบัติในการใช้ชีวิต การดำรงชีพ การประกอบสัมมาอาชีพที่เหมาะสมกับบริบทของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ความสำคัญของภูมิปัญญาถูกระบุไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ถึง 3 มาตราด้วยกัน ได้แก่ มาตราที่ 46 มาตราที่ 81 และมาตราที่ 289 ซึ่งมีใจความโดยสรุปว่า ชุมชน ท้องถิ่น หน่วยงานท้องถิ่นมีหน้าที่ดูแล รักษา อนุรักษ์ พัฒนาวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยภาครัฐมีหน้าที่ส่งเสริมศิลปะ หัตถกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชาติให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของโลก ดังนั้น ในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญา Morale จึงหมายถึง ภูมิปัญญาสาขาใดสาขาหนึ่งที่บรรพบุรุษได้สั่งสมประสบการณ์และยอมรับว่าดีแล้วและส่งต่อมารากรุ่นสู่รุ่นว่าเป็นวิถีอันดีงาม โดยภูมิปัญญาในที่นี้จะหมายถึงภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ใช้เป็นฐานราก และอาจถูกปรับเปลี่ยนไปบ้างตามลักษณะของสังคมและแรงกดดันจากวัฒนธรรมภายนอกในแต่ละยุคสมัย ซึ่งในการปรับเปลี่ยนต้องอาศัยการคิดในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อต่อยอดภูมิปัญญาจากฐานรากเดิมให้คงอยู่เหมาะสมกับบริบทการนำไปใช้ในสังคมยุคปัจจุบัน

M 2 – Motive แรงจูงใจในการสืบทอด ในการดำเนินธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน มีทั้งแรงจูงใจจากภายนอก (Extrinsic Motivation) ที่เป็นแรงเสริม เช่น รายได้ ผลตอบแทน รางวัล การชื่นชมยกย่อง แต่ในขณะเดียวกันก็มีแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เช่น ความรักในงาน หัตถกรรม ความสุขความละเอียดละไมในชีวิตที่ได้ค้นพบ ความสนุก ความท้าทาย ซึ่งจะส่งผลในเชิงบวกต่อการทำงาน นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพ ประสิทธิภาพในชีวิตการทำงาน หัตถกรรม (Amabile, 1993: Gagne & Deci, 2005) ทั้งนี้ เป็นเพราะงานหัตถกรรมภูมิปัญญาแตกต่างจากการ

ทำธุรกิจการผลิตสินค้าทั่วไป เนื่องจากต้องใช้ฝีมือและทักษะความเชี่ยวชาญส่วนบุคคล เป็นการผลิตที่ใช้ระยะเวลา ใช้ฝีมือ และความอดทน ดังนั้น หากไม่มีใจรักในการทำงานภูมิปัญญาแล้วย่อมไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนได้ ในขณะที่เดียวกันแรงจูงใจด้านรายได้ รางวัล การชื่นชมยกย่อง ได้รับการยอมรับก็เป็นสิ่งสำคัญที่สร้างความสมดุลระหว่างความพยายาม ความอดทน และการพัฒนาทักษะฝีมือให้อยู่ในระดับเชี่ยวชาญที่ต้องตั้งใจและทุ่มเทกำลังความสามารถ ทำให้เกิดความพอใจและมุ่งมั่นที่จะยึดถือ รักษา และสืบทอดภูมิปัญญานั้นไว้ เพราะหากไม่มีรายได้ตอบแทนที่มั่นคง ไม่มีรางวัลตอบแทนให้เกิดความภูมิใจ จะไม่มีสิ่งยึดเหนี่ยวให้ผู้ประกอบการยังคงรักษาสืบทอดภูมิปัญญานั้นไว้ได้

M 3 – Man บุคลากรในการสืบทอด มนุษย์ถือเป็นศูนย์กลางของการขับเคลื่อนกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น บุคลากรที่เกี่ยวข้องในการสืบทอดประกอบด้วย ผู้ส่งมอบความรู้ (Transferors) ซึ่งเป็นผู้ที่มีองค์ความรู้ภูมิปัญญา มีทักษะฝีมือและความเชี่ยวชาญในภูมิปัญญาสาขานั้น และมีความประสงค์ที่จะถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคคลอื่น และ ผู้รับมอบความรู้ (Receivers) คือผู้ที่มีความสนใจที่จะเรียนรู้พัฒนาทักษะฝีมือด้านงานหัตถกรรมภูมิปัญญา ผู้รับมอบความรู้ อาจแสวงหาองค์ความรู้ภูมิปัญญาด้วยตนเองได้ แต่ต้องการส่งเสริมประสบการณ์เพิ่มขึ้นโดยการรับถ่ายทอดความรู้จากผู้ส่งมอบ เป็นการพัฒนาทักษะฝีมือและต่อยอดองค์ความรู้เดิม

ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรนี้มีประเด็นที่ค่อนข้างละเอียดอ่อน เนื่องจากในแต่ละครอบครัวแต่ละธุรกิจมีนิสัยใจคอ ลักษณะเฉพาะ ทักษะคนดี มุมมอง วิธีการเลี้ยงดูที่หลากหลาย ทำให้มีวิธีคิดและวิธีปฏิบัติในธุรกิจที่แตกต่างกัน ซึ่งในประเด็นนี้อาจต้องนำไปศึกษาในเชิงลึกในการวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งผู้วิจัยสรุปได้ว่าผู้ส่งมอบความรู้อาจเป็นหรือไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ประกอบการก็ได้ แต่จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในภูมิปัญญาสาขาใดสาขาหนึ่ง เช่นเดียวกันกับผู้ได้รับมอบความรู้ก็ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ประกอบการหรือผู้รับสืบทอดธุรกิจทุกราย เนื่องจากการเป็นผู้ประกอบการต้องอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น เงินลงทุน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การแข่งขัน ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนาธุรกิจ ดังนั้น ผู้รับมอบความรู้ที่สามารถนำความรู้ภูมิปัญญาไปต่อยอดในการทำธุรกิจได้จึงจะถือเป็นผู้สืบทอด (Successor) ที่แท้จริง ดังนั้นเพื่อส่งเสริมให้เกิดการสืบทอดภูมิปัญญาสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาได้ ควรมีการวางแผนและจัดการอย่างเป็นระบบ ทั้งในส่วนของการบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ การวางแผนและเตรียมความพร้อมของทายาท การวางแผนถ่ายทอดองค์ความรู้ การสร้างความตระหนักและสร้างการยอมรับในคุณค่าของภูมิปัญญาต่อชุมชนโดยรวมด้วย

M 4 – Method กลวิธีในการถ่ายทอด ในอดีตการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาสัมพันธ์กับความเชื่อและค่านิยมพื้นถิ่น ส่วนใหญ่ถ่ายทอดความรู้ในครอบครัวในลักษณะของขนบธรรมเนียมปฏิบัติ ทำให้เกิดการซึมซับองค์ความรู้ (Absorptive Capacity) ซึ่งเกิดขึ้นโดยอัตโนมัติจากรุ่นสู่รุ่น

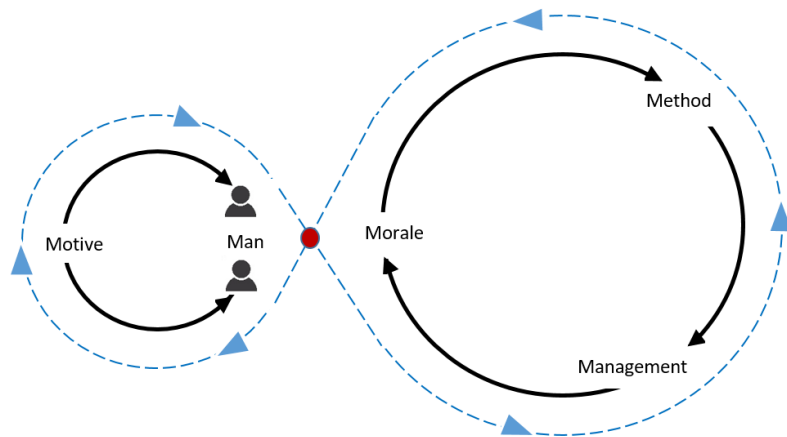
และมีการถ่ายทอดความรู้จากแหล่งเรียนรู้ในชุมชน จากสื่อต่าง ๆ และจากหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่าในการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญามักมีอุปสรรคในด้านการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ (Souza, Pinhanez, Cavalcante & Aluani, 2012) มีช่องว่างของการแบ่งปันข้อมูล ความรู้ระหว่างผู้ถ่ายทอดความรู้และผู้รับถ่ายทอดความรู้ เกิดการต่อต้าน ไม่ร่วมมือ หรือหวงความรู้

ในขั้นตอนของการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญา ผู้วิจัยสังเกตเห็นปัญหาความวิตกกังวล การขาดความเชื่อมั่นและสับสน ทำให้กระบวนการถ่ายทอดและกระบวนการรับความรู้เกิดการชะงัก เพราะทั้งสองฝ่ายขาดความเชื่อมั่น องค์ความรู้ที่มีขาดการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงควรมีการจัดบันทึกความรู้ การใช้สื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บองค์ความรู้โดยมีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ดูแลรักษาองค์ความรู้ ถ่ายทอดความรู้ การเผยแพร่ความรู้ การถ่ายทอดความรู้ควรดำเนินการในเชิงรุก และสร้างหลักสูตรพื้นฐานอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น ไปจนถึงการผลิต การแปรรูป การดำเนินธุรกิจ จนกระทั่งการย้อนกลับมาดูแลรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดความองงามโดยดำเนินการบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

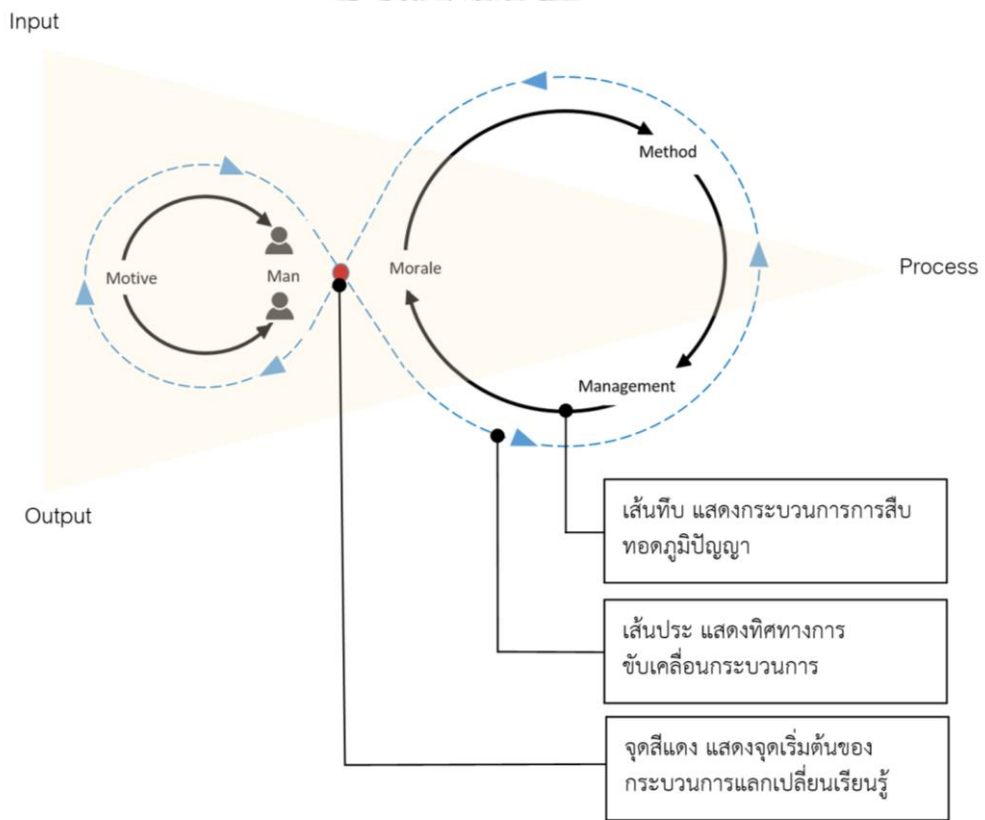
M 5 – Management การจัดการ เป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งในกระบวนการสืบทอด การจัดการในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญานี้ครอบคลุมการจัดการจัดการธุรกิจ ได้แก่ การวางแผน สั่งการ การประสานงาน การควบคุม ซึ่งประกอบไปด้วยหน้าที่ในการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพ บัญชี การเงิน ภาษี การตรวจสอบควบคุมคุณภาพ และด้านการจัดการภูมิปัญญา ซึ่งได้แก่ การประยุกต์ใช้ ต่อยอด รักษา พัฒนา การรับและการส่งต่อ การเตรียมการทายาท

ลักษณะของกระบวนการ 5Ms ในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ต้องทำการสื่อสารคุณค่าของภูมิปัญญา เพื่อให้เกิดความตระหนักและรับรู้ถึงคุณค่าของภูมิปัญญา ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เหมาะสมกับบริบทของชุมชน ไม่เกินกำลังความสามารถ และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นรากฐาน เมื่อผู้ส่งมอบความรู้ และผู้รับมอบความรู้มาพบกันกระบวนการจะเริ่มต้นขึ้น เป็นวัฏจักรที่มีลักษณะสมดุลหมุนวนในลักษณะเกลียวคลื่นความรู้ (Nonaka, 1991)

5.4.2 นวัตกรรมกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น 5Ms มีลักษณะดังต่อไปนี้



ภาพที่ 15 นวัตกรรมกระบวนการ 5Ms



ภาพที่ 16 ลักษณะของนวัตกรรมกระบวนการ 5Ms ในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา

นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือกระบวนการ 5Ms เป็นกระบวนการขับเคลื่อนการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ทำงานแบบสมดุระหว่างผู้ส่งมอบความรู้และผู้รับมอบความรู้ มีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน คือ ผู้ส่งมอบ กระบวนการถ่ายทอด และผู้รับมอบ

1) ผู้ส่งมอบความรู้ภูมิปัญญา เป็นผู้ที่ผ่านมากระบวนการเรียนรู้ในเกลียวคลื่นความรู้มาก่อน เป็นผู้ที่มีความรู้ทั้งแบบความรู้ฝังลึกในตัวตนและความรู้ชัดแจ้ง ผู้ถ่ายทอดจะมีบทบาทเป็นผู้รักษาความรู้หรือ Gate keeper (Csikszentmihalyi, 1999) ที่จะส่งมอบความรู้ภูมิปัญญาภายใต้ขอบเขตขององค์ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่มีอยู่

2) กระบวนการสืบทอด ประกอบด้วย Morale พิธีกรรมความเชื่อทางวัฒนธรรมภูมิปัญญา ภูมิปัญญา มีผลการศึกษาว่าองค์ประกอบทางศาสนาคือความศรัทธาเชื่อมั่นที่เชื่อมโยงกับรูปแบบของวิวัฒนาการและการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถอธิบายสาเหตุของความเชื่อเหนือธรรมชาติที่โยงกับศาสนาและวัฒนธรรมได้ (Gervais, Willard, Norenzayan, & Henrich, 2011), Motive แรงจูงใจ เหตุผล ความจำเป็น และความต้องการในการเรียนรู้ภูมิปัญญา สาเหตุที่มนุษย์ต้องพึ่งพาข้อมูลและปรับให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิต เป็นเพราะสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมไม่สามารถอยู่โดยปราศจากความรู้ทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับการทำอาหาร การสร้างที่พักพิง การผลิตเครื่องมือ จนทำให้มนุษย์ติดอยู่กับวัฒนธรรม แรงจูงใจ ทศนคติและความเชื่อเป็นส่วนใหญ่และอาจเป็นผลมาจากการได้รับการถ่ายทอดวัฒนธรรมนั้นสืบต่อกันมา (Henrich and McElreath 2003), นอกจากนี้ Management หรือการบริหารจัดการ เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการสืบทอดธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน เพราะการบริหารจัดการจะทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลกระทบต่อรายได้และความมั่นคง ซึ่งจะช่วยให้รักษาธุรกิจและส่งต่อไปยังรุ่นต่อไปได้, Method กลวิธีในการถ่ายทอดที่เหมาะสม แหล่งเรียนรู้ที่มีความหลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชน ความรู้ และผู้ส่งและผู้รับความรู้ เพื่อให้กระบวนการถ่ายทอดความรู้เกิดประสิทธิภาพนำไปสู่การฟื้นฟู อนุรักษ์ สืบทอดความรู้จะเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์ความรู้เช่นกัน

3) ผู้รับมอบความรู้ภูมิปัญญา เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะเรียนรู้ภูมิปัญญาเพื่อให้เกิดความรู้ฝังลึกในตัวตน และจะนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง โดยในอนาคตผู้รับถ่ายทอดภูมิปัญญาที่สั่งสมความรู้และประสบการณ์จนถึงระดับที่เชี่ยวชาญและได้รับการยอมรับจากสังคมแล้วจะสามารถเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้ส่งมอบความรู้ให้แก่ผู้รับมอบรายอื่น ๆ วนเวียนเป็นวัฏจักรตามวงล้อของการสืบทอดภูมิปัญญา

จุดที่ ผู้ส่งมอบความรู้ กับ ผู้รับมอบความรู้ มาพบกัน คือจุดที่วงล้อของกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาเริ่มขึ้นอย่างเป็นระบบ การถ่ายทอดความรู้ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนของการขับเคลื่อนความรู้ไปใช้ประโยชน์ การดูดซึม และการใช้ทรัพยากรความรู้ จะเป็นตัวกลางระหว่างภูมิปัญญาที่เป็นทุนทางสังคมกับผลผลิตที่งอกงามจากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น (Maurer, Bartsch,

& Ebers, 2011) กระบวนการดังกล่าวไม่ใช่แค่เพียงการส่งต่อความรู้แบบฝังลึกในตัวคน และความรู้แบบชัดแจ้ง แต่ยังเป็นการส่งต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาจากบุคคลหนึ่งไปสู่บุคคลหนึ่ง จนกระทั่งกลายเป็นวัฏจักรของการถ่ายทอดความรู้ เป็นคุณค่าที่ไม่สามารถประเมินค่าได้ และหากในกระบวนการสืบทอดสามารถผนวกความคิดในเชิงสร้างสรรค์ จะสามารถต่อยอดสร้างองค์ความรู้ใหม่ หรือสามารถต่อยอดองค์ความรู้ภูมิปัญญานั้นให้เหมาะสมกับบริบทของการทำงานที่เหมาะสมกับผู้ใช้ ความรู้นั้นในแต่ละรุ่น (Generation) เพราะกระบวนการเรียนรู้เป็นกระบวนการแบบพลวัต ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Ariya & Chakpitak, 2016) จึงต้องพิจารณาบริบทของสภาพแวดล้อมแต่ละชุมชนที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการประยุกต์ใช้ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับความรู้ที่เป็นวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ (Ruddle, 2000) เพื่อช่วยให้สามารถปรับใช้ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างสมดุลระหว่างทรัพยากรและสภาพแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่น การจัดการองค์ประกอบทั้งสองอย่างเหมาะสม จะทำให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาวขององค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทรัพยากร เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และจะทำให้ความรู้ภูมิปัญญาถูกส่งต่อไปยังคนรุ่นใหม่ได้อย่างชัดแจ้งและเป็นรูปธรรมในที่สุด (Duffield, Gardner, Berkes, & Singh, 1998)



ภาพที่ 17 Input Process Output ของกระบวนการ 5Ms

กระบวนการ 5Ms เริ่มต้นเมื่อมีแรงจูงใจ (Motive) ในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาเกิดขึ้น ผู้รับมอบความรู้จะค้นหาผู้มอบความรู้ในขอบเขตภูมิปัญญา (Morale) ที่ตนสนใจ หรือในทางกลับกัน ผู้มอบความรู้อาจเป็นฝ่ายค้นหาหรือคัดเลือกผู้รับมอบความรู้ก็ได้ เมื่อทั้งสองฝ่าย (Man) ต่างมีความสมัครใจที่จะถ่ายทอดความรู้ กระบวนการสืบทอดความรู้ภูมิปัญญาจะเริ่มต้นขึ้น ในการถ่ายทอดความรู้จะมีลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน มีการใช้กลวิธีต่าง ๆ (Method) ในการถ่ายทอดความรู้ ฝึกปฏิบัติจนเกิดความเชี่ยวชาญ จนสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพซึ่งจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการ (Management) ให้เกิดประสิทธิภาพ รายได้ ความมั่นคงในชีวิต และความยั่งยืน

