



การพัฒนาอาชีพการค้าเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัดตาก

Development of Trade Careers to Enhance the Quality of Life of The Lahu Hill

Tribe People in Tak Province

ธงชัย ทองคำ^{1*} และ สิทธิเดช วงศ์ปรีชญ์²Thongchai Tongkum^{1*} and Sittidet Wongpratya²คณะนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น¹⁻²Faculty of Law and Political Science, Northern College, Thailand.¹⁻²

Email: Thong847out@gmail.com and sittidet123@gmail.com

Received October 01, 2025; Revised November 05, 2025; Accepted December 30, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการประกอบอาชีพการค้าและสภาพสังคมของชาวเขาเผ่ามูเซอ 2) ศึกษาการพัฒนาอาชีพการค้าเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอ และ 3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาด้านการค้าและเศรษฐกิจชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัดตาก การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่หมู่บ้านชาวเขาเผ่ามูเซอ อำเภอแม่สอด และอำเภอเมือง จังหวัดตาก โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง จำนวน 37 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ควบคู่กับการพิจารณาบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการประกอบอาชีพการค้าของชาวเขาเผ่ามูเซอส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรบนพื้นที่สูง ได้แก่ พืช ผัก และผลไม้เมืองหนาว โดยจำหน่ายตรงสู่ผู้บริโภค และมีการรับสินค้าบางประเภทจากต่างพื้นที่มาจำหน่ายเพิ่มเติม โครงสร้างสังคมแบ่งเป็นมูเซอดำและมูเซอแดง แม้วิถีชีวิตจะได้รับการพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทสมัยใหม่มากขึ้น แต่อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี ทัศนคติ และค่านิยมยังคงผูกพันกับการทำเกษตรกรรมบนพื้นที่สูง 2) การพัฒนาอาชีพการค้ามีความก้าวหน้าอย่างชัดเจน โดยมีการปรับปรุงกระบวนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค การออกแบบกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นคุณค่าลูกค้า และการบูรณาการแผนการตลาดอย่างเป็นระบบ สินค้ามีจุดเด่นด้านคุณภาพ ความสดใหม่ ความปลอดภัยจากสารเคมี และราคาที่เหมาะสม ส่งผลให้ตลาดมูเซอเป็นที่รู้จักและสร้างรายได้เพิ่มขึ้น อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตในทางที่ดีขึ้น 3) ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา ได้แก่ การสนับสนุนเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและปริมาณผลผลิต การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานภายในตลาดให้เอื้อต่อการสัญจร และการส่งเสริมความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่และการตลาดดิจิทัลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การพัฒนาอาชีพ, การค้า, คุณภาพชีวิต, ชาวเขาเผ่ามูเซอ



Abstract

This research aimed to: 1) examine the occupational trading conditions and social context of the Muser hill tribe; 2) investigate the development of trading occupations to enhance their quality of life; and 3) propose guidelines for trade and community economic development to improve the quality of life of the Muser hill tribe in Tak Province. This study employed a qualitative research design. Data were collected in Muser hill tribe villages located in Mae Sot District and Mueang Tak District, Tak Province. A total of 37 key informants were selected through purposive sampling. The primary research instrument was a semi-structured interview form. Data were analyzed using content analysis in conjunction with contextual interpretation of the community's social and cultural background.

The findings revealed that: 1) The primary trading occupations of the Muser hill tribe involve the production and direct sale of highland agricultural products, including vegetables, fruits, and temperate crops, to consumers. Some products are also sourced from other areas for resale. Socially, the Muser community is divided into Black Muser and Red Muser groups. Although their way of life has progressively adapted to modern socio-economic changes, their cultural identity, traditions, attitudes, and values remain closely tied to highland agriculture. 2) The development of trading occupations has significantly improved. Marketing processes have evolved to better respond to consumer needs, with strategic marketing approaches emphasizing customer value and integrated marketing planning. Key strengths include high-quality, fresh, distinctive, chemical-free agricultural products offered at reasonable prices. These factors have enhanced the reputation of Muser markets, increased income levels, and positively impacted overall quality of life. 3) Development recommendations include the introduction of modern agricultural technologies to improve production efficiency and output, infrastructure improvements within market areas to facilitate convenient mobility, and the provision of training and knowledge in modern and digital marketing by relevant agencies to strengthen sustainable community economic development.

Keywords: Career Development, Trade, Quality of Life, Muso Hill Tribe

บทนำ

โลกาภิวัตน์นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง โดยเฉพาะในภาคเศรษฐกิจที่ถือเป็นตัวชี้วัดความอยู่รอดของมนุษยชาติ ประเทศไทยมีศักยภาพสูงทั้งในด้านภูมิศาสตร์และโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ ด้วยอาณาเขตที่ติดกับเพื่อนบ้านทั้งทางบกและทางทะเล โดยเฉพาะบริเวณชายแดน



ทางภาคเหนือซึ่งเป็นพื้นที่ป่าเขา ทำให้มีการเคลื่อนย้ายข้ามพรมแดนของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เข้ามาอย่างต่อเนื่อง (สนิท วงศ์ประเสริฐ, 2546) ซึ่งการเปิดประเทศเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่งผลให้การแข่งขันทางธุรกิจรุนแรงยิ่งขึ้น การพัฒนาประเทศจึงเน้นให้ประชาชนทุกกลุ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยไม่เลือกกลุ่มชาติพันธุ์ (กุสุมา ผลาพรม และสิทธิเดช วงศ์ปรัชญา, 2561) อย่างไรก็ตาม กลุ่มชาติพันธุ์โดยเฉพาะชาวเขาเผ่ามูเซอ ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่สูงของจังหวัดตาก เป็นหนึ่งในกลุ่มที่ประสบปัญหาโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างชัดเจน ทั้งในเรื่องโอกาสเข้าถึงทรัพยากร การศึกษา รายได้ และสิทธิในที่ดิน ปัจจุบัน ชาวเขาเผ่ามูเซอในอำเภอแม่ท้อ และแม่สออด ได้นำการเกษตรบนพื้นที่สูง เช่น การปลูกผัก ผลไม้ และผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น มาเชื่อมโยงกับการดำรงชีวิตในสังคมเมือง ผ่านตลาดท้องถิ่น ได้แก่ ตลาดมูเซอ (ทั้งตลาดเก่าและตลาดใหม่) ที่ตั้งอยู่ตามแนวถนนหมายเลข 12 ตาก-แม่สออด โดยพัฒนาไปในรูปแบบธุรกิจชุมชน (SME) มีทั้งการขายหน้าร้านและระบบออนไลน์ พร้อมทั้งขยายกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเกษตรกรรมบนพื้นที่สูง ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างรวดเร็ว การที่ชุมชนสามารถปรับตัวและสร้างรายได้ รวมถึงส่งเสริมการศึกษาให้แก่คนรุ่นหลัง แสดงให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาเชิงบูรณาการ ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่อาจเป็นต้นแบบของการพัฒนาชุมชนชาติพันธุ์อื่น ๆ ได้ (วิชชุดา วงศ์พานิชย์, 2557)

ดังนั้น การศึกษาสภาพการประกอบอาชีพ การค้า และโครงสร้างทางสังคมของชาวเขาเผ่ามูเซอ ร่วมกับการวิเคราะห์ทิศทางการพัฒนาตลาดและเศรษฐกิจชุมชน ตลอดจนข้อเสนอแนะด้านการสนับสนุน จะช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญต่อการพัฒนาพื้นที่เฉพาะ และชุมชนชาติพันธุ์ในบริบทของโลกาภิวัตน์ เพื่อวางรากฐานให้ประเทศสามารถพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการประกอบอาชีพการค้าและสภาพสังคมของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาอาชีพการค้าเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัดตาก
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนาเกี่ยวกับด้านการค้าและเศรษฐกิจชุมชนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัดตาก

สมมติฐานการวิจัย

การพัฒนาอาชีพการค้าที่สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมและทรัพยากรในพื้นที่ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอและ การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการผลิตและการตลาดสมัยใหม่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของชุมชน



ทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาสภาพการประกอบอาชีพการค้า การพัฒนาอาชีพ และแนวทางเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัดตาก โดยอาศัยกรอบแนวคิดสหวิทยาการที่บูรณาการมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการตลาด เพื่ออธิบายพลวัตของการเปลี่ยนแปลงในชุมชนชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง ภายใต้บริบทเศรษฐกิจสมัยใหม่ ทั้งนี้ กรอบแนวคิดหลักที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ประกอบด้วย แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ทูทางสังคม การตลาดเชิงคุณค่า การพัฒนาอาชีพ และการปรับตัวของชุมชนชาติพันธุ์

แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนพื้นที่สูง

แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (Community Economic Development: CED) เป็นกระบวนการที่มุ่งเสริมสร้างความสามารถของชุมชนในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและจัดการทรัพยากรของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน การสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก และการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ในบริบทพื้นที่สูงซึ่งมีข้อจำกัดด้านภูมิประเทศ ระบบคมนาคม และการเข้าถึงตลาด แนวคิดดังกล่าวยังมีความสำคัญ เนื่องจากชุมชนต้องอาศัยกลไกภายในเป็นหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจกิตติพงษ์ ใจมั่น (2564) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนพื้นที่สูงควรดำเนินการควบคู่กับการรักษาความสมดุลทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มิใช่มุ่งเน้นเพียงการเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจเท่านั้น ทั้งนี้ การพัฒนาที่ละเลยบริบทวัฒนธรรมอาจนำไปสู่การสูญเสียอัตลักษณ์และความเปราะบางทางสังคมในระยะยาว ในกรณีของชุมชนมูเซอ การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจึงควรตั้งอยู่บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น เช่น ความรู้ด้านเกษตรกรรมบนพื้นที่สูงพืชเศรษฐกิจเฉพาะถิ่น และภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม โดยมุ่งสร้าง “มูลค่าเพิ่มเชิงบริบท” (context-based value added) อันเกิดจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิศาสตร์ของพื้นที่

แนวคิดทุนทางสังคมกับความเข้มแข็งของชุมชนชาติพันธุ์

ทุนทางสังคม (Social Capital) เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้อธิบายบทบาทของความสัมพันธ์ทางสังคม เครือข่ายความไว้วางใจ และบรรทัดฐานร่วมในการส่งเสริมความร่วมมือและการพัฒนา ทุนทางสังคมในชุมชนชาติพันธุ์มักมีลักษณะเฉพาะ คือ ความสัมพันธ์เชิงเครือญาติ ความผูกพันทางวัฒนธรรม และระบบคุณค่าร่วมที่เข้มแข็ง จันทรเพ็ญ สุวรรณศรี (2563) ระบุว่า ชุมชนชาติพันธุ์ที่มีทุนทางสังคมสูงจะมีศักยภาพในการรวมกลุ่ม การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน และการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ทุนทางสังคมยังช่วยลดต้นทุนธุรกรรม (transaction costs) ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น การให้เครดิตภายในชุมชน การแลกเปลี่ยนแรงงาน และการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร สำหรับชุมชนมูเซอ ทุนทางสังคมมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาอาชีพ โดยเฉพาะในรูปแบบของการรวมกลุ่มผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย การจัดตั้งกลุ่มอาชีพ และการสร้างเครือข่ายตลาด หากสามารถพัฒนาทุนทางสังคมจากระดับ “bonding” ภายในชุมชน ไปสู่ระดับ “bridging” และ “linking” กับหน่วยงานภายนอก จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร ความรู้ และตลาดที่กว้างขึ้น



แนวคิดการตลาดเชิงคุณค่าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัย

การตลาดเชิงคุณค่า (Value-based Marketing) มุ่งเน้นการสร้างและสื่อสารคุณค่าที่ตอบสนองความต้องการเชิงลึกของผู้บริโภค มากกว่าการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว ในบริบทสินค้าเกษตรปลอดภัย คุณค่าดังกล่าวอาจประกอบด้วย ความปลอดภัยทางอาหาร ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แหล่งผลิตที่ตรวจสอบได้ และเรื่องราวของชุมชนผู้ผลิต ธนพล ศรีบุญเรือง (2565) เสนอว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัยควรดำเนินการแบบบูรณาการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ การยกระดับมาตรฐานการผลิต การรับรองคุณภาพ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า (branding) และการสื่อสารการตลาดที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ในกรณีของชุมชนมุเซอ การนำแนวคิดการตลาดเชิงคุณค่ามาประยุกต์ใช้ สามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าเกษตรบนพื้นที่สูงผ่านการเล่าเรื่อง (storytelling) ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชาติพันธุ์ ความใส่ใจต่อธรรมชาติ และการผลิตแบบดั้งเดิมที่ปรับให้สอดคล้องกับมาตรฐานสมัยใหม่ ซึ่งจะช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองและขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาด

แนวคิดการพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตในชุมชนชนบท

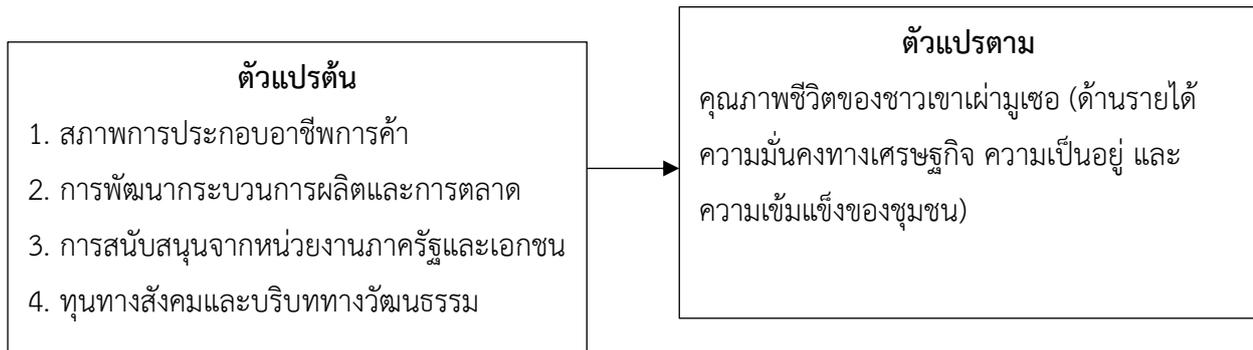
การพัฒนาอาชีพเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิต โดยเฉพาะในชุมชนชนบทและพื้นที่สูงที่มีโอกาสทางเศรษฐกิจจำกัด แนวคิดนี้เน้นการเสริมสร้างทักษะ ความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการ และการเข้าถึงแหล่งทุน เพื่อให้ประชาชนสามารถสร้างรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืน ปราณี คำหล้า (2562) พบว่า การพัฒนาอาชีพที่มีประสิทธิผลควรสอดคล้องกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และทรัพยากรของพื้นที่ ไม่ควรเป็นการถ่ายทอดรูปแบบอาชีพจากภายนอกโดยปราศจากการปรับให้เหมาะสม ทั้งนี้ การพัฒนาอาชีพควรเชื่อมโยงกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตในมิติที่กว้างกว่า เช่น การศึกษา สุขภาพ ความมั่นคงทางอาหาร และการมีส่วนร่วมทางสังคม ดังนั้นในการศึกษาชุมชนมุเซอ การพัฒนาอาชีพจึงต้องพิจารณาทั้งมิติรายได้ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ควบคู่กัน เพื่อให้การยกระดับคุณภาพชีวิตเกิดขึ้นอย่างสมดุลและยั่งยืน

แนวคิดการปรับตัวของชุมชนชาติพันธุ์ในบริบทเศรษฐกิจสมัยใหม่

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และเศรษฐกิจตลาด ชุมชนชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงต้องเผชิญกับแรงกดดันจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง ทั้งด้านการใช้ที่ดิน ระบบการผลิต และค่านิยมทางสังคม มนตรี แซ่อย่าง (2566) อธิบายว่า การปรับตัวที่ประสบความสำเร็จมิใช่การละทิ้งวิถีดั้งเดิม หากแต่เป็นการ “ผสมผสานเชิงสร้างสรรค์” ระหว่างองค์ความรู้ท้องถิ่นกับเทคโนโลยีและกลไกตลาดสมัยใหม่ กระบวนการปรับตัวดังกล่าวอาจปรากฏในรูปของการเปลี่ยนจากการเกษตรเพื่อยังชีพไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเข้าถึงตลาด หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ขณะเดียวกันยังคงรักษาอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และระบบคุณค่าของชุมชนไว้



กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งอธิบายพัฒนาการของชาวมูเซอในจังหวัดตาก จากการอพยพสู่การตั้งถิ่นฐาน ทำเกษตรบนพื้นที่สูง และพัฒนาสู่การก่อตั้ง “ตลาดมูเซอ” จนมีชื่อเสียง การศึกษาใช้ข้อมูลเชิงลึกและภาคสนามเพื่อทำความเข้าใจบริบทและการเปลี่ยนแปลงของชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในการวิจัยประกอบด้วยชาวเขาเผ่ามูเซอดำ-มูเซอเหลือง พ่อค้าแม่ค้าในตลาดมูเซอทั้ง 3 แห่ง คณะกรรมการบริหารตลาด กำนัน-ผู้ใหญ่บ้านกลุ่มมูเซอ รวมถึงเจ้าหน้าที่จากองค์การบริหารส่วนตำบลแม่ท้อ แม่ละเมา ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร (พื้นที่สูง) และศูนย์พัฒนาราชภูรบนพื้นที่สูง จังหวัดตาก รวมทั้งสิ้น 37 คน

2. กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วยชาวมูเซอดำ 3 คน ชาวมูเซอเหลือง 3 คน พ่อค้าแม่ค้าตลาดมูเซอทั้ง 3 แห่งรวม 15 คน คณะกรรมการบริหารตลาด 3 คน กำนันและผู้ใหญ่บ้าน 5 คน เจ้าหน้าที่ อบต.แม่ท้อ 2 คน อบต.แม่ละเมา 2 คน เจ้าหน้าที่ศูนย์เกษตรพื้นที่สูง 2 คน และเจ้าหน้าที่ศูนย์พัฒนาราชภูรบนพื้นที่สูง 2 คน รวมจำนวน 37 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผ่านแนวคำถาม (Interview Guide) ในกรอบของระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ แต่ยังคงยึดประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัย คำถามถูกออกแบบจากการทบทวนวรรณกรรม



และประเด็นที่พบในพื้นที่ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มผู้ให้ข้อมูล นอกจากนี้ ผู้วิจัยบันทึกเสียงและภาพประกอบการสัมภาษณ์โดยขออนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลทุกครั้ง เพื่อใช้ยืนยันข้อมูลและสะท้อนบริบทจริงของพื้นที่