กระบวนการ 5Ms เป็นนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) ซึ่งได้ทำการรวบรวม วิเคราะห์ ปรับเปลี่ยน และสร้างวิธีการหรือกระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญาในลักษณะที่มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม แตกต่างจากวิธีการเดิมที่ดำเนินการแบบไร้ทิศทาง นวัตกรรมกระบวนการ 5Ms เป็นการกำหนดวิธีการในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เนื่องจากมีการรวบรวม ข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบ มีการตรวจสอบความถูกต้องของ กระบวนการ และการประเมินการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา ความรู้ด้านกระบวนการ เทคนิค และความรู้ทางเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อให้กระบวนการ 5Ms เป็นนวัตกรรมที่ทรงประสิทธิภาพ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, (2561), Becker, (1964)

ในลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งของนวัตกรรมการสืบทอดมรดกเชิงภูมิปัญญา 5Ms คือ การเป็นนวัตกรรมชุมชน (Social Innovation) เนื่องจากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) มุ่งเน้นการปฏิรูปประเทศในทุก ๆ ด้านไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สอดคล้องกับการพัฒนาของ ประชาคมโลกที่ให้ความสำคัญแก่ความยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยการ ขยายผลและนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมลงสู่ชุมชน ขยายขีดความสามารถทางนวัตกรรมแก่สังคมเพื่อ ยกระดับและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน (ธนิต เรื่องรุ่งชัยกุล, 2561) นวัตกรรมชุมชนที่โดดเด่นของประเทศไทยส่วนใหญ่มีที่มาจากพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในหลวงรัชกาลที่ 9 ได้ทรงพระราช กรณียกิจที่ล้วนแต่เป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างที่สุดต่อประชาชนชาวไทย ทรงเป็นราชาปราชญ์ (Philosopher King) ที่มีความรอบรู้และนำพารัฐไปสู่สันติสุขภายใต้สภาวะแวดล้อมที่สับสนและเป็น พลวัตโดยปราศจากความวุ่นวาย พระองค์ทรงพระอัจฉริยภาพทางวิทยาศาสตร์ ได้สร้างสรรค์ นวัตกรรมไว้ถึง 9 ผลงานสิ่งประดิษฐ์ นอกจากนี้ยังทรงคิดค้นหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Mookpadit, 2004) ซึ่งเป็นทฤษฎีสำหรับการดำรงชีวิตและการปฏิบัติตนอยู่บนพื้นฐานของทาง สายกลางและความไม่ประมาท มุ่งส่วนรวมมากกว่าส่วนตน คำนึงถึงผลตอบแทนระยะยาวมากกว่า ระยะสั้น สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดและความต้องการอยากได้อะไรก็มี สร้างภูมิคุ้มกัน ตระหนักคิดรอบคอบ ระมัดระวัง ปฏิบัติตนอย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อให้เกิดความ สมดุลและยั่งยืนในชีวิต (Sunthonkhemapinan, Sujitkittiwat, & Thitasuttho, 2019) ศาสตร์แห่ง พระราชดำรัสที่ว่าก็คืออนวัตกรรมชุมชน (Social Innovation) ที่จะช่วยพัฒนายกระดับให้แก่ ประชาชนให้สามารถนำไปใช้ปฏิบัติ สร้างความกินดีอยู่ดี ปรับปรุงวิถีชีวิตให้กลับสู่ความสมดุล ใช้ชีวิต ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ด้วยความพอเพียง ซึ่งจะนำ ความสุขและความยั่งยืนมาสู่สังคมโดยรวม เช่นเดียวกับนวัตกรรมการสืบทอดมรดกเชิงภูมิปัญญา 5Ms ที่เป็นนวัตกรรมสังคมเพื่อความยั่งยืนของชุมชนซึ่งหากชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืนและ

พัฒนาได้เต็มตามศักยภาพในทุก ๆ ด้านแล้วจะทำให้ประเทศไทยโดยรวมมีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนเช่นเดียวกัน

5.5 การตรวจสอบความถูกต้องของกระบวนการ

เมื่อได้กระบวนการในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา 5Ms ที่สามารถอธิบายวิธีการสืบทอดได้อย่างชัดเจนแล้ว จึงดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง (Validation) ของกระบวนการ โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ

ช่วงที่ 1 การวางแผน เป็นการดำเนินการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา จำนวน 4 ราย ได้แก่

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลัก ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หล่อพระพุทธรูป ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กระดาษสา ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์โคมและตุ๊กล้านนา และผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาที่ไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจภูมิปัญญา จำนวน 1 ราย รวมทั้งสิ้น 5 ราย ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินกระบวนการ 5Ms โดยเป็นการวัดระดับความคิดเห็น 10 ระดับเพื่อทวนสอบความถูกต้องของกระบวนการ

ช่วงที่ 2 การปฏิบัติ เป็นการตรวจสอบปัจจัย 5 ด้าน ในกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา ได้แก่ แรงจูงใจ คติธรรมคำสอน บุคลากรในการสืบทอด กลวิธีในการสืบทอด และการจัดการ

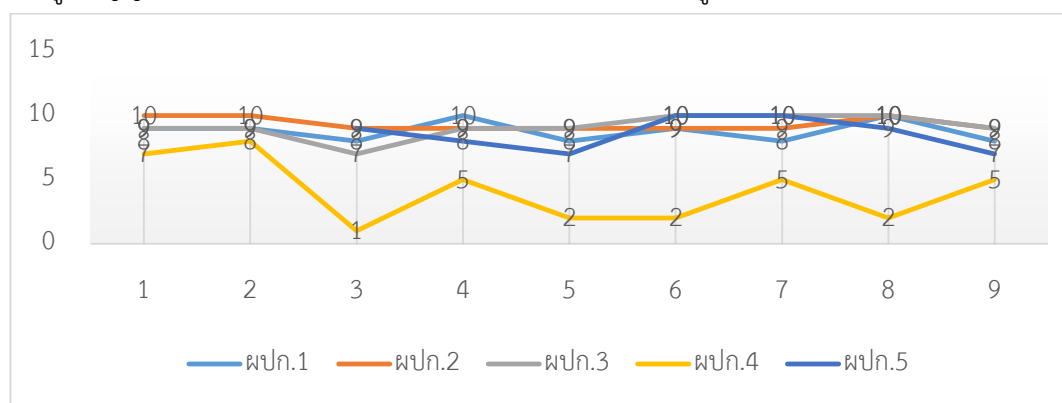
ช่วงที่ 3 การติดตามผล เป็นช่วงของการเปิดรับความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในกระบวนการ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการตรวจสอบความถูกต้องของกระบวนการ 5Ms ปรากฏในตารางที่ 73

ตารางที่ 78 ผลการตรวจสอบความถูกต้องของกระบวนการ 5Ms (ต่อ)

ปัจจัย	ข้อความถาม	ระดับ										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
M 5 - Management	มีการแบ่งงานและมอบหมายหน้าที่รับผิดชอบ	1								*		
		2								*		
		3									*	
		4						*				
		5									*	
	มีการวางแผนวัตถุดิบการผลิต เงินสดหมุนเวียน การตลาด การขาย บัญชี	1									*	
		2									*	
		3									*	
		4			*							
		5								*		
	มีการปรับปรุงกระบวนการผลิต วัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด	1								*		
		2								*		
		3								*		
		4					*					
		5								*		

จากตารางที่ 78 จะเห็นได้ชัดว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสำคัญในกระบวนการ 5Ms ในระดับมาก ซึ่งปรากฏตัวเลขการยอมรับอยู่ในระดับ 8-10 ส่วนผู้ประกอบการ 1 ราย ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่ประสบความสำเร็จและเลิกประกอบธุรกิจภูมิปัญญาแล้ว จะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทั้ง 5 ค่อนข้างต่ำ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปว่ามุมมองของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาซึ่งประกอบด้วยผู้ที่ประสบความสำเร็จในการสืบทอด และไม่ประสบความสำเร็จในการสืบทอดธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน มีแนวโน้มที่ทำให้ยอมรับได้ว่ากระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา 5Ms มีความถูกต้องและนำไปใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจภูมิปัญญาและการสืบทอดธุรกิจภูมิปัญญาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแสดงภาพรวมของข้อมูลในภาพที่ 18



ภาพที่ 18 การกระจายตัวของระดับความคิดเห็นต่อความเห็นด้วยของกระบวนการ

จากภาพแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการรายที่ 1, 2, 3 และ 5 ซึ่งเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในการสืบทอดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา เห็นด้วยและมีแนวปฏิบัติในการสืบทอดธุรกิจภูมิปัญญาที่สอดคล้องกับกระบวนการ 5Ms เนื่องจากมีค่าคะแนนอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ประกอบการรายที่ 4 เป็นผู้ที่ตัดสินใจยุติบทบาทการเป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาแล้ว มีค่าคะแนนในระดับต่ำ เนื่องจากมีแนวคิดและวิธีปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับกระบวนการ 5Ms นั่นเอง



บทที่ 6

ธนาคารภูมิปัญญา

การสร้างธนาคารภูมิปัญญา เป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการเผยแพร่วัฒนธรรม การจัดเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญา และการส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการรักษา สืบทอดภูมิปัญญา หลังจากนั้นได้ทำการประเมินผลการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งเป็นการตอบ วัตถุประสงค์การวิจัย

ข้อ 4 การสร้างธนาคารภูมิปัญญาเพื่อจัดเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ข้อ 5 การประเมินผลการยอมรับรูปแบบนวัตกรรมการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญา

มีรายละเอียดการดำเนินงานดังต่อไปนี้

6.1 การพัฒนาธนาคารภูมิปัญญาแบบ Agile

ในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันธนาคารภูมิปัญญาใช้กระบวนการพัฒนาแบบ Agile ซึ่งเป็น วงจรการพัฒนาแบบ Extreme Programming ที่มุ่งเน้นการทำงานร่วมกัน มีการสื่อสารและการ ปฏิบัติตามระเบียบ (Kazim Ali, 2017) เป็นการพัฒนาที่มุ่งเน้นการสื่อสารระหว่างผู้พัฒนา และผู้ใช้งานระบบ มีวงจรการพัฒนาที่ยืดหยุ่น เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เน้นผลลัพธ์ของงานที่ สามารถนำไปใช้ได้จริง ประกอบด้วยขั้นตอนของการระบุความต้องการ การวิเคราะห์และออกแบบ ระบบ การทดสอบ และการจัดทำเอกสารข้อกำหนดและเนื้อหาของเว็บไซต์

เว็บแอปพลิเคชันธนาคารภูมิปัญญานี้ เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรม กระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา เมื่อ งานวิจัยได้สร้างผลลัพธ์ที่เป็นนวัตกรรมกระบวนการ 5Ms แล้ว จึงได้สร้างธนาคารภูมิปัญญา เพื่อเป็น เครื่องมือในการเผยแพร่ ดังนั้นธนาคารภูมิปัญญาจึงถือเป็นผลลัพธ์ของงานวิจัยในเชิงผลิตภัณฑ์ เพื่อ สนับสนุนการแพร่กระจาย (Diffusion) ของนวัตกรรมกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ สามารถแพร่หลายในวงกว้าง

กระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบ Agile มีรายละเอียดขั้นตอนการพัฒนาดังนี้

6.1.1 การระบุความต้องการ

การพัฒนาธนาคารภูมิปัญญา ได้กำหนดรายละเอียดข้อกำหนดความต้องการ (Specification) ของระบบ โดยต้องการความเรียบง่าย ชัดเจน นำเสนอในประเด็นที่ต้องการไม่ซับซ้อน ใช้งานง่าย เข้าถึงได้ง่ายเพื่อลดความเบื่อหน่ายและความยุ่งยากในการใช้งานของผู้ที่เข้าชม มีการกำหนดลักษณะของเว็บไซต์ เช่น วิดีโอ ข้อความ โทสนีที่ใช้ในการตกแต่งในทิศทางเดียวกัน เน้นรูปแบบและกลิ่นไอบรรยากาศทางภาคเหนือเพื่อสร้างอัตลักษณ์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับภูมิปัญญา มีความน่าเชื่อถือเนื่องจากเป็นงานวิชาการและการเผยแพร่องค์ความรู้ จึงต้องมีการวางแผนการจัดการเนื้อหาให้มีคุณภาพ รายละเอียดความต้องการของระบบ ระบุในตารางที่ 75

ตารางที่ 79 การระบุความต้องการใช้งานของระบบ

Functional Requirement	Non-Functional Requirement
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นระบบที่พัฒนาได้อย่างรวดเร็ว - ใช้งบประมาณต่ำ - สามารถเพิ่ม ลบ และแก้ไขข้อมูลได้ - สามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้ง่าย - ตอบสนองการใช้งานจากอุปกรณ์ที่หลากหลาย - ปรับปรุงแก้ไขได้ง่าย 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้งานได้ต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ - มีความน่าเชื่อถือ - ใช้งานได้ง่าย - เข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว - สามารถให้ความรู้ สร้างคุณค่า และเป็นประโยชน์ - มีความสวยงาม

ธนาคารภูมิปัญญาหรือเว็บแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้น จะนำความต้องการในส่วนของ Functional Requirement และ Non-Functional Requirement ไปพัฒนาต่อโดยใช้โปรแกรม Visual Studio Code ร่วมกับ EditPlus ในการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในการพัฒนา นอกจากนี้ยังลงทะเบียนโดเมนเนม (Domain name) ในชื่อ “สล่าเซ็นเตอร์” (www.salacenter.camt.cmu.ac.th/home.html) โดย “สล่า” หมายถึงผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะทางในงานหัตถกรรมสาขาต่าง ๆ หรือเป็นสรรพนามที่ใช้เรียกขานช่างฝีมือในภาคเหนือ สล่าเซ็นเตอร์จึงเป็นเสมือนคลังความรู้ทางภูมิปัญญาเนื่องจากได้รวบรวมความรู้ในการทำงานหัตถกรรมของช่างฝีมือล้านนาไว้บนเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งจะทำให้ผู้สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลธนาคารภูมิปัญญาได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สามารถค้นหาและเข้าถึงข้อมูลความรู้ภูมิปัญญาที่รวบรวมไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



QR Code สำหรับแอปพลิเคชันสล่าเซ็นเตอร์

รูปแบบโครงสร้างของเว็บแอปพลิเคชันเป็นแบบเรียงลำดับ มีความเรียบง่าย นำเสนอเรื่องราวเป็นลำดับลงไปทีละหน้า มีทิศทางการเข้าถึงเนื้อหาแบบเส้นตรง สามารถเลื่อนลงหรือกดหน้าต่างเพื่อเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย ไม่ซับซ้อน เหมาะกับเว็บแอปพลิเคชันขนาดเล็ก เนื้อหา (Content) ที่จะบรรจุลงในธนาคารภูมิปัญญา ประกอบด้วยเนื้อหาหลัก 6 ส่วน คือ

- 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภูมิปัญญา เป็นการแนะนำให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภูมิปัญญา
- 2) พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ.2559 เป็นการนำเสนอข้อมูลสำคัญด้านการส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาของประเทศไทย
- 3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเชื่อมโยงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ
- 4) นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา เป็นการนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัย (5Ms Model) มาเผยแพร่ให้แก่ผู้ที่มีความสนใจด้านภูมิปัญญา ผู้ต้องการสืบทอดภูมิปัญญา ผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับแวดวงภูมิปัญญา นักเรียนนักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป
- 5) องค์กรความรู้ภูมิปัญญาล้านนา เป็นการรวบรวมความรู้ภูมิปัญญาล้านนาที่เกี่ยวกับงานหัตถกรรม งานฝีมือเชิงช่าง นำเสนอข้อมูลในรูปแบบวีดีโอคลิป
- 6) เว็บไซต์สำหรับแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเชื่อมโยงผู้คนที่มีความสนใจร่วมกัน

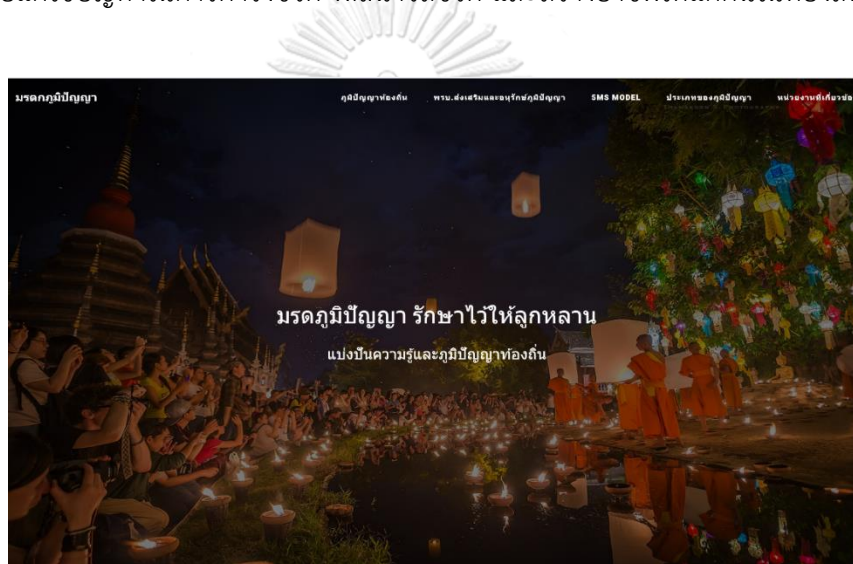
ธนาคารภูมิปัญญาที่ได้พัฒนาขึ้น นำเสนอข้อมูลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภูมิปัญญา

“ภูมิปัญญาท้องถิ่น มรดกของคนไทย รักษาไว้ให้ลูกหลาน”

ภูมิปัญญาท้องถิ่นคือองค์ความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน เป็นความเจริญงอกงามที่ถูกนำมากำหนดให้เป็นแบบแผนในการอยู่ร่วมกันของชุมชน สะท้อนความสัมพันธ์ที่มีความสมดุลระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนในสังคมนั้น แสดงออกมาในรูปของวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะ นันทนาการ ภาษา วรรณกรรม

ภูมิปัญญาผ่านกระบวนการสะสม ลองผิดลองถูก เลือกรส และปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในแต่ละยุคสมัย จนกระทั่งพัฒนาขึ้นมาเป็นองค์ความรู้และถ่ายทอดสืบต่อกันมารุ่นสู่รุ่น เพื่อแก้ไขปัญหาในการดำรงชีวิต พัฒนาวิถีชีวิต และสร้างอาชีพให้แก่คนในท้องถิ่น



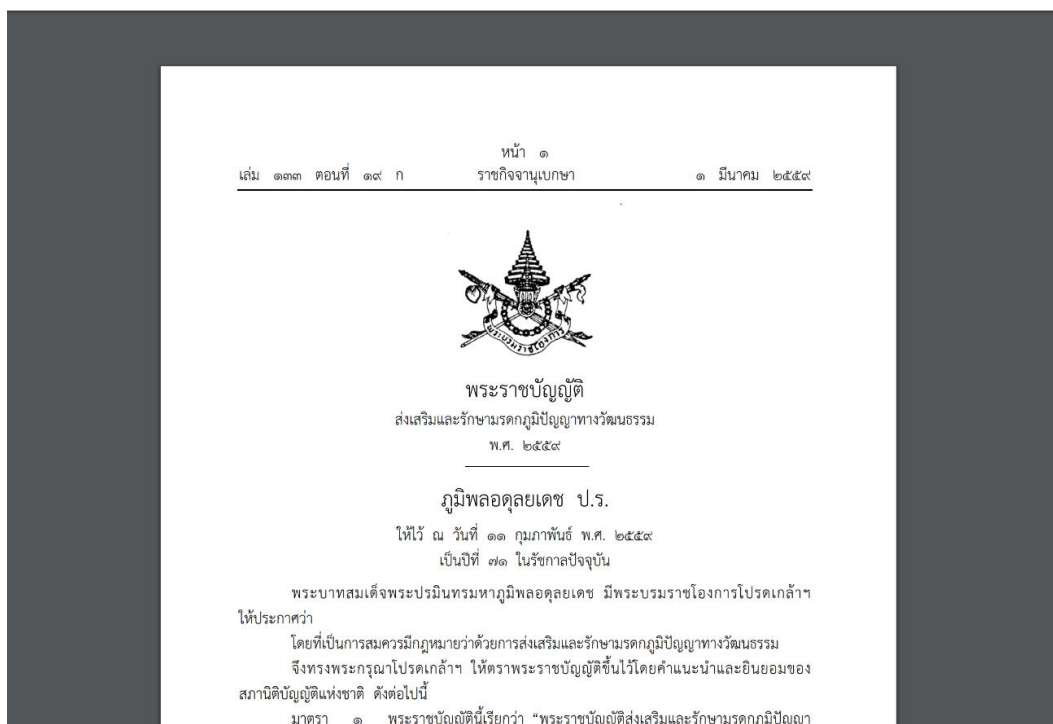
ภาพที่ 19 หน้าหลักธนาคารภูมิปัญญา (<https://salacenter.camt.cmu.ac.th/home.html>)