การสร้างและการทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ได้แก่ (1) ศึกษาทฤษฎี งานวิจัย และกรอบแนวคิดเกี่ยวกับอาชีพการค้าและคุณภาพชีวิตของชาวมูเซอ เพื่อนำมาสู่การกำหนดประเด็นคำถาม (2) ร่างแบบสัมภาษณ์และจัดลำดับคำถามตามประเด็นการวิจัย (3) ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้อง ความถูกต้อง และให้ข้อเสนอแนะ (4) ปรับปรุงตามคำแนะนำและนำเสนอที่ปรึกษาโครงการเพื่อพิจารณาอีกครั้ง และ (5) นำเครื่องมือที่ปรับสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลภาคสนามกับผู้ให้ข้อมูลตามที่กำหนด

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสาร (Documentary research) ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลปฐมภูมิจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎี นโยบาย และยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอาชีพการค้าและคุณภาพชีวิตของชาวมูเซอ จากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง ได้แก่ ข้อมูลเอกสาร ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลายกลุ่ม และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่นภายใต้กรอบแนวคิดเดียวกัน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล

2. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1) ประสานงานผ่านหนังสือจากวิทยาลัยนอร์ทเทิร์นเพื่อขออนุญาตลงพื้นที่ชุมชนมูเซอ

2) ลงพื้นที่จริงแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อรวบรวมข้อมูลกายภาพและบริบทของชุมชนพร้อมใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ควบคู่กับข้อมูลเอกสาร

3) ตรวจสอบ จัดระบบ และสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประเด็นวิจัยอย่างครบถ้วนและถูกต้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงตรรกะและสร้างข้อมูลเชิงอุปนัย โดยการนำข้อมูลที่ได้รับ จากการสัมภาษณ์มาเรียบเรียงแนวคิดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) จากนั้นนำ ประเด็นสำคัญจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตรรกะและสร้างข้อมูลเชิงอุปนัย และสังเคราะห์เป็นแนวการพัฒนาอาชีพการค้าเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัดตากโดยบูรณาการระหว่างบทสัมภาษณ์กับแนวคิดทฤษฎี เพื่อนำมาเป็น ข้อเสนอแนะในการพัฒนาอาชีพการค้าเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัดตากที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในวงกว้าง โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์สรุปตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้



ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาอาชีพการค้าเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัดตาก สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. ชาวเขาเผ่ามูเซอ หรือ “ล่าหู่” เป็นกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงที่มีประวัติผูกพันกับการดำรงชีพแบบชาวป่า โดยคำว่า “มูเซอ” เป็นชื่อที่ชาวพม่าและไทใหญ่ใช้เรียก หมายถึง “พรานป่า” อันสะท้อนความชำนาญในการล่าสัตว์ ส่วนชื่อที่กลุ่มเรียกตนเองว่า “ล่าหู่” หมายถึง “ชนเผ่าที่ได้กินเนื้อเสือปิ้ง” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แห่งความกล้าหาญ ทำให้ในอดีตรัฐไทยมีความหวาดระแวงว่าชาวมูเซออาจเข้าร่วมกับขบวนการคอมมิวนิสต์ จึงจัดตั้งศูนย์พัฒนาราษฎรบนพื้นที่สูงจังหวัดตากเพื่อดูแลคุณภาพชีวิตและควบคุมพื้นที่ที่อยู่อาศัย ถ้าย้อนหลังไปราว 60 ปีก่อน ชาวมูเซอมีวิถีชีวิตพึ่งพาธรรมชาติ ตั้งบ้านเรือนแบบเรียบง่าย ใช้ใบไม้เป็นหลังคา ประกอบอาชีพทำไร่เลื่อนลอยล่าสัตว์ และหาของป่า รวมพื้นที่ป่าที่ใช้ปลูกฝิ่น ต่อมาเมื่อรัฐมีการปราบปรามยาเสพติดอย่างจริงจัง ชาวมูเซอจึงปรับตัวมาสู่การทำเกษตรกรรมและเลี้ยงสัตว์อย่างมุ่งมั่น โดยได้รับแรงบันดาลใจจากพระราชปณิธานของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตรในการพัฒนาคุณภาพชีวิตชาวเขาให้พ้นจากยาเสพติดและอยู่ร่วมกับป่าอย่างยั่งยืน

การค้าของชาวมูเซอเริ่มพัฒนาขึ้นเมื่อมีการนำผลผลิตเกษตรคุณภาพดีมาวางขายริมถนนสายตาก-แม่สอด บริเวณด่านแม่ละเมา ซึ่งในยุคนั้นยังไม่มีพ่อค้าคนกลาง การขายตรงจึงเป็นช่องทางรายได้สำคัญ ส่งผลให้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 เป็นต้นมา เกิดร้านค้าข้างทางจำนวนมาก แม้พื้นที่ดังกล่าวถูกประกาศเป็นเขตอุทยานแห่งชาติในปี พ.ศ. 2522 ชาวมูเซอก็ยังคงค้าขายต่อเนื่องจนกระทั่งเมื่อมีโครงการขยายถนนทำให้ต้องย้ายแผงออกจากพื้นที่เดิม จึงมีการก่อสร้าง “ตลาดดอยมูเซอใหม่” ฝั่งตรงข้ามตลาดเก่า ต่อมาเพื่อรองรับกิจกรรมการค้าที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว จึงเกิด “ตลาดมูเซอแห่งที่ 3” ราวปี พ.ศ. 2540 บริเวณเส้นทางอำเภอเมืองตาก-อำเภอวังเจ้า ซึ่งมีการสัญจรหนาแน่นและเข้าถึงผู้ซื้อได้มากขึ้น ปัจจุบันตลาดทั้ง 3 แห่งมีคณะกรรมการบริหารและจำกัดสิทธิการค้าขายเฉพาะชนเผ่าบนพื้นที่สูง ได้แก่ ม้ง ลีซอ กะเหรี่ยง มูเซอดำ และมูเซอเหลือง แต่ผู้ค้าหลักยังคงเป็นชาวมูเซอ และสินค้าหลักของตลาดมูเซอ ได้แก่ (1) ฝักและผลไม้สด เช่น ฝักพลอดสาร ผลไม้เมืองหนาว (2) ของป่า เช่น สมุนไพรพื้นเมือง อาหารป่า (3) เครื่องดื่ม เช่น ชาสมุนไพร กาแฟอาราบิก้า (4) ผลิตภัณฑ์ชาวเขา เช่น เสื้อผ้า งานหัตถกรรม ของที่ระลึก (5) อาหารพื้นเมือง เช่น ใส่อั่ว แคบหมู ผลิตภัณฑ์แปรรูป และน้ำผึ้ง และ (6) ต้นไม้สวยงาม เช่น กล้วยไม้และไม้ประดับ นอกจากนี้ ชุมชนยังพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ มีการสร้างที่พัก จุดกางเต็นท์ และร้านกาแฟที่ใช้เมล็ดกาแฟดอยมูเซอเป็นเอกลักษณ์

ปัจจุบันชาวมูเซอมีความเป็นอยู่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากเดิมที่ดำรงชีวิตพึ่งป่า ได้พัฒนาเป็นผู้ผลิตสินค้าเกษตรบนพื้นที่สูง ยอมรับความรู้ใหม่ด้านเทคโนโลยีและการตลาด ทำให้บ้านเรือนมีความมั่นคงและมีปัจจัยชีวิตครบถ้วนมากขึ้นจนเป็นที่กล่าวถึงของคนท้องถิ่น ความสำเร็จดังกล่าวสะท้อนการเปลี่ยนผ่านทางเศรษฐกิจ-สังคมของชาวมูเซอจากวิถีดั้งเดิมสู่การค้าขายอย่างมั่นคงบนพื้นฐานของความขยัน อดทน และการปรับตัวต่อระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่

2. การพัฒนาอาชีพการค้าของชาวมูเซอในจังหวัดตากเริ่มต้นจากการนำผลผลิตทางการเกษตรมาวางขายริมทางอย่างง่าย ๆ ก่อนจะค่อย ๆ พัฒนาสู่รูปแบบการค้าสมัยใหม่ ทั้งการเพิ่มประเภทสินค้าที่หลากหลายขึ้น รวมถึง



การนำผักผลไม้จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในราคาที่เข้าถึงได้ ตลอดจนการปรับปรุงพื้นที่ตลาดให้เป็นอาคารถาวรที่สะอาด ทันสมัย มีความมั่นคง และขยายไปสู่ช่องทางออนไลน์ เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ กระบวนการพัฒนาด้านการค้าสามารถสรุปได้เป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

ชาวมูเซอให้ความสำคัญอย่างมากกับ กระบวนการตลาด โดยเข้าใจความต้องการของลูกค้าที่ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว การต้อนรับด้วยท่าที่เป็นมิตร การแต่งกายสวยงามตามวัฒนธรรม และการพูดคุยอย่างเป็นกันเอง ช่วยให้เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้ดี จนนำไปสู่การสร้างคุณค่าตลาดที่โดดเด่นผ่านการคัดเลือกสินค้าแปลกใหม่ สด และมีคุณภาพ การปรับตัวด้วยการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย การสรรหาผลไม้รสชาติดี ทั้งยังสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมผ่านการให้ชิมฟรี การรับคืนสินค้าเสีย และการเปิดช่องทางการติดต่อออนไลน์ สิ่งเหล่านี้ทำให้ตลาดมูเซอเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีความเชื่อถือสูง ในด้านการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค พ่อค้าแม่ค้ามีความเข้าใจความแตกต่างระหว่าง ความต้องการ (Need) ความปรารถนา (Want) และอุปสงค์ (Demand) อย่างเป็นรูปธรรม เช่น เมื่อลูกค้าแวะพัก ตลาดจะนำเสนอสินค้าที่กระตุ้นความอยาก เช่น ผลไม้เมืองหนาว แหนมย่าง จนผู้บริโภคเกิดอุปสงค์และตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด ซึ่งชาวมูเซอได้พัฒนากลยุทธ์การตลาดที่ขับเคลื่อนคุณค่าโดยมีวิวัฒนาการจากการขายของป่าและสินค้าเกษตรพื้นฐาน ไปสู่การจัดตั้งร้านค้าเป็นจำนวนมากจนเกิดการแข่งขัน จึงมีการขยายตลาดหลายแห่ง รวมทั้งตลาดออนไลน์ การเพิ่มสินค้าพิเศษ เช่น ผลไม้เมืองหนาว และการใช้เทคนิคการขายแบบใหม่เพื่อเพิ่มยอดขาย อีกทั้งมีการวางแผนการตลาดระยะยาวโดยคณะกรรมการตลาดที่ประสานงานกับหน่วยงานรัฐ เช่น ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรจังหวัดตาก และศูนย์พัฒนาราชภูมบนพื้นที่สูง เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน (TQM) และเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน โดยด้านการบูรณาการแผนการตลาด ชาวมูเซอเน้นส่งเสริมมอบคุณค่าสูงสุดสู่ลูกค้า โดยใช้หลัก 4Ps ของแมคคาร์ธี (2533 อ้างถึงใน สืบชาติ อันทะไชย, 2560) ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสินค้าเกษตรสดใหม่จากพื้นที่สูง และสินค้าแปลกใหม่จากในประเทศและต่างประเทศ
 2. ราคา (Price) ใช้กลยุทธ์ราคายุติธรรมและราคาเดียวกันในหลายร้าน
 3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผ่านการจัดชุดราคาพิเศษ การแถม และการลดราคา
 4. สถานที่ (Place) แม้พื้นที่อยู่อาศัยไม่มีกรรมสิทธิ์ แต่มีการบริหารจัดการพื้นที่ร่วมกับอุทยานแห่งชาติตากสินมหาราชและองค์การบริหารส่วนตำบลแม่ละเมา ชาวมูเซอยังขยายการขายสู่ช่องทางออนไลน์ที่จัดการได้อย่างเสรี ด้าน จริยธรรมทางการค้า ชาวมูเซอยึดมั่นในความซื่อสัตย์และคุณธรรมตามประเพณี เช่น การไม่ขายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ การทำเกษตรปลอดภัยเพื่อลูกค้า และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะรายได้ที่ได้รับจากลูกค้าคือพื้นฐานสำคัญของคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ท้ายที่สุด การค้าขายทำให้ คุณภาพชีวิตของชาวมูเซอเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ครอบครัวมีรายได้มั่นคงขึ้น สามารถเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและการศึกษาที่ดีขึ้น แม้ว่าจะยังมีความเหลื่อมล้ำอยู่บ้างระหว่างครอบครัวที่ประกอบอาชีพค้าขายกับอาชีพอื่น แต่เด็กและเยาวชนมูเซอรุ่นใหม่มีโอกาสศึกษาสูงกว่าในอดีต นำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่เข้มแข็งและมีศักยภาพมากขึ้น
3. ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเกี่ยวกับด้านการค้าและเศรษฐกิจชุมชนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอ ในจังหวัดตาก ได้แก่ 1) ชาวเขาเผ่ามูเซอในสวนของผู้ที่อยู่ต้นน้ำหรือผู้ผลิตพืช ผัก ผลไม้ ยังส่งสินค้าไม่