ภาพที่ 20 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ส่วนที่ 2 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ.2559

มรดกภูมิปัญญา เป็นสิ่งที่ยอมรับว่าดีและมีคุณค่าจนยึดถือปฏิบัติสืบต่อมาจากกลายเป็นแบบแผนทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจของท้องถิ่น มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม แบ่งออกเป็นภูมิปัญญาที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) และภูมิปัญญาที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultral Heritage) ซึ่งจำแนกเป็น 6 ประเภท คือ วรรณกรรมพื้นบ้านและภาษา ศิลปะการแสดง แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม ประเพณีและเทศกาล ความรู้และการปฏิบัติเกี่ยวกับ ธรรมชาติและจักรวาล งานช่างฝีมือดั้งเดิม และการเล่นพื้นบ้าน



ภาพที่ 21 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

ส่วนที่ 3 นวัตกรรมมาสืบทอดมรดกภูมิปัญญาสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา

นำเสนอกระบวนการมาสืบทอดมรดกภูมิปัญญา 5Ms ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัย เพื่อเผยแพร่ให้แก่ผู้สนใจทั่วไป กระบวนการ 5Ms คือการนำเสนอกระบวนการในการมาสืบทอดมรดกภูมิปัญญาสำหรับผู้ประกอบการเชิงภูมิปัญญาที่มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่

M 1 - Morale คติธรรมคำสอน หรือ องค์ความรู้ภูมิปัญญา หมายถึงภูมิปัญญาสาขาใดสาขาหนึ่งที่บรรพบุรุษได้สั่งสมประสบการณ์และยอมรับว่าดีแล้วและส่งต่อมารุ่นสู่รุ่นว่าเป็นวิถีอันดีงาม ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ใช้เป็นฐานราก อาจถูกปรับเปลี่ยนและต่อยอดอย่างสร้างสรรค์ตามบริบทของสังคมและแรงกดดันจากวัฒนธรรมภายนอก

M 2 – Motive แรงจูงใจในการสืบทอด ประกอบด้วยแรงจูงใจจากภายนอก (Extrinsic Motivation) เช่น รายได้ ผลตอบแทน รางวัล การชื่นชม และแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เช่น ความรักในงานหัตถกรรม ความสุขความละเอียดละไมในชีวิตที่ได้ค้นพบ ความสนุก ความท้าทาย ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพ ประสิทธิภาพในชีวิตการทำงานหัตถกรรม ภูมิปัญญา

M 3 – Man บุคลากรในการสืบทอด ประกอบด้วย ผู้ส่งมอบความรู้ (Transferors) ซึ่งเป็นผู้ที่มีองค์ความรู้ภูมิปัญญา (Explicite Knowledge) มีทักษะฝีมือและความเชี่ยวชาญในภูมิปัญญาสาขานั้น (Tacit Knowledge) และมีความประสงค์ที่จะถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคคลอื่น และ ผู้รับมอบความรู้ (Receivers) คือผู้ที่มีความสนใจที่จะเรียนรู้พัฒนาทักษะฝีมือด้านงานหัตถกรรม ภูมิปัญญา ผู้รับมอบความรู้ อาจแสวงหาองค์ความรู้ภูมิปัญญาด้วยตนเองได้ แต่ต้องการส่งเสริมประสบการณ์เพิ่มขึ้นโดยการรับถ่ายทอดความรู้จากผู้ส่งมอบ เป็นการพัฒนาทักษะฝีมือและต่อยอดองค์ความรู้เดิม

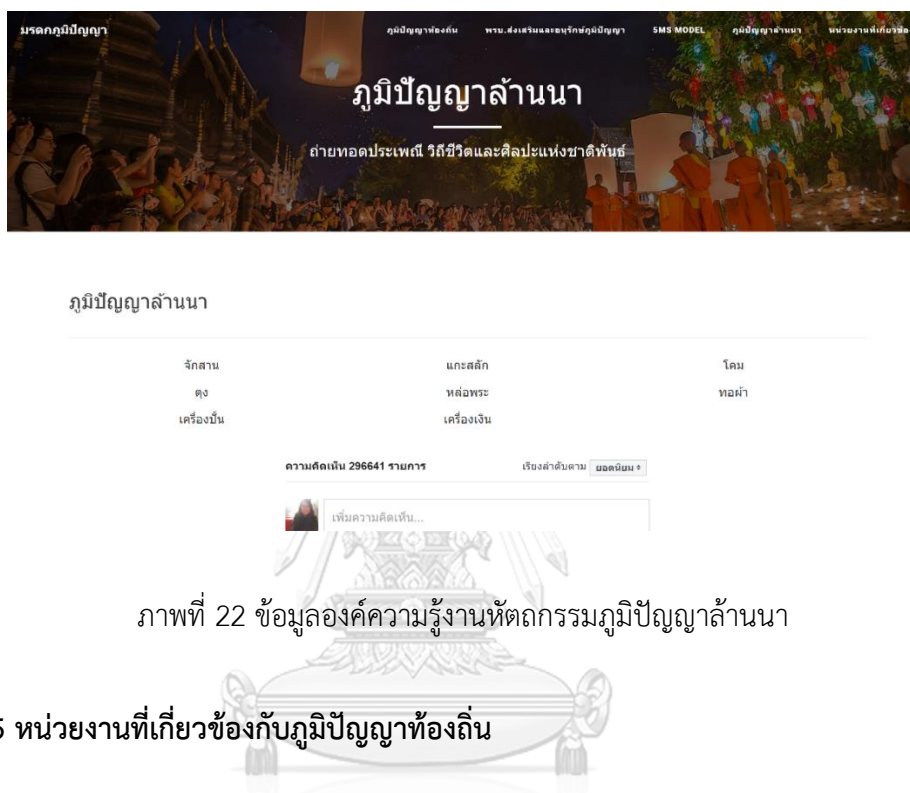
M 4 – Method กลวิธีในการถ่ายทอด ลักษณะของการถ่ายทอดเป็นไปตามความถนัดของผู้ถ่ายทอดและผู้รับถ่ายทอด ทั้งการให้ลงมือปฏิบัติ การเล่าเรื่อง ครูพักลักจำ การลองผิดลองถูก การจดบันทึกความรู้ การใช้สื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บองค์ความรู้ การใช้แหล่งเรียนรู้ การถ่ายทอดในครอบครัว การถ่ายทอดในชุมชนอาจทำผ่านศูนย์เรียนรู้ วัด ทำหน้าที่ดูแลรักษาองค์ความรู้ ถ่ายทอดความรู้ การเผยแพร่ความรู้ การถ่ายทอดความรู้ควรดำเนินการในเชิงรุก (Proactive) และสร้างหลักสูตรพื้นฐานอย่างเต็มรูปแบบ

M 5 – Management ประกอบด้วยการจัดการธุรกิจ ได้แก่ การวางแผน สั่งการ การประสานงาน การควบคุม ซึ่งประกอบไปด้วยหน้าที่ในการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพ บัญชี การเงิน ภาษี การตรวจสอบควบคุมคุณภาพ และด้านการจัดการภูมิปัญญา ซึ่งรวมถึงการประยุกต์ใช้ การต่อยอด การรักษา การฟื้นฟู การรับและการส่งต่อ การเตรียมการทายาท

กระบวนการ 5Ms จะช่วยสื่อสาร (Communication) คุณค่า (Value) ของภูมิปัญญา เพื่อให้เกิดความตระหนัก (Awareness) และการรับรู้ (Perception) ถึงคุณค่าของภูมิปัญญา ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability) เหมาะสมกับบริบทของชุมชน ไม่เกินกำลังความสามารถ และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นรากฐาน เมื่อผู้ส่งมอบความรู้ (Transferors) และผู้รับมอบความรู้ (Receivers) มาพบกันกระบวนการจะเริ่มต้นขึ้น เป็นวัฏจักรที่มีลักษณะสมดุลงมุนวนในลักษณะเกลียวคลื่นความรู้ที่ไม่มีวันสิ้นสุด

ส่วนที่ 4 องค์ความรู้ภูมิปัญญาล้านนา

เป็นข้อมูลในรูปแบบวิดีโอฟรีเซ็นเทซันที่รวบรวมความรู้ภูมิปัญญาล้านนาจากแหล่งต่าง ๆ โดยคัดเลือกมานำเสนอในธนาคารภูมิปัญญา เนื่องจากมีข้อมูลมากมายที่ถูกพัฒนาขึ้น ดังนั้น ในธนาคารภูมิปัญญาจึงได้เลือกสรรข้อมูลที่ทำให้ความรู้ ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ เป็นการแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในเชิงคุณค่าของภูมิปัญญา



ภาพที่ 22 ข้อมูลองค์ความรู้งานหัตถกรรมภูมิปัญญาล้านนา

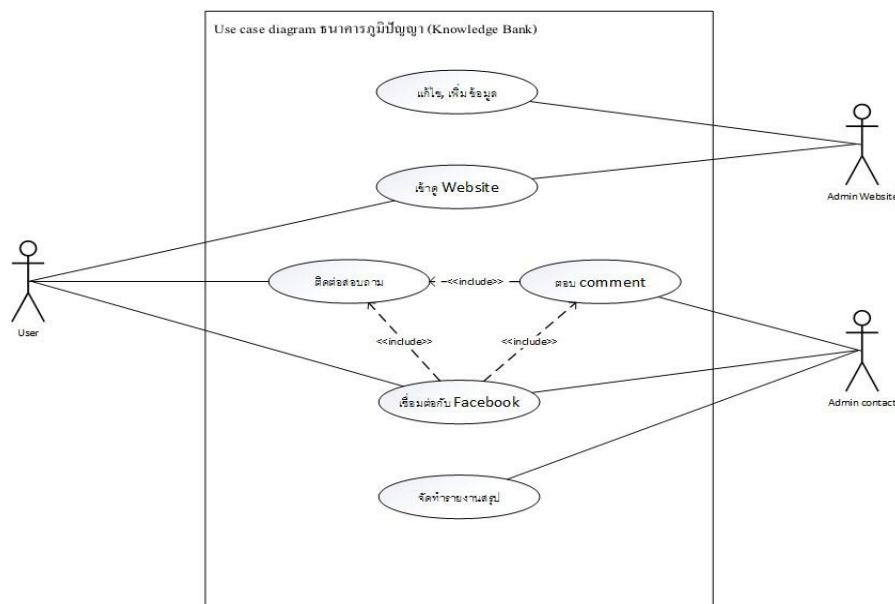
ส่วนที่ 5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น



ภาพที่ 23 ลิงค์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

6.1.2 การออกแบบระบบ

ธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) เป็นเว็บแอปพลิเคชันสำหรับจัดการข้อมูลสารสนเทศนำเสนอบนเว็บไซต์ที่สามารถเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มอื่นได้จำนวนมาก ธนาคารภูมิปัญญามีโครงสร้างและระบบความสัมพันธ์ของข้อมูลดังปรากฏใน Use Case Diagram ด้านล่าง



ภาพที่ 24 Use Case Diagram ของเว็บแอปพลิเคชันสล่าเซ็นเตอร์

ในการออกแบบโครงสร้างการทำงานของเว็บไซต์ สามารถเพิ่มข้อมูล ลบข้อมูล และแก้ไขข้อมูลได้ ผู้ใช้งาน (User) สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้โดยการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์สล่าเซ็นเตอร์ดอทคอม (<https://salacenter.camt.cmu.ac.th/home.html>) โดยไม่ต้องสมัครสมาชิก ไม่ต้องกรอก username และ password ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นข้อความ (Text) คลิปวิดีโอ (Video) และสามารถมีปฏิสัมพันธ์โดยมีส่วนร่วมในการสอบถามผ่านการเขียนคอมเมนต์ (Comment) ที่เชื่อมต่อกับเฟสบุ๊ค และติดต่อสอบถามข้อมูลอื่น ๆ ที่สนใจได้ โดยระบบจะรับข้อมูลและส่งข้อความนั้นไปนำเสนอบนหน้าเว็บไซต์และบนหน้าเพจเฟสบุ๊ค

ผู้ใช้งานสามารถเลือกเมนูเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่สนใจ โดยระบบจะแสดงหน้าจอของข้อมูลที่ผู้ใช้งานเลือก และสามารถย้อนกลับเข้าสู่เมนูหลัก หรือเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยทั้งหมดต้องทำการเชื่อมต่อบนอินเทอร์เน็ตเท่านั้น

เพื่อให้ธนาคารภูมิปัญญาเป็นสื่อในการนำเสนอข้อมูลและเชื่อมโยงผู้คนที่มีความสนใจร่วมกัน ดังนั้น จึงมีการพัฒนาเว็บบอร์ดเพื่อเป็นกระดานข่าวสารหรือช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

สามารถแลกเปลี่ยนบทสนทนา และเปิดโอกาสให้มีการอภิปรายต่อยอดความคิดเห็นในธนาคาร ภูมิปัญญาได้ และหากมีผู้ต้องการแบ่งปันข้อมูลภูมิปัญญา สามารถนำเสนอหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นบนเพจเฟซบุ๊ค salacenter.com ที่เชื่อมโยงกับธนาคารภูมิปัญญา เนื่องจากเฟซบุ๊คเป็น เครื่องมือสื่อสารทางโซเชียลมีเดียที่สามารถจัดการข้อมูล ได้ตอบ และแชร์ข้อมูลร่วมกับโพสต์ได้ง่าย และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้ที่มีจำนวนมากได้อย่างสะดวกรวดเร็วกว่าเว็บไซต์ เมื่อผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บ แอปพลิเคชันสลาเซ็นเตอร์ได้เข้าถึงความรู้ ความเป็นมา และแก่นของภูมิปัญญาแล้ว จะทำให้ผู้ที่มีความสนใจเกิดการรับทราบคุณค่า (Value) และเกิดแรงจูงใจ (Motive) หรือความต้องการในการ เรียนรู้ภูมิปัญญาเพิ่มขึ้นและนำไปสู่การสืบทอดภูมิปัญญา ซึ่งจะเป็นช่องทางให้ผู้รับมอบความรู้ ค้นหาผู้ถ่ายทอดความรู้ ซึ่งจะนำเข้าสู่กระบวนการในการสืบทอดภูมิปัญญา 5Ms และวงล้อของการ ถ่ายทอดภูมิปัญญาจะเริ่มต้นและดำเนินไปจากรุ่นสู่รุ่นอย่างไม่มีการสิ้นสุด ความเชื่อมโยงระหว่าง นวัตกรรม 5Ms และธนาคารภูมิปัญญา มีดังนี้

Motive	คลิปวิดีโอช่วยบอกเล่าเรื่องราวที่น่าสนใจของภูมิปัญญา กระตุ้นให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งและหวงแหนรักษาภูมิปัญญา และอาจนำไปสู่ความสนใจ เรียนรู้องค์ความรู้ภูมิปัญญา
Man	การนำเสนอข้อมูลความรู้ภูมิปัญญางานหัตถกรรม มีลักษณะเป็นการแนะนำ ผู้ถ่ายทอดความรู้ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง จึงเป็นช่องทางในการติดต่อค้นหาหากมี ผู้สนใจต้องการรับถ่ายทอดความรู้
Moral	มีการรวบรวมคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการผลิตงานหัตถกรรม งานฝีมือเชิงช่าง ซึ่งเป็น องค์ความรู้ด้านงานหัตถกรรมภูมิปัญญาของล้านนา รวมถึงพระราชบัญญัติส่งเสริม และรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม และข้อมูลสำคัญด้านการส่งเสริมรักษา มรดกภูมิปัญญาของไทย
Method	ธนาคารภูมิปัญญาเป็นเครื่องมือสมัยใหม่ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญา มีการ จัดเก็บองค์ความรู้ เผยแพร่องค์ความรู้ และมีช่องทางสำหรับแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่าน เว็บไซต์ และมีกระบวนการในการสืบทอดความรู้ 5Ms Model ที่เป็นกลวิธีในการ เก็บรักษาและถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญา
Management	ธนาคารภูมิปัญญาเป็นการจัดการความรู้ภูมิปัญญาที่รวบรวมความรู้ฝังลึกในตัวคน นำมาถ่ายทอดและเผยแพร่ให้เข้าใจได้ง่ายและเห็นภาพที่ชัดเจน

6.1.3 การทดสอบและการใช้งานระบบ

การทดสอบระบบทำควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบ ซึ่งได้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาและวิธีการใช้งานให้สมบูรณ์ ใช้งานง่าย ตรงตามวัตถุประสงค์ และดำเนินการอัปโหลดข้อมูลขึ้นเซิร์ฟเวอร์ เพื่อเผยแพร่ข้อเว็บไซต์ธนาคารภูมิปัญญา

6.1.4 การจัดการเว็บไซต์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนา “นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา” (5 Ms Model) ซึ่งเป็นนวัตกรรมกระบวนการ และเป็นนวัตกรรมชุมชน คือเป็นนวัตกรรมที่เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นมีกระบวนการในการพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน เป็นการทำความตั้งใจโดยจิตอาสาไม่มีค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอย่างชัดเจน แต่นวัตกรรมจะช่วยให้ชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาในการเลี้ยงชีพมีขีดความสามารถรักษาและส่งต่อภูมิปัญญานี้ให้แก่ลูกหลาน ทำให้เกิดการพัฒนา ต่อยอด สร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้ภูมิปัญญาดัดแปลงเป็นสินค้าหัตถกรรมและสร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชนและสังคมอย่างทวีคูณ (Multiply)

ดังนั้น ธนาคารภูมิปัญญาจึงเป็นเพียงการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการจัดการจัดเก็บองค์ความรู้ โดยเป็นเว็บแอปพลิเคชันที่ออกแบบขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้ด้านงานหัตถกรรมภูมิปัญญาล้านนา ธนาคารภูมิปัญญาจึงเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นนวัตกรรมหลักที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ และเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายและผู้วิจัยได้คัดเลือกมานำเสนอ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ดูแลจัดการข้อมูล (Admin Website) ในธนาคารภูมิปัญญานี้แต่เพียงผู้เดียว โดยผู้เข้าชมเว็บทำได้เพียงเป็นเพียงผู้ใช้งาน (User) ซึ่งสามารถเข้าใช้งานผ่าน www.salacenter.camtcmu.ac.th/home.html ซึ่งมีการวางแผนการจัดการเว็บไซต์ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ดังนี้

- 1) เชื่อมโยงเว็บแอปพลิเคชันธนาคารภูมิปัญญา กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนส่งเสริมภูมิปัญญา โดยทำการแกลกลิงค์ (URL) เพื่อแลกเปลี่ยน visitor
- 2) อัปเดตเว็บไซต์ เพิ่มเนื้อหาใหม่เพื่อดึงดูดและชวนให้ติดตาม
- 3) ใช้ประโยชน์จากโซเชียลมีเดียโดยการสร้างเพจเฟซบุ๊ค เพื่อแชร์เนื้อหา (Content) ในเพจเฟซบุ๊ค เมื่อมีผู้ชมกดเข้ามาดูก็จะเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ธนาคารภูมิปัญญา และสามารถแชร์เนื้อหาให้เพื่อนหรือผู้ที่สนใจ

6.2 การประเมินการยอมรับนวัตกรรม

การประเมินนวัตกรรมกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา หรือที่เรียกว่า กระบวนการ 5Ms โดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัฒนธรรมภูมิปัญญา จำนวน 3 คน ครูภูมิปัญญา 2 คน ผู้ประกอบการที่รับช่วงสืบทอดธุรกิจเชิงภูมิปัญญา 2 คน และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาที่ไม่ประสบความสำเร็จด้านธุรกิจและเลิกกิจการแล้ว จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน ใช้วิธีการอธิบายประกอบการชมแผนภาพกระบวนการ 5 Ms และให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการประเมินนวัตกรรมโดยใช้แบบสอบถาม โดยใช้กรอบแนวทางการประเมินคุณค่า 3 ด้าน ได้แก่ คุณค่าของนวัตกรรมที่ได้พัฒนาขึ้น คุณค่าของนวัตกรรมต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น และคุณค่าในด้านการสร้างคุณประโยชน์ ผลการประเมินนวัตกรรมกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา มีดังนี้

ตารางที่ 80 ผลการประเมินนวัตกรรมกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
คุณค่าของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น			
1 เป็นกระบวนการใหม่ที่ยังไม่มีใครเคยมี	4.44	0.42	มาก
2 สามารถนำไปใช้งานได้จริง	4.57	0.45	มากที่สุด
3 แสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์	4.38	0.35	มาก
4 ครอบคลุมการสืบทอดภูมิปัญญาทั้งกระบวนการ	4.31	0.37	มาก
คุณค่าของนวัตกรรมต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น			
5 สะท้อนคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.56	0.32	มากที่สุด
6 ส่งเสริมให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษาภูมิปัญญา	4.13	0.23	มาก
7 สะท้อนปัญหาของภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.25	0.27	มาก
8 นำเสนอทางเลือกในการแก้ไขปัญหา	4.63	0.23	มากที่สุด
คุณค่าในด้านการสร้างคุณประโยชน์			
9 ตอบสนองการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น	4.50	0.53	มาก
10 นำพาวิถีชีวิตที่สุขสงบกลับคืนมาในท้องถิ่น	4.38	0.23	มาก
11 มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรที่พอเพียงในท้องถิ่น	4.31	0.59	มาก
12 ช่วยรักษามรดกทางภูมิปัญญาของคนไทย	4.38	0.35	มาก

จากตารางที่ 80 พบว่า นวัตกรรม 5Ms นำเสนอทางเลือกในการแก้ไขปัญหา ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมา นวัตกรรมสามารถนำไปใช้งานได้จริง ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 และนวัตกรรมสามารถสะท้อนคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 ตามลำดับ โดยประเด็นคุณค่าของนวัตกรรมมีระดับค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือประเด็นคุณค่าของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น และลำดับสุดท้ายคือด้านคุณค่าในการสร้างประโยชน์ตามลำดับ และผู้ประเมินมีความพอใจที่จะเข้าใช้งาน เพราะเป็นการสนับสนุนวัฒนธรรมภูมิปัญญา และได้รวบรวมภูมิปัญญาทางหัตถกรรมของล้านนาไว้ที่เว็บไซต์เดียวกัน

นอกจากนี้ ยังได้รวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นด้านการสืบทอดภูมิปัญญาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ทำการประเมินนวัตกรรมดังนี้

"การจะสืบสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาล้านนาให้เกิดผลนั้น ต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เรียกว่าทุกลมหายใจเลยจึงจะเป็นจริง"

"การนำพ่อครู แม่ครู มาถ่ายทอดภูมิปัญญาล้านนาให้แก่เยาวชนและผู้สนใจแค่นี้ยังไม่พอหรอก มันต้องเริ่มจากที่บ้าน พ่อแม่ต้องช่วยผลักดันให้เขาเห็นความสำคัญก่อนขั้นตอนอื่นจึงจะตามมา"

"รูปแบบของการสอนและการส่งต่อความรู้มีหลายวิธี เช่น การให้ศิษย์เลือกครู-ครูเลือกศิษย์ คือคนที่เรียนรู้อาจมีความสนใจอยากเรียนก่อน เลือกมาเรียนกับครูคนนี้ เมื่อเรียนแล้วได้วิชา ความรู้ก็อยู่ที่ตัวผู้เรียนเองว่ามีความตั้งใจมากแค่ไหนที่จะขวนขวายหรือมุ่งมั่นให้ได้ความรู้เพิ่ม โดยขั้นตอนนี้ครูจะเป็นผู้เลือกแล้วว่าศิษย์คนไหนที่มีใจรัก ตั้งใจจริงจึงจะถ่ายทอดความรู้และเทคนิควิธีที่ลึกซึ้งมากขึ้น"

"กระบวนการ 5Ms ควรนำเสนอเป็นลำดับขั้นตอน และอยากให้ผู้ประกอบการแบ่งปันประสบการณ์เพื่อบันทึกความรู้ที่เป็นรายละเอียดในแต่ละปัจจัยเพิ่ม เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ ดีใจที่มีคนคิดแทนพวกเขาเพื่อช่วยกันรักษาภูมิปัญญาของเราไว้"

"ควรเพิ่มนำเสนอข้อมูลที่สั้น กระชับ และบอกที่มาหรือจุดประสงค์ของการเว็บไซต์ครั้งนี้"

กระบวนการสร้างความยั่งยืนและความมีส่วนร่วมของชุมชนต่อธนาคารภูมิปัญญาหรือเว็บไซต์ สล่าเซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดองค์ความรู้ นวัตกรรม 5Ms ที่ได้จากการศึกษาวิจัย ธนาคารภูมิปัญญาได้รับการยอมรับและนำไปใช้โดยศูนย์นวัตกรรมและการจัดการความรู้ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่สังกัดสถาบันการศึกษาที่ทำหน้าที่สนับสนุนองค์ความรู้ เทคโนโลยี และประสบการณ์ถ่ายทอดสู่ชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือ เคยมีผลงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหัตถกรรมท้องถิ่น เช่น โครงการ Handmade Chiang Mai โครงการล้านนาสร้างสรรค์ (Creative Lanna) และโครงการพัฒนาศักยภาพและพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยได้ทดลองนำนวัตกรรมกระบวนการ 5Ms ไปถ่ายทอดในชุมชนหัตถกรรมผ้าทอ บ้านแพะ อำเภอบ้านธิ และผ้าทอบ้านก้อทุ่ง อำเภอสี จังหวัดลำพูน เพื่อสร้างความตระหนักในความสำคัญของภูมิปัญญาในกลุ่มผู้ประกอบการและทายาท เป็นขั้นตอนของการให้ความรู้เพื่อสร้างแรงจูงใจเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจรับ หรือไม่รับนวัตกรรม 5Ms และนำไปสู่การสืบทอดภูมิปัญญาและการตัดสินใจ ตามกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม (Innovation Decision Process) ของ Roger และ Shoemark, (2003) ในที่สุด

จากตารางที่ 80 เพื่อให้เกิดความชัดเจนในประเด็นคุณค่าของนวัตกรรมที่มีระดับคะแนนสูงสุด จึงทำการวิเคราะห์คุณค่าของนวัตกรรม 5Ms เพื่อทดสอบความถูกต้อง โดยวิเคราะห์คุณค่าของนวัตกรรม (Value Proposition: VP) ตามแนวคิดของ Osterwalder and Pigneur (2010) โดยใช้ Business Model Canvas มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า (Customer Segments: CS) เป็นการศึกษาคุณค่าเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง ในเชิงพฤติกรรม ความต้องการ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การศึกษาครั้งนี้แบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่หลักในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา และกลุ่มลูกค้ารอง ได้แก่ ศูนย์นวัตกรรมและจัดการความรู้ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เป็นผู้ใช้ความรู้นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา 5Ms จากเว็บไซต์สลาเซ็นเตอร์หรือธนาคารภูมิปัญญาไปใช้ในการพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และภาคเหนือตอนบน เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่หลักในการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี และประสบการณ์ถ่ายทอดสู่ชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือเป็นหลัก
2. คุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Proposition: VP) แม้จะมีความตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญา แต่ก็ยังไม่มีแบบแผนในการสืบทอดภูมิปัญญาที่เป็นรูปธรรมเกิดขึ้นในสังคมไทย นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา (5Ms Model) จึงเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง หรือปัญหาที่ยังไม่ได้รับการแก้ไขนั้น คุณค่าหรือความโดดเด่นของนวัตกรรม 5Ms สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้
 - 1) ความแปลกใหม่ เนื่องจากยังไม่มีแบบแผนในการสืบทอดภูมิปัญญามาก่อน การดำเนินการที่ผ่านมาเป็นลักษณะของการส่งต่อความรู้แบบสมัครใจ สอนตามใจผู้สอน เรียนตามใจผู้เรียน ไม่มีการจัดบันทึกความรู้ ส่งต่อกันในครอบครัว ใช้วิธีการครูพักลักจำ

- 2) การพัฒนานวัตกรรม 5Ms โดยใช้ความรู้และข้อเท็จจริงที่ได้จากการศึกษาวิจัย เอกสาร การเก็บแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างอย่างเป็นเหตุเป็นผลและสร้างสรรค์ เพื่อค้นหาคำตอบในการสร้างกระบวนการสืบทอดที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ ช่วยเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการสืบทอดและรักษา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ลดความเสี่ยงในการสูญหายของภูมิปัญญาท้องถิ่น
 - 3) ง่ายต่อการทำความเข้าใจ นวัตกรรม 5Ms จำลองกระบวนการการสืบทอดมรดก ภูมิปัญญา ที่ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลัก และอธิบายลักษณะของกระบวนการที่ชัดเจน ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และมีธนาคารภูมิปัญญาซึ่งเป็นเว็บแอปพลิเคชัน เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่องค์ความรู้นวัตกรรม และองค์ความรู้หัตถกรรมภูมิปัญญาถิ่นนาที่ผู้สนใจสามารถเข้าถึงได้อย่างแพร่หลาย
3. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship: CR) มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย ทั้งในการเผยแพร่องค์ความรู้นวัตกรรม 5Ms ที่ได้จากการศึกษาวิจัย การให้บริการทางวิชาการ การเป็นที่ปรึกษาและสนับสนุนการสืบทอดภูมิปัญญาในท้องถิ่น การเผยแพร่ความรู้ผ่านธนาคารภูมิปัญญา การต่อยอดเนื้อหา (Content) ในธนาคารภูมิปัญญา ด้านการโปรโมชัน คือการนำนวัตกรรม 5Ms ไปใช้ต่อยอดและเผยแพร่บนเว็บไซต์โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เนื่องจากเป็นนวัตกรรมเพื่อสังคม
 4. ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Distribution Channel: DC) การนำนวัตกรรม 5Ms ไปเผยแพร่ต่อยอดองค์ความรู้และใช้ประโยชน์ในกลุ่มเป้าหมาย ทำได้โดยตรงผ่านเว็บไซต์สำเร็จรูป และโดยการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมภูมิปัญญาทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และสามารถเข้าถึงด้วยการพบปะกลุ่มเป้าหมายโดยตรงด้วยเช่นกัน
 5. รายได้หลัก (Revenue Streams: RS) นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา 5Ms เนื่องจากเป็นนวัตกรรมกระบวนการเพื่อชุมชนเพื่อสังคม จึงไม่มีผลประโยชน์ทางตรง (Direct Benefit) ที่คิดเป็นตัวเงินจากการขายนวัตกรรม ผู้วิจัยจึงประเมินผลประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Benefit) ซึ่งเป็นการประเมินผลประโยชน์ที่อาจเป็นตัวเงินที่เกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงผลประโยชน์ที่ไม่สามารถประเมินเป็นตัวเงินได้ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ดังนี้
 - 1) การสืบทอดธุรกิจเชิงภูมิปัญญาทำให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น กระจายรายได้และความเจริญจากส่วนกลาง ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น โดยสามารถประเมินรายได้ของผู้ที่ดำเนินธุรกิจภูมิปัญญา ดังนี้ (ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม)

- หากมีผู้สืบทอดธุรกิจภูมิปัญญาเพิ่มขึ้น 1 ราย จะมีรายได้เฉลี่ย 700,000 ต่อปี
 - หากมีผู้สืบทอดธุรกิจภูมิปัญญาเพิ่มขึ้น 5 ราย จะมีรายได้ 3,500,000 ต่อปี
 - หากมีผู้สืบทอดธุรกิจภูมิปัญญาเพิ่มขึ้น 10 ราย จะมีรายได้ 7,000,000 ต่อปี
 - หากมีผู้สืบทอดธุรกิจภูมิปัญญาเพิ่มขึ้น 100 ราย จะมีรายได้ 700,000,000 ต่อปี
- 2) การสืบทอดธุรกิจเชิงภูมิปัญญาช่วยรักษามรดกภูมิปัญญาที่เป็นอัตลักษณ์ของชาติให้คงอยู่
 - 3) การสืบทอดธุรกิจเชิงภูมิปัญญาทำให้เกิดความสมดุลระหว่างเงินลงทุน รายได้ ทรัพยากรการผลิต และแรงงานในท้องถิ่น
 - 4) ทำให้รู้จักรากเหง้า ที่มา ประวัติศาสตร์ เรื่องราว เกิดความภูมิใจในอัตลักษณ์และความเป็นท้องถิ่น
 - 5) ธุรกิจที่ใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานมีส่วนขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นส่วนสำคัญที่สนับสนุนการท่องเที่ยว
6. พันธมิตร (Key Partnerships: KP) พันธมิตรของนวัตกรรม 5Ms คือองค์กรทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา ทุกฝ่ายล้วนแต่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา หน่วยงานที่มีหน้าที่หลักในการส่งเสริมภูมิปัญญา หน่วยงานพัฒนาชุมชน หน่วยงานถ่ายทอดองค์ความรู้ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์ศิลปาชีพระหว่างประเทศ โองเฮียนสืบสานภูมิปัญญา ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ชมรมส่งเสริมสล่าล้านนา เป็นต้น
 7. กิจกรรมหลัก (Key Activities: KA) กิจกรรมหลักที่ต้องดำเนินการคือการนำนวัตกรรม 5Ms ไปใช้ให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการรับช่วงสืบทอดภูมิปัญญาและธุรกิจ และกิจกรรมสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการศึกษาปัญหาและปัจจัยแวดล้อมอื่นที่เกิดขึ้นในกระบวนการสืบทอด เพื่อนำมาพัฒนากระบวนการ 5Ms ให้มีประสิทธิภาพ
 8. ทรัพยากรหลัก (Key Resources: KR) ผลการวิเคราะห์ทรัพยากรสำคัญ ประกอบด้วย
 - 1) ทรัพยากรบุคคล ได้แก่ ครูภูมิปัญญา สล่า ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา ผู้เฒ่าผู้แก่ในชุมชน ศิลปิน
 - 2) ทรัพยากรภูมิปัญญา ได้แก่ องค์ความรู้ภูมิปัญญาหัตถกรรมและงานฝีมือเชิงช่าง ประเภทต่าง ๆ
 - 3) ทรัพยากรการเงิน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บข้อมูล ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเว็บไซต์ แอปพลิเคชันสล่าเซ็นเตอร์ ค่าใช้จ่ายในการดูแลระบบ ค่าจัดทำเอกสารแบบสอบถาม ค่าใช้จ่ายในการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ

9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure: CS) ต้นทุนของนวัตกรรมประกอบด้วยค่าใช้จ่ายลงทุน และค่าใช้จ่ายดำเนินการ

1) ค่าใช้จ่ายลงทุน

<input type="checkbox"/> ค่าพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน	20,000.00 บาท
<input type="checkbox"/> ค่าวัสดุ อุปกรณ์	2,500.00 บาท
	รวม 22,500.00 บาท

2) ค่าใช้จ่ายดำเนินการ

<input type="checkbox"/> ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บข้อมูล	10,000.00 บาท
<input type="checkbox"/> ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบ	5,000.00 บาท
<input type="checkbox"/> ค่าใช้จ่ายในการจัดทำเอกสาร	3,000.00 บาท
<input type="checkbox"/> ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม	2,500.00 บาท
<input type="checkbox"/> ค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิ	6,000.00 บาท
	รวม 26,500.00 บาท

รวมค่าใช้จ่ายลงทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินการ 49,000.00 บาท

6.พันธมิตร	7.กิจกรรมหลัก	2.คุณค่าของนวัตกรรม	3.ความสัมพันธ์กับลูกค้า	1.กลุ่มลูกค้า
-กระทรวงวัฒนธรรม -กรมส่งเสริมวัฒนธรรม -สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ -ศูนย์ศิลปาชีพพระหว่างประเทศ -โฮงเฮียนสืบสานภูมิปัญญา -ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ฯลฯ	- การทดลองใช้นวัตกรรม -การศึกษาปัญหาเพื่อปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	-ความแปลกใหม่ -การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ -ความง่ายต่อการทำความเข้าใจ -ความสามารถในการรักษาและสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	-การเผยแพร่องค์ความรู้ให้คำปรึกษาและสนับสนุนการสืบทอดภูมิปัญญาในท้องถิ่น -การเผยแพร่ความรู้ผ่านธนาคารภูมิปัญญา -นวัตกรรมเพื่อสังคม	กลุ่มลูกค้าหลัก: ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา กลุ่มลูกค้ารอง: ศูนย์นวัตกรรมและจัดการความรู้ วิทยาลัย ศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
	8.ทรัพยากรหลัก		4.ช่องทางการเข้าถึง	
	-ทรัพยากรบุคคล -ทรัพยากรภูมิปัญญา -ทรัพยากรการเงิน		-เว็บไซต์สไลด์เซ็นเตอร์ -ศูนย์นวัตกรรมและจัดการความรู้ -พบปะกลุ่มเป้าหมาย	
9.โครงสร้างต้นทุน		5.รายได้หลัก		
-ค่าใช้จ่ายลงทุน 22,500 บาท -ค่าใช้จ่ายดำเนินการ 26,500 บาท		- เป็นนวัตกรรมเพื่อสังคม ไม่มีผลประโยชน์ทางตรง แต่จะทำให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐศาสตร์เกิดขึ้นหากมีผู้สืบทอดธุรกิจภูมิปัญญา เฉลี่ย 700,000 บาทต่อคน/ปี		

ภาพที่ 25 การวิเคราะห์คุณค่าของนวัตกรรม 5Ms โดยใช้ Business Model Canvas

จากภาพที่ 25 คุณค่าของนวัตกรรม 5Ms คือการสร้างกระบวนการในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นกระบวนการที่มีความแปลกใหม่ เข้าใจได้ง่าย และมาจากการศึกษาข้อมูลเชิงวิชาการที่มีการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการ มีเป้าหมายหลักคือกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และสามารถประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการเชิงภูมิปัญญาในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบทด้านการสืบทอดภูมิปัญญาใกล้เคียงกัน มีเป้าหมายรองคือศูนย์นวัตกรรมและการจัดการความรู้ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการให้บริการที่หลากหลาย มีช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงและทางอ้อมผ่านธนาคารภูมิปัญญาหรือเว็บแอปพลิเคชันสไลด์ เซ็นเตอร์ รายได้ของนวัตกรรมยังไม่เกิดขึ้นเนื่องจากเป็นนวัตกรรมเพื่อสังคม แต่สามารถประมาณการได้ว่าหากมีจำนวนผู้สืบทอดธุรกิจภูมิปัญญาเพิ่มขึ้น จะสร้างรายได้ประมาณ 700,000 บาทต่อราย ด้านพันธมิตรของโครงการคือหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ พัฒนา การรักษาและสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น กิจกรรมหลักคือการถ่ายทอดองค์ความรู้และการพัฒนากระบวนการ 5Ms ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทรัพยากรหลักที่ใช้คือ ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรภูมิปัญญา และทรัพยากรการเงิน และมีโครงสร้างต้นทุนประกอบด้วยค่าใช้จ่ายลงทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินการ ประมาณ 49,000 บาท

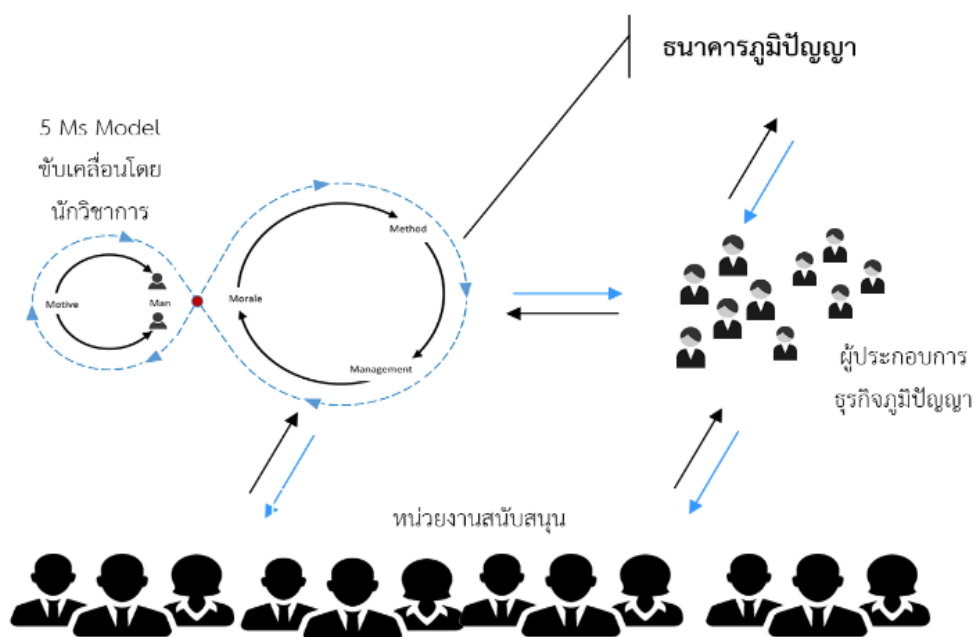
6.3 การประยุกต์ใช้นวัตกรรม 5Ms

นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้บริบทของนวัตกรรมชุมชน โดยแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