ทันและไม่เพียงพอสอดคล้องความต้องการของตลาด ต้องการเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาจัดการไรการผลิตให้ได้ปริมาณมากขึ้นและรวดเร็วในส่วนในพื้นที่ที่เป็นป่าภูเขาสูงชัน 2) ในส่วนของอาคารถาวรในส่วนตลาดใหม่ที่เป็นตลาดขนาดใหญ่แน่นอนจะเป็นทางยาวตอนลึกมาก พบปัญหาลูกค้าซื้อของเฉพาะด้านหน้า ด้านในจะขายไม่ค่อยได้ จนทำให้พ่อค้าแม่ค้าด้านในยกแผงมาขายด้านหน้าซึ่งติดกับลานจอดรถจนให้เกิดขวางทางจราจรและเกิดการเขี้ยวชนกัน พ่อค้าแม่ค้าต้องการให้ทางราชการทำทางเดินแนวขวางขึ้นเพื่อให้เหมาะสมต่อการเดินสัญจรในตลาดจะทำให้การจับจ่ายใช้สอยสะดวกขึ้น 3) พ่อค้าแม่ค้าต้องการหน่วยงานที่เกี่ยวกับด้านการตลาดมาให้ความรู้และอบรมความรู้เรื่องการตลาดดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการขายออนไลน์ให้มากขึ้นเนื่องจากถูกจำกัดด้วยสถานที่ แต่ลูกค้าภายนอกสถานที่นั้นพ่อค้าแม่ค้าเข้าถึงยาก ช่องทางเดียวคือช่องทางตลาดออนไลน์ที่มีการแข่งขันสูง 4) พ่อค้าแม่ค้าต้องการหน่วยงานที่เกี่ยวกับด้านการตลาดมาให้ความรู้และอบรมความรู้เรื่องการตลาดดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการขายออนไลน์ให้มากขึ้นเนื่องจากถูกจำกัดด้วยสถานที่ แต่ลูกค้าภายนอกสถานที่นั้นพ่อค้าแม่ค้าเข้าถึงยาก ช่องทางเดียวคือช่องทางตลาดออนไลน์ที่มีการแข่งขันสูง

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาอาชีพการค้าเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัดตาก สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ชาวเขาเผ่ามูเซอมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอาชีพจากการหาของป่าและทำไร่ขนาดเล็กที่ไม่แน่นอน มาเป็นการปลูกพืชผักผลไม้เมืองหนาวและเลี้ยงสัตว์อย่างจริงจัง เนื่องจากรัฐในอดีตต้องการควบคุมการเคลื่อนย้ายของกลุ่มชาติพันธุ์ ลดปัญหาการ ปลูกฝิ่นและการทำลายป่า จึงจำกัดเขตที่อยู่อาศัยและส่งเสริมพืชเศรษฐกิจเมืองหนาว ส่งผลให้เกิดความมั่นคงด้านอาชีพและรายได้มากขึ้น การที่ชาวเขาเผ่ามูเซอหันมาทำอาชีพค้าขายมากขึ้น เกิดจากปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกผักผลไม้เมืองหนาว อีกทั้งพ่อค้าคนกลางเข้าถึงยากในอดีต จึงเริ่มนำสินค้าออกมาขายริมทาง และพัฒนาต่อเป็นตลาดมูเซอเก่า-ใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับกุสุมา ผลาพรหม และสิทธิเดช วงศ์ปรัชญา (2561) ที่พบว่าชาวเขาเผ่ามูเซอดำรงชีวิตร่วมกับธรรมชาติแบบพอเพียงและสร้างรายได้จากตลาดเกษตรกรรมท้องถิ่นได้อย่างมั่นคง โดยชาวเขาเผ่ามูเซอได้รับการสนับสนุนจากศูนย์พัฒนาราษฎรบนพื้นที่สูง เนื่องจากในอดีตถือเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงทางความมั่นคงของรัฐ ทำให้เกิดการจัดสวัสดิการพัฒนาชุมชน และส่งเสริมคุณภาพชีวิต ซึ่งช่วยให้สภาพความเป็นอยู่ดีขึ้นอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับวัลลภ นามวงศ์พรหม (2549) ที่พบว่าหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพชีวิต ชาวเขาเผ่ามูเซอมีฐานะดีขึ้น มีค่านิยมคล้ายคนพื้นเมืองมากขึ้น และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การพัฒนาอาชีพการค้าของชาวเขาเผ่ามูเซอเริ่มจากการขายผลผลิตริมทางพัฒนาไปสู่ตลาดอาคารถาวร และขยายสู่ตลาดออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากชาวเขาเผ่ามูเซอมีความขยัน มุ่งมั่น และต้องการหลุดพ้นจากความยากจน รวมถึงได้รับประโยชน์จากการเชื่อมต่อเทคโนโลยี ทำให้สามารถส่งนำเข้ามาสินค้าจากต่างประเทศได้ในราคาที่ต่ำ เกิดการรวมกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า และสามารถสร้าง “ตลาดมูเซอ” ให้เป็นแหล่งค้าขายที่มีชื่อเสียงในจังหวัดตาก สอดคล้องกับงานของอัจฉรา อัครสุคนธ์ (2561) ที่พบว่ากรณีเว็บไซต์หรือช่องทางออนไลน์เพิ่มการเข้าถึงลูกค้า ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะสินค้าเชิงของฝากหรืองานวัฒนธรรมชนเผ่า



ชาวมูเซอมีการพัฒนาทักษะการตลาด เช่น ทักทาย พูดคุย สร้างความเป็นกันเอง, ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว ปรับปรุงคุณภาพสินค้า เช่น ผักปลอดสาร ผลไม้เมืองหนาว อะโวคาโด กาแฟคุณภาพสูง และใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก ทั้งการจัดชุดสินค้า ลดราคา และต่อรอง การวิเคราะห์ตามหลัก 4Ps ของเจอโรม แมคคาร์ธี พบว่า Product เน้นความสดใหม่ คุณภาพสูง และความแปลกใหม่ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความ “ว้าว” Price ใช้กลยุทธ์ราคาต่ำเพราะต้นทุนผลิตต่ำ Promotion ใช้วิธีลดราคา แถม และการขายแบบกันเอง และ Place มีข้อจำกัดด้านกรรมสิทธิ์พื้นที่ในเขตอุทยาน จึงเสริมด้วยตลาดออนไลน์ ผลนี้สอดคล้องกับอูรูวสี วัฒนวรางกูรา (2563) ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ชาวมูเซอยังให้ความสำคัญกับจริยธรรมในการค้า ความซื่อสัตย์ และการรักษาฐานลูกค้า ซึ่งส่งผลให้เกิดความภักดีของลูกค้าเพิ่มรายได้ และปรับปรุงคุณภาพชีวิตอย่างเด่นชัด สอดคล้องกับประทีป มูลเกา (2546) ที่ชี้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวเขาสามารถสร้างรายได้เสริมในชุมชนได้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนาเกี่ยวกับด้านการค้าและเศรษฐกิจชุมชนที่ควรนำมาใช้แก้ปัญหาหรือข้ามผ่านศักยภาพในปัจจุบันของสังคมส่วนรวมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอ ในจังหวัดตากให้ดีขึ้นได้แก่ ชาวเขาเผ่ามูเซอยังผลิตสินค้าทางการเกษตรไม่ทันและไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ต้องการเทคโนโลยี หรือเทคนิคการจัดการสมัยใหม่เพื่อเพิ่ม ปริมาณมากขึ้นและรวดเร็วในพื้นที่สูงเป็นเพราะขีดจำกัดรถไถหรือเครื่องกลทางการเกษตรไม่เหมาะสมกับการใช้บนของเทือกสูงเขาจะไม่สามารถขนย้ายวัสดุอุปกรณ์หรือผลิตที่มีจำนวนมากหรือขนาดหนักได้ยังต้องพึ่งการใช้แรงงานคนแบกหามและอุปกรณ์ง่ายๆ เช่น จอบ เสียม มีด ถ้าได้เทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาจะช่วยทุ่นแรงได้มากซึ่งจะทิ้งที่ดินจะเป็นไปไม่ได้เพราะประชากรมูเซอที่มากขึ้นแต่พื้นที่ยังเท่าเดิมซึ่งสอดคล้องกับหลักการการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการเกษตร เพื่อการบริหารจัดการด้านการเกษตรอย่างยั่งยืนของ วสิษฐาภรณ์ ทัดเทียม (2563) นักวิชาการเกษตรที่กล่าวถึงประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีการเกษตรมีดังนี้ 1) ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพและปริมาณคงที่ เนื่องจากมีเทคโนโลยีควบคุมกระบวนการเพาะปลูก 2) สามารถประมาณการผลผลิตล่วงหน้าได้ลดปัญหาผลผลิตขาดแคลนหรือล้นตลาด 3) ลดการใช้แรงงานคน เหมาะกับอนาคตที่แรงงานกำลังขาดแคลน 4) สามารถปลูกพืชได้ตลอดทั้งปีโดยไม่พึ่งฤดูกาล สามารถเลือกปลูกพืชให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและคาดการณ์ความแปรปรวนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต 5) ลดการใช้ทรัพยากรต่างๆ ในการปลูกลงได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่น น้ำ ธาตุอาหาร แรงงาน พื้นที่ เป็นต้น 6) การใช้เทคโนโลยี Internet of Things (IoT) ทำให้เกษตรกรสามารถควบคุมกระบวนการเพาะปลูกได้อย่างทันต่อสถานการณ์ 7) การถ่ายทอดองค์ความรู้หรือการขยายผลสู่เกษตรกรรุ่นต่อไปเป็นไปได้ง่าย ลดเวลาการลองผิดลองถูก โดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวเชื่อมประสานการถ่ายทอดองค์ความรู้ แนวทางพัฒนาในส่วนของอาคารถาวรในส่วนของตลาดที่เป็นทางยาวตอนลึกที่ พบปัญหาลูกค้าซื้อของเฉพาะด้านหน้า ส่วนด้านในจะขายไม่ค่อยได้จนทำให้พ่อค้าแม่ค้าด้านในยกแผงมาขายด้านหน้าซึ่งติดกับลานจอดรถจนให้กีดขวางทางจราจรเป็นเพราะสาเหตุเกิดจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและรู้สึกเหนื่อยจากการเดินทางเมื่อมาเห็นสินค้าที่น่าแปลกตามีคุณภาพมากกว่าราคาอยู่แล้วจึงตัดสินใจซื้อ ซึ่งในส่วนนี้คณะกรรมการจะต้องประสานส่วนการซ่อมแซมอาคารปรับปรุงให้เกิดความเหมาะสมต่อการเดินสัญจรในตลาด พ่อค้าแม่ค้าต้องการพัฒนาด้านตลาดออนไลน์โดยประสงค์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดมาให้ความรู้และอบรมความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์เพื่อการพัฒนาการเทคนิคการขายและ



ต้องการฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นเนื่องจากถูกจำกัดด้วย สถานที่ เป็นเพราะตลาดปัจจุบันไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วประเทศ ความรู้ด้านการประยุกต์มาขายออนไลน์ยังมีน้อย

สรุป

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สภาพการประกอบอาชีพการค้า บริบททางสังคม และแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในจังหวัด ตาก โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่ศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนวิถีชีวิต ความคิด และประสบการณ์จริงของคนในชุมชนอย่างรอบด้าน

ผลการศึกษาพบว่า ในด้านสภาพการประกอบอาชีพและบริบททางสังคม ชาวเขาเผ่ามูเซอส่วนใหญ่ยังคงประกอบอาชีพเกษตรกรรมบนพื้นที่สูง โดยเน้นการผลิตและจำหน่ายพืชผักและผลไม้เมืองหนาวเป็นหลัก ผลผลิตเหล่านี้บางส่วนจำหน่ายโดยตรงสู่ผู้บริโภคในตลาดชุมชน ขณะเดียวกันก็มีการรับสินค้าจากภายนอกเข้ามาเสริมเพื่อเพิ่มความหลากหลายในการค้า โครงสร้างทางสังคมของชุมชนแบ่งออกเป็นมุเซอดำและมุเซอแดง ซึ่งแม้จะมีความแตกต่างกันในรายละเอียดบางประการ แต่ต่างก็มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมร่วมกัน ภายใต้กระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคมสมัยใหม่ วิถีชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอมีการปรับตัวทั้งด้านเศรษฐกิจ การศึกษา และการติดต่อสื่อสาร อย่างไรก็ตาม อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ค่านิยมดั้งเดิม และความผูกพันกับระบบเกษตรกรรมยังคงเป็นรากฐานสำคัญที่กำหนดรูปแบบการดำรงชีวิตและโครงสร้างเศรษฐกิจของชุมชน ในด้านการพัฒนาอาชีพการค้าและผลต่อคุณภาพชีวิต พบว่าชุมชนมีแนวโน้มการพัฒนาที่ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะการเน้นจุดเด่นด้านคุณภาพ ความสดใหม่ และความปลอดภัยของสินค้า รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งสร้างคุณค่าและความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า ส่งผลให้ตลาดชุมชนเป็นที่รู้จักในวงกว้าง สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีส่วนสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของครัวเรือน ทั้งในด้านรายได้ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และความเป็นอยู่โดยรวมของสมาชิกในชุมชน สำหรับแนวทางการพัฒนาในอนาคต ควรมุ่งเน้นการสนับสนุนเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมกับพื้นที่สูง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและปริมาณผลผลิต ควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านตลาดและระบบคมนาคมเพื่ออำนวยความสะดวกในการกระจายสินค้า นอกจากนี้ การส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่และการตลาดดิจิทัลให้แก่คนในชุมชนจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างยั่งยืน อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอในระยะยาวต่อไป ผลการวิจัยมีประโยชน์เชิงวิชาการในการขยายองค์ความรู้ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนชาติพันธุ์ การจัดการตลาดชุมชนบนพื้นที่สูง และการประยุกต์ใช้แนวคิดการพัฒนาที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการกำหนดนโยบายและมาตรการส่งเสริมอาชีพเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่อื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรสนับสนุนการศึกษาให้แก่ชาวเขาเผ่ามูเซออย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้ค้าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถม-มัธยม ส่งผลให้โอกาสพัฒนาศักยภาพทางอาชีพยังมีข้อจำกัด
2. ควรนำรูปแบบการพัฒนาอาชีพการค้าของชาวมูเซอไปประยุกต์ใช้กับกลุ่มชาติพันธุ์อื่น เพื่อส่งเสริมการพึ่งพาตนเองและลดความยากจนในพื้นที่ภูเขา

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. หน่วยงานมหาวิทยาลัยหรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัดควรให้คำปรึกษาธุรกิจ และจัดอบรมด้านอีคอมเมิร์ซและการตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มทักษะการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee, Lazada, Facebook และ TikTok ให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นสามารถแข่งขันในยุคดิจิทัล
2. ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วนของรัฐและชุมชนให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวมูเซอ และเป็นต้นแบบให้พื้นที่ชนเผ่าอื่นๆ ในการขับเคลื่อนสังคมร่วมกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางรายได้ในสังคมชาวเขาเผ่ามูเซอเพราะทุกคนไม่ใช่เป็นพ่อค้าแม่ค้าทั้งหมดซึ่งส่วนหนึ่งยังใช้ชีวิตแบบล้าหลังในชนบท
2. ควรศึกษาวิจัยเชิงปริมาณด้านการตลาดชาวเขาเผ่ามูเซอแบ่งเป็นแต่ละด้านเพื่อให้ได้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยที่ละเอียดยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ ใจมั่น. (2564). *การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนพื้นที่สูงอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.
- กุสุมา ผลาพรหม, และ สิทธิเดช วงศ์ปรีชญา. (2561). การพัฒนาคุณภาพชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารพัฒนาสังคม*, 20(2), 45–62.
- จันทร์เพ็ญ สุวรรณศรี. (2563). *ทุนทางสังคมกับความเข้มแข็งของชุมชนชาติพันธุ์*. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนพล ศรีบุญเรือง. (2565). *การตลาดเชิงคุณค่าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เศรษฐกิจศาสตร์การเกษตร.
- ประทีป มูลเกา.(2546). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บนพื้นที่สูง : กรณีศึกษาศูนย์ วัฒนธรรม ชาวเขาหมู่บ้านคอยเลียม ตำบลแม่เหาะ อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน*.วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่. สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.



- ปราณี คำหล้า. (2562). *การพัฒนาอาชีพกับการยกระดับคุณภาพชีวิตในชุมชนชนบท*. ขอนแก่น: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มนตรี แซ่อย่าง. (2566). *การปรับตัวของชุมชนชาติพันธุ์ในบริบทเศรษฐกิจสมัยใหม่*. เชียงราย: สำนักพิมพ์พัฒนาสังคม.
- วสินาภรณ์ ทัดเทียม. (2563). การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการเกษตรเพื่อการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน [บทความวิชาการ].
- วิษชุดา วงศ์พานิชย์. (2557). การพัฒนาตลาดชุมชนชาติพันธุ์กับการยกระดับเศรษฐกิจท้องถิ่น: กรณีศึกษาชาวมูเซอ จังหวัดตาก. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนา*, 9(3), 89–105.
- วัลลภ นามวงศ์พรหม. (2549). การเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมและวัฒนธรรมของ ชาวไทยภูเขาผู้เขาเผ่ามูเซอแดง (อาหู่ณี) ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในโครงการหมู่บ้านป่าไม้แผนใหม่ บ้านนาศิริ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอเชียงดาวจังหวัดเชียงใหม่. *หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สนิท วงศ์ประเสริฐ. (2546). การเคลื่อนย้ายกลุ่มชาติพันธุ์บริเวณชายแดนภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์*, 15(1), 1–18.
- อฉรา อิศวสุคนธ์. (2561). *การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของลูกค้าต่อเครื่องแต่งกาย*. ชนเผ่าประยุกต์ทางภาคเหนือในเขตจังหวัดเชียงราย. บทความวิจัยสาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักบัณฑิตศึกษา. เชียงราย : มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- อุรวดี วัฒนวรานุกร. (2563). ส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าซัลวาซูของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- McCarthy, J. (1960). *Basic marketing: A managerial approach*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.