นวัตกรรมหลัก กระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา (5Ms Model)

เทคโนโลยี ธนาคารภูมิปัญญา (www.salacenter.cmat.cmu.ac.th/home.html)

- การประยุกต์ใช้
- นักวิชาการและสถาบันการศึกษาเป็นผู้ขับเคลื่อนกระบวนการ 5Ms โดยให้ความรู้ผ่านการบริการวิชาการ การให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ
 - ผู้ประกอบการเข้าถึงข้อมูลความรู้ผ่านธนาคารภูมิปัญญา และประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการสืบทอดธุรกิจภูมิปัญญา
 - การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ตามบริบทของปัญหาและความต้องการ และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 26 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการ 5Ms

บทที่ 7

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา มีรายละเอียดในการดำเนินการดังต่อไปนี้

7.1 สรุปผลการวิจัย

ในการดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งวัตถุประสงค์ออกเป็น 5 ข้อ ดังนั้นจึงจะสรุปผลการวิจัยโดยอ้างอิงจากวัตถุประสงค์ทั้ง 5 ข้อตามลำดับดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจ กระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ประกอบ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การขับเคลื่อนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา

เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายจำนวน 308 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.57 มีอายุ 61 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.32 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 86.04 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 32.47 ส่วนใหญ่มีบุตรจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 46.43 เริ่มทำธุรกิจมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.49 ส่วนใหญ่เป็นรุ่นก่อตั้ง คิดเป็นร้อยละ 72.73 มีจำนวนพนักงาน-ลูกจ้าง 1-10 คน คิดเป็นร้อยละ 79.55 โดยพนักงาน-ลูกจ้างเป็นสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 35.06 ส่วนใหญ่ผลิตของใช้ของตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 52.56 ประเภทของการดำเนินธุรกิจเป็นลักษณะเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 80.84 ส่วนใหญ่รับผลิตและจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 69.05 ทำการขายตรงผ่านหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 37.12 และมีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.20 ผู้ประกอบการต้องการส่งมอบธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 85.71 และต้องการส่งมอบให้แก่บุตร ผู้สืบทอด คิดเป็นร้อยละ 30.52 ในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่พบปัญหาด้านการขาดผู้สืบทอดธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.80

ในการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา จำนวน 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านภูมิปัญญา ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด และปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ทั้ง 4 ปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อนำตัวแปรทั้ง 4 มาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบ Stepwise ที่ทดสอบแล้วว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อค้นหาตัว

พยากรณ์ที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่ามีเพียง 3 ตัวแปรที่มีผลต่อการสืบทอด ได้แก่ ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ตัวแปรด้านภูมิปัญญา และตัวแปรด้านทายาทและการสืบทอด

เมื่อนำประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา จำนวน 17 ปัจจัย มาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบ Stepwise ร่วมกับตัวแปรที่ส่งผลต่อการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้ง 3 ตัวแปร พบตัวแปรอิสระที่ทดสอบแล้วว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งหมด 8 ตัวแปร คือ ปัจจัยด้านภูมิปัญญา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ปัจจัยปัญหาด้านผู้สืบทอด ปัจจัยปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ปัจจัยปัญหาด้านการขนส่งสินค้า ปัจจัยปัญหาด้านการตลาด ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด และปัจจัยปัญหาด้านการพัฒนานวัตกรรม

นำข้อมูลที่ได้มาสังกัดองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม ในแต่ละองค์ประกอบของแบบประเมินเกี่ยวกับการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยทำการหมุนแกนองค์ประกอบ คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแม็กซ์ (Varimax Method) สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของแบบประเมินเกี่ยวกับการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้ทั้งหมด 6 องค์ประกอบ แต่เมื่อพิจารณาความเหมาะสมของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ที่มีค่าเกิน 0.30 (โดยไม่พิจารณาเครื่องหมายว่าเป็นบวกหรือเป็นลบ) เหลือองค์ประกอบที่ใช้ได้จริง 2 องค์ประกอบ ดังนี้

1 องค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุ ระยะเวลาในการธุรกิจ และระดับการศึกษา มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.637 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.729 – 0.901

2 องค์ประกอบด้านการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนพนักงาน ประเภทธุรกิจ และรายได้ต่อปี มีค่าไอเกน เท่ากับ 2.017 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.716 – 0.857

ในขั้นตอนนี้ นำปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ปัจจัยด้านภูมิปัญญา และปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด ซึ่งเป็นข้อมูลในเชิงปริมาณไปใช้ในการศึกษาเชิงลึกในขั้นตอนต่อไปเพื่อสร้างนวัตกรรมการสืบทอดภูมิปัญญา ส่วนปัจจัยที่ได้จากการสังกัดองค์ประกอบ จำนวน 2 องค์ประกอบ รวม 6 ตัวแปร เป็นข้อมูลในเชิงคุณภาพ นำไปใช้ในการสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การสร้างและการจัดการองค์ความรู้การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จำนวน 36 บทความ ผลการศึกษาพบประเด็นสำคัญที่ถูกกล่าวถึงในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาทั้งหมด 29 ประเด็น คือ

พิธีกรรมความเชื่อ, กฎหมายคุ้มครอง, การสอนคติชน, การประกอบอาชีพสร้างรายได้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์/ผู้ประกอบการ, สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน, เยาวชน, ครัวภูมิปัญญา, ผู้นำกลุ่ม, การเล่นเกมของเด็กและเยาวชน, ความรู้ฝังลึกในตัวคน, การถ่ายทอดความรู้ในครอบครัว, การประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูล, การสาธิตความรู้, การใช้หลักสูตรท้องถิ่น, การบูรณาการความร่วมมือทุกภาคส่วน, การบันทึกความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร, การฟื้นฟูความรู้ภูมิปัญญา, การพัฒนาต่อยอดความรู้, การยกระดับให้เป็นกิจกรรมสากล, การสร้างมาตรฐานความรู้, การคิดเชิงสร้างสรรค์, การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, การเรียนรู้ด้วยตนเอง, การลงมือปฏิบัติ, ศูนย์การเรียนรู้, ชมรม/กลุ่มทำงาน, สหกรณ์

ทำให้สรุปได้ว่า องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในประเทศไทยมีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับความเชื่อทางวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ องค์ความรู้ภูมิปัญญาถูกเก็บรักษาและถ่ายทอดในครอบครัว โดยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยในการถ่ายทอดความรู้มีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ ชมรม/กลุ่มทำงานในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในชุมชน มีการสาธิตความรู้และประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูลภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่อง องค์ความรู้ภูมิปัญญาบางส่วนถูกจัดเก็บและบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร มีการนำไปสร้างเป็นหลักสูตรท้องถิ่น โดยครูภูมิปัญญาเป็นผู้ขับเคลื่อนการถ่ายทอดมรดกภูมิปัญญาและมีการพัฒนาปรับปรุงต่อยอดองค์ความรู้ให้เหมาะสมกับยุคสมัย

นำประเด็นสำคัญที่ค้นพบมาจัดกลุ่ม 5 กลุ่ม ได้แก่ คติธรรมคำสอน (Moral) แรงจูงใจในการสืบทอด (Motive) บุคลากรในการสืบทอด (Man) กลวิธีในการถ่ายทอด (Method) องค์การที่เกี่ยวข้อง (Institute) หรือ 4M 1I

ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยนำปัจจัยที่ได้จากการศึกษาเชิงปริมาณ จำนวน 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ปัจจัยด้านภูมิปัญญา และ ปัจจัยด้านทายาทและการสืบทอด มาทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง 23 คน เพื่อถอดรหัสคำสำคัญในการสืบทอดภูมิปัญญา ผลการศึกษา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา พบว่าการเข้ามาดำเนินธุรกิจเริ่มจากความคุ้นเคย ชิมซบองค์ความรู้ภูมิปัญญาจนกระทั่งเข้ามารับช่วงธุรกิจ และได้พัฒนาทักษะฝีมือจนมีความเชี่ยวชาญ มีความสุข ความภูมิใจ กลายเป็นความรักและหวงแหนภูมิปัญญา ในการผลิตยังคงรักษาวิธีการและรูปแบบดั้งเดิมไว้ แต่มีการปรับเปลี่ยนลดทอนบางกระบวนการรวมถึงปรับเปลี่ยนวัสดุให้เหมาะสมกับยุคสมัย และใช้ช่องทางการขายหน้าร้านและการออกงานแสดงสินค้าเป็นหลัก แม้ว่าการที่ผู้ประกอบการเริ่มทำงานด้วยใจรักโดยใช้ความสามารถงานฝีมือเชิงช่างและภูมิปัญญาเป็นจุดขาย แต่พบว่ายังไม่สามารถวางแผนธุรกิจ การตลาด และการจัดการทรัพยากรอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ อยู่ในตลาดที่ใช้กลยุทธ์นำสน้ำสีแดงคือการทำผลิตภัณฑ์ซ้ำ ๆ กัน แข่งขันทางการตลาดโดยใช้ราคา และไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้อย่างชัดเจน ดังนั้น จึงควรใช้หลักของการจัดการและใช้เครื่องมือทางการบริหารธุรกิจเข้ามาช่วยใน

การจัดการ วิเคราะห์ข้อมูล สร้างความแตกต่างโดยการใช้อนุมัติเป็นฐาน และต่อยอดโดยใช้การคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความร่วมสมัยและมีประโยชน์ใช้สอย เพื่อให้กระบวนการดำเนินงานธุรกิจมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยด้านอนุมัติปัญหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คำนิยามเกี่ยวกับอนุมัติปัญหาว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า เป็นความสุข เป็นความรัก เป็นชีวิต ช่วยกล่อมเกลาคิดใจ เป็นอัตลักษณ์และจุดขายของชุมชนท้องถิ่น เป็นสิ่งสำคัญที่กำลังจะเลือนหายไปและต้องอนุรักษ์ไว้ คุณค่าของมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นมักจะรับรู้ในแวดวงของผู้ที่สนใจและนักท่องเที่ยวเท่านั้น ในขณะที่ความรู้ความเข้าใจถึงคุณค่าของภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นต่อภูมิปัญญายังไปไม่ถึงจุดที่จะเกิดความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของ ดังนั้น การสร้างความตระหนักและสร้างการรับรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น เพื่อเป็นการบ่งชี้ให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาที่ผ่านการลองผิดลองถูกสั่งสมจากรุ่นสู่รุ่นจนเกิดเป็นองค์ความรู้ เป็นความพอเพียงที่เหมาะสมและเข้ากันดีกับท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งต้องทำแบบบูรณาการทุกภาคส่วน

สำหรับในขั้นตอนนี้ได้ค้นพบคำสำคัญในกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญา คือ การจัดการ ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการธุรกิจที่เกิดประสิทธิภาพ มีความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงนำคุณค่าของภูมิปัญญาไปสร้างความตระหนัก เพื่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ และเป็นการดำเนินธุรกิจที่อยู่บนฐานของความสมดุลในชุมชนที่ทำให้เกิดความสุขและความยั่งยืนในที่สุด

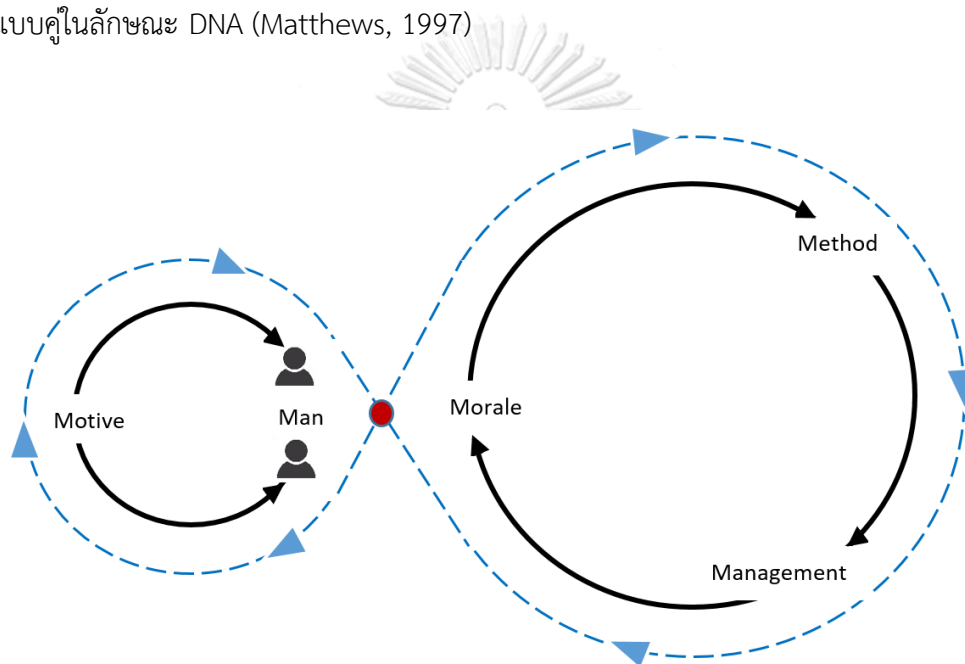
วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การสังเคราะห์นวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยเอกสาร การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ นำมาสร้างนวัตกรรมกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาที่ประกอบด้วย 5Ms คือ

- M 1 – Morale คติธรรมคำสอน หรือ องค์ความรู้ภูมิปัญญา
- M 2 – Motive แรงจูงใจในการสืบทอด
- M 3 – Man บุคลากรในการสืบทอด
- M 4 – Method กลวิธีในการถ่ายทอด
- M 5 – Management

โดยเมื่อรวมกลุ่มแล้วได้นำ I = Institute ไปรวมกับ M 4 Method เนื่องจากแหล่งเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของกลวิธีการถ่ายทอดความรู้ ดังนั้น นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาจึงเป็นนวัตกรรมกระบวนการที่มีลักษณะเป็นนวัตกรรมชุมชน กระบวนการ 5Ms เริ่มต้นเมื่อมีแรงจูงใจ (Motive) ในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา ผู้รับมอบความรู้จะค้นหาผู้มอบความรู้ในขอบเขตภูมิปัญญาที่ตนสนใจหรือในทางกลับกันผู้มอบความรู้อาจเป็นฝ่ายค้นหาหรือคัดเลือกผู้รับมอบความรู้ก็ได้ เมื่อทั้งสองฝ่าย (Man) ต่างมีความสมัครใจที่จะถ่ายทอดความรู้ กระบวนการสืบทอดความรู้ภูมิปัญญาจะเริ่มขึ้น

การถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญา (Morale) จะอยู่ภายใต้ขอบเขตความรู้ดั้งเดิมของภูมิปัญญานั้น เป็นการดำเนินการในลักษณะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้เกิดกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ที่เหมาะสมกับบริบทของสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ใช้กลวิธีต่าง ๆ (Method) ในการถ่ายทอดความรู้ ฝึกปฏิบัติจนเกิดความเชี่ยวชาญ จนสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพซึ่งจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการ (Management) ให้เกิดประสิทธิภาพ รายได้ ความมั่นคงในชีวิต และความยั่งยืน ซึ่งผู้รับถ่ายทอดเมื่อมีความรู้และความเชี่ยวชาญมากขึ้น ก็จะกลายเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ส่งต่อความรู้ภูมิปัญญาออกไป เป็นกระบวนการที่ไม่มีที่สิ้นสุด เป็นพลวัต ไม่มีขอบเขตที่สิ้นสุด เป็นการดำเนินการในลักษณะเกลียวคลื่นความรู้ (Nonaka & Konno, 1998) และเกลียวคลื่นความรู้แบบคู่ในลักษณะ DNA (Matthews, 1997)



ภาพที่ 27 นวัตกรรมกระบวนการ 5Ms ในการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา

วัตถุประสงค์ข้อ 4 การสร้าง Knowledge Bank หรือ ธนาคารภูมิปัญญา เพื่อจัดเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ผลการพัฒนาธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) มีชื่อว่า “สลาเซ็นเตอร์” (www.salacenter.camt.cmu.ac.th) เป็นเว็บแอปพลิเคชันที่ใช้กระบวนการพัฒนาแบบ Agile ประกอบด้วยเนื้อหา 5 ส่วน คือ

- 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภูมิปัญญา
- 2) พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ.2559
- 3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น

4) นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา (5Ms Model)

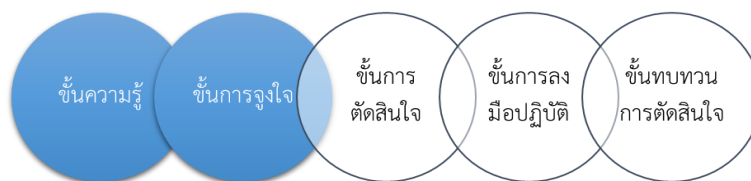
5) องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนาดำเนินงานหัตถกรรม

เนื่องจากเป็นนวัตกรรมชุมชน จึงเปิดให้ผู้สนใจทั่วไปสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลเพื่อเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และนำเสนอข้อมูลได้อย่างเสรี โดยเชื่อมโยงกับเพจเฟซบุ๊คส่วนตัวเพื่อง่ายต่อการจัดการข้อมูล

วัตถุประสงค์ข้อ 5 การประเมินผลการยอมรับรูปแบบนวัตกรรมขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่น

ผลการประเมินการยอมรับรูปแบบนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา โดยประเมินในด้านคุณค่าของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น ด้านคุณค่าของนวัตกรรมต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านคุณค่าในการสร้างคุณประโยชน์ พบว่า นวัตกรรม 5Ms นำเสนอทางเลือกในการแก้ไขปัญหา ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมา นวัตกรรมสามารถนำไปใช้งานได้จริง ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 และนวัตกรรมสามารถสะท้อนคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 ตามลำดับ โดยประเด็นคุณค่าของนวัตกรรมต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นมีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือประเด็นคุณค่าของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น และลำดับสุดท้ายคือด้านคุณค่าในการสร้างประโยชน์ตามลำดับ และสามารถประเมินผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ ซึ่งเป็นผลประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Benefit) ว่าการสืบทอดภูมิปัญญาจะช่วยให้เกิดการจ้างงาน กระจายรายได้ในท้องถิ่น ช่วยรักษาภูมิปัญญาไว้ให้ลูกหลาน เกิดความสมดุลทางเศรษฐกิจและสังคม และช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชาติ

โดยนวัตกรรม 5Ms และธนาคารภูมิปัญญา ได้รับการยอมรับให้นำไปใช้ในการดำเนินงานในด้านที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการหัตถกรรมและหัตถอุตสาหกรรมในเขตล้านนา ของศูนย์นวัตกรรมและจัดการความรู้ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าในกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ของ Roger และ Shoemark, (2003) ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ ขั้นความรู้ ขั้นการจูงใจ ขั้นการตัดสินใจ ขั้นการลงมือปฏิบัติ (Implementation Stage) ขั้นทบทวนการตัดสินใจ นั้น นวัตกรรม 5Ms และธนาคารภูมิปัญญาซึ่งถูกพัฒนาขึ้นจากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้อยู่ในขั้นความรู้และขั้นการจูงใจ ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม กล่าวคือ ได้พัฒนานวัตกรรม 5Ms ขึ้นและนำข้อมูลเผยแพร่ให้ปรากฏสู่สาธารณะโดยใช้นาการภูมิปัญญา หรือ www.salacenter.camt.cmu.ac.th/home.html



ภาพที่ 28 การยอมรับนวัตกรรม 5Ms อยู่ในระยะเริ่มต้นในขั้นความรู้และขั้นการจูงใจ

ผลลัพธ์ของงานวิจัย (TIP)

ด้านเทคโนโลยี (Technology: T)

เทคโนโลยีหลักที่ได้พัฒนาสำหรับงานวิจัยนี้ คือ ธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) โดยใช้ชื่อเว็บไซต์ สล่าเซ็นเตอร์ (www.salacenter.camt.cmu.ac.th) ซึ่งเป็นเว็บแอปพลิเคชันสำหรับจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ภูมิปัญญาและนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา 5Ms นอกจากนี้ยังมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการวิจัย ได้แก่ การใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้โปรแกรม QDA Miner Lite ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และใช้โปรแกรม Visual Studio Code ร่วมกับ EditPlus ในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank)

ด้านนวัตกรรม (Innovation: I)

สร้างนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) การสืบทอดมรดกภูมิปัญญาสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา (5Ms Model) ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีองค์ประกอบ 5 ปัจจัยในการขับเคลื่อนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นคือ 1) Motive หรือแรงจูงใจในการสืบทอด 2) Man บุคลากรในการสืบทอด 3) Morale คติธรรมคำสอนหรือองค์ความรู้ภูมิปัญญา 4) Method กลวิธีในการถ่ายทอดความรู้ 5) Management การจัดการ

ด้านการจัดการ (Management: M)

ใช้กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการข้อมูลภูมิปัญญาในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยภาคสนาม และใช้หลักการจัดการความรู้ในการจัดการเว็บแอปพลิเคชัน ธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) เพื่อนำความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ออกมาเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เพื่อให้ความรู้ภูมิปัญญาได้รับการจัดเก็บและถ่ายทอดให้แก่ผู้สนใจ

7.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

7.2.1 นวัตกรรมกระบวนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญา สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา (5Ms Model) ที่พัฒนาขึ้น เป็นการต่อยอดแนวคิดของ Nonaka & Konno (1998) ที่เปรียบเทียบการสร้างความรู้เป็นเสมือนเกลียวคลื่นที่ไม่มีวันสิ้นสุด รวมถึงแนวคิด Double Helix of Wisdom ของ Matthews (1997) ที่ใช้เกลียวคลื่น DNA ในการอธิบายกลไกการสร้างและแสวงหาความรู้ โดย 5Ms Model เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มีลักษณะเป็นพลวัต (Dinamic) ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง ไม่หยุดนิ่ง และไม่มีที่สิ้นสุดคล้ายกับสัญลักษณ์อินฟินิตี้ (Infinity) ที่มีลักษณะเป็นวงกลมสองวงติดกันคล้ายเลขแปดตะแคง (Deutsch, 2011) เพื่อสื่อให้เห็นว่าการสืบทอดภูมิปัญญานั้นไม่มีขอบเขต สามารถส่งต่อไปได้ไม่จำกัด จากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง จากช่วงชีวิตหนึ่งไปยังอีกช่วงชีวิตหนึ่งอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

องค์ความรู้ภูมิปัญญาที่มีลักษณะของความสมดุลระหว่างคน ความต้องการ และทรัพยากร จึงสามารถปรับใช้กับสภาพแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่มุ่งสืบสานภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน มากกว่าการมุ่งหวังผลกำไรจากการประกอบธุรกิจโดยการเปลี่ยนแปลงสินค้ารวมถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนไปตามความต้องการของลูกค้า การยึดมั่นดังกล่าวทำให้วัฒนธรรมยังคงมีชีวิตและเกิดความยั่งยืนทั้งในฝั่งของผู้ประกอบการ เศรษฐกิจชุมชนและวัฒนธรรมภูมิปัญญา (Swanson & DeVereaux, 2017) เช่นเดียวกับปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาชนบทในจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น เริ่มต้นมาจากความต้องการของชุมชนที่จะเอาชนะความยากจน พื้นฟูภาคเกษตร แปลงทุนทางสังคมให้กลายเป็นทรัพย์สินและใช้ระบบสหกรณ์ สมาชิกร่วมกันผลักดันธุรกิจชุมชนให้กลายเป็นอุตสาหกรรมของชุมชนโดยใช้วัฒนธรรมภูมิปัญญาที่มี และการส่งเสริมการพึ่งพาและพัฒนาตนเองเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนา (Denpaiboon & Amatasawatdee, 2012) ในการสืบทอดวัฒนธรรมของประเทศจีนพบว่ามีความเป็นพลวัตสูง (Dynamic Inheritance) เนื่องจากมีการผสมผสานระหว่างเทคนิคการเต็นพื้นบ้านดั้งเดิมกับศิลปะการเต็นรำเรือกระจกที่สืบทอดมาเป็นประเพณี เป็นวิธีการสร้างสรรค์ที่ศิลปินผู้ถือครองวัฒนธรรมจะส่งต่อประเพณีตามลำดับขั้นตอนอย่างเคร่งครัดให้แก่ผู้รับสืบทอด (Mficax, 2018) ในการพัฒนาท้องถิ่นของประเทศไทยก็ใช้ภูมิปัญญาเป็นเครื่องมือการพัฒนาโดยคนในท้องถิ่นเอง เช่นเดียวกัน รวมถึงการใช้ระบบสหกรณ์เพื่อสร้างความร่วมมือทำงานและแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน (บัตรประโคน, 2009; ปณิธิพงศ์, เศรษฐศิริ, เย็นสบาย & ทิมวิวัฒน์บันเทิง, 2016; Wongwattana, 2016; โดภาณูรักษ์กุล & ไพวิทยศิริธรรม, 2017) การศึกษาดังกล่าวมีทิศทางที่สอดคล้องกับนวัตกรรมสืบทอดมรดกภูมิปัญญา 5Ms ที่มีลักษณะของการสร้างความสมดุลในท้องถิ่นอย่างเป็นพลวัต มีการสร้างสรรค์วิธีการที่เหมาะสมกับท้องถิ่นในขณะเดียวกันก็สามารถตอบสนองความต้องการของ

ผู้บริโภคได้ ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์ที่ช่วยต่อยอดผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่เป็นรากเหง้าเดิมให้เหมาะสมกับความเป็นปัจจุบัน ควบคู่ไปกับการฟื้นฟูรักษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากเดิมคือมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เพราะการอนุรักษ์คุณค่าของพิธีกรรมภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นเป็นบทบาทหน้าที่ของคนในชาติที่ไม่สามารถถูกแยกออกไปเพียงเพราะความเจริญก้าวหน้าของชาติได้ (Syarif, Hasriyanti, Fatchan, Astina, & Sumarmi, 2016) ดังนั้นรัฐบาลจึงต้องตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ในการปลูกฝังค่านิยมต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นและพัฒนาให้เป็นทักษะความรู้หนึ่งในชีวิตของนักเรียน (Hasanah, Gustini, & Rohaniawati, 2016) เพื่อสร้างการรับรู้ ความตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การเรียนรู้ ฟื้นฟู อนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในที่สุด

7.2.2 ธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้วยวิธีการบันทึกองค์ความรู้ภูมิปัญญาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสร้างเว็บแอปพลิเคชันสำหรับจัดเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญาและการเผยแพร่องค์ความรู้ภูมิปัญญาซึ่งเป็นวิธีการสมัยใหม่ แตกต่างจากการจัดบันทึกข้อมูลวัฒนธรรมพื้นบ้านแบบดั้งเดิมที่จับต้องไม่ได้ของกลุ่มชนในประเทศจีนโดย UN ซึ่งวัฒนธรรมดังกล่าวมีวิวัฒนาการมาอย่างยาวนาน พบว่ารายละเอียดข้อมูลภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นที่ได้บันทึกไว้คลาดเคลื่อนแตกต่างจากความเป็นจริงโดยสิ้นเชิง ถือเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องดำเนินการสืบสวนมรดกทางวัฒนธรรมใหม่อย่างเร่งด่วน (Fan, Zhou, Jia, & Hui, 2016) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหน่วยงานที่ขึ้นทะเบียนไม่ใช่เจ้าของวัฒนธรรมที่แท้จริง ทำให้เกิดความเข้าใจที่ผิดหลักความเป็นจริงแม้ว่าจะมีการบันทึกข้อมูลภูมิปัญญาไว้เป็นลายลักษณ์อักษรแล้วก็ตาม ในขณะที่การอนุรักษ์ประเพณีชนโนฏานตาที่เป็นการระลึกถึงบรรพบุรุษผู้ล่วงลับของชาวไทยเชื้อสายเขมร ได้ลดทอนขั้นตอนรายละเอียดของกิจกรรมลงเพื่อให้สามารถรักษาประเพณีตามความเชื่อดั้งเดิมไว้ได้ (ชาวดิ, 2016)

ลักษณะของการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมักส่งผ่านจากบรรพบุรุษ ผู้ทรงภูมิปัญญาของชุมชน ประชาชนชาวบ้าน ปัญญาชนท้องถิ่น ผู้นำทางศาสนาหรือพนักงานพัฒนา ซึ่งความรู้ส่วนใหญ่มักจะเก็บอยู่ในตัวบุคคล ไม่มีรูปแบบการจัดเก็บองค์ความรู้ที่เป็นหลักฐานชัดเจน ไม่มีการรวบรวมความรู้ที่ถูกต้องเชื่อถือได้ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร (เอกชัย พุ่มดวง, ยุสนีย์ โสมทัศน์, อภิระดี ผลประเสริฐ, รัชช ศิริชูณหพันธรักษ์, ชนะ ธนะสาร, กรกนก มักรารุณ และ จตุพล ดวงวิจิตร, 2556) ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นส่วนใหญ่ถ่ายทอดในครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น จัดเก็บความรู้ในรูปแบบเอกสารและเก็บความรู้ในตัวบุคคล โดยใช้วิธีการบอกเล่าและสาธิตให้ดู ให้ทดลองฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ พัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญ ซึ่งการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญา มีองค์ประกอบ 6 ประการ คือ ความเป็นมาของภูมิปัญญา ขั้นตอนการผลิต เคล็ดลับ การจัดเก็บความรู้ การเผยแพร่ความรู้ และการพัฒนาอาชีพ ส่วนการจัดการความรู้มีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ คือ การวางแผน การจัดการความรู้ การใช้เทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการประเมินผล

(สุชุม พันธุ์ สม เกียรติ, สถาพร ประสาธน์ และ กิตติ แหวน เพชร (2560) ความรู้ฝังลึกในตัวคนจึงเป็นความรู้หลักของชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพราะจะเป็นความรู้ที่ได้เรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริง มีข้อมูลเชิงลึก และเป็นไปตามบริบทของบุคคลและกลุ่มผู้รู้ตามความเชี่ยวชาญนั้น ๆ (Stover, 2004) การจัดการความรู้ที่ยังไม่มีการจัดการโดยการนำความรู้ฝังลึกในตัวคน (Tacit Knowledge) ออกมาให้เป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ทำให้เมื่อเวลาผ่านไปความรู้นั้นมีโอกาสสูญหายไปกับตัวบุคคล แต่การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการจัดเก็บความรู้ สามารถสืบค้นข้อมูล จัดหมวดหมู่ เข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นคลังความรู้ดิจิทัลที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น (ยศยาดา สิทธิวงษ์, 2562) เช่นเดียวกับการพัฒนาธนาคารภูมิปัญญา (Knowledge Bank) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อดึงความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลให้ออกมาเป็นความรู้ชัดแจ้งในรูปแบบเว็บไซต์ เผยแพร่ความรู้ให้ผู้อื่น และจัดเก็บบนเว็บไซต์ที่เข้าถึงได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เข้าถึงได้จากทุกสถานที่ ตลอด 24 ชั่วโมง

7.2.3 ในการประเมินการยอมรับรูปแบบนวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย การประเมิน 3 ด้าน คือ ด้านคุณค่าของนวัตกรรม ด้านคุณค่าของนวัตกรรมต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านคุณค่าในการสร้างคุณประโยชน์ ซึ่งนวัตกรรม 5Ms สามารถนำเสนอทางเลือกในการแก้ไขปัญหา สามารถนำไปใช้งานได้จริง มีคุณค่าในด้านการสร้างประโยชน์ต่อสังคม เนื่องจากในการพัฒนานวัตกรรมดำเนินการโดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mix Method) ซึ่งทำให้นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นมาจากข้อมูลที่เชื่อถือได้จริง พัฒนาจากเหตุผลและทฤษฎีที่เป็นแบบแผน นอกจากนี้การพัฒนาธนาคารภูมิปัญญา ซึ่งเป็นเว็บแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งเป็นมาตรฐานของระบบที่ผู้ใช้งานปัจจุบันคาดหวัง

CHULALONGKORN UNIVERSITY

7.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

7.3.1 ควรมีการศึกษาในประเด็นการพัฒนาระบบการคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน

7.3.2 ควรมีการศึกษาเจาะลึกในประเด็นที่เกี่ยวกับคุณลักษณะ (Characteristic) ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการสืบทอด เพื่อให้ทราบถึงคุณสมบัติที่พึงมีในการเป็นผู้สืบทอดธุรกิจที่เป็นผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา

7.3.3 ทำการวิจัยเชิงประยุกต์โดยการสร้างแพลตฟอร์มที่เป็นช่องทางเผยแพร่องค์ความรู้ภูมิปัญญา รวมทั้งเผยแพร่ผลงานที่เป็นผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาของผู้ประกอบการ เพื่อสร้างแรงจูงใจความภาคภูมิใจ และสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา

7.3.4 ควรมีการศึกษาแรงจูงใจและปัจจัยที่ผู้ประกอบการเข้ามาสู่แวดวงของงานหัตถกรรม ภูมิปัญญา เพื่อสร้างแนวทางในการสนับสนุน ตอบแทน การให้คุณค่า ให้เกิดความภาคภูมิใจและ ตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาทั้งในฝ่ายผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไป

7.3.5 ควรนำองค์ความรู้ภูมิปัญญาไปใช้ต่อยอดในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนใน ยุคที่เกิดภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์แก่สังคมและชุมชน



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กนกวรรณ งามฉวี. (2554) *การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาการปั้นตุ๊กตาชาววัง* (Doctoral dissertation, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม. สาขาวิชา เทคโนโลยีการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร).
- กลุ่มวิชาการเศรษฐกิจ. กระทรวงอุตสาหกรรม. *กพร.เศรษฐกิจปริทรรศน์*. ปีงบประมาณ 2558 ฉบับที่ 9 ประจำเดือนมิถุนายน 2558.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. กระทรวงพาณิชย์สถิติทรัพย์สินทางปัญญา. [ออนไลน์]. (2013). แหล่งที่มา https://www.ipthailand.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=181 [7 พฤษภาคม 2559]
- กองการวิจัยทางการศึกษา. (2539). *ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการเรียนการสอนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา*, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, พระบาทสมเด็จพระ. พระราชกรณียานุสร. (2541). พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.
- จารุวรรณ ธรรมวัตร. (2538). *ภูมิปัญญาอีสานกับการพัฒนาชุมชน*. ในวิเคราะห์ภูมิปัญญาอีสาน. พิมพ์ครั้งที่ 3. มหาสารคาม : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชนกมลย์ คงยก. (2558). “ผ้า” สื่อกลางระหว่างความเชื่อกับพิธีกรรม: กรณีศึกษาผ้านาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง. *วารสารรวมบทความทางวิชาการ คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 14(1), 79-98.
- ชฎิล สมรภูมิ และ ศรีวรรณ. (2553). วิถีวัฒนธรรมการสืบทอดภูมิปัญญาและการดำรงอยู่ของหมอพั้นบ้านอีสาน: กรณีศึกษาจังหวัด อุบลราชธานี. *วารสารการศึกษา และการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัย บุรพา*, 2(1), 108-123.
- ดวงเด่น บุญปก. (2559). บทบาทของครอบครัวในการสืบทอดภูมิปัญญาเกี่ยวกับอาหาร: กรณีศึกษาครอบครัวไทยภาคกลาง. *วารสารปาริชาติ, มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 29(1), 16-38.
- เดชวิทย์ นิลวรรณ และ ทิพย์พฐุ กฤษสุนทร. (2554). กระบวนการและกลยุทธ์การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษาเทศบาลตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(2): 233-257.

- ทองเจือ เขียดทอง. (2558). ผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง: การออกแบบเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์*, 2(1).
- ทัศนีย์ อารมณ์เกลี้ยง และ สุภาพ ฉัตรภรณ์. (2557) เส้นทางการสืบสานภูมิปัญญาอาหารล้านนาสู่ความยั่งยืน. *วารสารเกษตรศาสตร์ (สังคม)*, 35: 189-205.
- ธิดารัตน์ ศิริรัตน์, & วีรฉัตร สุปัญญา. (2557). การจัดการความรู้ของครูภูมิปัญญาไทยเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ตลอดชีวิตของชุมชนในเขตภาคใต้. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา*, 9(4), 80-92.
- ธัชพร ฤกษ์ฉาย, & วีระ นาวัน. (2556). การวิเคราะห์คุณค่าและการดำรงอยู่ของภูมิปัญญาการทำมีด: กรณีศึกษา หมู่บ้านอรัญญิก อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย*, 8(2), 230-240.
- ธัญมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. *วารสารนักบริหาร*. ปีที่ 34 ฉบับที่ 1. มกราคม-มิถุนายน 2557.
- ณัฐวุฒิ สมยาโรน, & อัจฉรา ศรีพันธ์. (2557). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาของเล่นพื้นบ้านของ กลุ่ม คนเฒ่าคนแก่ตำบลป่าแดด อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 9(2), 60-69.
- นิตยา วรณกิติ์. (2557). ภูมิปัญญา “ผ้าไหมแพรวาผู้ไทบ้านโปง”: พลวัตและการปรับตัว. *วารสารไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 10(2), 63-86.
- เนตรนภา ไหวทย์เลิศศักดิ์ (ยาบุชิตะ). (2555). *Journal of HR Intelligence*. สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2555.
- เบ็ญจรัศม์ มาประณีต, & หทัยรัตน์ มาประณีต. (2557). การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการปกป้องคุ้มครองมรดก ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 17.
- ปณตนนท์ เกียรประภากุล. (2557). กระบวนการเรียนรู้การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการปั้นเครื่องปั้นดินเผาบ้านม่อนเขาแก้ว ตำบลพิชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 31:(2) พฤษภาคม-สิงหาคม.
- ประเวศ วะสี. (2547) “ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมกับการพัฒนา. *วารสารราชบัณฑิต*, ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 เมษายน – มิถุนายน 2547. หน้า 275-280.
- ประเวศน์ วิริยานุวัฒน์. (2539). *รายงานการวิจัยการทำกระเบื้องดินเผาในภาคใต้ฝั่งตะวันออก*. สถาบันทักษิณคดีศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ภาคใต้.
- ปราณี วงศ์เทศ. (2524). ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน : ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม. *วารสารธรรมศาสตร์* ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 กันยายน.

- วิโรจน์ มุมนานะจิตต์, & บุญเชิด หนูอ้อม. (2559). การฟื้นฟูและสืบทอดภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์พื้นบ้านไทยชลบุรี. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 24(46), 147-170.
- ศิริลักษณ์ บัตรประโคน. (2552). การสืบทอดภูมิปัญญาไทย และการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ในวรรณกรรมเยาวชนไทยช่วง พ.ศ. ๒๕๔๖-๒๕๔๙. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 17(28), 25-47.
- ศุภสิทธิ์ พรธรรมาโรจน์ทัย, อัมพวรรณ ศรีวิไล, มหาวิทยาลัยนเรศวร. คณะแพทยศาสตร์, & มหาวิทยาลัยนเรศวร. คณะเภสัชศาสตร์. (2548). *ระบบโครงสร้างและกลไกในการอนุรักษ์ พัฒนา และคุ้มครองภูมิปัญญาไทย สุขภาพวิถีไทย: มาตรการด้านการเงิน.*
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1. (2553). *รายงานผลการพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม คลัสเตอร์เครื่องเงินววลาย. วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- สมพันธ์ ทิพย์มงคล, & อธิพัชร์ วิจิต สติรัตน์. (2559). การศึกษากระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำเครื่อง เบญจรงค์ของหมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ อำเภอกะทู้มบง จังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 15(2), 103-112.
- สฤกษ์พิงษ์ ลิ้มปิษเสถียร และ รุจ ศิริสถิตย์ลักษณ์. (2542). *ระดับขวัญและปัจจัยที่สัมพันธ์กับขวัญของครู-อาจารย์ที่ปฏิบัติงานตามโครงการปฏิรูปการศึกษาเกษตรเพื่อชีวิตในวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. ศึกษาศาสตร์ (บริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*
- สารภี ขาวดี. (2559). ประเพณีแซนโฎนตา: การสืบทอดและการดำรงอยู่ในบริบทพื้นที่ดั้งเดิม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 7(2), 131-163.
- สาโรจน์ โอปัทธ์ชีวิน. (2548). การจัดการเชิงกลยุทธ์. สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล กรุงเทพฯ หน้า 164-170.
- สุขุมพันธ์ สมเกียรติ, สถาพร ประสาธน์, กิตติ แหวนเพชร, & วิชัย. (2560). การพัฒนาระบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการส่งเสริมอาชีพชุมชน. *วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา*, 11(2).
- สุเทพ สุนทรเกษม. (2540). *ทฤษฎีสังคมวิทยาพร้อมสมัย. เชียงใหม่: บริษัท สำนักพิมพ์ โกลบอลวิชั่น จำกัด.*
- สุวิทย์ วงษ์บุญมาก. (2558). การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น หัตถกรรมหินอ่อนพรานกระต่าย อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร. *สักทอง วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*, 21(2), 83-98.

- เสรี พงศ์พิศ. (2539). คืบสู่รากเหง้า : ทางเลือกและทัศนวิจารณ์ว่าด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านกับ
การพัฒนา ชาวบ้าน. กรุงเทพฯ : เทียนวรรณ.
- เสาวรภัย กุสุมา ณ อยู่ชยา. (2553). Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย.
Executive Journal.
- อรทัย สัตยสันต์สกุล. (2548). การศึกษาหัตถกรรมอิฐและกระเบื้องดินเผาทำนางหอม จังหวัดสงขลา.
วารสารปาริชาติ, 18, 3 (เมษายน-กันยายน, 2548)
- อิทธิพัทธ์ สุวรรณการ. (2562). *มาตรการความรับผิดชอบทางอาญาเกี่ยวกับการคุ้มครองมรดกภูมิปัญญาทาง
วัฒนธรรม*. สารนิพนธ์กลุ่มวิชากฎหมายอาญาและกระบวนการยุติธรรมทางอาญา,
มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อิสระพงษ์ พลธานี. (2556). บ้านบาตร ภูมิปัญญาที่กำลังจะหายไปจากสังคมไทย. บทความวิชาการ
การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 9.
- อุษณีย์ เสือดี. (2549). *การศึกษาการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำกระเบื้องดินเผาในจังหวัดสงขลา*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉรา ศรีพันธ์. (2555). *กลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการใน
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. วิทยานิพนธ์
ดุขฎิบัณฑิต สาขาวิชานโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญชลี ครุชงาม. (2558). "การพัฒนาหลักสูตรงานประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอคูบัวตามแนวคิด
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 1. *Veridian E-Journal, Silpakorn
University (Humanities, Social Sciences and arts)*. 8.2 (2015): 352-371.
- อัญชลี โสมดี. (2553). *การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น
ด้านงานหัตถกรรมของ จังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- อารีวรรณ หัสติน. (2559). ภูมิปัญญาและการสืบทอดผ้าทอไทยพวนบ้านใหม่ จังหวัด
นครนายก. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, 17(32), 73-88.
- เอกชัย พุ่มดวง, ยุสนีย์ โสมทัศน์, อภิรดี ผลประเสริฐ, รักรัศมิ์ ชุณหพันธรักษ์, ชนะ ณะสาร, กรกนก
มักการุณ, & จตุพล ดวงจิตร. (2556). การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้
ในชุมชน ตำบลโคกโคเต่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี.
- เอี่ยมพร โทภาณรักรัศมิ์, & ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม. (2559). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
ในการอนุรักษ์ และสืบทอดภูมิปัญญาผ้าทอไทยทรงดำ. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์
วิจัย*, 8(2), 162-175.

- ระวีวรรณ วรรณวิไชย. (2560). *ภูมิปัญญาด้านศิลปะการแสดงพื้นบ้านกับบทบาทการมีส่วนร่วมของเครือข่าย วัฒนธรรมท้องถิ่น กรณีศึกษาการอนุรักษ์สืบทอดละครชาตรีเมืองเพชร.*
- ปวีณา งามประภาสม. (2561). การอนุรักษ์และสืบสานความหลากหลายทางชีวภาพของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้าน อาหารพื้นเมือง ภายใต้การมีส่วนร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์อึมปี ตำบลสวนเขื่อน อำเภอเมือง จังหวัด แพร่. *วารสารกระแสวัฒนธรรม, 19(35), 38-48.*
- จักรกฤษณ์ พิญาพงษ์, ศรัณยู เรือนจันทร์, & เผด็จการ กันแจ่ม และ ยุพิน เกื่อนศรี. (2557). รูปแบบการพัฒนาเครือข่ายภูมิปัญญาท้องถิ่น ของชุมชนตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัด อุตรดิตถ์. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7(1), 69-77.*
- อัญชลี สิงห์น้อย วงศ์วัฒนา. (2559). แนวทางการกระตุ้นและส่งเสริมการเรียนรู้ภูมิปัญญาภาษาไทยอย่างยั่งยืน. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร, 9(3), 33-56.*
- อารีรัตน์ พุฒิรุ่งโรจน์. (2557). แนวทางการส่งเสริมการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาว่าวไทย. *วารสารวิทย์ บริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 25(2), 37-46.*
- สุกัญญา สุขฉายา. (2555). ผู้สืบทอดเป็นผู้ถือครองมิใช่เจ้าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม. *วารสารไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 8(2), 97-121.*

ภาษาอังกฤษ

- Agrifoglio, R. (2015). *Knowledge Preservation Through Community of Practice: Theoretical Issues and empirical Evidence: Springer.*
- Ahmad, S., Figueiredo, F., & Lako, M. (2006). Corneal epithelial stem cells: characterization, culture and transplantation. *UNIVERSITY*
- Alexander Osterwalder, Pigneur. Yves, Smith, Alan, and 470 practitioners from 45 countries (2010). *Business Model Generation.* Wiley published.
- Ariya, P., & Chakpitak, N. (2016). Systems thinking in online travel agency of supplier relationship management. *International Journal of Innovation and Learning, 19(1), 63-84.*
- Barry, R. L. (2004). NVivo 2.0 and ATLAS. 5.0: *A Comparative Review of Two Popular Qualitative Data-Analysis Programs,* Thousand Oaks, London: Sage, page(s): 439-464 Issue published: November 1, 2004
- Bhawuk, D. P. (2003). Culture's influence on creativity: the case of Indian spirituality. *International Journal of Intercultural Relations, 27(1), 1-22.*

- Callaway, H. G. (1994). J. Dewey, "The later works, 1925-1953", Volume 13 (1938-1939), ed. by Jo Ann Boydston (Book Review). *The Journal of Value Inquiry*, 28(3), 485.
- Chaim, N. (2008). Sampling Knowledge: The University of Illinois at Urbana–Champaign, Volume: 16 issue: 4 Hermeneutics of Snowball Sampling in Qualitative
- Clark, K. B., & Fujimoto, T. (1991). Product Development Performance: Strategy, Organization and Management in the World Auto Industry, Harvard Business School Press, Boston, MA (1991); W. Imai, I. Nonaka and H. Takeuchi, Managing the new product development process: how Japanese companies learn and unlearn. *The Uneasy Alliance: Managing the Productivity±Technology Delemma*, 337-381.
- Csikszentmihalyi, M. (1999). Implications of a systems perspective for the study of creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M. (2015). The systems model of creativity: The collected works of Mihaly Csikszentmihalyi. *Springer*.
- Cummings, Jeffrey L. and Teng, Bing-Sheng. (2003). Transferring R&D Knowledge: the Key Factors Affecting Knowledge Transfer Success. *Journal of Engineering and Technology Manament*.
- Daiyu, F. (2005). The Importance of Ethnic Traditional Culture Inheritance from the Point of Settlement of Reservoir Immigrants [J]. *Study of Ethnics in Guangxi*, 4.
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working Knowledge*, Boston: Harvard Business School Press.
- Deutsch, D. (2011). *The beginning of infinity: Explanations that transform the world*. Penguin UK.
- Dewey, J. (1938) *Experience and Education*. New York: Collier Books.
- Duffield, C. G., JS, Berkes, F., & Singh, RB. (1998). Local knowledge in the assessment of resource sustainability: case studies in Himachal Pradesh, India, and British Columbia, Canada. *Mountain research and development*, 35-49.
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1997). Intellectual capital: Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower.

- Fan, Y., Zhou, X., Boccella, Q., & Hui, G. (2016) Studies on Safety Posture and Measures of China's Culture Industry. *Journal of Qiqihar University (Phi & Soc Sci)*, vol. 45, no. 4, pp. 15-19.
- Fernandes, K.J., Raja, V., Whalley. (2006) A. Lessons from implementing the balanced scorecard in a small and medium size manufacturing organization. *Technovation*, 623–634.
- Florida, R., Gates, G., Knudsen, B., & Stolarick, K. (2006). The university and the creative economy.
- Fraenkel, Jack R. (1993). *How to Design and Evaluate Research in Education*. Singapore, McGraw-Hill Inc.
- Friedman, John and Weaver, Clyde. (1979). *Territory and Function*, London, Edward Arnold.
- Gervais, M., Willard, A. K., Norenzayan, A., & Henrich, J. (2001). The Cultural Transmission of Faith: Why innate intuitions are necessary, but insufficient, to explain religious belief. *Religion*, 41(3), 389-410.
- Giovannoni, E., Maraghini, M. P., & Riccaboni, A. (2011). Transmitting knowledge across generations: The role of management accounting practices. *Family Business Review*, 24(2), 126-150.
- Glaser, B. & Strauss, L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine Pub. Co.
- Grothe, A.; Marke, N. (2012). Nachhaltiges Wirtschaften—Eine besondere Herausforderung für KMU. In *Nachhaltiges Wirtschaften für KMU. Ansätze zur Implementierung von Nachhaltigkeitsaspekten*; Grothe, A., Ed.; Oekom: München, Germany, 26–35.
- Hahn, T., Pinkse, J., Preuss, L., Figge, F. (2015). Tensions in corporate sustainability: towards an integrative framework. *J. Bus. Ethics* 127, 297-316.
- Harris-Moore, D. (2016). *Media and the rhetoric of body perfection: cosmetic surgery, weight loss and beauty in popular culture*. Routledge.
- Hasanah, A., Gustini, N., & Rohaniawati, D. (2016). Cultivating character education based on sundanese culture local wisdom. *Journal Pendidikan Islam*, 2(2), 231-253.

- Henrich, J. (2003). "The Evolution of Cultural Evolution". *Evolutionary Anthropology* 12: 123–135.
- Herbert, S. (1976). Four Theories of Social evolution. *American Journal of Sociology*. Vol. 81, No. 6, 1339-1359.
- Homans, George C. (1964). "Bringing Men Back In." *American Sociological Review* 29 (5): 809-18.
- Homans, George C. (1974). *Social Behavior: Its Elementary Forms*. Rev. ed. New York: Harcourt Brace Jovanovich, Inc.
- Homans, George C. (1983). Steps to a Theory of Social Behavior: An Autobiographical Account. *Theory and Society* 12: 1-45.
- Homfung, C., & Ruamsuk, R. (2016). Folklore Teaching with development 21st century skills of learner and Enhancement pride in Thai wisdom. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 9(2), 1549-1563.
- Irijayanti, M., & Azis A. (2012). Barrier factors and potential solutions for Indonesian SMEs. International Conference on Small and Medium Enterprises Development with a Theme "Innovation and Sustainability in SMES Development. *Procedia Economics and Finance*.
- Jungck, S., & Kajornsinsin, B. (2003). "Thai Wisdom" and Globalization. In *Local Meanings, Global Schooling* (pp. 27-49): Springer.
- Karlsson, C., Johansson, B., & Stough, R. (2009). Entrepreneurship and development: local processes and global patterns. CESIS.
- Kattiya Kattiyawara. (2014). Protection of Local Wisdom Under Globalization Case Study: Making Traditional Vegetable Oil Lantern of Pong Yang Kok Community, Hang Chat District, Lampang Province. Department of Community Development, Faculty of Humanities and Social Sciences, Lampang Rajabhat University.
- Kawdee, S. (2016). Santhonta Tradition: Inheritance and Existence of Traditional Contexts. *Humanity and Social Science Journal, Ubon Ratchthani University*, 7(2), 131-163.
- Kazim Ali. (2017). A study of software development life cycle process models. *International Journal of Advanced Research in Computer Science*. Volume 8, No. 1.

- Kets de Vries. M. (1993). The Dynamics of Family Controlled Firms: The Good and the Bad News. *Organizational Dynamics*. 21:3. 59-71.
- Kukel. S. (2003). Family-Owned Business Success: Leveraging Advantages and Mastering Challenges. [Online]. 2003. Available from <http://www.smallbizpartners.com/success/Xllarticles/family.html> [2019, June 28]
- Kulsuwan, P. (2011). Processes of transferring local wisdom on management of medicinal herbs diversity for traditional healing of Hmong Community: A Case study of Khun Chang Khian Village, Chang Phueak Sub-district, Mueang Chiang Mai District.
- Kultamrong, R. (2013). Himmaphan Creatures: Ten Divisions of Traditional Thai Crafts. *Journal of Thai Studies*, 9(1), 103-137.
- Mapraneet, H., & Mapraneet, B. (2014). Youth's Participation in Safeguarding Intangible Cultural Heritage. *Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University*, 17.
- Matthews, P. (1997). What lies beyond knowledge management: Wisdom creation and versatility. *Journal of Knowledge Management*, 1(3), 207-214.
- Maurer, I., Bartsch, V., & Ebers, M. (2011). The value of intra-organizational social capital: How it fosters knowledge transfer, innovation performance, and growth. *Organization Studies*, 32(2), 157-185.
- McQueen, R. (1998). Four views of knowledge and knowledge management. In *AMCIS 1998 Proceedings*, 204.
- Miller, D., Steier, L., & Le Breton-Miller, I. (2003). Challenge versus advantage in family business. *Strategic Organization*. 1(1), 127-134.
- Miller E. Flynn JM & Umadac J. (1998). Assessing, developing, and maintaining staff's competency in times of restructuring. *J Nurs Care Qual*. 1998 Aug; 12(6):9-17.
- Ministry of Culture. (2019) Intangible Cultural Heritage: The intangible cultural heritage in Thailand, [online] <http://ich.culture.go.th/index.php/en> [access 5 March, 2019]
- Mohit Kumar Sharma. (2017). A study of SDLC to develop well engineered software. *International Journal of Advanced Research in Computer Science*. Volume 8, No. 3.

- Munjeri, D. (2004). Tangible and intangible heritage: From difference to convergence. *Museum international*, 56(1-2), 12-20.
- Neto, A., & De Sousa F. (2016). A influencia do Soft Power Internacionalizacao dos Produtos culturais Brasileiros: Uma Proposta de Framework. *Internext*, 11(1).
Doi:10.18568/1980-4865.11137-48
- Ngok, M. (2011). Value changes and legitimacy crisis in post-industrial Hong Kong. *Asian Survey*, 51(4), 683-712.
- Nonaka, I. (1991). The Knowledge Creating Company. *Harvard Business Review*, USA, November–December, 91608, pp.70 -73.
- Nonaka, I., & Konno, N. (1998). The concept of “Ba”: Building a foundation for knowledge creation. *California management review*, 40(3), 40-54.
- Nonaka, Ikujiro and Hirotaka, Takeuchi. (1995). *The Knowledge – Creating Company : How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York : Oxford University Press.
- Olson, M. (2015). *An introduction to theories of learning: Psychology Press*.
- Ontario Learning for Sustainability Partnership (OLSP). (1996). *Learning for Sustainability: Essential Outcomes and Classroom Learning Strategies*. Toronto: OLSP.
- Pattanapanithipong, P., Supasetsiri, P., Yensabai, A., & Thimwatbunthong, S. (2016). Local lifestyle with convey the wisdom of pottery in the Chao-Praya river basin. *Journal of Research and Development, Humanities and Social Sciences, Suan Sunandha Rajabhat University*. 8(2), 43-62.
- Pietro Mazzola, Gaia Marchisio and Joe Astrachan. (2008). Strategic Planning in Family Business: A Powerful Development Tool for the Next Generation. *SAGE journals*, Vol. 21 issue: 3, 239-258.
- Piriya, P., & Veera, B. (2012). Challenges and Obstacles of Small and Medium Enterprises Under a Creative Economy: The Case of Thailand. *International Business Management*, 6: 356-368.
- Pongwiritthon, R., & Syers, K. (2014). Knowledge Management of Textiles Based on Lanna’s Ethnic Wisdom: Pgazkoenyau Community Mae Wang District, Chiang Mai

- Province. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 7(2), 22-34.
- Pookaiyudom, G. (2019). The Development of the Thai Long-boat Race as a Sports Tourism and Cultural Product. *Tourism Planning & Development*, 16(1), 61-74.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. New York: Free Press.
- Research, International Journal of Social Research Methodology, 11:4, 327-344, DOI: 10.1080/13645570701401305
- Rhea, Z. M. (1995). Changing manifestations of wisdom and knowledge in Thailand. *Prospects*, 25(4), 669-682.
- Robert G. Perrin. (1976). Herbert Spencer's Four Theories of Social Evolution. *American Journal of Sociology*. The University of Chicago Press. Vol. 81, No. 6, 1339-1359.
- Rosenau, M. D. (1998). Faster new product development. *Journal of Product Innovation Management*, 5(2), 150-153.
- Ruddle, K. (2000). Systems of knowledge: dialogue, relationships and process. *Environment, development and sustainability*, 2(3-4), 277-304.
- Salzmann, O., Ionescu-Somers, A., Steger, U. (2005). The business case for corporate sustainability. *Eur. Manag. J.* 23, 27-36.
- Samorapoom, C., & Meekun, S. (2006). The way of culture wisdom transmission and maintaining of the northeast native doctors: case studies in Ubonrachatani province. *Journal of Education and Social Development*, 2(1), 108-123.
- Schubert, P., Lincke, D., & Schmid, B. (1998). A global knowledge medium as a virtual community: The Netacademy concept. In E. Hoadley & I Benbasat (Eds.), *Proceedings of the Fourth Americas Conference on Information Systems* (pp. 618-620), Baltimore.
- Serpell, L., Stobie, B., Fairburn, C. G., & van Schaick, R. (2013). Empirically-supported and non-empirically supported therapies for bulimia nervosa: retrospective patient ratings. *Journal of eating disorders*, 1(1), 41.
- Shigeyuki Miyata. (2555). การปกป้องมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในประเทศไทยญี่ปุ่น-บทเรียนจากสถาบันการวิจัยแห่งชาติ. สถาบันการวิจัยแห่งชาติเพื่อทรัพย์สินทางวัฒนธรรม. สรุปบทความจากการบรรยาย.

- Somdee, A. (2010). Applied an Edict of a King in Sufficiency Economy to Inherit the Local Knowledge in the Field of Handicrafts in Chiang Mai Province, the Department of Paper Making. Chiang Mai Rajabhat University. Research report, National Research Council of Thailand.
- Srikantaiah, T.K. and Koenig Michael D. (1999). Knowledge Management for the Information Professional. United States of America: American Society of Information Science.
- Stover, M. (2004). Making tacit knowledge explicit: The ready reference database as codified knowledge. *Reference services review*.
- Summer Brines, Deborah Shepherd and Christine Woods. (2013). SMES Family business innovation: exploring new combinations. *Journal of Family Business Management*.
- Sunthonkhemapinan, P., Sujitkittiwat, P., & Thitasuttho, P. W. (2019). King's Science: Buddhist Integration of Modern Science for Thai Society at All Levels. *Cultural Approach, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, 20(37)*, 87-101.
- Swanson, K., & Devereaux. C. (2017). A theoretical framework for sustaining culture: Culturally sustainable entrepreneurship. *Annals of Tourism Research, 62*, 78-88.
- Syarif, E., Hasriyanti, H., Fatchan, A., Astina, I. K., & Sumarmi, S. (2016). Conservation Values Of Local Wisdom Traditional Ceremony Rambu Solo Toraja's Tribe South Sulawesi As Efforts The Establishment Of Character Education. *EFL JOURNAL, 1(1)*, 17-23.
- Szulanski, G., Cappetta, R., & Jensen. (2004), "When and How Trustworthiness Matters: Knowledge Transfer and the Moderating Effect of Causal Ambiguity," *Organizational Science*, Sept.-Oct., Vol. 15:5, pp. 600-613.
- Tsoukas, H. & E. Vladimirou (2001), "What is organizational knowledge?". *Journal of Management Studies*, November, Vol. 38:7, pp. 973-993.
- United Nations. (2007). Indicators of sustainable development: Guidelines and methodologies. 3rd ed. NY: United Nations.
- Uttamamunee, W., Maneechot, C., Srisuwan, N., Pongkaw, P., Taweta, P., Suwanno, O., & Buakaew, J. (2012). A participatory process in the transmission of local wisdom

- of the buddha image boat procession: A case study of Ban Khaukaew community, Songkla province. *Journal of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus*, 4(2), 50.
- Vecco, M. (2010). A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible. *Journal of Cultural Heritage*, 11(3), 321-324.
- Von Bugoslawski, A.; Payer, T. (2005). Nachhaltigkeit im Unternehmen verankern—Die Sustainable Balanced Scorecard. In Proceedings of the Nachhaltigkeitsmanagement-Praxisorientierte Ansätze und Instrumente für Eine Nachhaltige Unternehmensausrichtung, Ulm, German. 19–24.
- Wade, Michael and Hulland, John. (2004). Review: The Resource-Based View and Information Systems Research: Review, Extension and Suggestions for Future Research, *MIS Quarterly*, (28: 1).
- Wang, Y. and Poutziouris. P. (2003). Micheal Stone Ltd. Balancing Family Tradition with Entrepreneurial Growth. In *The Growing Business Handbook*. Jolly. A., ed. 36thed. London: Kogan Page. 137-145.
- Wilcox, E. (2018). Dynamic Inheritance: Representative Works and the Authoring of Tradition in Chinese Dance (Vol. 55).
- Zack, M. H. (1999). Managing codified knowledge. *Sloan management review*, 40(4), 45-58.





แบบประเมินความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์การศึกษาและข้อคำถาม
สำหรับเก็บข้อมูลการดำเนินธุรกิจและการสืบทอดภูมิปัญญาของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา
การศึกษาครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของดัชนีพันธ
หลักสูตรธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ “เพื่อศึกษาภาพรวมการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา” โดยจะนำข้อมูลที่ได้ไปค้นหาคำตอบ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น แบ่งข้อคำถามออกเป็นประเด็นย่อย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านภูมิปัญญา 2) ด้านผลิตภัณฑ์ 3) ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ 4) ด้านทายาท

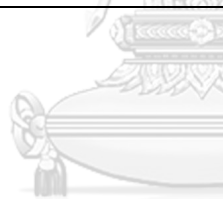
กรุณาพิจารณาว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องของกับวัตถุประสงค์เพียงใด โดยให้น้ำหนักดังนี้

- 1 คือ **“แน่ใจ”** ว่าข้อคำถาม **ไม่สอดคล้อง** กับวัตถุประสงค์ที่กำหนด
- 0 คือ **“ไม่แน่ใจ”** ว่าข้อคำถาม **สอดคล้อง** กับวัตถุประสงค์ที่กำหนดหรือไม่
- +1 คือ **“แน่ใจ”** ว่าข้อคำถาม **สอดคล้อง** กับวัตถุประสงค์ที่กำหนด

วัตถุประสงค์	คำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ	น้ำหนัก			ข้อเสนอแนะ
		-1	0	+1	
ด้านภูมิปัญญา	ในชุมชนของท่านส่งเสริมอาชีพที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น				
	ท่านใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์				
	ท่านภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น				
	ท่านรับถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจากบรรพบุรุษ				
	ท่านเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยตนเอง				
	ท่านต้องการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้กับชุมชนตลอดไป				
	ความรู้ภูมิปัญญาควรปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับยุคสมัย				
ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา	ผลิตภัณฑ์ของท่านมีความแตกต่างจากคู่แข่ง				
	ผลิตภัณฑ์ของท่านลอกเลียนแบบได้ยาก				
	ท่านใช้ความประณีตในขั้นตอนการผลิต				

วัตถุประสงค์	คำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ	น้ำหนัก			ข้อเสนอแนะ
		-1	0	+1	
	ท่านมีความพร้อมด้านอุปกรณ์การผลิต				
	ความยากในการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต				
	ความเข้มงวดในการตรวจสอบควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์				
	ท่านได้ปรับปรุงขั้นตอนการผลิตให้ง่ายขึ้นจากวิธีการดั้งเดิม				
ด้านผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา (ต่อ)	ช่างฝีมือของท่านมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณงาน				
	ช่างฝีมือ/พนักงานของท่านมีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชน				
	ท่านนำนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการผลิต				
ด้านบริหารธุรกิจ	ท่านพึงพอใจในผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจ				
	ผลิตภัณฑ์ของท่านมีคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม				
	ความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจ				
	ท่านต้องพัฒนาธุรกิจเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งและสินค้าทดแทนในตลาด				
	ธุรกิจของท่านมีแผนกลยุทธ์และเป้าหมายในการดำเนินงานที่ชัดเจน				
	ท่านมีพันธมิตรหรือเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจ				
	ท่านพัฒนาประสิทธิภาพในกระบวนการธุรกิจอยู่เสมอ				
	ท่านสามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย				
	ท่านเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้				
	ท่านแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในธุรกิจอย่างชัดเจน				
ด้านทายาทและการสืบทอด	ความผูกพันกับครอบครัวและชุมชนท้องถิ่นของทายาท				
	ความสนใจของทายาทในการสืบทอดธุรกิจ				
	ความกระตือรือร้นของทายาทในการเรียนรู้มรดกภูมิปัญญา				
	ทายาทได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการผลิตสินค้าภูมิปัญญา				

วัตถุประสงค์	คำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ	น้ำหนัก			ข้อเสนอแนะ
		-1	0	+1	
	ทายาทมีทัศนคติที่ดีต่อการรับช่วงสืบทอดธุรกิจจากท่าน				
	ทายาทเข้าศึกษาในหลักสูตรที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของท่าน				
	ท่านใช้รางวัลจูงใจเพื่อให้ทายาทสืบทอดความรู้ภูมิปัญญา				
	ท่านฝึกฝนเตรียมความพร้อมให้ทายาทก่อนสืบทอดธุรกิจ				
	ท่านถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาไว้เป็นเอกสารลายลักษณ์อักษร เช่น บันทึกรายการ คำนวณ คู่มือการผลิต				
	ท่านถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาด้วยการบรรยายสาธิต และให้ฝึกปฏิบัติทำงานจริง				
	ท่านสอนเคล็ดลับความรู้ภูมิปัญญาอย่างเปิดเผย				
	แนวโน้มความสำเร็จในการส่งต่อธุรกิจให้แก่ทายาท				



ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน
(.....)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ข



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การสืบทอดวัฒนธรรม-ภูมิปัญญา

จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัย และข้อมูลจากหน่วยงาน สภาฯ และทัศนชนองนักวิชาการ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลมาสังเคราะห์และสรุปกระบวนการสืบทอดภูมิปัญญา โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

- 1) ขั้นก่อนสืบทอด: ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ พิธีการ
- 2) ขั้นการสืบทอด: วิธีการสืบทอดและกระบวนการถ่ายทอดความรู้
- 3) ขั้นหลังการสืบทอด: การสร้างคุณค่าเพื่อความยั่งยืน



การสืบทอดภูมิปัญญา	กระทรวงวัฒนธรรม	กระทรวงอุตสาหกรรม	นิคม ออโตซูซึ	Aronoff	อู่ทาส นวรัตน์เสี๋ย	Mazzola	ปตท.บม. สือประภากุล	อภิชัย สัตย์สันต์ภักดิ์	เศวตวิทย์ นิฉัตรน	George C. Homans	เนตท.ท.ท. ไทยอีดีที	Kunkel	อุซุมึชิ เลียซึ	Shigeyuki Miyata	Summer Brines	Longenecker	Total
ขั้นก่อนการสืบทอด: ทักษะคิด ค่านิยม ความเชื่อ พิธีการ																	
- เกี่ยวข้องกับพิธีกรรม ความเชื่อ ในชุมชน	✓		✓				✓		✓				✓				5
- ปลูกฝัง ส่งเสริมความพร้อมของ ทายาท				✓	✓			✓									3
- ปิดช่องว่างระหว่างผู้ก่อตั้งและผู้ สืบทอด				✓													1
- เลือกทายาทที่มีคุณสมบัติ เหมาะสม		✓		✓		✓											3
- ปรับความสามารถของทายาทให้ เหมาะสมกับองค์กร					✓											✓	2
- ความสำเร็จขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ ของผู้สืบทอด											✓				✓		2
- ผู้สืบทอดต้องมีความรู้											✓						1
- ผู้สืบทอดต้องได้รับการยอมรับ											✓						1
- กระบวนการเลือกผู้สืบทอด												✓					1

การสืบทอดภูมิปัญญา	กระทรวงวัฒนธรรม	กระทรวงศึกษาธิการ	นิคม ออโตซูบิ	Avonoff	อำพล นววงศ์เสถียร	Mazzola	ปดตงษ์ ธีธประภากุล	ธรรักษ์ สัตยสินทร์กุล	เดชาวิทย์ นิลวรรณ	George C. Homoans	เนตทนก ไลท์ลิตส์กิต์	Kunkel	อุษณีย์ เสือดี	Shigeyuki Miyata	Summer Birnes	Longeneker	Total	
ขั้นการสืบทอด: วิธีการสืบทอดและกระบวนการถ่ายทอดโอนความรู้																		
- วิธีการแม่สอนลูก			✓															1
- พิก สอน แบบค่อยเป็นค่อยไป							✓	✓					✓				✓	4
- เรียนรู้จากบรรพบุรุษ							✓											1
- ภาครัฐสนับสนุน	✓	✓					✓							✓	✓			5
- การจัดสอนในโรงเรียน	✓	✓					✓		✓		✓							5
- ถ่ายทอดจากผู้สูงอายุสู่เยาวชน									✓									1
- ใช้กลยุทธ์เรียนปนเล่น									✓									1
- เสริมสร้าง KAP									✓									1
- การปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนระหว่างบุคคล										✓								1

การสืบทอดภูมิปัญญา	กระแสรังวันธรรม	กระแสรังอุษาธรรม	นิม โอบอ้อมใจ	Aronoff	อำพล นวรงค์เสวี	Mazzola	ปตพงศ์ ธีระประภักดิ์	อรทัย สัตยสันต์พิทักษ์	เดวิดย์ นิลวรรณ	George C. Homoans	เบญจมา ทรัพย์สิทธิ์	Kunkel	อุษณีย์ เสือดี	Shigeyuki Miyata	Summer Brines	Longenecker	Total
ชั้นหลังการสืบทอด: การสร้างคุณค่าเพื่อความยั่งยืน																	
- ศึกษาศาสนาแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น													√		√		2
- สร้างความตระหนักห่วงแหน													√				1
- สร้างคุณค่าและความภาคภูมิใจ													√				1
- เสริมรากคุณค่า									√								1
- กฎหมายปกป้องภูมิปัญญา	√	√				√								√	√		5
- การให้รางวัล/การลงโทษ	√									√							2
- อุปสงค์-อุปทาน										√							1
- ใช้ศาสตร์การบริหารธุรกิจ		√													√		2
- ความยั่งยืนและสมดุล															√		1



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ค



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสอบถามข้อมูลในการดำเนินธุรกิจและการสืบทอดภูมิปัญญา
สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง:

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิทยาศาสตร์สุขภาพ หลักสูตรธุรกิจ เทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจ และการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น ในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) สภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา 3) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะนำไปวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การขับเคลื่อนการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น และสังเคราะห์องค์ความรู้ทางวิชาการเพื่อส่งเสริมให้เกิดการธำรงรักษาและสืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าให้คงอยู่สืบไป ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนและขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

นิยามศัพท์

ภูมิปัญญา หมายถึง องค์ความรู้ เทคนิควิธีที่ได้รับสืบทอดจากบรรพบุรุษเพื่อใช้ในการดำเนินชีวิต

ผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานในการการพัฒนาผลิตภัณฑ์

นวัตกรรม หมายถึง การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ประดิษฐ์สิ่งใหม่ วิธีการหรือกระบวนการใหม่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

คณิตา ตุมพสุวรรณ 
โทรศัพท์ 0891917110
e-mail: Khanita.t@cmu.ac.th

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าข้อที่เลือก)

1. เพศ

ชาย

หญิง

ไม่ระบุ

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

51-60 ปี

61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- โสด สมรส หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. จำนวนบุตร/ทายาท

- 1 คน 2 คน 3 คน
 4 คน 5 คน ไม่มีบุตรสืบสายเลือด

ส่วนที่ 2 สภาพแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจ (กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าข้อที่เลือก)

6. ระยะเวลาที่ท่านเริ่มทำธุรกิจนี้

- ต่ำกว่า 10 ปี 10-20 ปี มากกว่า 20 ปี

7. ธุรกิจของท่านอยู่ในรุ่นใด

- รุ่นก่อตั้ง รุ่นรับช่วงสืบทอด อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. จำนวนผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง

- 1-10 คน 11-20 คน 21-30 คน
 31-40 คน มากกว่า 40 คน

9. พนักงาน ลูกจ้างในธุรกิจของท่านประกอบด้วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สมาชิกในครอบครัว เครือญาติ บุคคลภายนอก
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. ประเภทของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ผลิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผ้า/ผลิตภัณฑ์จากผ้า ของใช้ของตกแต่ง เครื่องประดับ
 อาหาร อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. ประเภทของธุรกิจ

- เจ้าของคนเดียว บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน
 วิสาหกิจชุมชน ร้านค้า อื่น ๆ โปรดระบุ.....

12. ลักษณะการดำเนินธุรกิจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผลิตและจำหน่าย รับผลิตอย่างเดียว รับมาจำหน่ายหน้าร้าน
 คนกลางขายปลีก/ส่ง อื่น ๆ โปรดระบุ.....

13. สัดส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในรูปแบบร้อยละในปีที่ผ่านมาคิดเป็นเท่าใด

- ขายตรงผ่านหน้าร้าน สัดส่วน.....% ออกงานแสดงสินค้า สัดส่วน.....%
- ขายผ่านคนกลาง สัดส่วน.....% ขายผ่านออนไลน์ สัดส่วน.....%

14. ในปีที่ผ่านมาธุรกิจของท่านมีรายได้โดยประมาณเท่าใด

- ต่ำกว่า 500,000 บาท 501,000-1,000,000 บาท 1,000,001-1,500,000 บาท
- 1,500,001-2,000,000 บาท 2,000,001-2,500,000 บาท มากกว่า 2,500,000 บาท

15. ในอนาคตท่านต้องการส่งมอบธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ให้ทายาทรับช่วยต่อหรือไม่

- ต้องการส่งมอบ ไม่ต้องการส่งมอบ ไม่แน่ใจ

16. ผู้ที่ท่านคาดว่าจะส่งมอบธุรกิจให้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บุตรผู้สืบสายเลือด เครือญาติ บุคคลภายนอกที่มีความสามารถ
- ยังไม่ได้กำหนดตัวผู้สืบทอด อื่น ๆ โปรดระบุ.....

คำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ
(กรุณาทำเครื่องหมายวงกลม O ล้อมรอบข้อที่ท่านเลือก 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง
2=น้อย 1=น้อยที่สุด)

ด้านภูมิปัญญา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
17. ในชุมชนของท่านส่งเสริมอาชีพที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	5	4	3	2	1
18. ท่านใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
19. ท่านภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น	5	4	3	2	1
20. ท่านรับถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจากบรรพบุรุษ	5	4	3	2	1
21. ท่านเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยตนเอง	5	4	3	2	1
22. ท่านต้องการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้กับชุมชนตลอดไป	5	4	3	2	1
23. ความรู้ภูมิปัญญาควรปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับยุคสมัย	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา					
24. ผลิตภัณฑ์ของท่านมีความแตกต่างจากคู่แข่ง	5	4	3	2	1
25. ผลิตภัณฑ์ของท่านลอกเลียนแบบได้ยาก	5	4	3	2	1
26. ท่านใช้ความประณีตในขั้นตอนการผลิต	5	4	3	2	1
27. ท่านมีความพร้อมด้านอุปกรณ์การผลิต	5	4	3	2	1
28. ความยากในการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต	5	4	3	2	1
29. ความเข้มงวดในการตรวจสอบควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
30. ท่านได้ปรับปรุงขั้นตอนการผลิตให้ก้าวหน้าจากวิธีการดั้งเดิม	5	4	3	2	1
31. ช่างฝีมือของท่านมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณงาน	5	4	3	2	1
32. ช่างฝีมือ/พนักงานของท่านมีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชน	5	4	3	2	1
33. ท่านนำนวัตกรรมมาใช้ในการกระบวนการผลิต	5	4	3	2	1
ด้านการบริหารธุรกิจ					
34. ท่านพึงพอใจในผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจ	5	4	3	2	1
35. ผลิตภัณฑ์ของท่านมีคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม	5	4	3	2	1

ด้านภูมิปัญญา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
36. ความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจ	5	4	3	2	1
37. ท่านต้องพัฒนาธุรกิจเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งและสินค้าทดแทนในตลาด	5	4	3	2	1
38. ธุรกิจของท่านมีแผนกลยุทธ์และเป้าหมายในการดำเนินงานที่ชัดเจน	5	4	3	2	1
39. ท่านมีพันธมิตรหรือเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจ	5	4	3	2	1
40. ท่านพัฒนาประสิทธิภาพในกระบวนการธุรกิจอยู่เสมอ	5	4	3	2	1
41. ท่านสามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	5	4	3	2	1
42. ท่านเข้าถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้	5	4	3	2	1
43. ท่านแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในธุรกิจอย่างชัดเจน	5	4	3	2	1

ด้านทายาทและการสืบทอด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
44. ความผูกพันกับครอบครัวและชุมชนท้องถิ่นของทายาท	5	4	3	2	1
45. ความสนใจของทายาทในการสืบทอดธุรกิจ	5	4	3	2	1
46. ความกระตือรือร้นของทายาทในการเรียนรู้มรดกภูมิปัญญา	5	4	3	2	1
47. ทายาทได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการผลิตสินค้าภูมิปัญญา	5	4	3	2	1
48. ทายาทมีทัศนคติที่ดีต่อการรับช่วงสืบทอดธุรกิจจากท่าน	5	4	3	2	1
49. ทายาทเข้าศึกษาในหลักสูตรที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจของท่าน	5	4	3	2	1
50. ท่านใช้รางวัลใจเพื่อให้ทายาทสืบทอดความรู้ภูมิปัญญา	5	4	3	2	1
51. ท่านฝึกฝนเตรียมความพร้อมให้ทายาทก่อนสืบทอดธุรกิจ	5	4	3	2	1
52. ท่านถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาไว้เป็นเอกสารลายลักษณ์อักษร เช่น บันทึกรายการค้า คู่มือการผลิต	5	4	3	2	1

ด้านทายาทและการสืบทอด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
53. ท่านถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาด้วยการบรรยาย สาดิต และให้ฝึกปฏิบัติทำงานจริง	5	4	3	2	1
54. ท่านสอนเคล็ดลับความรู้ภูมิปัญญาอย่างเปิดเผย	5	4	3	2	1
55. แนวโน้มความสำเร็จในการส่งต่อธุรกิจให้ทายาทของท่าน	5	4	3	2	1

56. ปัญหาที่ท่านพบจากการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา (ตอบได้มากกว่า

1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านการผลิต | <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านวัตถุดิบ | <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านการตลาด | <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านการขนส่ง |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านการบริหารจัดการ | <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านการขาดองค์ความรู้ |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านเงินทุน | <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านผู้สืบทอด |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านช่างฝีมือแรงงาน | <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านการส่งมอบธุรกิจ |
| <input type="checkbox"/> ปัญหาด้านการพัฒนานวัตกรรม | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณในความอนุเคราะห์

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	คณิตา ตุมพสุวรรณ
วัน เดือน ปี เกิด	28 มีนาคม 2518
สถานที่เกิด	เชียงใหม่
วุฒิการศึกษา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม สหสาขาวิชา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	201/133-134 หมู่ 9 ต.หนองจ่อม อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50210
ผลงานตีพิมพ์	Tumphasuwan, K., Hongsirawat, A., & Anuntavoranich, P. (2019). Sustainable Development Process for Existence of Local Wisdom: A Case Study of Thailand. In Proceedings of 6th National and International Conference on Administration and Management. Kasetsart University, Thailand. Tumphasuwan, K., Hongsirawat, A., & Anuntavoranich, P. (2020). “4M 1I”: The Empirical Determination of Sustainable Cultural Inheritance of Thai Local Wisdom. International Journal of Innovation, Creativity and Change. United Kingdom. (in press) (SCOPUS, Q3)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY