



รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

Development of cultural tourism of the community enterprises for
farming Doi Chang coffee in Mae Suai district, Chiang Rai.

โดย

ผศ.ดำเนิน ปัญญาผ่องใส

ผศ. (พิเศษ) นเรศร์ บุญเลิศ

นายอรุณ สิทธิวงศ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765030



รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

Development of cultural tourism of the community enterprises for
farming Doi Chang coffee in Mae Suai district, Chiang Rai.

โดย

ผศ.ดำเนิน ปัญญาผ่องใส

ผศ. (พิเศษ) นเรศร์ บุญเลิศ

นายอรุณ ลิทธิวงศ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765030

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Development of cultural tourism of the community enterprises for
farming Doi Chang coffee in Mae Suai district, Chiang Rai.

BY

Asst. Prof.damnern panyapongsai

Asst. Prof. Nares Boonlert

Mr.Aroon Sittiwong

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Chiang Rai Buddhist College

B.E. 2565

Research Project Funded

by Science Research and innovation Promotion fund

MCU RS 800765030

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
บทที่ ๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๓
๑.๓ ขอบเขตของการวิจัย.....	๔
๑.๔ นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย.....	๔
๑.๕ ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย.....	๖
บทที่ ๒ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๘
๒.๑ แนวคิดการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม.....	๙
๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม.....	๒๒
๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	๓๒
๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม....	๔๓
๒.๕ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรม.....๕๙	
๒.๖ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรม..... ๖๙	
๒.๗ ประวัติและความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง.....๗๙	
๒.๘ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.....๘๕	
๒.๙ การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนกาแฟ ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.....๘๘	

สารบัญ (ต่อ)

๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๙๒
๒.๑๑ กรอบแนวคิดของงานวิจัย.....	๑๐๐
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย.....	๑๐๑
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๑๐๑
๓.๒ พื้นที่ในการศึกษาวิจัย.....	๑๐๑
๓.๓ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูล.....	๑๐๓
๓.๔ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๑๐๗
๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการปฏิบัติการวิจัย.....	๑๐๘
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๑๐๘
บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	๑๑๖
๔.๑ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.....	๑๑๖
๔.๒ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟ ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.....	๑๓๒
๔.๓ การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟ ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.....	๑๖๑
๔.๔ องค์ความรู้ที่รับจากการวิจัย.....	๑๙๐
บทที่ ๕ สรุป และข้อเสนอแนะ.....	๑๙๘
๕.๑ สรุปผลศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอย ช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย	๑๙๙
๕.๒ เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกษตรกาแฟดอยช้าง.....	๒๐๑
๕.๓ เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.....	๒๐๔

๕.๔ อภิปรายผล	๒๐๖
๕.๕ ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา.....	๒๐๘
๕.๖ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป.....	๒๑๒
บรรณานุกรม.....	๑๓๓
ภาคผนวก.....	๑๓๙
ภาคผนวก ก หนังสือแนะนำ.....	๒๔๐
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์.....	๒๔๑
ภาคผนวก ค ภาพประกอบ	๒๔๒
ภาคผนวก ง สถิติ	๒๔๓
ภาคผนวก จ รายชื่อผู้ให้ข้อมูล.....	๒๔๔
ภาคผนวก ฉ ประวัติผู้วิจัย	๒๔๕

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการค้าระหว่างประเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในประเทศไทย รวมถึงมีการขยายตัวมากขึ้นตามแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจโลก ซึ่งเป็นปัจจัยที่กระตุ้นการเติบโตของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) การค้าระหว่างประเทศนั้น คือ การซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศต่าง ๆ โดยทั่วไปแล้วแต่ละประเทศจะมีฐานะเป็นทั้งประเทศผู้นำเข้าสินค้า และประเทศผู้ส่งออกสินค้าในเวลาเดียวกัน เนื่องจากประเทศต่าง ๆ มีการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งสาเหตุสำคัญที่ทำให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกทำการค้าระหว่างประเทศมีอยู่ด้วยกัน ๒ ประการ คือ ๑. ความแตกต่างทางด้านทรัพยากรที่ใช้ผลิตในแต่ละประเทศ เนื่องจากความแตกต่างในเรื่องสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ ส่วนสาเหตุที่ ๒. คือความแตกต่างในเรื่องความชำนาญในการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตของแต่ละประเทศจะมีความชำนาญและเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและบริการแตกต่างกัน^๑

สำหรับประเทศไทย กาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากสามารถปลูกกาแฟได้เป็นอันดับที่ ๓ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจากอินโดนีเซีย และเวียดนาม โดยกาแฟสายพันธุ์ที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดในโลกมีอยู่ ๒ สายพันธุ์ ได้แก่ อราบิก้า (Arabica) และโรบัสต้า (Robusta) ซึ่งทั้งสองสายพันธุ์นี้สามารถปลูกได้ในประเทศไทย กาแฟเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกว่าหากมีการดำเนินการในกระบวนการผลิตที่ถูกต้องจะทำให้กาแฟมีคุณภาพดี แต่ในปัจจุบันประเทศไทยมีต้นทุนในการผลิตที่สูงกว่าประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ เมื่อต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น ส่งผลให้จำหน่ายกาแฟได้ในราคาที่ต่ำ จึงทำให้เกิดปัญหาด้านการตลาดในทางกลับกัน ประเทศผู้ผลิตกาแฟในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างเวียดนาม และอินโดนีเซีย รวมถึงออสเตรเลีย สามารถส่งออกกาแฟมายังประเทศไทยได้ในราคาที่ต่ำกว่า ทำให้ผู้บริโภคในประเทศให้ความสนใจกับกาแฟจากต่างประเทศมากกว่ากาแฟไทย ซึ่งจะเป็นผลกระทบต่อผลผลิตกาแฟในประเทศที่มีต้นทุนสูงกว่าและไม่สามารถนำออกจำหน่ายในประเทศได้ ดังนั้น ตลาดกาแฟไทยควรเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการค้าโดยการเพิ่มศักยภาพในการผลิต เพื่อให้ได้มาซึ่งตรารับรองคุณภาพ

๑ สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, การส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม, ม.ป.ท. : ห้างหุ้นส่วนสามัญบุณมิ่งคลีเอชั่น, ๒๕๕๐, หน้า ๑๐๒.

สินค้า ที่จะเป็นเครื่องยืนยันว่าสินค้ากาแฟไทยมีมาตรฐานคุณภาพรวมถึงมาตรฐานสิ่งแวดล้อมที่สูง เทียบเท่าสินค้าในตลาดโลก

จะเห็นได้ว่า อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีการพัฒนาเนื่องจากเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจการปกครอง ศาสนาและศิลปกรรม ในปัจจุบันได้มีการพัฒนานวัตกรรมชุมชนในด้านการพัฒนาเพื่อการสงวนรักษาคุณค่าการท่องเที่ยวเกษตร และเป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมที่มีความสำคัญ และพื้นที่เต็มไปด้วยอาคารสิ่งปลูกสร้างทั้งของส่วนราชการและเอกชน รวมถึงบ้านเรือนราษฎร ร้านค้า ตลาด วัด สถานศึกษา บ้านพัก มีโบราณสถานแทรกตัวอยู่เป็นระยะ พื้นที่ชุมชน บางส่วนเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ทั้งทำนา ทำไร่ และสวนผลไม้ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม บางส่วนเป็นชุมชนเมือง และป่าไม้ สถานที่สำคัญต่างๆ ล้วนมีและตำนานท้องถิ่นมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีเป้าหมายที่จะสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอแม่สรวยและบริเวณในพื้นที่เป้าหมาย เพื่อการดำเนินงานปรับปรุงและสภาพภูมิประเทศ ให้เกิดบรรยากาศ เพื่อให้เศรษฐกิจและสังคมของชุมชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์สูงสุด^๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่จะให้คนในพื้นที่ตระหนักถึง การจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่จำเป็นเป็นในการสร้างเสริมเศรษฐกิจฐานรากเพื่อให้เกิดรูปธรรมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดมีความจำเป็นจะต้องให้ชุมชนมีบทบาทในการบริหารจัดการด้านแผนงานดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ และความพร้อมของประชาชน การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะต้องกระตุ้นให้การมีส่วนร่วมของชุมชนเข้ามามีบทบาทรับผิดชอบและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวทำให้เกิดการร่วมมือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

การดำเนินการช่วงต้นน้ำของโรงงานกาแฟดอยช้างประกอบไปด้วย เกษตรกรผู้ผลิตกาแฟและวัตถุดิบอย่างเมล็ดกาแฟ ทั้งสองส่วนนี้เป็นปัจจัยนำเข้าที่ทำให้ผลิตภัณฑ์กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟที่มีคุณภาพและเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง จากการศึกษาสรุปได้ว่า กาแฟดอยช้าง มีการสื่อสารที่ดีกับทางเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ มีการรับฟังความคิดเห็นของเกษตรกรให้การสนับสนุนการมีส่วนร่วม มีการตั้งศูนย์การศึกษากาแฟดอยช้างขึ้นเป็นแหล่งเรียนรู้กาแฟสำหรับผู้ปลูกกาแฟจากทุกภูมิภาคของโลกเพื่อพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟและผู้ประกอบการด้านกาแฟ มีความตระหนักถึงความแตกต่าง และการได้รับสิทธิประโยชน์ทางสังคมที่เท่าเทียมกันของสมาชิกในชุมชนดอยช้าง และได้ดำเนินธุรกิจโดยมีจุดประสงค์ในการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ผลิตและบุคลากรให้ได้รับสิทธิต่างๆอย่างเท่าเทียม รวมถึงให้เสรีภาพในการเรียกร้องสิทธิต่างๆกับเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟและสมาชิกชุมชนดอยช้าง โดยการดำเนินงานของดอยช้างจะเน้น

๒ พูอาดี พิศสุวรรณ, ความสามารถในการผลิตของอุตสาหกรรมกาแฟไทย, ม.ป.ท. : พงษ์สวัสดิ์การพิมพ์, ๒๕๕๙, หน้า ๑๐.

ผลประโยชน์ของเกษตรกรเป็นหลัก เพื่อไม่ให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจกาแฟดอยช้างให้ประสบความสำเร็จ และอีกหนึ่งปัจจัยความสำเร็จคือเมล็ดกาแฟซึ่งเพาะปลูกในแหล่งที่มีความเหมาะสม อุดมสมบูรณ์ รวมถึงมีการเพาะปลูกในระบบวนเกษตรเป็นการปลูกเมล็ดกาแฟโดยปล่อยให้พืชชนิดอื่นขึ้นแทรกตามธรรมชาติ ส่งผลให้กาแฟได้ประโยชน์จากร่มเงาของต้นไม้และเติบโตเป็นผลกาแฟที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้รสชาติกาแฟมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันทางด้านความแตกต่างได้

ผู้วิจัยและคณะ ได้ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวมุ่งปรับโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยว ส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ให้เกิดความเชื่อมโยงเส้นทางในภูมิภาค และสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวขององค์กรต่าง ๆ การส่งเสริมความร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวและการปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิตของชุมชนเป็นสิ่งที่รัฐบาลจะต้องให้ความสนใจและสนับสนุนในด้านความรู้และการส่งเสริมอย่างจริงจังและให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่ สภาพแวดล้อมตามภูมิประเทศ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

แผนงานวิจัยนี้มีโครงการวิจัยภายใต้แผนงานวิจัย จำนวน ๓ โครงการ คือ โครงการวิจัยที่ ๑ จะได้คู่มือ ๑ ชุด ส่วนโครงการวิจัยที่ ๒ จะได้ความรู้การพัฒนาคุณภาพชีวิตเพื่อการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ๑ ชุด โครงการวิจัยที่ ๓ จะได้การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้เสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมของวิสาหกิจเชิงพุทธ ๑ เครือข่าย นอกจากนั้นยังได้นวัตกรรมที่ช่วยขับเคลื่อนวิชาการ ชุมชน สังคมและเศรษฐกิจ

แผนงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยมีการบูรณาการระหว่างศาสตร์ คือ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรกาแฟดอยช้างเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย เป็นต้น คณะผู้วิจัยมีประสบการณ์ในการทำงานในพื้นที่ ดังนั้น แผนบูรณาการการวิจัยนี้ จะก่อให้เกิดประโยชน์ทางวิชาการ ประโยชน์เชิงชุมชนและสังคม ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ ประโยชน์เชิงนโยบาย

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๒.๒ เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๒.๓ เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๓ ปัญหาการวิจัย

๑.๓.๑ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการอย่างไรบ้าง

๑.๓.๒ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีเทคนิคและวิธีการ เช่นไรบ้าง

๑.๓.๓ การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีส่วนงานไหนบ้างให้ส่งเสริมและสนับสนุน

๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีการวิจัยเพื่อเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรกาแพดอยช้างเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย

๑.๔.๑ ขอบเขตเนื้อหา

- กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- การสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ได้ทำการศึกษาจากในพื้นที่ วิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลในการวิจัย ได้แก่

ก. ภาครัฐ จำนวน ๕ คน

๑. ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย

๒. นายอำเภอแม่สรวย
๓. ปลัดอำเภอแม่สรวย
๔. วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย
๕. การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย

ข. องค์กรปกครองท้องถิ่น จำนวน ๕ คน

๑. องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย
๒. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลาวี
๓. รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลาวี
๔. ผู้อำนวยการกองการศึกษาฯและวัฒนธรรมตำบลาวี
๕. นักพัฒนาชุมชน

ค. ผู้บริหารกาแฟดอยช้าง/กลุ่มวิสาหก	จำนวน	๑๐ คน
ง. กลุ่มตัวแทนเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ	จำนวน	๑๐ คน
จ. ประชาชน/นักท่องเที่ยว	จำนวน	๑๐ คน
ฉ. ผู้นำชุมชน	จำนวน	๕ คน
รวมทั้งหมด		จำนวน ๔๕ คน

๑.๕ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

๑.๕.๑ การพัฒนากลยุทธ์ หมายถึง การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดและแนวโน้มของธุรกิจของกาแฟดอยช้าง ในการนำส่งกาแฟอบิเก้าชนิดพิเศษคุณภาพสูง (Specialty Coffee) ออกสู่ผู้บริโภค ซึ่งหลักการทำกาแฟที่มีคุณภาพสูงและมีความ

๑.๕.๒ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การนำระบบเทคโนโลยีสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตามแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงโดยประกอบไปด้วยดังนี้คือ

กลยุทธ์ที่ ๑ : การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคน

กลยุทธ์ที่ ๒ : การวางแผนการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจและมีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน จะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอกพื้นที่ได้เข้ามาบีบบังคับ

กลยุทธ์ที่ ๓ : การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงานตามแผน และติดตามผลการดำเนินงานโดยตลอด แต่หากเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และความถนัดของชุมชน ก็จะมีผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่บรรลุวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

๑.๕.๓ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมายถึง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟดอยช้าง PIKO เลขที่ 7 ๗๘๗ หมู่ที่ ๓ ถนน ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๕.๔ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ด้านการตลาดและการท่องเที่ยว

๑.๕.๕ เกษตรเชิงวัฒนธรรม หมายถึง กระบวนการผลิตและแปรรูปกาแฟดอยช้าง เริ่มต้นตั้งแต่การปลูก การเก็บผลกาแฟสดจากต้นด้วยมือ กระบวนการแปรรูปแบบเปียกถูกคัดสรรจนได้ขั้นตอนที่เหมาะสมที่สุดในการสร้างสรรค์รสชาติจนทำให้กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟอาราบิก้าชนิดพิเศษ (Specialty coffee) ที่ปลูกเฉพาะบริเวณดอยช้างเท่านั้น โดยได้ตรารับรองมาตรฐานระดับสากลมากมายด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตรงกลิ่นที่หอมเป็นพิเศษ เจือรสเปรี้ยว (กรดจากผลไม้) ที่ดื่มแล้วทำให้รู้สึกชุ่มคอ มีสารคาเฟอีนต่ำ มีรสชาติที่กลมกล่อมสูง เป็นความลงตัวของพื้นที่เพาะปลูกกับลักษณะภูมิประเทศที่เป็นที่สูงและมีอากาศหนาวเย็นตลอดปี ประกอบกับการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอน ทำให้ได้กาแฟอาราบิก้าที่มีคุณภาพสูง ดังคำกล่าวที่ว่า “กาแฟดอยช้าง เอกลักษณ์กาแฟไทยสุดยอดกาแฟโลก”

๑.๕.๖ การเสริมสร้างภาคีเครือข่าย หมายถึง การเสริมสร้างภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ช่วยส่งเสริม สนับสนุน ผลักดัน โปรโมท และประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

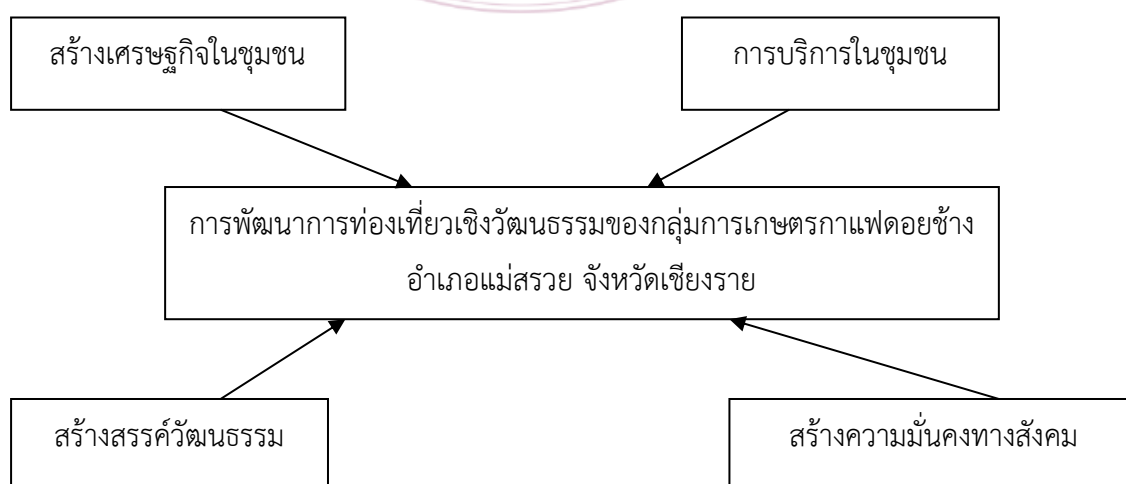
๑.๕.๗ กาแฟดอยช้าง หมายถึง หมู่บ้านดอยช้าง เป็นพื้นที่บนภูเขาสูง ตั้งอยู่ที่ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สูงกว่าระดับน้ำทะเล ๑,๒๐๐ ถึง ๑,๖๕๐ เมตร แต่เดิมอาชีพหลักของประชากรบนดอยช้าง คือ ปลูกฝิ่น และทำไร่เลื่อนลอย พอมาถึงปี พ.ศ. 2526 ชาวบ้านร่วมใจกันเลิกปลูกฝิ่น โดยได้รับการสนับสนุนจากกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้นำพันธุ์พืชไม้เมืองหนาวมาปลูก

แทน เช่น บ๊วย ท้อ สาลี่ ถั่ว แมคคาเดเมีย และ กาแฟอาราบิก้า (Arabica) สายพันธุ์คาทูรา (Catura) คาติมอร์ (Catimor) มอนโด โนวา (Mondo Novo) และคาทูย (Catui) ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของแร่ธาตุอาหารในดิน และความชุ่มชื้นของพื้นที่ เพราะดอยช้างเป็นแหล่งของต้นลำธาร ประกอบกับภูมิอากาศที่ชุ่มชื้นและหนาวเย็นตลอดทั้งปี ทำให้พืชผลที่ปลูกมีผลผลิตที่ดีมากซึ่งรวมถึงกาแฟอาราบิก้า เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าระดับความสูงของพื้นที่ และภูมิอากาศมีผลต่อคุณภาพของกาแฟเป็นอย่างยิ่ง อุณหภูมิที่หนาวเย็นบนที่สูงจะทำให้กาแฟสร้างสารกาแฟที่มีคุณภาพที่ดีมาก ตลอดระยะเวลา ๒๐ ปี ที่ผ่านมา เราได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์การเพาะปลูก การบำรุงดูแลรักษาผลการผลิตของกาแฟ รวมถึงขั้นตอนต่าง ๆ โดยผ่านการควบคุมคุณภาพในการผลิตเอง ทุกเมล็ดนำมา คั่วอบด้วยจิตวิญญาณ ของผู้ที่มีกาแฟอยู่ในสายเลือด เพื่อให้ท่านได้รับรสชาติที่แท้จริงของกาแฟอาราบิก้า ที่ปลูกในร่มเงาของแมกไม้บนยอดดอย ณ หุบเขาดอยช้างมีกาแฟที่เยี่ยมที่สุดให้แก่ท่าน คือ

- Doi Chaang Wild Thai Civet Coffee
- Doi Chaang Peaberry
- Doi Chaang Decaf Coffee
- Doi Chaang Organic Whole Bean Premium
- Doi Chaang Whole Bean Premium

๑.๖ กรอบแนวคิดของงานวิจัย

การศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีกรอบแนวคิดดังนี้คือ

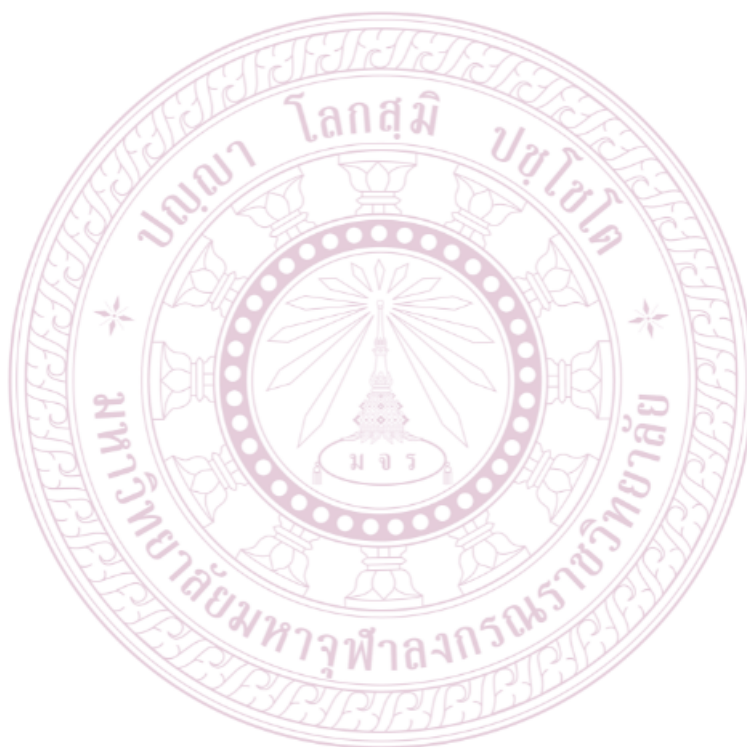


๑.๗ ประโยชน์ที่จะได้รับจากวิจัย

๑.๖.๑ มีการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๖.๒ มีการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๖.๓ มีการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย



บทที่ ๒

แนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทที่ ๒ นี้ได้นำเสนอเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

๒.๑ แนวคิดการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๒.๕ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรม

๒.๖ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรม

๒.๗ ประวัติและความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัด
เชียงราย

๒.๘ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

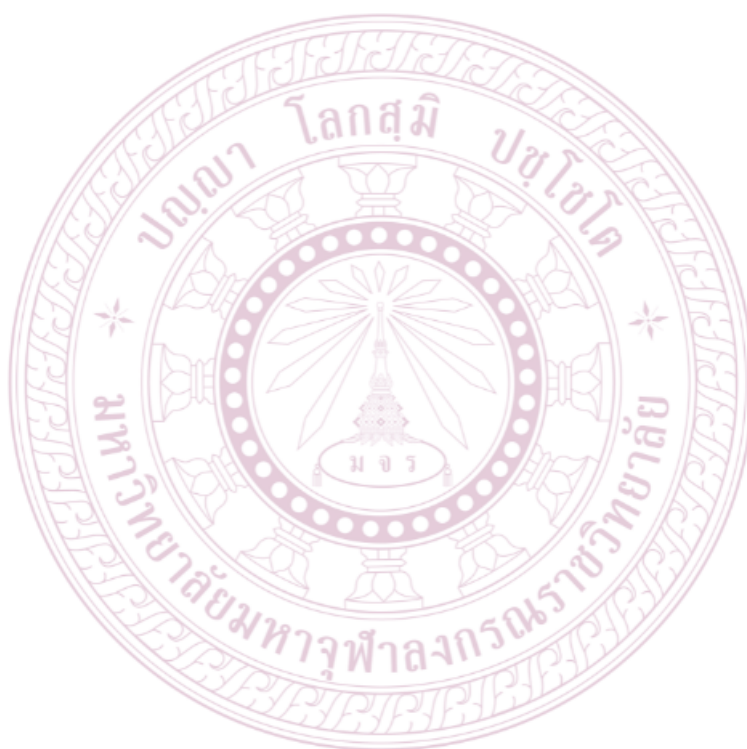
๒.๙ การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอย
ช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

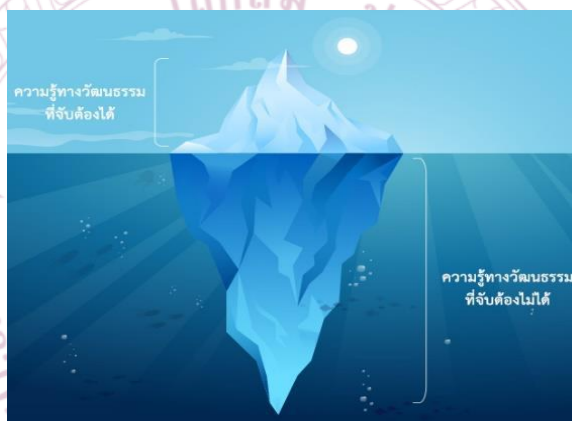
๒.๑ แนวคิดการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

ความรู้ทางวัฒนธรรม ความรู้ทางวัฒนธรรม (Cultural Knowledge) หมายถึง ข้อมูล หรือ สารสนเทศทางวัฒนธรรมที่เป็นผลผลิตปัญญาอันทรงคุณค่าของมนุษย์ที่เกิดจาก ความรู้ ความคิด ทักษะ ประสบการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม และการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดปัญญาและมนุษย์สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยความรู้ทาง วัฒนธรรมสามารถแบ่งออกเป็น ๒ ประเภทหลัก ๆ คือ ๑) ความรู้ทาง วัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Knowledge) คือ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ที่สามารถมองเห็น สัมผัส หรือจับต้องได้ มีลักษณะเป็น กายภาพ (Tangible) เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ศิลปจารึก พงศาวดาร หนังสือ ตำรา เป็นต้น ซึ่งความรู้ทาง วัฒนธรรมประเภทนี้ค่อนข้างยาก ต่อการสูญหาย และ ๒) ความรู้ทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

(Intangible Cultural Knowledge) คือ ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ที่ไม่สามารถ มองเห็น
สัมผัส หรือจับต้องไม่ได้



มีลักษณะไม่เป็นกายภาพ (Intangible) เช่น ภาษา ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ ศิลปะการแสดง งานช่างฝีมือ เป็นต้น ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ การฝึกฝน การเรียนรู้ การอบรม ตลอดจนพรสวรรค์ต่าง ๆ ที่ติดมากับตัวตั้งแต่เกิด ซึ่งความรู้ประเภทนี้มีโอกาสที่จะสูญหายได้ง่าย กว่าความรู้ชัดแจ้ง เนื่องจากความรู้ประเภทนี้มักฝังอยู่ในตัวคน (Embodied Knowledge) หรือผู้สืบทอดวัฒนธรรม หากขาดการสืบทอดความรู้ดังกล่าวก็สูญหายไปในที่สุด นอกจากนี้หากเปรียบเทียบความรู้ทางวัฒนธรรมทั้ง ๒ ประเภทจะพบว่า ความรู้ทางวัฒนธรรมประเภท ความรู้ทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Knowledge) มีมากกว่าความรู้ทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Knowledge) ๘๐ : ๒๐ เปรียบได้เสมือนภูเขาน้ำแข็งในส่วนของใต้น้ำจะเป็นส่วนที่น้อยมากคิดเป็นร้อยละ ๒๐ หากเทียบกับภูเขาน้ำแข็งในส่วนที่อยู่ใต้น้ำคิดเป็นร้อยละ ๘๐ ดังภาพที่ ๒.๑



ภาพที่ ๒.๑ สัดส่วนความรู้ระหว่างความรู้ทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และความรู้ทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

๒.๑.๑ นิยามและความหมายการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

ปรีดา พูลสิน^๓กล่าวว่า การจัดการความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่ถูกสร้างขึ้น มา เพื่อรวบรวมและจัดเก็บความรู้ภายในชุมชนอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะนำมาใช้หรือถ่ายทอด ส่งผลให้เกิดการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน หากความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมดังกล่าว ได้ถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบก็จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้สืบทอดและชุมชน

สามารถ เทียงพูนวงศ์^๔ กล่าวว่า เป็นกระบวนการที่ถูกสร้างขึ้น มา เพื่อรวบรวมและจัดเก็บ ความรู้ภายในชุมชนอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะนำมาใช้หรือถ่ายทอดต่อกันทำให้เกิดการสืบทอด ประเพณีและวัฒนธรรมในชุมชน ซึ่งความรู้ดังกล่าวหากมีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบก็จะสามารถใช้ให้ เกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุดทั้งต่อผู้สืบทอดและชุมชน

ธโนศวรรย์ บุญมี^๕ อธิบายว่าจัดการความรู้เป็นกรรมวิธีในการบริหารจัดการองค์ความรู้ทั้ง ภาวทฤษฎีและภาคปฏิบัติ โดยจัดการความรู้ที่อยู่ในและนอกตัวบุคคลด้วยการจัดเก็บ ต่อยอด พัฒนา และปรับปรุงอย่างเป็นระบบเพื่อให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์ต่อสังคมและอนุชนรุ่นหลังในการ สืบค้นและใช้ประโยชน์จากฐานความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไป

ทับทิม เป็งมถ, สิริลักษณ์ กัลยา และณัฐวุฒิ วิทา^๖ กล่าวว่า การจัดการองค์ความรู้ทาง วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างและการถ่ายโอนความรู้ทางวัฒนธรรม อันเป็นสมบัติที่มีคุณค่าทาง สังคมและเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แสดงถึงความเจริญงอกงามของกลุ่มชน ให้เกิดการดำรงไว้ อย่างยั่งยืนในสังคมไทย ซึ่งเป็นความรู้ทางวัฒนธรรมที่ปรากฏชัดเจนในสังคม (Explicit knowledge) และความรู้ทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในตัวผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรม (Tacit knowledge)

จากนิยามและความหมายของนักวิชาการที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการ จัดการความรู้ทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่ถูกสร้างขึ้น มา เพื่อนำความรู้ทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ทั้ง ๒ ประเภท คือ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) มาใช้ให้ เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุดโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ อาทิ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและ

^๓ปรีดา พูลสิน, การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการความรู้ทาง ศิลปะวัฒนธรรม: กรณีศึกษาชุมชนวัดโสมนัส , พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔), หน้า ๑.

^๔สามารถ เทียงพูนวงศ์, การจัดการความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมที่มีอยู่ ในชุมชน กรณีศึกษา: วัดใหญ่อินทาราม จังหวัดชลบุรี, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (ชลบุรี : วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๓), หน้า ๑.

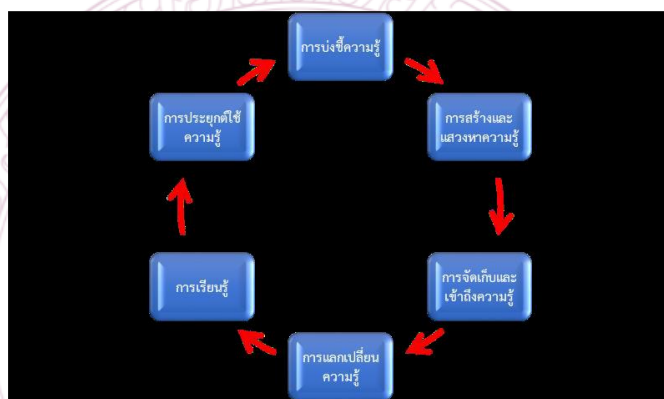
^๕ธโนศวรรย์ บุญมี, การจัดการองค์ความรู้ศิลปการแสดงจากชุมชน สู่สถานศึกษา: ศึกษากรณีโรงเรียนราช วินิตมัย, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารงานวัฒนธรรมวิทยาลัย นวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๖๐), หน้า ๑.

^๖ทับทิม เป็งมถ, สิริลักษณ์ กัลยา และณัฐวุฒิ วิทา, การจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : การบริหารการ ปกครองและนวัตกรรมการท่องเที่ยว, ๒๕๖๑), หน้า ๙๓ - ๑๐๕.

แสวงหาความรู้ การจัดเก็บและเข้าถึงความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การเรียนรู้ และการประยุกต์ใช้ความรู้ เป็นต้น

๒.๑.๒ กระบวนการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

กระบวนการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม (Cultural Knowledge Management Process) เป็นการนำเอากระบวนการจัดการองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้กับการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม เพื่อกลไกอย่างหนึ่งที่จะช่วยในการสงวนรักษาองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งกระบวนการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมประกอบด้วย ๖ กระบวนการ ได้แก่ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การจัดเก็บและเข้าถึงความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การเรียนรู้ และการประยุกต์ใช้ความรู้ ดังภาพที่ ๒.๒



ภาพที่ ๒.๒ กระบวนการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

๒.๑.๒.๑ การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) การบ่งชี้ความรู้เป็นกระบวนการค้นหา หรือกำหนด และจำแนกความรู้ทางวัฒนธรรมในพื้นที่นั้น ๆ ว่ามีความรู้อะไรบ้าง อยู่ในรูปแบบใดบ้าง หรืออยู่ที่ใครบ้าง โดยให้ชุมชน กลุ่มคน ผู้สืบทอด หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับทรัพยากรวัฒนธรรมเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการดังกล่าว อาทิ การจำแนกประเภทของความรู้ การระบุแหล่งความรู้ หรือการจัดทำแผนที่ทางวัฒนธรรม เป็นต้น

๒.๑.๒.๒ การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) การสร้างและแสวงหาความรู้เป็นกระบวนการศึกษา ค้นคว้า รวบรวม และสร้างความรู้ทางวัฒนธรรมทั้งภายในและภายนอกชุมชนมาถ่วงกรอง เพื่อสร้างองค์ความรู้และสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นการอนุรักษ์ สืบทอด และสงวนรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ผ่านรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การวิจัย การประชุม การอภิปราย และการสนทนา เป็นต้น

๒.๑.๒.๓ การจัดเก็บและเข้าถึงความรู้ (Knowledge Storage and Access) การจัดเก็บและเข้าถึงความรู้เป็นกระบวนการจัดเก็บความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ โดยอาจจะ

มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดเก็บและเข้าถึงความรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูล และยังใช้เป็นฐานความรู้ที่สำคัญในอนาคต อาทิ หนังสือ เอกสาร แผ่นพับ ภาพถ่าย วิทยุทัศน์ เว็บไซต์ และระบบฐานข้อมูล เป็นต้น

๒.๑.๒.๔ การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้เป็นกระบวนการให้การศึกษาอบรม ส่งเสริม และถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม ผ่านการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ เพื่อเป็นการปลูกจิตสำนึกในการสืบทอด ส่งเสริมและสงวนรักษามรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ อาทิ การเรียนการสอนในรายวิชาหลักสูตรท้องถิ่น การฝึกอบรมทางวัฒนธรรม เป็นต้น

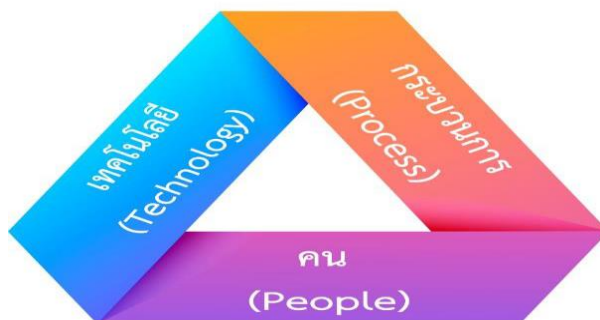
๒.๑.๒.๕ การแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) การแลกเปลี่ยนความรู้เป็นกระบวนการในการแลกเปลี่ยน แบ่งปัน เผยแพร่ กระจาย ถ่ายโอนข้อมูลความรู้ทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ สู่สาธารณชนผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อทางเลือก อาทิ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การจัดบรรยาย การสาธิต การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

๒.๑.๒.๖ การประยุกต์ใช้ความรู้ (Knowledge Application) การประยุกต์ใช้ความรู้เป็นกระบวนการที่นำความรู้ทางวัฒนธรรมไปประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ และก่อให้เกิดคุณค่าหรือมูลค่าจากวัฒนธรรมเหล่านั้น อาทิ การนำไปใช้เพื่อการท่องเที่ยว การนำไปใช้เพื่อการแสดง การนำไปใช้เป็นสินค้าหรืออุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม เป็นต้น

นอกจากกระบวนการที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น พบว่ายังมีนักวิชาการด้านการจัดการทางวัฒนธรรมอีกหลายท่านที่ได้กำหนดกระบวนการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมไว้อย่างหลากหลาย ตามแนวคิดและมุมมองที่แตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสมกับการนำไปประยุกต์กับทรัพยากรทางวัฒนธรรมในแต่ละประเภทหรือแต่ละบริบทของพื้นที่ทางวัฒนธรรม

๒.๑.๓ องค์ประกอบของการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมประกอบด้วย ๓ องค์ประกอบ ได้แก่ ๑) คน (People) ๒) กระบวนการ (Process) และ ๓) เทคโนโลยี (Technology) โดยทั้ง ๓ องค์ประกอบ ที่ได้กล่าวมานี้ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยทำให้การจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมนั้นประสบผลสำเร็จและสงวนรักษาองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ดังภาพที่



ภาพที่ ๒.๓ องค์ประกอบของการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

๒.๑.๓.๑ คน (People) คือ ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม เนื่องจากแหล่งความรู้หรือองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่มักจะฝังอยู่ในตัวคนซึ่งเป็นผู้สืบทอดหรือเจ้าของมรดกวัฒนธรรม นอกจากนี้คนยังผู้ที่ทำหน้าที่รวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ความรู้ ตลอดจนการนำความรู้ทางวัฒนธรรมไปใช้ให้เกิดประโยชน์

๒.๑.๓.๒ กระบวนการ (Process) คือ กลไก รูปแบบ หรือวิธีการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดกระบวนการส่งเสริม สงวนรักษา อนุรักษ์ เผยแพร่ หรือ สืบทอดองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างยั่งยืนทั้งองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งมีคุณค่าและความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะมรดกหรือทรัพยากรทางวัฒนธรรม

๒.๑.๓.๓ เทคโนโลยี (Technology) คือ เครื่องมือที่เข้ามาช่วยในการสืบค้น จัดเก็บ แลกเปลี่ยน หรือเผยแพร่องค์ความรู้ทางวัฒนธรรม เพื่อก่อให้เกิดการจัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้ทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ และสามารถนำองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมไปใช้ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วขึ้นมากยิ่งขึ้น โดยเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ประกอบด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร เทคโนโลยีจัดเก็บข้อมูล ถ่ายโอนและสืบค้น และเครื่องมือสนับสนุนการทำงานร่วมกัน เป็นต้น

สรุปแล้ว การจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการในการสงวนรักษาองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมที่ฝังลึกอยู่ในตัวคน (Tacit Knowledge) ให้ออกมาเป็นองค์ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ให้ได้มากที่สุด หรือเป็นการถอดองค์ความรู้ประเภทมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ให้อยู่ในรูปของมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Intangible Cultural Heritage) เพื่อสงวนรักษาองค์ความรู้ให้คงอยู่ในฐานมรดกทางวัฒนธรรมสืบไป จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อศาสตร์ทางด้านการจัดการศิลปะและวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นกลไกหนึ่งที่จะเข้ามาช่วยในการสงวนรักษาองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

๒.๑.๔ แนวคิดเรื่องการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

๒.๑.๔.๑ ความหมายของการจัดการความรู้

ความรู้ (knowledge) คือการประสมประสานองค์ประกอบของประสบการณ์คุณค่าบริบทของข้อมูลข่าวสารและการทำความเข้าใจของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินและรวบรวมประสบการณ์และข้อมูลใหม่เข้าด้วยกัน โดยได้เริ่มต้นและประยุกต์ในด้านปัญญาของผู้รู้ในองค์การบ่อยครั้งที่ความรู้ไม่ได้อยู่เฉพาะในเอกสาร หรือคลังรวบรวมเท่านั้นแต่ความรู้อยู่ในงานที่ทำเป็นประจำในกระบวนการปฏิบัติงานสำหรับความหมายของการจัดการความรู้ (KM) มีผู้ให้นิยามไว้หลายมุมมอง ดังนี้

Horwitch and Amacost^๗ กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นการสร้าง การกำหนดและรวบรวมการถ่ายโอน และการเข้าถึงความรู้และสารสนเทศเมื่อต้องการตัดสินใจที่ดีขึ้นเพื่อกระทำการใด ๆ ที่ส่งผลต่อยุทธศาสตร์ธุรกิจสากลขององค์กรที่ประสบความสำเร็จทุกองค์กร

Henries and Hedgepeth^๘ ให้ความหมายว่า การจัดการความรู้เป็นระบบการจัดการทรัพยากรความรู้ขององค์กรทั้งที่เป็นความรู้โดยนัย และความรู้ที่เห็นได้อย่างชัดเจน ระบบการจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจำแนกความรู้ การตรวจสอบความรู้ การจัดเก็บความรู้ที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว การเตรียมการกรองความรู้ และการเตรียมการเข้าถึงความรู้ให้กับผู้ใช้ ทั้งนี้โดยมีหลักการที่สำคัญคือ ทำให้ความรู้ถูกใช้ ถูกปรับเปลี่ยน และถูกยกระดับขึ้น

Smith และคนอื่น ๆ^๙ ได้กล่าวว่า การจัดการความรู้ คือ ระบบที่จะช่วยให้ข้อมูลและความรู้เกิดขึ้นกับบุคคล อย่างถูกต้อง ถูกที่ ถูกเวลา ในจำนวนที่เหมาะสมซึ่งสิ่งเหล่านี้ จะแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน

วิจารณ์ พานิช^{๑๐} กล่าวว่า การจัดการความรู้ นั้นเป้าหมายไม่ใช่เรื่องของความรู้แต่เป้าหมายก็คือ ความเจริญหรือการบรรลุปณิธานความมุ่งมั่น (purpose) หรือวิสัยทัศน์ (vision) ของหน่วยงานของคนที่สังคม เน้นที่ปฏิบัติไม่ใช่เน้นทฤษฎีความรู้ก็ความทั้งส่วนที่เป็นทักษะ (Skill) การปฏิบัติ (Practice) ทศคติ (Attitude) อารมณ์ความรู้สึก

^๗ Horwitch, M. and Amacost, J. "Helping Knowledge Management Be All It Can Be," *The Journal of Business Strategy*. ๒๓ (January ๒๐๐๒): ๑๒๓-๑๔๐.

^๘ Henrie, M. and Hedgepeth, O. (๒๐๐๓). *Size is important in knowledge management*. [Online]. Available from: <http://www.tlinc.com/artc๑๕๓.htm>. [๒๐๑๓, May]

^๙ Smith, Heather A. and McKeen, James D. (๒๐๑๓). *Developments in Practice IX: The Evolution of the KM Function*. [Online]. Available from: <http://aisel.aisnet.org/cais/vol๑๒/iss๑/๔>. (๒๐๑๓, June).

^{๑๐} วิจารณ์ พานิช การจัดการความรู้ในสังคมไทยภูมิปัญญาท้องถิ่น, In Thailand International Conference on Knowledge Management ๒๐๐๔: KM for Innovation and Change. Nonthaburi: Impact Muang Thong Thani. (November ๒๔-๒๕, ๒๐๐๔)

พรธิดา วิเชียรปัญญา^{๑๑} กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกระบวนการอย่างเป็นระบบ เกี่ยวกับการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคล เพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้ โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร

ดวงเดือน จันทรเจริญ^{๑๒} กล่าวว่า การจัดการความรู้ คือกระบวนการที่ถูกสร้างขึ้น มาเพื่อค้นหา สร้างสรรค์ จำแนก วิเคราะห์ รวบรวม จัดเก็บความรู้ที่มีประโยชน์ภายในองค์กร เพื่อ สะดวกต่อการนำมาใช้โอนถ่าย เผยแพร่ ถ่ายทอดกันภายในองค์กร อันเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานเป็น การสนับสนุนให้บุคคลได้รับความรู้ที่ต้องการภายในเวลาที่เหมาะสม พร้อมตอบสนองต่อการเรียนรู้ และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรม นำความรู้มาใช้นำพัฒนาขีด ความสามารถ ดัดแปลงดำเนินการกับความรู้ไว้อย่างไม่ใช้อย่างไม่ก่อให้เกิดประโยชน์

นันท์ปพร สิทธิยา^{๑๓} มองว่าเป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย ๓ ประการไปพร้อมกันประกอบด้วยบรรลุเป้าหมายของงานเป้าหมายพัฒนาคนและการพัฒนาองค์กร ไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้จากที่กล่าว พอสรุปได้ว่าการจัดการความรู้หมายถึงความมุ่งมั่นของ คนในสังคมที่จะช่วยนำความรู้มาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชน

สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการจัดการที่เป็นระบบตั้งแต่การ ประมวลผลข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) ความคิด (Knowledge) ตลอดจนประสบการณ์ ของบุคคล ทั้งความรู้ที่เป็นความรู้ที่ฝังลึก (Tacit knowledge) และความรู้ที่ชัดเจน (Explicit knowledge) จากภายในและภายนอกองค์กรเพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ เพื่อให้สามารถนำความรู้ ไปประยุกต์ใช้งาน โดยมีการจัดเก็บความรู้ในลักษณะที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางที่สะดวก และมีการเผยแพร่ความรู้ ตลอดจนนำความรู้ไปใช้อย่างเป็นระบบ

๒.๑.๔.๒ ความสำคัญของการจัดการความรู้

๑๑ พรธิดา วิเชียรปัญญา, การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ศุภสภาลาดพร้าว, ๒๕๔๘), หน้า ๓๓.

๑๒ ดวงเดือน จันทรเจริญ, “การจัดการความรู้กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.” วารสารการพัฒนาทรัพยากร มนุษย์, ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๔๙): ๒๕๒-๒๖๕, (กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ลักษณ์, ๒๕๔๙), หน้า ๔๕.

๑๓ นันท์ปพร สิทธิยา, การศึกษากระบวนการจัดการความรู้โดยชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, พิมพ์ ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑), หน้า ๓๒.

การจัดการความรู้เป็นแนวคิดของการบริหารจัดการสมัยใหม่ที่เห็นคุณค่า ของบุคลากรในองค์กรว่าเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า ทั้งนี้ เนื่องจากกระแสของการเปลี่ยนแปลง ของสังคมโลกซึ่งเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยุคนี้ยังเป็นยุคของเศรษฐกิจฐานความรู้ องค์กรสมัยใหม่จึงจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ และบุคลากรทุกคนในองค์กรจะต้องสามารถทำงาน ได้ครอบคลุมงานหลักขององค์กรทุกด้าน และสามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมได้ เพื่อที่จะผลักดันให้ องค์กรมีประสิทธิภาพ และสามารถอยู่รอดได้ในโลกของการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุก ๆ ด้าน การจัดการความรู้จึงมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงในองค์กร โดยมีการกล่าวถึงความสำคัญของการ จัดการความรู้ไว้ดังนี้

ดวงเดือน จันท์เจริญ^{๑๔} กล่าวว่า การจัดการความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่กระจัดกระจายใน องค์กร จึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง การจัดการฐานความรู้ (Knowledge-based management) ให้ สามารถสะสมและรวบรวมมีการส่งเสริมและนำองค์ความรู้มาแบ่งกันใช้งาน (Knowledge sharing) ให้กับทุกคนในองค์กรทำการต่อยอดภูมิปัญญาเหล่านั้นยิ่งขึ้นไป และนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการ เรียนรู้ (Learning organization) โดยมีสมาชิกขององค์กรเป็นบุคคลเรียนรู้ (Learning Person) ในที่สุด

สมศักดิ์ ภิญโญธรรมากร^{๑๕} กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นเพราะการ ดำเนินงานการบริหารงานในองค์กรมีความซับซ้อนกว่าเดิม มีการแข่งขันกันมากขึ้นทำให้หน่วยงาน ต้องทำการพัฒนาองค์กรในทุกด้าน ความรอบรู้ต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการแก้ปัญหาและการ ตัดสินใจของผู้บริหารตลอดจนการคาดคะเนเหตุการณ์ที่อาจจะเป็นไปได้ องค์กรต้องมีการเรียนรู้จาก บทเรียนและประสบการณ์ของตนเอง ด้วยเหตุนี้การเก็บรวบรวมความรู้ทั้งที่จับต้องได้ เช่น ตำรา เอกสาร คู่มือ อินเทอร์เน็ต และที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งเป็นความรู้ที่สั่งสมอยู่ในแต่ละบุคคล และเชื่อมโยง กับประสบการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาได้ จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อไม่ให้ความรู้ เหล่านั้นสูญหายไป

กิตติ ลิ้มอภิชาติ^{๑๖} ได้ให้ความเห็นว่า เป็นกระบวนการที่สำคัญที่จะทำให้ทราบถึงการ แสวงหาความรู้และนำความรู้มาใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบการจัดการ

๑๔ ดวงเดือน จันท์เจริญ, การจัดการความรู้กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, วารสารการพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์, ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๔๙): ๒๕๒-๒๖๕, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ลักษณ์, ๒๕๔๙), หน้า ๔๕.

๑๕ สมศักดิ์ ภิญโญธรรมากร, การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการความรู้ใน องค์กร, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สารสนเทศกองแผนงาน, ๒๕๔๘), หน้า ๒๓.

๑๖ กิตติ ลิ้ม อภิชาติ, (๒๕๔๘), สารจากคนบตี, (ออนไลน์), แหล่งที่มา : [http://medinfo.psu.ac.th/KM.\(๗ ตุลาคม ๒๕๖๔\).](http://medinfo.psu.ac.th/KM.(๗ ตุลาคม ๒๕๖๔).)

ความรู้จำเป็นต้องมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous learning) อยู่ตลอดเวลา เพราะการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องจะทำให้บุคคลมีโลกทัศน์และวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล รู้ว่าควรทำอะไร ไม่ควรทำอะไรในช่วงเวลาไหน รับรู้ถึงข้อดีข้อเสียจากการเลือกปฏิบัติในแนวทางใดทางหนึ่ง ซึ่งความสามารถต่าง ๆ เหล่านี้เองที่จะสะท้อนถึงคุณค่า (Value) ของตัวบุคคล การทำงานโดยการใช้ความรู้ที่ถูกต้องทันสมัยโดยวิธีการที่ดีที่สุด มีขั้นตอนน้อยที่สุด ประหยัด (เวลา และทรัพยากร) มีประสิทธิภาพสูงเป็นนวัตกรรมจะนำมาซึ่งความภาคภูมิใจ ความสนุกและความสุขในการทำงานถ้าองค์กรใดมีวิธีการบริหารจัดการความรู้ที่ดี ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะได้กับผู้ทำงานโดยตรง ผลประโยชน์ต่อองค์กร คือทำให้เป็นองค์กรที่มีความรู้ สามารถส่งถ่ายความรู้ให้บุคลากรได้รวดเร็ว มีความเจริญงอกงามและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลทำให้ได้เปรียบต่อองค์กรอื่น ๆ

สรุปได้ว่า การจัดการความรู้มีความสำคัญต่อองค์กร เพราะการจัดการความรู้เป็นการรวบรวมความรู้ทั้งหมดที่มีอยู่ในองค์กรมาจัดระบบเป็นสารสนเทศที่ใช้ในการบริหารองค์กร เป็นคลังความรู้เพื่อให้องค์กรมีการพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูงขึ้นมีความสามารถในการแข่งขันและคงความเจริญก้าวหน้าต่อไป

๒.๑.๔.๓ องค์ประกอบของการจัดการความรู้

นักวิชาการหลายท่านได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการจัดการความรู้ ดังนี้

Trapp^{๓๗} ได้เสนอองค์ประกอบของการจัดการความรู้ (Components of a Holistic Approach to Knowledge Management) มี ๙ องค์ประกอบ คือ

๑. เป้าหมายความรู้ (Knowledge Goal) การบ่งชี้ถึงเป้าหมายของการจัดการความรู้ที่ชัดเจน และมีการวางแผนยุทธศาสตร์ในการนำการจัดการความรู้ลงสู่การปฏิบัติ เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการนำมาซึ่งประโยชน์ของความรู้

๒. การระบุถึงความรู้ (Knowledge Identification) เป็นการบอกถึงความรู้ที่ต้องการจัดเก็บลงในฐานข้อมูล หรือแฟ้มเก็บสะสมงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่ตรงตามความต้องการของพนักงาน

๓. การจัดหาความรู้ (Knowledge Acquisition) เป็นการแสวงหาความรู้ขององค์กรจากแหล่งภายนอกองค์กร อาจจะเป็นความรู้ใหม่ หรือเป็นความรู้ที่เฉพาะเจาะจงในการใช้ปฏิบัติงานโดยยึดหลักการ คือ นำความรู้จากภายนอกองค์กรรวมเข้ากับความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรในรูปแบบของเทคโนโลยีสารสนเทศ และต้องให้พนักงานสามารถสร้างความรู้ใหม่ได้

๓๗ Teece, D. (๑๙๙๘). Capturing value from knowledge assets: The new economy markets for know - how and intangible assets. California Management Review, ๔๐(๓), ๕๕-๗๙

๔. การพัฒนาความรู้ (Knowledge Development) เป็นการปรับเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กรให้สามารถดำเนินการต่อไปจนสร้างเป็นฐานของความรู้ได้ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มทักษะใหม่และเพิ่มความรู้ความสามารถของพนักงาน การพัฒนาความรู้เป็นโครงสร้างที่สลับซับซ้อนระหว่างคนกับเทคโนโลยี

๕. การเคลื่อนย้าย/กระจายความรู้ (Knowledge Transfer/Distribution) การเคลื่อนย้ายและกระจายความรู้ความสามารถ ช่วยให้ทุกคนได้รับประโยชน์จากความรู้อย่างสูงสุดเท่าที่ต้องการได้อย่างถูกต้องและทันเวลา โดยอาศัยเครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวกระจายความรู้และข้อมูลต่าง ๆ

๖. การใช้ความรู้ (Knowledge Usage) ความรู้จะมีประสิทธิภาพได้ก็ต่อเมื่อมีการนำความรู้ใหม่นั้นมาใช้ประโยชน์ในองค์กร หรืออาจเป็นการนำความรู้เก่ามาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ก็ได้

๗. การเก็บรักษาความรู้ (Knowledge Preservation) เป็นการเก็บรักษาและรวบรวมความรู้ไว้ โดยให้พนักงานสามารถเข้าถึงความรู้และสืบค้นความรู้ได้ตลอดเวลาที่ต้องการ อาจเก็บไว้ในตัวบุคคลหรือรูปแบบของปัญญาประดิษฐ์ก็ได้

๘. การประเมิน/ทบทวนความรู้ (Knowledge Evaluation/Review) เป็นการวัดความก้าวหน้าและคุณค่าของทรัพย์สินความรู้ (Knowledge Assets) ซึ่งอาจวัดได้ ๕ กลุ่ม คือ การเงิน ลูกค้า กระบวนการ การสร้างใหม่ การพัฒนาและมนุษย์ หรืออาจวัดที่ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual capital) ขององค์กรก็ได้

๙. การควบคุมความรู้ (Knowledge Controlling) เป็นการติดตามความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการจัดการความรู้ในองค์กร เพื่อสร้างแรงจูงใจหรือกระตุ้นและปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการความรู้ในองค์กร

Probst, Raub and Romhardt^{๑๘} ได้สรุปว่า การจัดการความรู้จะประสบความสำเร็จได้จะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ ๖ ประการ คือ

๑. การระบุถึงความรู้ (Knowledge Identification) เป็นการบอกความต้องการในความรู้แต่ละชนิดที่พนักงานต้องการ

๒. การจัดหาความรู้ (Knowledge Acquisition) เป็นการจัดหาความรู้ตามความต้องการของพนักงาน

๑๘ Probst, G. Raub, S. and Romhardt, K. (๒๐๐๐). **Managing knowledge: Building Block for success**. Chichester: John Wiley & Sons.

๓. การพัฒนาความรู้ (Knowledge Development) เป็นการพัฒนาความรู้และสร้างความรู้ใหม่ ๆ

๔. การแบ่งปัน/การกระจายความรู้ (Knowledge Sharing/Distribution) เป็นการแลกเปลี่ยนและนำความรู้ที่กระจายสู่ภายนอก

๕. การใช้ความรู้ (Knowledge Utilization) เป็นการนำความรู้ที่ได้มาใช้ในการปฏิบัติงาน

๖. การเก็บรักษา/จดจำความรู้ (Knowledge Retention) เป็นการเก็บรักษาความรู้ไว้ในรูปแบบต่าง ๆ

Sveiby^{๑๙} กล่าวว่า องค์กรต้องมีการจัดการความรู้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของการตัดสินใจในองค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรม ทั้งนี้การจัดการความรู้ต้องประกอบด้วย

๑. การจัดการเนื้อหา (Content Management) คือ การจัดการความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) โดยเน้นการจัดระเบียบเอกสาร หรือโครงสร้างต่าง ๆ

๒. การจัดการความรู้ผ่านเรื่องเล่า (Narrative Management) เป็นการจัดการความรู้โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่รู้มา ภายใต้แนวคิดที่ว่าเราไม่สามารถเขียนทุกเรื่องออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรได้ เนื่องจากข้อจำกัดในการเขียน ดังคำที่ว่า “We know more than we can say, we’ll always say more than we can write down: เรารู้มากกว่าเราพูดและเราพูดมากกว่าเราเขียน” การใช้เทคนิคนี้ต้องเชื่อมต่อระหว่างการสื่อสารที่น่าสนใจและเนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อ

๓. การจัดการความรู้ตามบริบท/สภาวะแวดล้อม (Context Management) เป็นการจัดการความรู้โดยใช้กิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้โดยเครือข่ายทางสังคม

โกศล ดีศีลธรรม^{๒๐} กล่าวว่า การจัดการความรู้มีองค์ประกอบหลักแบ่งเป็น ๒ ส่วน คือ สังคมวัฒนธรรมและองค์กร (Social-cultural and organization Components) และองค์ประกอบทางเทคโนโลยี (Technological Components) โดยองค์ประกอบทั้ง ๒ ส่วนนี้จะมีระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management System) ที่เป็นส่วนเชื่อมโยงองค์ประกอบทั้ง ๒ ส่วนเข้าด้วยกัน โดยกระบวนการจัดการความรู้ความสามารถแบ่งออกได้เป็น ๔ ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

๑. การสร้างและจัดหาความรู้ (Knowledge creation and acquisition) ตัวอย่างที่เห็นได้ก็คือ องค์กรธุรกิจญี่ปุ่น ที่ให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นการพัฒนาความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) ที่มีได้แสดงออกในรูปแบบเอกสาร แต่องค์กรมักกระตุ้นให้บุคลากรสร้างองค์ความรู้ เพื่อ

๑๙ Sveiby, Karl E. (๒๐๐๓). What is Knowledge Management. [Online]. Available from: <http://www.co-i-l.com/coil/knowledge-garden/kd/whwtiskm.shtml>. [๒๐๑๓, June]Trapp,

๒๐ โกศล ดีศีลธรรม, การจัดการความรู้แห่งโลกธุรกิจใหม่, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ธนาเพรสแอนด์กราฟฟิค, ๒๕๔๖), หน้า ๓๑.

สร้างยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมขององค์กร โดยส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดและใช้สารสนเทศทางความรู้ ตัวอย่างของอุตสาหกรรมรถยนต์ญี่ปุ่นที่สร้างความรู้ในการพัฒนารูปแบบของรถ โดยใช้นโยบายการพัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างการสับเปลี่ยนพนักงานให้ทำงานในหน้าที่ ต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) ที่มุ่งพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้สร้างความรู้ (Knowledge creator)

๒. การจัดการและการเก็บความรู้ (Knowledge organization and storage) เป็นการจัดการความรู้ที่สร้างให้เป็นหมวดหมู่ และเก็บลงในฐานข้อมูลที่จัดเก็บ แล้วกระจายสู่หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อการใช้งาน

๓. การกระจายความรู้ (Knowledge distribution) โดยใช้เครื่องมือในการสืบค้นสารสนเทศทางความรู้จากฐานข้อมูลที่จัดเก็บ แล้วกระจายสู่หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อการใช้งาน

๔. การประยุกต์ความรู้ในการใช้งาน (Knowledge application) การเชื่อมโยงกิจการหลักต่าง ๆ ผ่านระบบการไหลของงาน ด้วยระบบเครือข่าย (network) ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ

๒.๑.๔.๔ แนวคิดวัฒนธรรมท้องถิ่น

การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทมรดก ทางวัฒนธรรมและโบราณสถาน

ความหมายของการอนุรักษ์ ได้มีผู้ให้นิยามความหมายของการอนุรักษ์ไว้มากมาย ซึ่งส่วนมากจะให้ความหมายไว้คล้ายคลึงกัน ดังนี้

เกษม จันทรแก้ว อ้างถึงใน วิมลรัตน์ ศรีสิงห์^{๒๑} ได้ให้นิยามของการอนุรักษ์ว่าหมายถึง การเก็บรักษา สงวน ซ่อมแซม และปรับปรุงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

เกษม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา^{๒๒} ได้ให้นิยามการอนุรักษ์ว่าหมายถึง การจัดการของมนุษย์ในการใช้ชีวมณฑล (biosphere) เพื่อที่จะให้ได้ผลประโยชน์ที่ดีที่สุดและยั่งยืนแก่ชนรุ่นปัจจุบัน ในขณะเดียวกันก็เป็นการรักษาศักยภาพที่ดี รวบรวมความต้องการและความจำเป็นของชนรุ่นต่อไปในอนาคต ดังนั้น การอนุรักษ์ คือ การสร้างสรรค์ การรวบรวม การสงวน การรักษาไว้ การใช้ประโยชน์ที่ยั่งยืน การทดแทนและการส่งเสริมสิ่งแวดล้อมในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต

๒๑ วิมลรัตน์ ศรีสิงห์, การมีส่วนร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ของกลุ่มสตรีกาญจนบุรี, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๓๖), หน้า ๑๒.

๒๒ เกษม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในประเทศไทยในแง่การพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจในการอนุรักษ์และพัฒนาประเทศไทย, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ชูติมาการพิมพ์, ๒๕๒๘), หน้า ๙.

นิวัฒน์ เรืองพานิช^{๒๓} กล่าวว่า การอนุรักษ์ (conservation) หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาดให้เป็นประโยชน์ต่อมหาชนมากที่สุดและใช้ได้เป็นเวลายาวนานที่สุด ทั้งนี้ต้องให้สูญเสียทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์ให้น้อยที่สุด และจะต้องกระจายประโยชน์จากทรัพยากรให้ทั่วถึงกันอีกด้วย ฉะนั้นการอนุรักษ์จึงไม่ได้ หมายถึงการเก็บรักษาทรัพยากรไว้เฉย ๆ แต่ต้องนำทรัพยากรมาใช้ให้ถูกต้องตามกาลเทศะ

นอกจากนี้ความหมายของการอนุรักษ์ ตามแนวทางของกรมศิลปากรกระทรวงศึกษาธิการ เกี่ยวกับการอนุรักษ์โบราณสถานและโบราณวัตถุ ที่ระบุไว้ใน ระเบียบกรมศิลปากรว่าด้วยการอนุรักษ์โบราณสถาน พ.ศ. ๒๕๒๘ ประกาศ ณ วันที่ ๑๙ สิงหาคม ๒๕๒๘ โดยนายทวีศักดิ์ เสนาณรงค์ อธิบดีกรมศิลปากร รักษาการให้เป็นไปตามระเบียบนี้ ซึ่งในระเบียบข้อที่ ๓ กำหนดว่า “การอนุรักษ์” หมายถึง การดูแลรักษาเพื่อให้คงคุณค่าไว้และหมายรวมถึงการป้องกัน การรักษา การสงวน การปฏิสังขรณ์และการบูรณะด้วย

๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

แนวคิดและทฤษฎีการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นกรอบการวิจัยที่แสดงให้เห็น วิธีการและหลักการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมซึ่งเป็นแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้นเพื่อประยุกต์ใช้ กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ต่อไป

๒.๒.๑ ความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรม

การศึกษาแหล่งเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมในชุมชนมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเข้าใจ ความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมและประเภทของวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อให้ทราบถึงคุณค่าของงานศิลปวัฒนธรรมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมของตนเอง

ความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรม (Cultural resource) ได้กล่าวถึงชื่อเรียกที่แตกต่างกัน เช่นสมบัติทางวัฒนธรรม (Cultural property) ทรัพย์สินทางวัฒนธรรม (Cultural asset) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage) และอธิบายความหมายของทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural resource) เกิดขึ้นในอเมริกาในช่วงทศวรรษที่ ๑๙๗๐ และได้สรุปความหมายว่าหมายถึง ผลผลิตของวัฒนธรรมทั้งในอดีตและปัจจุบันที่มีค่าหรือเป็นตัวแทนหรือสามารถสื่อถึงวัฒนธรรมต่าง ๆ ได้ ดังนั้นทรัพยากรวัฒนธรรมจึงรวมถึงซากสิ่งของที่มนุษย์ทำขึ้นแหล่งโบราณคดี โบราณสถานศาสน

^{๒๓} นิวัฒน์ เรืองพานิช, การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๓๗), หน้า ๓๘.

สถานเสื่อผ้าอาภรณ์เอกสารทางประวัติศาสตร์จารึกภาษาศาสนาประเพณี พิธีกรรมความเชื่อภูมิปัญญา
พื้นบ้านต่าง ๆ ฯลฯ

โดยสรุปมนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาใช้เพื่อควบคุมสภาพแวดล้อมทั้งสภาพแวดล้อม
ทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทางสังคมเพื่อก่อให้เกิดผลดีต่อการดำรงชีวิตและวัฒนธรรม ที่มนุษย์
สร้างขึ้นมานั้นย่อมมาจากความคิดและสร้างสรรค์อันเกิดจากประสบการณ์และปัญญา ความรู้ในด้าน
สังคมศาสตร์วัฒนธรรมจะมีความหมายกว้างขวางมากกล่าวคือวัฒนธรรมหมายถึง วิถีชีวิต (Way of
life) ของมนุษย์ในสังคมและแบบแผนการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทุกอย่างรวมทั้ง บรรดาผลงานทั้งหมด
ที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นตลอดจนความคิดความเชื่อค่านิยมและความรู้ต่าง ๆ เป็นต้น

๒.๒.๒ ประเภทของทรัพยากรวัฒนธรรม

ทรัพยากรวัฒนธรรมหลัก ๆ ทั้งชนิดที่เป็นมรดกและทรัพยากรวัฒนธรรมร่วมสมัยที่
สร้างสรรค์และพัฒนาขึ้นใหม่สามารถพบเห็นและศึกษาในปัจจุบัน ๓ กลุ่ม ได้แก่

๑. ทรัพยากรทางโบราณคดี (Archaeological resources)
๒. ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Homegrown knowledge หรือ Indigenous wisdom)
๓. ทรัพยากรวัฒนธรรมที่แสดงออก (Expressive cultural resources) ได้แก่ ศิลปะ (Art) วรรณกรรม (Writing) ดนตรี (Music) การละเล่น (Play & entertainment) การแสดง (Performances) ประมวลปราชญ์ (Myths) นิทาน (Tales) ขนบธรรมเนียม (Customs) ประเพณี (Tradition) ความเชื่อ (Beliefs) พิธีกรรมตามความเชื่อ (Rites) ฯลฯ

มรดกทางวัฒนธรรมคือวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าในฐานะที่เป็นเครื่อง
แสดงออกถึงรากฐานและความเป็นมาของชาติบ้านเมือง ซึ่งสมควรที่จะช่วยกันดูแลรักษาไว้ให้เป็น
มรดกของคนในชาติ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์และให้คนในโลกได้ชื่นชม ดังนั้นคุณค่าของมรดกทาง
วัฒนธรรมจึงไม่ได้อยู่ที่ลักษณะทางกายภาพเท่านั้น แต่อยู่ที่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรม
นั้นด้วย โดยเฉพาะความสัมพันธ์กับชุมชนในแง่ของจิตใจและจิตวิญญาณ ซึ่งอาจสรุปลักษณะสำคัญ
ของสิ่งซึ่งสมควรได้รับการยกย่องว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมได้ ดังนี้

๑. ให้คุณค่าทางประวัติศาสตร์วิชาการหรือศิลปะ
๒. แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาการของวิถีชีวิตของกลุ่มชนและสังคมที่ได้มี
การสืบทอดกันมา
๓. มีรูปแบบดั้งเดิมสามารถสืบค้นถึงที่มาในอดีตได้
๔. มีลักษณะบ่งบอกถึงความเป็นชุมชนหรือท้องถิ่น
๕. หากไม่มีการอนุรักษ์ไว้จะสูญหายไปทีละเล็กละน้อย

ประเภทของมรดกทางวัฒนธรรมการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมนั้นองค์การยูเนสโก ได้แบ่งมรดก
ทางวัฒนธรรมออกเป็น ๒ ประเภท ได้แก่

๑. มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible cultural heritage) เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นได้ทางกายภาพโดยครอบคลุมทั้งมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุเคลื่อนที่ได้ และที่เป็นวัตถุเคลื่อนที่ไม่ได้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ อนุสาวรีย์ เครื่องแต่งกาย ภาพจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม เป็นต้น

๒. มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible cultural heritage) องค์การยูเนสโกได้อธิบายความหมายของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ว่า หมายถึง ความรู้ ขนบธรรมเนียม ประเพณี หรือแนวปฏิบัติทุกรูปแบบ ทั้งที่เป็นสากลและของท้องถิ่น ซึ่งถูกสร้างขึ้นและถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นไม่ว่าด้วยวาจาหรือวิธีการอื่นใด ผ่านช่วงระยะเวลาหนึ่งมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงได้โดยกระบวนการสั่งสมความรู้และประยุกต์ใช้ นอกจากนี้อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ยังมีการกำหนดคุ้มครองสิ่งซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น มุขปาฐะ การแสดงออก ภาษา ศิลปะการแสดง แนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม งานเทศกาล ความรู้ และการปฏิบัติต่าง ๆ เกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล ฝีมือช่าง ประเพณี มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ยังเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น และถูกสร้างใหม่อยู่เรื่อย ๆ โดยชุมชน เพื่อตอบสนองกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและประวัติศาสตร์ช่วยให้ชุมชนมีอัตลักษณ์และความต่อเนื่อง โดยความต่อเนื่องถือเป็นลักษณะสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

๒.๒.๓ ทรัพยากรวัฒนธรรม (Cultural resource)

มีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านให้ความหมายและแบ่งประเภทไว้ดังนี้

ฟิลิฐุ เจริญวงศ์ (๒๕๔๒, หน้า ๑๑) ให้ความหมายไว้ว่า “ทรัพยากรทางวัฒนธรรมมีทั้งของในอดีตคือมรดก (Heritage) และของที่เรสร้างขึ้นใหม่ (Creation) ไม่ได้มีแต่ของเก่าอย่างเดียว ประเภทมรดกมีทั้งรูปธรรมและจับต้องไม่ได้ เช่น แหล่งโบราณคดี อนุสาวรีย์ โบราณสถาน ประวัติศาสตร์ ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรม ศิลปะ และศิลปหัตถกรรม แบบประเพณี ประวัติศาสตร์บอกเล่ากวีนิพนธ์ การทำครัว ฯลฯ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการจัดการ (Objective of management) ไปในทางอนุรักษ์ (Conservation) และคุ้มครอง (Protect) ส่วนประเภทสร้างใหม่ มีทั้งสิ่งที่เป็นสิ่งก่อสร้าง คือ สถาปัตยกรรม การถ่ายภาพ วรรณกรรม และหนังสือที่พิมพ์เผยแพร่คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง การจัดทำรำ ฯลฯ นั้นมีวัตถุประสงค์ของการจัดการไปอีกอย่างหนึ่งคือพัฒนา (Develop) และส่งเสริม (Promote)” อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ พ.ศ. ๒๕๑๕ (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage ๑๙๗๒) ตามมาตราที่ ๑ ได้กำหนดนิยามของคำว่า มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage) ไว้ว่า มีความหมายครอบคลุมสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

๑. อนุสรณ์สถานได้แก่ผลงานทางสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม ส่วนประกอบหรือโครงสร้างของแหล่งโบราณคดีจารึกถ้ำที่อยู่อาศัยรวมถึงร่องรอยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่และ

วัตถุต่าง ๆ ข้างต้น ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ศิลปะและวิทยาศาสตร์ที่มีความโดดเด่นในระดับประเทศ

๒. อาคารและสิ่งก่อสร้างได้แก่กลุ่มของอาคารสิ่งก่อสร้างที่แยกจากกันหรือเชื่อมต่อกันโดยลักษณะ หรือแบบแผนทางสถาปัตยกรรมมีความสอดคล้องกลมกลืนกัน หรือโดยคุณลักษณะของภูมิประเทศที่ตั้งมีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์ศิลปะ และวิทยาศาสตร์โดดเด่นในระดับประเทศ

๓. สถานที่และแหล่ง ได้แก่ ประดิษฐ์กรรมที่สร้างสรรค์ของมนุษย์หรือผลงานที่ผสมผสานระหว่างธรรมชาติกับการสร้างสรรค์ของมนุษย์ และแหล่งโบราณคดีที่มีคุณค่าโดดเด่นในระดับประเทศทางด้านประวัติศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ชาติวงศ์วิทยา หรือมานุษยวิทยา King ผู้เชี่ยวชาญกฎหมายทรัพยากรวัฒนธรรมชาวอเมริกันระบุว่าทรัพยากรวัฒนธรรม (Cultural resources) ประกอบไปด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

๑. ทรัพย์สินทางประวัติศาสตร์ (Historic properties)

๒. โบราณวัตถุสิ่งประดิษฐ์ (Artifacts)

๓. เอกสารโบราณ (Documents / archives)

๔. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม (Physical environment related to culture) ได้แก่สถานที่ที่มีภูมิทัศน์สวยงามและเป็นสัญลักษณ์บ่งบอกถึงอดีต (Aesthetic and associative places) และสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built environment)

๕. ค่านิยม (Values)

๖. ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible resources) ประกอบไปด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

๖.๑ แบบแผนวิถีการดำรงชีวิต (Ways of life)

๖.๒ แบบแผนพฤติกรรม (Standard of practices)

๖.๓ ขนบธรรมเนียม/วิถีประเพณี (Norms)

๖.๔ ค่านิยม (Values)

๖.๕ ความเชื่อ (Beliefs)

๖.๖ ศาสนา (Religious)

๖.๗ แบบแผนของปฏิสัมพันธ์ในสังคม (Pattern of social interaction)

๖.๘ รูปแบบสถาบัน/องค์กร (Organizations)

จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญสามารถสรุปความหมายและประเภทของทรัพยากรทางวัฒนธรรม คือ ผลผลิตที่เกิดขึ้นโดยมนุษย์จากในอดีตและเกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยมีความหมายครอบคลุมทั้งทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible cultural resource) เช่น ผลงานศิลปะ ประติมากรรม ฯลฯ ส่วนทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible cultural resource) เช่น ภูมิปัญญาขนบธรรมเนียมประเพณี ฯลฯ

ทรัพยากรวัฒนธรรมเหล่านี้จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการศึกษาในคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ และสามารถนำมาพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่คนชุมชนสังคมประเทศผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของเจ้าของมรดกวัฒนธรรมมีการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่างเหมาะสม หรือเรียกได้ว่าเป็นการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

๒.๒.๔ การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมหรือในภาษาอังกฤษเรียกว่า Cultural resource management (CRM) มีผู้เชี่ยวชาญให้ความหมายไว้ ดังนี้

Levinson and Amber “การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม หมายถึง การวางแผนงานและการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการอนุรักษ์ดูแลรักษา หรือการจัดการข้อมูลสถานที่พื้นที่ และการตรวจสอบเรื่องราวในอดีตของชาติหรือของกลุ่มชนเผ่าพันธุ์ต่าง ๆ หรือสิ่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของโลก”

ธนิช เลิศชาญฤทธิ์ การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมประกอบด้วย ๒ คำหลัก คือ คำว่า “การจัดการ” (Management) หมายถึง การกระทำหรือศาสตร์และศิลป์และการดำเนินการธุระอย่างหนึ่งอย่างใด และคำว่า “ทรัพยากร” หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่มีอยู่แล้วและมีศักยภาพที่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ฉะนั้นการจัดการทรัพยากร (ไม่ว่าทรัพยากรวัฒนธรรม หรือแม้แต่มรดกทางวัฒนธรรม) ก็คือศาสตร์และศิลป์แห่งการดำเนินการเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง ที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์

กล่าวสรุปได้ว่า การจัดการวัฒนธรรมคือกระบวนการเพื่อนำไปสู่การพัฒนางานศิลปวัฒนธรรม ในด้านการศึกษาอนุรักษ์ และส่งเสริมให้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible cultural resource) และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible cultural resource) ยังคงได้ใช้ประโยชน์ต่อไปได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ กระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการงานศิลปวัฒนธรรมเป็นสำคัญ

๒.๒.๕ หลักการและกระบวนการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

กระบวนการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นระบบการดูแล เพื่อรักษาคุณค่าของทรัพยากรที่มี และมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ร่วมกันของคนในปัจจุบันและคนรุ่นหลัง เป็นการให้ความสำคัญต่อการเข้าถึงทรัพยากรวัฒนธรรมของคนรุ่นปัจจุบัน หลักการสำคัญที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการรักษาทรัพยากรทางวัฒนธรรม คือการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมของตนเอง โดยมีองค์ประกอบของชุมชน ได้แก่ คนหรือเจ้าของวัฒนธรรม วิธีการ เทคโนโลยี และหน่วยงานรับผิดชอบ เป็นผู้ขับเคลื่อนกระบวนการแต่ละขั้นตอนองค์ประกอบของการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมประกอบไปด้วย

๑. “คน” เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุด เพราะเป็นแหล่งที่อุดมด้วยความรู้ ประสบการณ์ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับชุมชน และเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้เกิด กระบวนการจัดการความรู้และกิจกรรมการเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมให้กับชุมชน เช่น ประชาชนในพื้นที่และบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการจัดการศิลปวัฒนธรรม

๒. “กระบวนการ” เป็นการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงประสานคนและความรู้เข้าไว้ด้วยกัน โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นเป็นการถ่ายทอดความรู้ทางศิลปวัฒนธรรม ผ่านการบอกเล่า พุดคุยจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง และคนฟังมีการนำความรู้มาปฏิบัติและบอกต่อหมุนเวียนเป็น วงจรความรู้ภายในชุมชน และขยายออกไปนอกชุมชน ดังนั้น กระบวนการจึงไม่มีวิธีการและ กำหนดเวลาที่ตายตัว การพัฒนาศักยภาพของ “คน” และ “กระบวนการ” จึงเป็นขั้นตอนเบื้องต้น ที่สำคัญในกระบวนการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม เพราะคนในชุมชนคือเจ้าของทรัพยากรวัฒนธรรม โดยเฉพาะผู้นำด้านวัฒนธรรมในชุมชน ซึ่งจำเป็นต้องมีความรู้ในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม พร้อมทั้งรู้วิธีการและกระบวนการทำงานที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อการดำเนินงานด้าน ศิลปวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนแนวคิดหลักการและกระบวนการจัดการ ทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในชุมชนต่อไป

๒.๒.๖ แนวคิดการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

“วัฒนธรรม” เป็นกระบวนการอบรม ปลุกฝัง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้การดำรงชีวิตใน รูปแบบเดียวกันของคนในสังคมและถ่ายทอดต่อไปยังคนรุ่นหลัง ส่วนในมุมมองของนักมนุษยวิทยา “วัฒนธรรม” หมายถึงพฤติกรรมที่กลั่นกรองมาจากความคิด ที่จะหาวิธีการมาตอบสนองความ ต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น การกิน การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม นอกจากนี้ นิยพวรรณ วรรณศิริ ยังได้ ให้ความหมายถึงลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมไว้ ๔ ประการ คือ

๑) วัฒนธรรมเป็นผลผลิตของระบบความคิดมนุษย์ (Cognitive Systems) เป็นระบบ ทางชีวภาพ เพราะความคิดเกิดจากระบบสมอง ระบบประสาท และระบบจิตใจของมนุษย์

๒) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ในเมื่อวัฒนธรรมคือผลผลิตจาก ระบบความคิดของมนุษย์และมนุษย์ก็มีความคิดไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอย่อมจะมีผลให้เกิด การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไปด้วย

๓) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บุคคลได้มาด้วยการเรียนรู้ มนุษย์รับถ่ายทอดวัฒนธรรมต่าง ๆ กัน มา โดยการอบรม สั่งสอน บอกกล่าว การสังเกต การลองผิดลองถูก บุคคลจะมีการเรียนรู้วัฒนธรรม ในสังคมของตนตั้งแต่เกิดจนโต

๔) วัฒนธรรมเป็นสมบัติส่วนรวม บุคคลจะมีการเรียนรู้ที่จะดำเนินชีวิตประพฤติปฏิบัติให้เป็นที่ยอมรับของผู้อื่นในสังคมเดียวกัน เพราะมนุษย์ไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่โดยลำพังได้ วัฒนธรรมจะถูกนำมาปฏิบัติในสังคม จนกลายเป็นสมบัติส่วนรวมของสังคม และเป็นมรดกของชนรุ่นหลังต่อไป^{๒๔}

ชนัญ วงษ์วิภาค และคณะ ได้กล่าวถึงคำว่าทรัพยากรวัฒนธรรม (Cultural Resources) หมายถึง ลักษณะของระบบวัฒนธรรมที่มีค่าหรือเป็นตัวแทนที่สามารถสื่อถึงวัฒนธรรมต่าง ๆ แบ่งออกเป็น ๒ ประเภทคือ ทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ หรือวัฒนธรรมทางวัตถุ (Tangible) เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ เครื่องมือเครื่องใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันต่าง ๆ เป็นต้น และทรัพยากรวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมหรือทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) เช่น ภาษา ศิลปะการแสดง พิธีกรรมต่าง ๆ เป็นต้น^{๒๕} ส่วนประกอบของระบบวัฒนธรรมทั้งหมดในสังคมมนุษย์ ทั้งที่เป็นวัฒนธรรมทางวัตถุ สิ่งที่จับต้องมองเห็นได้ และที่เป็นความหมาย ความรู้ ภูมิปัญญา ความเชื่อ กฎระเบียบแบบแผนเพื่อการปฏิบัติ ศิลปะการแสดง จินตภาพ ความนึกคิดที่ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้เป็นสิ่งที่สามารถจัดการให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในแต่ละชุมชน สังคม และยุคสมัยได้^{๒๖}

หลักการ แนวคิด และแนวทางในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น ไม่จำเพาะเจาะจงถึงทรัพยากรวัฒนธรรมประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือไม่เน้นที่ทรัพยากรวัฒนธรรมของวัฒนธรรมหรือกลุ่มชนใดในพื้นที่โดยเฉพาะ ทรัพยากรวัฒนธรรมมีคุณค่าและความหมายหลายประการ และมีความสำคัญหลายระดับ คุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมมีพลวัต (Dynamic) ทรัพยากรวัฒนธรรมอย่างเดียวกันอาจมีคุณค่าแตกต่างจากเดิมหรือเกิดคุณค่าใหม่ขึ้นมาตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์^{๒๗} วิรุณ ตั้งเจริญ ได้กล่าวถึงการจัดการวัฒนธรรมว่า เป็นกระบวนการจัดการที่เกี่ยวข้องธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศวิทยา คุณธรรม จริยธรรม โดยอาศัยการอนุรักษ์ศาสนา ประวัติศาสตร์ ผู้คนในชุมชน การดำรงชีวิต ความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อจิตสำนึกเป็นประการสำคัญ เพื่อนำมาสู่

๒๔ นิยพรรณ วรรณศิริ, **มานุษยวิทยา สังคมและวัฒนธรรม**, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : เกษตรศาสตร์, ๒๕๔๐), หน้า ๑.

๒๕ ชนัญ วงษ์วิภาคและคณะ, **การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะโบราณคดี, ๒๕๔๗), หน้า ๒-๓.

๒๖ สายันต์ ไพรชาญจิตร, **การจัดการทรัพยากรทางโบราณคดีในงานพัฒนาชุมชน**, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ศักดิ์โสภารพิมพ์, ๒๕๕๐), หน้า ๑๓-๑๔.

๒๗ ธนิส เลิศชาญฤทธิ์, **การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม**, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), ๒๕๕๔), หน้า ๑๖๔-๑๖๕.

ความยั่งยืนทางวัฒนธรรม^{๒๘} ทรัพยากรทางวัฒนธรรมมีหลายประเภท ซึ่งอาจแบ่งเป็น ทรัพยากรทางโบราณคดี ทรัพยากรทางสถาปัตยกรรม ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ศิลปะ เป็นต้น ดังนั้น ในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะต้องวางเป้าหมายให้ชัดเจนและสอดคล้องกับคุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรม ให้ตอบสนองความต้องการของสังคม ชุมชน และความเป็นมนุษย์ ซึ่ง ธนิก เลิศชาญฤทธิ ได้วางเป้าหมายของการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมได้ ดังนี้

๑. เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรวัฒนธรรมสำหรับการวางแผนและการป้องกัน
๒. เพื่อปกป้องทรัพยากรวัฒนธรรม และทำให้เกิดประโยชน์ตามความเหมาะสมร่วมไปกับการอนุรักษ์และสงวนรักษา
๓. เพื่อให้ประชาชนหรือสาธารณชน นักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจสามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมได้อย่างเท่าเทียม
๔. เพื่อใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมในการให้การศึกษาเกี่ยวกับอดีต และสามารถทำให้ผู้เข้าศึกษาได้ตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมเองด้วย^{๒๙}

ในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมนั้นควรพิจารณาให้เห็นถึงคุณค่าและความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมให้รอบคอบ เพื่อนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมของมนุษย์ที่มีอยู่ ไปใช้ให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพต่อมนุษย์ ซึ่งในการพิจารณาคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมนั้นมีแนวทางในการพิจารณาที่หลากหลายอยู่กับมุมมองและวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ วิลเลียม โลบี และชาร์ลส์ แม็กกิมซี ได้เสนอคุณค่าทรัพยากรวัฒนธรรมไว้ ๔ ประการ คือ

ประการแรก คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ เป็นทรัพยากรวัฒนธรรมทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ที่แสดงถึงความทรงจำทั้งในอดีตและปัจจุบันเป็นสิ่งที่ติดมากับทรัพยากรวัฒนธรรม ยากที่จะเลือนหายตามกาลเวลา เช่น พระพุทธรูป ภาพเขียนสีที่แสดงถึงวัฒนธรรม ประเพณีของกลุ่มชนบางกลุ่ม ความมีน้ำใจ กริยามารยาทที่แสดงถึงความเป็นไทย

ประการที่สอง คุณค่าเชิงวิชาการ เป็นทรัพยากรวัฒนธรรมประเภทข้อมูลข่าวสารที่มนุษย์สามารถเรียนรู้ และนำไปใช้ในการดำรงชีวิต โดยกระบวนการศึกษาหาความรู้อย่างเป็นระบบ มีหลักฐานและมีความน่าเชื่อถือ

ประการที่สาม คุณค่าเชิงสุนทรีย์ เป็นทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเชิงความงาม ซึ่งขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางวัฒนธรรม ความชอบและจิตนาการของแต่ละบุคคล เช่น การทำงานจิตรกรรมฝา

^{๒๘} วิรุณ ตั้งเจริญ, **วิสัยทัศน์ศิลปวัฒนธรรม**, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๒), หน้า ๑๗-๑๘.

^{๒๙} ธนิก เลิศชาญฤทธิ, **เรื่องเดียวกัน**, หน้า ๖๓-๖๔.

ผนังหรือการประดิษฐ์งานหัตถกรรมพื้นบ้านต่าง ๆ ของศิลปิน ซึ่งเกิดจากแรงบันดาลใจหรือแรงกระตุ้นให้สร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ

ประการที่สี่ คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ เป็นทรัพยากรวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญในการใช้สอยโดยตรง เช่น การจัดสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เน้นวิถีชีวิตในอดีต หรือการจัดให้มีประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้านที่ได้รับความนิยมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวขึ้นมา^{๓๐}

นอกจากนี้ องค์การที่มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม ระดับนานาชาติ อาทิ องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือที่เรียกกันย่อ ๆ ว่า ยูเนสโก (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO) สภานานาชาติว่าด้วยการดูแลอนุสรณ์สถานและแหล่งโบราณคดี (International Council on Monuments and Sites - ICOMOS) และศูนย์ระหว่างประเทศว่าด้วยการศึกษาด้านอนุรักษ์และปฏิสังขรณ์มรดกทางวัฒนธรรม (International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property - ICCROM) ได้ร่วมกันกำหนดคุณค่าทรัพยากรวัฒนธรรมออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ ดังนี้ คือ

๑. คุณค่าทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ผู้คนในปัจจุบันให้ความสำคัญกับทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น ๆ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม แบ่งออกได้ ดังนี้

๑) คุณค่าเชิงอัตลักษณ์ เป็นกลุ่มคุณค่าที่มีความสัมพันธ์และความผูกพัน ด้านอารมณ์ความรู้สึก ความผูกพันถึงความหลังหรือความทรงจำกับทรัพยากรวัฒนธรรม เช่น ตำนาน ศาสนา ประเพณี จิตวิญญาณ ซึ่งอาจมีนัยทางการเมือง ชาตินิยม

๒) คุณค่าเชิงศิลปะหรือเทคนิค เป็นกลุ่มคุณค่าที่ขึ้นอยู่กับความเป็นมาทาง ประวัติศาสตร์ และสามารถพิสูจน์ได้ด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ เช่น ลวดลาย โครงสร้าง ทักษะฝีมือ

๓) คุณค่าเชิงจำนวนที่หายาก เป็นกลุ่มคุณค่าที่แสดงถึงทรัพยากรที่มีลักษณะคล้ายกัน อายุสมัยเดียวกัน มีจำนวนไม่มากหรือเป็นของหายาก

๒. คุณค่าด้านสังคมและเศรษฐกิจร่วมสมัย เป็นคุณค่าการใช้งานในสังคมร่วมสมัย แบ่งออกได้ดังนี้

๑) คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ เป็นคุณค่าที่ทรัพยากรสามารถช่วยให้มนุษย์มีความเป็นอยู่ในการดำรงชีพได้ ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะเงินตราเท่านั้น แต่รวมถึงคุณค่าที่มนุษย์สามารถใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมในการมีชีวิตอยู่ได้ด้วย

๓๐ วิลเลียม โลปป์ และ ชาร์ลส์ แม็กกิมซี อังโน ธนิก เลิศชาญฤทธ์, การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน), ๒๕๕๔), หน้า ๓๒-๔๔.

๒) คุณค่าเชิงหน้าที่ใช้สอย เป็นคุณค่าที่เน้นการใช้งาน ทั้งการใช้งานแบบเดิมที่ทรัพยากรเคยถูกใช้มาหรืออาจมีการปรับเปลี่ยนหน้าที่ได้

๓) คุณค่าเชิงการศึกษา เป็นคุณค่าที่คนในปัจจุบันใช้ในการศึกษาเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ

๔) คุณค่าเชิงสังคม เป็นคุณค่าที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางสังคม ประเพณี ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในปัจจุบันได้

๕) คุณค่าเชิงการเมือง เป็นคุณค่าที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ทางการเมืองในประวัติศาสตร์ความเป็นมาของทรัพยากรนั้น ๆ^{๓๑}

การเข้าไปจัดการกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตัววัฒนธรรม ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งกระบวนการจัดการนั้นชุมชนและท้องถิ่นจำเป็นที่จะต้องร่วมมือกัน เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน โดย โกวิท พวงงาม ได้กล่าวถึงการจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่นว่าเป็นกระบวนการหนึ่งที่จะแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของชุมชนและท้องถิ่นซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับกระบวนการต่าง ๆ เช่น กระบวนการเรียนรู้ กระบวนการมีส่วนร่วมและกระบวนการจัดการตนเองของชุมชนท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ทางปฏิบัติประชาชนอาจไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน หากแต่การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้กระทำการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมบ้าง จึงจะถือว่าเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ซึ่งกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

๑) การมีส่วนร่วมในการศึกษาชุมชน ซึ่งเป็นวิธีการในการกระตุ้นให้ประชาชนได้ร่วมกันเรียนรู้สถานภาพของชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทำงาน เพื่อร่วมกันค้นหาปัญหาและสาเหตุของการเกิดปัญหา ตลอดจนการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น

๒) การมีส่วนร่วมในการวางแผน เป็นการดำเนินการโดยการรวมกลุ่มอภิปรายและแสดงความคิดเห็นเพื่อกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทาง การดำเนินงานและทรัพยากรที่จะต้องใช้

๓) การมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนา โดยการสนับสนุนด้านวัสดุ อุปกรณ์แรงงาน เงินทุน หรือการเข้าร่วมบริหารงาน การใช้ทรัพยากร การประสานงานและดำเนินการขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก

๓๑ Feliden and Jokilehto อ้างใน ธนิช เลิศชาญฤทธ์, การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), ๒๕๕๔), หน้า ๔๘-๕๒.

๔) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา เป็นการนำเอากิจกรรมที่ได้ร่วมวางแผนกันศึกษา วางแผนและดำเนินการพัฒนามาใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจโดยอยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกันของบุคคลและสังคม

๕) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการพัฒนา เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมได้ทันที^{๓๒}

ดังนั้น การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมคือการสร้างคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม รวมทั้งสามารถอนุรักษ์ สืบทอด พัฒนาและสร้างสรรค์ทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดคุณค่าตามบริบททางสังคมในปัจจุบันได้ ซึ่งคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมนั้นมีความหลากหลาย

๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญ เพื่อชื่นชมสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย อีกทั้งผู้ที่มาท่องเที่ยวจะได้รับทราบถึงประวัติความเป็นมา ความเชื่อ ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่มีมรดกวัฒนธรรมเป็นสื่อในการสืบทอดและส่งผ่านมาถึงคนรุ่นปัจจุบัน ตามที่ นิคม จารุมณี ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางจากที่อยู่ อาศัยปกติไปที่อื่นชั่วคราวโดยสมัครใจ เพื่อวัตถุประสงค์ของการพักผ่อน ความสนุกสนาน การประชุมสัมมนา การศึกษาหาความรู้ การติดต่อธุรกิจ การเยี่ยมญาติ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่เกี่ยวข้องธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ การขนส่ง การโรงแรม ร้านอาหารและร้านค้าต่าง ๆ ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และมีความสำคัญหลายประการดังนี้

- ๑) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ที่กระจายไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง
- ๒) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพในธุรกิจที่ทำหน้าที่บริการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว
- ๓) การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด
- ๔) การท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นไว้ได้

^{๓๒} โกวิท พวงงาม, การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์, ๒๕๕๓), หน้า๑๙๓-๒๙๔.

๕) การท่องเที่ยวช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดีสร้างความสามัคคีให้เกิดแก่คนในชาติและนำไปสู่การช่วยจรรโลงสันติภาพแก่อีกโลก^{๓๓}

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบทางลบ เนื่องจากขาดการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดี จึงก่อให้เกิดปัญหาการทำลายสภาพแวดล้อมและวิถีชุมชน ดังที่ชาญวิทย์ เกษตรศิริ ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวในรูปแบบปัจจุบันได้ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบ เช่น การขายบริการทางเพศ การเลียนแบบการบริโภคที่หรูหรา วัฒนธรรมได้รับผลกระทบ เป็นต้น จึงได้มีการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ คือการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ไม่มีการซื้อขายวัฒนธรรมและชีวิตผู้คน สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ ต้องมีการศึกษาประวัติความเป็นมาของชนชาติ หรือชาติพันธุ์วัฒนธรรมความคิด ความเชื่อของผู้คนในอดีต เพื่อให้เรียนรู้วิถีชีวิตปัจจุบันทั้งภาษา วัฒนธรรมอาหาร ความเป็นอยู่ของสถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว โดยมีหลักการที่สำคัญ ๓ ประการ ดังนี้

ประการแรก ต้องเปลี่ยนการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางไปรู้จัก โดยให้คนกลุ่มเล็ก ๆ ได้ไปศึกษาไปดูตามความสนใจของตนเอง และต้องเป็นการเดินทางไปอย่างเกรงใจ เดินทางไปอย่างเคารพต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น และมีความสุขในการเดินทาง

ประการที่สอง ในโลกปัจจุบันมีการเปิดกว้างในการเดินทางมากขึ้น การเดินทางสะดวกจึงทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเราต้องให้การศึกษา โดยเฉพาะกับเด็ก ๆ และเยาวชน ในการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หากต้องเผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ หรือมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจะต้องทำอย่างไร

ประการที่สาม ในการเป็นนักท่องเที่ยวเราจะต้องเรียนรู้ในการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน ของชุมชนอื่น เคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของเราเองด้วย เพราะหากเราไม่เคารพในวัฒนธรรมของเราแล้ว นักท่องเที่ยวก็ไม่เคารพเช่นกัน^{๓๔}

นอกจากนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา มีแนวความคิดมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือการเข้าร่วมรับผลประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยถือเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่กระตุ้นให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะเจ้าหน้าที่ยุทธศาสตร์หรือผู้นำ มีการเรียนรู้ร่วมกันและเข้าร่วมประชุมตัดสินใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ของรัฐก็ต้องรับฟังความคิดเห็น ปัญหาและความต้องการของชุมชนท้องถิ่นด้วย เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการวางแผน

๓๓ นิคม จารุมณี, การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๖), หน้า ๑-๗.

๓๔ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : อมร พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, ๒๕๔๐), หน้า ๑

กำกับดูแล ควบคุมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ เกิดความรัก ความหวงแหน และสร้างจิตสำนึกในการดูแลปกป้องกันรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนการท่องเที่ยวมีความสำคัญโดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ เพราะเป็นแหล่งที่มาของรายได้ของประเทศ การท่องเที่ยวสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาได้เป็นอันดับหนึ่ง และได้เสนอของชุมชนท้องถิ่นว่าเป็นการโอกาสแก่สมาชิกของชุมชนท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกัน^{๓๕}

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จึงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตัวเอง อย่างเข้าใจในความสัมพันธ์ของสรรพสิ่งของโลกที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ การจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมจะเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์อย่างชัดเจน และเป็นกระบวนการสำคัญในการก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วมกัน ในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศทางวัฒนธรรมในชุมชน ทั้งจากการร่วมคิด ร่วมทำ สร้างกระบวนการกลุ่ม เมื่อมีการจัดการอย่างเป็นระบบและประสบความสำเร็จแล้ว ยังสามารถขยายผลไปในพื้นที่ข้างเคียงและพื้นที่อื่น ๆ ได้ แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนจะเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย จนกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

๒.๓.๑ ความหมายวัฒนธรรม

วัฒนธรรม มีผู้ให้ความหมายของวัฒนธรรมหลากหลายทัศนะ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (๒๕๓๕) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรม คือ ผลรวมของทุกสิ่งซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้น ๆ ได้ทำไว้ หรือได้สั่งสมมาจนถึงบัดนี้ วัฒนธรรม คือ ผลงานสร้างสรรค์ทางศิลปะ และพุทธปัญญาทุกแขนง และวัฒนธรรม คือ สิ่งที่ดีมีค่าแสดงรสนิยมของผู้ดีหรือชนชั้นสูงที่มีการศึกษาและฐานะดี วัฒนธรรมเป็นวิถีการดำเนินชีวิตของสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติและการแสดงออก ซึ่งความรู้สึกนึกคิดในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจและซาบซึ้งร่วมกัน มนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อประโยชน์แห่งการดำรงชีวิต และการสืบทอดเผ่าพันธุ์ ในเมื่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นเรื่องที่กว้างใหญ่และมีแง่มุมต่าง ๆ วัฒนธรรมหมายถึง วิถีชีวิตของคนในชุมชนและในสังคมโดยรวม ซึ่งรวมถึงสังคมวัฒนธรรมและศิลปวัฒนธรรม วัฒนธรรมมิใช่เป็นนามธรรมและรูปธรรมที่หยุดนิ่ง แต่เปลี่ยนแปลงมีพลวัตตลอดเวลา โดยวัฒนธรรมมุ่งความอยู่ดี มีสุข ของคน และสังคม โดยส่วนรวมวัฒนธรรม จึงต้องเชื่อมโยงระหว่างสภาพในอดีตสู่ปัจจุบันและสู่อนาคต ต้องเชื่อมโยงระหว่างคนในสังคมซึ่งมีวัยต่างกัน ต้องเชื่อมโยงระหว่างสภาพตนเองต่อครอบครัว ชุมชน สังคม และสภาพรอบโลกต้องเชื่อมโยงระหว่างความรู้ด้านต่าง ๆ ทั้งมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ และต้องเชื่อมโยงระหว่างคนกับธรรมชาติ

^{๓๕} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิชาการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๔๘), หน้า ๑.

วัฒนธรรมจะพัฒนา งามงามได้ต้องอาศัยความเชื่อมโยงและความเข้าใจในความหลากหลาย ความแตกต่าง และจุดร่วมของวัฒนธรรมท้องถิ่น วัฒนธรรมของชาติ และวัฒนธรรมของโลก ซึ่งมีวิวัฒนาการ และมีความเปลี่ยนแปลงมีพลวัตรที่ไม่หยุดนิ่ง การประสานเชื่อมโยงและถักทอ วิถีชีวิตของคนและชุมชนต่าง ๆ รอบโลก และกับธรรมชาติเท่านั้นที่จะทำให้การพัฒนายั่งยืนได้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ ก็ได้นิยามความหมายของวัฒนธรรมไว้ เป็น ๔ นัย ดังนี้

๑) สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ

๒) วิถีชีวิตของหมู่คณะ

๓) ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน

๔) พฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่พวกของตนพระธรรมปิฎก เมื่อคราวแสดงปาฐกถาพิเศษ ๑๐๐ ปี พระยาอนุนามราชธนะ เรื่อง “วัฒนธรรมกับการพัฒนา” ก็ได้อธิบายความหมายของวัฒนธรรมไว้เป็นหลายนัยอย่าง น่าพิจารณา ดังนี้ วัฒนธรรม เป็นผลรวมของการสั่งสมสิ่งสร้างสรรค์และภูมิธรรม ภูมิปัญญาที่ถ่ายทอด สืบต่อกันมาของสังคมนั้น ๆ วัฒนธรรมเป็นการสั่งสมประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ ภูมิธรรม ภูมิปัญญาทั้งหมดที่ได้ช่วยให้มนุษย์ในสังคมนั้น ๆ อยู่รอด และเจริญสืบต่อมาได้ และเป็นอยู่อย่างที่เป็นในบัดนี้ วัฒนธรรม คือ ผลรวมของทุกสิ่ง ซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้น ๆ ได้ทำไว้ หรือได้สั่งสมมาจนถึงบัดนี้วัฒนธรรม เป็นทั้งสิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามสืบมา และเป็นเนื้อตัวของความเจริญงอกงามที่มีอยู่ ซึ่งจะเป็พื้นฐานของความเจริญงอกงามต่อไป ตลอดจนเป็นเครื่องวัดระดับความเจริญงอกงามของสังคมนั้น ๆ จากความหมายของวัฒนธรรมที่กล่าวมาสรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง สรรพสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์ ทั้งในส่วนที่เป็นวัตถุ และไม่ใช่วัตถุที่เกิดขึ้นในคนรุ่นหนึ่ง แล้วถ่ายทอดไปยังอีกรุ่นหนึ่ง โดยอาจมีการปรับเปลี่ยน และพัฒนาไปตามยุคสมัยให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต และบริบทของสังคมของกลุ่มชนนั้น ๆ ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของชีวิต ซึ่งต้องดำเนินไปตามทฤษฎีนิเวศทางวัฒนธรรม และโครงสร้างหน้าที่นั่นเอง

ความสำคัญชาติไทยเป็นชาติที่มีมรดกทางวัฒนธรรมอันแสดงถึงเอกลักษณ์ของชาติหลายประการที่ตกทอดจนถึงปัจจุบัน เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงศักดิ์ศรีของชาติ เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนาจิตใจ เศรษฐกิจ และสังคม อันจะเป็นผลให้เกิดการพัฒนา และความมั่นคง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศชาติ ฉะนั้นวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องที่ทุกคน ในชาติควรได้ร่วมมือกันทำนุบำรุงรักษา ส่งเสริม และเผยแพร่ให้ดำเนินไปอย่างได้ผล และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้วัฒนธรรมของชาติได้คงอยู่สืบไปอีกนานเท่านาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระราชทานพระบรมราโชวาทไว้ว่า “งานด้านการศึกษา ศิลปะ และวัฒนธรรมนั้น เป็นงานสร้างสรรค์ความเจริญ

ทางปัญญา และทางจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุและองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของความเจริญด้านอื่นทั้งหมด และเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้เรารักษา และดำรงความเป็นไทยไว้ได้สืบไป” ในแนวทาง ในการศึกษาส่งเสริม และพัฒนาวัฒนธรรม พ.ศ. ๒๕๓๙ ตามนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติได้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมไว้ ๓ ลักษณะ คือ

๑) วัฒนธรรม เป็นทั้งพื้นฐานและเครื่องมือ สำหรับสร้างเสริมความสามัคคีกลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำให้คนประพฤติศิลปปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกันบนผืนแผ่นดินเดียวกันทั้งในยามสุขและยามทุกข์

๒) วัฒนธรรม เป็นกรอบและเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของสังคม ซึ่งอาจจะช่วยป้องกันและ แก้ไขปัญหา ตลอดทั้งตอบสนองความต้องการของสมาชิกและของสังคมได้

๓) วัฒนธรรม เป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาติ หรือประจำหมู่คณะ ซึ่งมีส่วน ช่วยให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้บังเกิดความรักสามัคคีกัน และจะส่งผลต่อ การรวมพลังของหมู่คณะ และธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

ขอบข่ายของวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลสมัยเอกลักษณ์ทาง วัฒนธรรม เป็นองค์ประกอบอันสำคัญในการทำให้สมาชิกในสังคมอยู่ร่วมกันเป็นปึกแผ่น สร้างสรรค์ให้ เจริญก้าวหน้า ด้วยเหตุนี้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นฐานอันสำคัญในการพัฒนาประเทศโดยแยก เป็นอนุภาคต่าง ๆ ประกอบด้วย

- ๑) วัฒนธรรมประเภทเผ่าพันธุ์และการดำรงชีวิต
 - ๒) วัฒนธรรมประเภทภาษา และวรรณกรรม
 - ๓) วัฒนธรรมประเภทศาสนา จริยธรรมคุณธรรม
 - ๔) วัฒนธรรมประเภทสุนทรียศาสตร์ ศิลปะและกีฬาการเล่นของไทย
 - ๕) วัฒนธรรมประเภทครอบครัวเศรษฐกิจและการเมือง
- โดยวัฒนธรรมประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

๑) องค์กรวัตถุ (Instrumental and Symbolic Objects) คือ วัฒนธรรมวัตถุ ที่สามารถ สัมผัสจับต้องได้และมีรูปร่าง เช่น เครื่องมือ เครื่องใช้ โรงเรียน โรงงาน ภาพเขียนเครื่องจักร สถาน มหรสพ สนามกีฬา โบสถ์ วิหาร หอดูดาว และส่วนที่ไม่มีรูปร่าง เช่น ภาษาสัญลักษณ์ในการติดต่อสื่อ ความหมาย หลักวิชาคำนวณ (ตัวเลข) มาตรา ชั่ง ตวง วัด

๒) องค์กร (Association or Organization) หมายถึง กลุ่มที่มีการจัดเป็นระเบียบหรือมี โครงสร้างอย่างเป็นทางการ มีการวางกฎเกณฑ์ มีระเบียบข้อบังคับและวัตถุประสงค์ไว้อย่างแน่นอน เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญที่สุดในสังคมที่ซับซ้อน เช่น ครอบครัว (กลุ่มเล็กที่สุด) สหพันธกรรมการ ลูกเสือ สภากาชาด วัด สหประชาชาติ ฯลฯ

๓) องค์พิธีการ (Usage) เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยอมรับกันโดยทั่วไป เช่น พิธีกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่เรื่องการเกิด หมั้น แต่งงาน บวชนาค ตาย ปลุกบ้าน ขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ซึ่งศาสนาก็มีอิทธิพลอยู่บ้างไม่มากนักน้อย รวมตลอดถึงพิธีกรรมแต่งกายและรับประทานอาหาร

๔) องค์คติ (Concepts) หมายถึง ความเข้าใจ ความเชื่อ ความคิดเห็นอุดมการณ์ ต่าง ๆ เช่น ความเชื่อกรรมเป็นเครื่องชี้เจตนา ความเชื่อในเรื่องการมีผัวเดียวเมียเดียว (Monogamy) ความเชื่อในเรื่องตายแล้วเกิดใหม่ ความเชื่อในเรื่องพระเจ้าองค์เดียว (Monotheism) หรือหลายองค์ (Polytheism) ตลอดจนอุดมการณ์ ทศนคติ การยอมรับว่าสิ่งใดถูกหรือผิด สมควรหรือไม่ ซึ่งแล้วแต่กลุ่มชนใดจะใช้มาตรฐานในการตัดสิน หรือเป็นเครื่องวัดในสภาพแวดล้อมของตน ทุกสังคมต้องมีวัฒนธรรม และวัฒนธรรมของแต่ละสังคมย่อมมีลักษณะเฉพาะที่แสดงออกให้ปรากฏจนทำให้บางท่านใช้ขอบเขตของวัฒนธรรมเป็นเครื่องแบ่งอาณาเขตประเทศชาติได้ ลักษณะของวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วย

๑) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสิ่งช่วยในการดำเนินชีวิต ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นล้วนเป็นวัฒนธรรม

๒) วัฒนธรรม เป็นผลรวมหลายสิ่งหลายอย่าง (Integrative) เช่น ความรู้ ความเชื่อวิถีในการดำเนินชีวิต สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ

๓) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ วัฒนธรรมมิใช่เกิดขึ้นเอง โดยปราศจากการเรียนรู้มาก่อน และลักษณะข้อนี้เองที่ทำให้มนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์ กล่าวคือพฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์เกิดจากการเร้าของสัญชาตญาณ (Instinct) ส่วนมนุษย์นั้นมีสมองอันทรงคุณภาพจึงสามารถรู้จักคิดถ่ายทอดและเรียนรู้ กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นจากการที่มีการติดต่อกับบุคคลอื่นในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นลักษณะที่สำคัญยิ่งของวัฒนธรรม

๔) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นมรดกของสังคมเป็นผลของการถ่ายทอด และการ เรียนรู้และเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการดังกล่าวก็คือการสื่อสารโดยสัญลักษณ์ (Symbolic Communication) ได้แก่ การที่มนุษย์มีภาษาใช้ที่แน่นอน ซึ่งมีส่วนช่วยให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นก่อน ๆ ดำเนินสืบเนื่องกันมามิขาดสาย ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีลักษณะเป็น “มรดกแห่งสังคม” (Social Heritage)

๕) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็น Super Organic หมายถึง สิ่งที่เป็นปรากฏการณ์อย่างเดียวกันในทางกายภาพหรือทางชีวภาพนั้นอาจเป็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม กล่าวคือของสิ่งหนึ่งอาจนำมาใช้ในความหมายที่ต่างกันออกไปในแต่ละสังคมทั้ง ๆ ที่ก็คือสิ่งเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ลิ่น เป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของทุกคน ชาวทิเบตนำมาใช้แสดงออกซึ่งความเคารพนับถือด้วยการแลบลิ่น ส่วนชาวไทยกลับถือเป็นการแสดงที่ไม่สุภาพ เป็นต้น

๖) วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต (Way of Life) หรือแบบแผนการดำรงชีวิต (Design for Living) ของมนุษย์ ได้กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกเรียนรู้การถ่ายทอดไปด้วยการสั่งสอนทั้งทางตรงและทางอ้อม

๗) เป็นผลจากการช่วยกันสร้างสรรค์ของมนุษย์ และได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสิ่งใดที่ไม่ดี หรือล้าสมัยก็เลิกใช้ไป สิ่งใดที่ดีก็ยังคงเอาไว้ใช้ต่อไป เช่น การเพาะปลูก เดิมใช้แรงสัตว์ต่อมา เห็นว่าเป็นวิธีที่ล่าช้าและล้าสมัย จึงประดิษฐ์หรือซื้อเครื่องมือเครื่องจักรมาใช้ในการเพาะปลูกทำให้ผลผลิตมากขึ้น

๘) วัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลง (Change) และมีการปรับตัว (Adaptive)

๙) วัฒนธรรมมิใช่เป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่เป็นของส่วนรวมสิ่งที่จะถือว่าเป็น วัฒนธรรมได้จะต้องเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับถือปฏิบัติมิใช่เฉพาะคนใดคนหนึ่งยอมรับถือปฏิบัติเท่านั้น ประเภทของวัฒนธรรม ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

๑) วัฒนธรรมวัตถุ (Material Culture) ซึ่งได้แก่ สิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น ตู้เย็น หม้อหุงข้าว แก้วน้ำ มีด โต๊ะ รถ เครื่องบิน โทรศัพท์ โทรทัศน์ จรวด บ้าน วัด หอประชุม เป็นต้น

๒) วัฒนธรรมไม่เกี่ยวกับวัตถุ (Non Material Culture) หมายถึง อุดมการณ์ค่านิยม แนวคิดในเรื่องการแข่งขันอย่างมีเหตุผล ประเพณี การปฏิบัติสืบทอดกันมา และเป็นที่ยอมรับกันในชนกลุ่มของตนว่าดีงาม เหมาะสม เช่น ศาสนา ความเชื่อ ความสนใจ ทักษะคติ ความรู้ความสามารถ ซึ่งเป็นนามธรรม (Abstract) ที่มองเห็นไม่ได้

๒.๓.๒ แนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นวัฒนธรรมแล้วผู้ที่มาท่องเที่ยวยังสามารถที่จะเรียนรู้ถึงมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนที่เราได้เข้าไปท่องเที่ยวได้อีกด้วย เพราะทรัพยากรท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาเยี่ยมชมเยือน เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย องค์ประกอบการท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนธรรม ได้สรุปองค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวว่าควรมี องค์ประกอบหลักอย่างน้อย ๓ ประการ หรือ ๓ A'S ดังต่อไปนี้ คือ

๑) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนสถานที่นั้น ๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยแต่ละกลุ่มจะสนใจสิ่งดึงดูดใจของทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทแตกต่างกันไป เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่ง

อาจสนใจด้านความสวยงามของธรรมชาติ เช่น ภูเขาหรือหาดทราย หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น ชอบที่จะเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว ภาพลักษณ์และราคาในการเข้าชมทรัพยากรท่องเที่ยวก็มีส่วนสำคัญในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวด้วยเช่นเดียวกัน

๒) เส้นทางขนส่งเข้าถึง (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกที่หนึ่งซึ่งอยู่บริเวณใกล้เคียง อีกทั้งต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าเรือ หรือท่าอากาศยาน เพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย

๓) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังทรัพยากรท่องเที่ยวนั้น ให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากอยู่ท่องเที่ยวนานวันขึ้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึง สรรพสิ่งทีรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย^{๓๖}

พยอม ธรรมบุตร ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวออกเป็น ๕ ประเภท ดังนี้

๑) แหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุด เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความรุ่งเรืองของสถานที่นั้น ๆ ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์

๒) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

๓) ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการต้อนรับ (Accommodation) ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท Bes & Breakfast เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรม ประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในระดับต่าง ๆ กันซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน เช่น

ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ชาวน่า บิสซิเนสเซ็นเตอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

๔) กิจกรรม (Activities) ถือเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมซึ่งกิจกรรมอาจเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เช่น การดำนา การทอผ้า การจับปลา การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น การพายเรือ ดำน้ำดูปะการัง เดินป่า ดูนก หรือกิจกรรมผจญภัย เช่น การปีนหน้าผา การล่องแก่ง การขี่ช้าง เป็นต้น

๕) บริการต่าง ๆ (Ancillary) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีบริการด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร ATM โรงพยาบาล สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ^{๓๗}

นอกจากนี้แล้ว กุลวดี ละม้ายเงิน ยังได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้ององค์ประกอบที่สำคัญ ๕ ประการ หรือที่เรียกกันว่า องค์ประกอบ ๕As ได้แก่

๑) ความดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อันมีสาเหตุมาจากมีความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดขาว แนวปะการังที่มีสีสันสวยงาม รวมทั้งปลาชนิดต่าง ๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานชนิด หรือความงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา

๒) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง การที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวจะมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย

๓) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบการสื่อสารต่าง ๆ

๔) ที่พัก (Accommodation) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวนั้น สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการคือ ที่พักแรม เนื่องจากในการเดินทางไปท่องเที่ยวนั้นบางครั้งอาจมีการนอนพักค้างคืน

^{๓๗} พะยอม ธรรมบุตร, เอกสารประกอบการสอน เรื่อง หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร : สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, ๒๕๔๙), หน้า ๑-๓.

ภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ควรมีการจัดบริการที่พักแรมภายในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

๕) กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การล่องแก่ง การพายเรือ หรือกิจกรรมการร่ำรำ การจัดงานรื่นเริง การบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น^{๓๘}

ดังนั้น องค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่นำมาใช้ในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดคุณค่าและเกิดประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเลือกสถานที่เพื่อการเรียนรู้และท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ

จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้างต้น องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญมี ๕ องค์ประกอบหรือ ๕ a ดังนี้

๑) ความดึงดูดใจ (Attraction) เป็นแหล่งมรดกวัฒนธรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ

๒) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) เป็นแหล่งมรดกวัฒนธรรมที่มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปเรียนรู้และท่องเที่ยวได้

๓) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) เป็นแหล่งมรดกวัฒนธรรมที่มีระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค น้ำ ไฟฟ้า สุขา ต่าง ๆ

๔) ที่พัก (Accommodation) เป็นแหล่งมรดกวัฒนธรรมที่มีที่พักที่เหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักอยู่ไม่ไกลจากแหล่งมรดกวัฒนธรรมที่ต้องการเรียนรู้และท่องเที่ยว

๕) กิจกรรม (Activity) เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกระทำได้ในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวในแหล่งมรดกวัฒนธรรมนั้น ๆ

๒.๓.๓ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อศึกษา และเรียนรู้ถึงวิถีทางการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ทั้งที่มีมานานแล้ว และที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะหรือเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้วัฒนธรรมเป็นวัตถุประสงค์ หรือใช้วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวได้

^{๓๘} กุลวดี ละม้ายจีน, เอกสารประกอบการสอน วิชาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, ๒๕๕๕), หน้า ๕-๖.

อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพาไม่สามารถแยกออกจากกันได้ Suger (Suger. n.d. : unpaged) ชี้ให้เห็นว่าส่วนประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ งานหัตถกรรม กิจกรรมทางประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรี ศาสนา สถาปัตยกรรมการศึกษา ลักษณะการแต่งกาย เทคโนโลยีของชุมชนท้องถิ่น และกิจกรรมยามว่าง

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัสการชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราว และคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิตภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญ กระตุ้นให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น การสัมผัสโดยตรงระหว่างนักท่องเที่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ มีระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างน้อย ๒ ประเภท คือ

๑) ท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างเต็มรูปแบบ โดยนักท่องเที่ยวไปพำนักอาศัยอยู่กับกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่ง ๆ เป็นระยะเวลาหนึ่ง และใช้ชีวิตเหมือนชนพื้นเมือง อาทิ การท่องเที่ยวพักค้างแรมแบบโฮมสเตย์

๒) การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นแบบมีการจัดการ โดยนักท่องเที่ยวไปทัศนศึกษาเยี่ยมชมกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่ง ๆ ในช่วงเวลาสั้น ๆ ไม่พักค้างโดยพยายามเรียนรู้เข้าใจวัฒนธรรมของชนเผ่าชนแต่ไม่ได้ลองใช้ชีวิตในรูปแบบเดียวกับชนพื้นเมือง

แนวคิดการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้ให้แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ ๙ ประการ สรุปได้ดังนี้

๑) ส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจ ในสังคม

๒) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ และความต้องการของชุมชนว่าจะต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด

๓) วิธีการและความถี่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวควรได้รับความเห็นชอบจากประชาชนในท้องถิ่นเพราะจะเป็นเครื่องวัดความต้องการประเภทและจำนวนนักท่องเที่ยวของท้องถิ่นนั้น ๆ

๔) การมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพยายามที่จะทำให้ท้องถิ่นเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพ

๕) ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ควรให้มีผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่น ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนจึงต้องมี ความระมัดระวัง และต้องวางแผนรองรับในเรื่องนี้เอาไว้ด้วยเพื่อที่จะรักษาวัฒนธรรม และค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่

๖) เงินทุนและแรงงานรวมทั้งนักบริหารทางการท่องเที่ยวควรมาจากชุมชนเจ้าของท้องถิ่น เพื่อที่ท้องถิ่นจะสามารถควบคุมการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการได้

๗) การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม และงานเทศกาลที่จัดขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยว

๘) เรืองราวและงานเทศกาลที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น

๙) ก่อนที่จะลงมือพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพยายามขจัดปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนให้เรียบร้อย

๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเป็นกลไกที่สำคัญที่ทำให้มนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการในการเรียนรู้ ด้วยการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อาศัยของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน ซึ่งการขยายตัวของระบบเครือข่ายการสื่อสาร ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีด้านการคมนาคม และการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ เพื่อเป็นแบรนด์ระดับโลก (Global Brand) ล้วนส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลก แม้ว่าตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๔๔ เป็นต้นมา โลกเผชิญปัญหาด้านการเมือง เศรษฐกิจและภัยพิบัติทางธรรมชาติเป็นอย่างมาก แต่ความเป็นโลกาภิวัตน์ ยังคงส่งเสริมให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกในอัตราที่เติบโตที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้ยืนยันว่าการท่องเที่ยวยังคงเติบโตต่อไปและทำนายว่าในพ.ศ. ๒๕๖๓ หรือ ค.ศ. ๒๐๒๐ จะมีการเดินทางทั่วโลกจำนวน ๑.๕๖ พันล้านครั้ง การเดินทางจำนวนมหาศาลนี้ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมข้ามชาติทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และโลก (WTO: ๒๐๐๑) และวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมของแต่ละประเทศจะมีการเคลื่อนไหวไปยังประเทศอื่นโดยผ่านการประชุมหรือสัมมนา การจัดงานแสดงสินค้า อาหาร ดนตรี ภาพยนตร์ และสื่อโฆษณาต่าง ๆ (Richards, ๒๐๐๗ : ๔) ซึ่งยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังพื้นที่ที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างจากตนเพื่อเรียนรู้ เข้าใจ และเห็นคุณค่า สถาปัตยกรรม ศิลปะ ประเพณี เทศกาล วิถีชีวิตของคนในพื้นที่อื่นซึ่งเรียกอีกนัยหนึ่งว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”

๒.๔.๑ ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” กำหนดขึ้นอย่างชัดเจนในการประชุมสภาการโบราณสถานระหว่างประเทศ (International Council on Monuments and Sites : ICOMOS) ที่เมืองออกซ์ฟอร์ดใน พ.ศ. ๒๕๑๒ หรือ ค.ศ. ๑๙๖๙ ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา นักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้อย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่าง ๆ ล้วนมีจุดมุ่งเน้นในทำนองเดียวกันคือ “เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงดลใจ หรือสิ่งกระตุ้นให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง เพื่อสังเกตเรียนรู้ มีประสบการณ์ร่วม และตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชนในจุดหมายปลายทางนั้น ซึ่งครอบคลุมถึงงานสร้างสรรค์ ประเพณีขนบธรรมเนียม และกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนจุดหมายปลายทาง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพ เรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกันเพื่อให้เกิดมิตรภาพ และสันติภาพระหว่างชุมชนอย่างยั่งยืน”

จากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชน จึงมีผลให้มรดกทางวัฒนธรรมทั้งหมดของชุมชนใดชุมชนหนึ่งกลายเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับ “กลุ่มคนในชุมชน” และ “ลักษณะทางสังคมเฉพาะกลุ่ม” ได้แก่ พฤติกรรมทางสังคม ธรรมเนียมปฏิบัติ และวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน ซึ่งมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ไม่ว่าอัตลักษณ์นั้นเป็นของดั้งเดิม หรือเป็นอัตลักษณ์ที่ปรับเปลี่ยนไปตามการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว จึงมีความหลากหลายเป็นทั้งสิ่งที่จับต้องได้ เช่น สถานที่สำคัญทางศาสนาและประวัติศาสตร์ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ฯลฯ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ค่านิยม วิถีการดำเนินชีวิต ฯลฯ นอกจากนี้ เป็นทั้งของดั้งเดิม เช่น งานแสดงพื้นบ้านอาหารท้องถิ่น ฯลฯ หรือ ของร่วมสมัยอย่างเช่น ศิลปะร่วมสมัย อาหารผสมผสาน ฯลฯ วัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยวนานาชาติ หรือจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

๒.๔.๒ ความจำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเร่งด่วน

การที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นที่นิยมและเติบโตอย่างรวดเร็ว ประกอบกับอิทธิพลของโลกาภิวัตน์ มีผลให้นักท่องเที่ยวนานาชาติมีค่านิยมและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปคือ ต้องการเรียนรู้ความดั้งเดิม (Indigenouse) หรือความเป็นของแท้ (Authenticity) ของชุมชนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ประเทศต่าง ๆ ทั้งประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนาจึงใช้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญหนึ่งในกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ในทวีปยุโรป การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวยุโรป เพราะวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ในยุโรปเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและ

ภายนอกภูมิภาค ซึ่งนำรายได้มหาศาลให้กับประเทศต่าง ๆ ในทวีป (Smith, ๒๐๐๙: ๓๙-๔๓) ประเทศออสเตรเลียเป็นอีกหนึ่ง ตัวอย่างที่ได้รับประโยชน์อย่างมากจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวออสเตรเลีย และชาวต่างชาติจำนวนมากที่ท่องเที่ยวเพื่อชื่นชม เรียนรู้ และร่วมมีประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้สถาบันวิจัยการท่องเที่ยวแห่งออสเตรเลีย (Tourism Research Australia: TRA) จึงกำหนดให้สมบัติทางวัฒนธรรมของประเทศเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหลักสำหรับการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ (Domestic Tourism) และระหว่างประเทศ (International Tourism) ดังเห็นได้จากรัฐนิวเซาท์เวลส์ ซึ่งเป็นรัฐหนึ่งที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียและชาวต่างชาติ ได้กำหนดให้การพัฒนาการตลาดทางวัฒนธรรมเป็นเป้าประสงค์ของแผนแม่บทการท่องเที่ยว ๒๐๒๐ (Cooperative Research Centre, ๒๐๐๘ : ๖-๘) สำหรับประเทศไทยนั้น ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๒๓ เป็นต้นมา มรดกทางวัฒนธรรมได้นำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์และจุดขายทางการท่องเที่ยวของประเทศ อย่างเช่น พระราชพิธีสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ ๒๐๐ ปี ในพ.ศ. ๒๕๒๕ พระราชพิธีเฉลิมพระชนมายุครบ ๖๐ พรรษา ในพ.ศ. ๒๕๓๐ และปีแห่งศิลปะและหัตถกรรมไทยใน พ.ศ. ๒๕๓๙ ฯลฯ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นผลิตภัณฑ์ในการสร้างรายได้ให้กับประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวอีกด้วย กระแสการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเชิงบวกที่ชัดเจนที่สุดซึ่งเกิดจากการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่น่าเสนอขายให้นักท่องเที่ยวได้ หน่วยงานต่าง ๆ จึงได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และสร้างจิตสำนึกให้ชุมชนท้องถิ่นรู้ถึงประโยชน์ที่กำลังสูญหาย อนุรักษ์โบราณสถานต่าง ๆ รวมทั้งพัฒนางานหัตถกรรม ซึ่งล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นให้คนท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจต่อวัฒนธรรมของตน และมีความตื่นตัวที่จะอนุรักษ์และพัฒนาการตลาดทางวัฒนธรรมโดยร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียว รวมทั้งมีบทบาทในการจัดการหรือการบริหารการท่องเที่ยวมากขึ้น ดังเห็นได้จากตัวอย่างของชุมชนบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นผู้ตัดสินใจเลือกที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เกิดขึ้น รวมทั้งมีบทบาทอย่างยิ่งในการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนของตน

แม้ว่าการท่องเที่ยวนำรายได้มหาศาล ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน แต่ในทางกลับกันก็นำผลเสียที่ทำลายทุนวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนเองได้แก่

๑. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดอาชีพใหม่มากมาย ซึ่งทำให้มีความต้องการด้านแรงงานมากขึ้น และมีผลทำให้ลักษณะแรงงานของท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงจากแรงงานทางเกษตรกรรมเป็นแรงงานทางด้านการบริการแทน

๒. การที่นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นมีพื้นฐานความเชื่อ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ก็อาจทำให้คนท้องถิ่นในบางพื้นที่รู้สึกไม่พอใจที่ได้พบเห็นคนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างจากตนเข้ามาในท้องถิ่นของตน ในทางกลับกัน นักท่องเที่ยวก็อาจเห็นและเข้าใจความคิด ความเชื่อ และวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่นอย่างผิวเผิน ซึ่งทำให้แปลความหมายของสิ่งที่ตนเห็นไปในเชิงลบ และอาจก่อให้เกิดอคติต่อคนท้องถิ่นได้

๓. หากการส่งเสริมการท่องเที่ยวดำเนินไปโดยไม่มีการวางแผนและการประชาสัมพันธ์ที่ดี อาจทำให้คนท้องถิ่นมีวิธีการที่ไม่ถูกต้องในการใช้มรดกทางวัฒนธรรมมาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น สร้างงานหัตถกรรมหรือผลิตสินค้าที่ระลึกที่มีคุณภาพต่ำและมีราคาถูก เพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยหวังผลกำไรจนไม่ได้รักษาอัตลักษณ์ของหัตถกรรมพื้นเมืองไว้ นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มุ่งหวังเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว จะทำให้เกิดวัฒนธรรมปลอมขึ้นเพราะจะมีการดัดแปลงวัฒนธรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งเทศกาล และการแสดงพื้นเมืองที่สร้างขึ้นใหม่ (Pseudo Event) เพื่อเป็นกิจกรรมหรือการแสดงสำหรับให้นักท่องเที่ยวชม ไม่ใช่เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมหรือเพื่อตอบสนองความศรัทธาที่แท้จริงของคนท้องถิ่น การสร้างเหตุการณ์เพื่อการขายจะส่งผลให้ชุมชนขาดความดั้งเดิมและความน่าดึงดูดใจ

๔. คนท้องถิ่นในประเทศหรือพื้นที่ที่กำลังพัฒนา มักจะปรับตัววัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นให้สนองความต้องการและความคุ้นเคยของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ นักท่องเที่ยว แต่หากการปรับตัววัฒนธรรมเกิดขึ้นเพื่อการค้า (Cultural Commodification) ซึ่งไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของตน จะมีผลให้คนท้องถิ่นรับค่านิยมของนักท่องเที่ยวมาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นการลอกเลียนแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Demonstration Effect) และมีผลทำให้คนท้องถิ่นสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์และความดั้งเดิมของตนได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าหากขาดแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวจะกลายเป็นดาบสองคมที่นำประโยชน์และผลเสียมาสู่สังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งจะส่งผลเชิงลบเป็นลูกโซ่ (Chain Effect) กลับไปยังเศรษฐกิจของชุมชน ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งระดับประเทศและชุมชนจึงได้ทบทวนและพิจารณาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน

๒.๔.๓ กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ เพราะขาดการจัดการที่เหมาะสมกับสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม สาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าวคือ หน่วยงานต่าง ๆ และชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทที่ไม่สมดุลในการวางแผน การบริหารงาน และการตลาด ทั้งนี้ เพราะแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากได้รับการพัฒนาไปตามนโยบายของรัฐ ซึ่งหน่วยงานส่วนกลางของภาครัฐมักมีบทบาทในการกำหนดนโยบาย วางแผนงาน และดำเนินงาน ในขณะที่ชุมชนท้องถิ่นใน

แหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมน้อยมาก จึงทำให้ไม่เข้าใจแผนและวิธีการพัฒนาพื้นที่ของตนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ การมีส่วนร่วมอย่างสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ เพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของทุกกลุ่มต้องครอบคลุมเรื่องการวางแผน และการกำหนดเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ซึ่งแต่ละประเด็นจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันอย่างเป็นวงจร

๒.๔.๓.๑ กลยุทธ์ที่ ๑ : การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

โดยส่วนใหญ่ ในประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่กำลังพัฒนา นโยบายทางการท่องเที่ยวกำหนดขึ้นโดยผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐหรือนักการเมืองท้องถิ่น จากนั้นหน่วยงานภาครัฐหรือนักการเมืองท้องถิ่น จะนำนโยบายดังกล่าวมาใช้ในการกำหนดแผนพัฒนาต่าง ๆ ซึ่งจะถ่ายทอดไปสู่ผู้ปฏิบัติระดับท้องถิ่นในท้ายที่สุด กระบวนการดังกล่าวเป็นการกำหนดนโยบายแบบเบื่องบนสู่เบื้องล่าง (Top-Bottom) โดยผู้ปฏิบัติและคนท้องถิ่นไม่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายแนวทาง หรือแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบกับงบประมาณและข้อมูลสำคัญต่าง ๆ จัดทำขึ้นในระดับชาติไม่ในระดับท้องถิ่น ผลที่ตามมาคือผู้ปฏิบัติและคนท้องถิ่นในชุมชนอาจมีความเข้าใจที่ไม่ตรงกับผู้บริหารหรือผู้กำหนดนโยบายและแผน ความไม่เข้าใจทำให้ชุมชนไม่สามารถจัดการกับการท่องเที่ยวที่โตขึ้นอย่างรวดเร็วในพื้นที่ของตนได้ ด้วยเหตุนี้ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญทั่วโลกจึงส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งครอบคลุม ๔ ประเด็นความร่วมมือดังนี้

๑. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจการกำหนดนโยบาย การวางแผน และการตลาด องค์กรและกลุ่มคนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว นักการเมืองท้องถิ่น นักการศึกษา คนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยในชุมชน ธุรกิจโรงแรม และร้านอาหาร ธุรกิจจมน้ำเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว หอการค้าเจ้าของร้านค้าที่เกี่ยวข้องกับอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น นักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้จัดการการขนส่งท้องถิ่นทั้งที่เป็นของภาครัฐและเอกชน เกษตรกร ผู้จัดการประชุมและสัมมนา และผู้บริหารหรือผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว

๒. ระบุอย่างชัดเจนว่าองค์กรและกลุ่มคนแต่ละกลุ่มมีหน้าที่ บทบาท และขอบเขตการจัดการระดับใด ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในด้านอำนาจและกระบวนการการทำงาน นอกจากนี้ทุกฝ่ายต้องตกลงร่วมกันว่าต้องคำนึงถึงผลได้ และผลเสียของคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นหลัก เพราะหากเกิดภาวะวิกฤติ คนกลุ่มนี้จะเป็นผู้เผชิญปัญหาและได้รับโดยตรง

๓. องค์กรและกลุ่มคนทุกฝ่ายต้องตัดสินใจร่วมกันว่าจะใช้มรดกทางวัฒนธรรมใดของชุมชนเพื่อเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว และกำหนดลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ในทิศทางความยั่งยืนอย่างชัดเจน เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอนุรักษ์หรือคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของ

ท้องถิ่น เพิ่มพูนคุณค่าประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ให้ความรู้และส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วม คำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งดำเนินกิจกรรมการตลาดที่สอดคล้องกับหลักการของการอนุรักษ์

๔. องค์กรและกลุ่มคนทุกฝ่ายต้องสนใจและดำเนินงานร่วมกันในการวางแผน และกำหนดเครื่องมือในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม รวมทั้งกำหนดแนวทางในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานซึ่งต้องประชาสัมพันธ์หรือถ่ายทอดผลการดำเนินงานให้แก่ทุกกลุ่มทราบอย่างชัดเจนและโปร่งใส

ในทางปฏิบัตินั้น ความร่วมมือทั้ง ๔ ประเด็นข้างต้นอาจไม่มีประสิทธิภาพ หากทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องไม่เต็มใจหรือไม่เข้าใจประเด็นความร่วมมือดังกล่าว ดังนั้น หน่วยงานหรือบุคคลที่เป็นผู้ประสานความร่วมมือจึงจำเป็น ต้องมีเทคนิคที่เป็นรูปธรรมในการสร้างความร่วมมือ ซึ่งเทคนิคของเป็นเทคนิคหนึ่งที่ประเทศสมาชิกใน UNESCO นำไปประยุกต์ใช้ในการกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนามรดกของประเทศ ซึ่งประกอบด้วยเทคนิค ดังนี้

๑. แสดง “ความเชื่อมั่น” ให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเห็น โดยเริ่มต้นจากผู้ประสานงานจำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับทุกกลุ่มตั้งแต่เริ่มประสานงาน ให้ความเท่าเทียมกันกับทุกกลุ่ม ไม่แบ่งพวกและดำเนินงานอย่างค่อยเป็นค่อยไปและต่อเนื่อง

๒. ใช้วิธีที่หลากหลายในการเข้าถึงและประสานงานกับทุกกลุ่ม ได้แก่ เข้าไปสังเกตและมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ กับคนในชุมชน ใช้วิธีการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการซึ่งจะทำให้ทุกกลุ่มกล้าแสดงความคิดเห็นและความต้องการของตน และใช้การระดมสมองเพื่อให้ได้เสียงข้างมาก

๓. ชี้แจงผลดีและผลเสียที่ชุมชนจะได้รับจากการใช้มรดกทางวัฒนธรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว และให้ทุกกลุ่มแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ตนเองต้องการ รวมทั้งร่วมกันระบุนโยบายและหนทางแก้ไขปัญหที่อาจเกิดขึ้น จากนั้นกำหนดแผนและเครื่องมือหรือกลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาและการแก้ไขปัญหา

๔. จัดหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นกลางและมีความชำนาญในการให้คำปรึกษา หรืออบรมคนท้องถิ่นให้เข้าใจวิธีการในการวางแผน การจัดการหรือการบริหารงานและการตลาด

การส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในทุกด้านเป็นการให้โอกาสแก่คนท้องถิ่นในชุมชนได้แสดง ความหวัง ความต้องการ และความหวาดระแวงที่ต้องนำมรดกทางวัฒนธรรมไปใช้เป็นประโยชน์ทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ทำให้ชุมชนตระหนักถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคที่ต้องเผชิญ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ชุมชนบูรณาการประสบการณ์และความเชี่ยวชาญท้องถิ่นร่วมกับวิทยาการจากนอกพื้นที่เพื่อวางแผนและกำหนดเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม

๒.๔.๓.๒ กลยุทธ์ที่ ๒ : การวางแผน

การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจ และมีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน จะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอกพื้นที่ได้เข้ามาบีบบังคับ รวมทั้งเพิ่มความต้านทานต่อแรงกดดันหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการวางแผนเป็นกระบวนการในการสรรหาและกำหนดแนวทาง รวมทั้งวิธีการที่จะควบคุมและพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และการที่ทุกฝ่ายร่วมกันคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่าจะทำอะไรทำเพื่ออะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อใด และใช้งบประมาณเท่าไร จะช่วยให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและมีทิศทางที่ชัดเจนและตรงกันในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวางแผนโดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ผู้เชี่ยวชาญผู้วางแผนผู้ปฏิบัติ หน่วยงานต่าง ๆ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในชุมชนจำเป็นต้องมาประชุมหรือทำการปรึกษาหารือเพื่อแสดงความคิดเห็นและการยอมรับ รวมทั้งทำการตกลงและความเข้าใจร่วมกันภายใต้คำแนะนำและคำปรึกษาของผู้เชี่ยวชาญ แม้ว่าแผนพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายละเอียดมากเพื่อนักปฏิบัติจะได้ดำเนินการตามทีนี้วางแผนกำหนดไว้ได้อย่างถูกต้อง แต่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมนั้นจำเป็นต้องเข้าใจได้ง่ายและอาจประกอบด้วยประเด็นเพียงไม่กี่ประเด็นแต่สำคัญ และชัดเจนเพียงพอที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถปฏิบัติตามได้ในทิศทางเดียวกัน ประเด็นในแผนอาจประกอบด้วยวิสัยทัศน์ของชุมชน วัตถุประสงค์ของแผน นโยบายของแผน เครื่องมือในการพัฒนา การจัดหาและกำหนดงบประมาณ วิธีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ คือ การกำหนดสภาพหรือภาพอนาคตที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ของชุมชนพึงประสงค์อยากให้เป็น วิสัยทัศน์ที่ดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องสอดคล้องกับหลักการการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของแผน คือ ผลลัพธ์ในภาพรวมและกว้าง ๆ ที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้นเมื่อได้ปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ เสร็จสิ้น วัตถุประสงค์จึงต้องอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับและความสามารถในการจัดการของทุกฝ่าย รวมทั้งต้องปรับไปตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมของชุมชนด้วย

นโยบายของแผน คือ แนวทางในการปฏิบัติหรือตัดสินใจเพื่อให้การดำเนินการต่าง ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการในการปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นมาจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ สามารถดำเนินงานในทิศทางที่สอดคล้องกันและสามารถบรรลุ

วัตถุประสงค์เดียวกันได้ นโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่กำหนดขึ้นมาจึงต้องหลากหลายเพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถเลือกนโยบายที่ตนถนัดและปฏิบัติได้จริง

เครื่องมือในการพัฒนา คือ สิ่งหรือกิจกรรมที่กำหนดขึ้นมาเพื่อดำเนินงานตามนโยบายหรือแนวทางในการปฏิบัติซึ่งจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกกลุ่มจำเป็นต้องเข้าใจข้อจำกัดของชุมชน เช่น ข้อจำกัดด้านงบประมาณและเวลา ข้อจำกัดในด้านการจัดการหรือการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่น ข้อจำกัดในเรื่องขอบเขตของกฎหมาย ข้อจำกัดในด้านอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ เพราะข้อจำกัดเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ตีกรอบประเภทและลักษณะของเครื่องมือในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม

การกำหนดและจัดหางบประมาณ ควรเป็นหน้าที่ของผู้บริหารท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชนหรือองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ที่มีนโยบายในการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งนี้ งบประมาณจำเป็นต้องสอดคล้องไปตามประเภทและลักษณะของเครื่องมือในการพัฒนา นอกจากนี้ กลุ่มต่าง ๆ ที่กำหนดและจัดหางบประมาณต้องแสดงต่อสาธารณชนอย่างชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ในเรื่องจำนวนเงินงบประมาณ แหล่งงบประมาณ และแนวทางการใช้เงินงบประมาณ

การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่สำคัญมากที่ต้องปฏิบัติเป็นระยะและอย่างต่อเนื่อง เพราะจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มรู้ว่าการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด รวมทั้งสามารถช่วยหาแนวทางแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนได้ทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้ การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานควรเป็นหน้าที่ของกลุ่มที่รับผิดชอบการวางแผนและการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน ซึ่งจำเป็นต้องรายงานผลการดำเนินงานและการประเมินผลต่อสาธารณชนในชุมชนให้ทราบอย่างชัดเจนและทั่วถึง เพื่อกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้มีประสบการณ์เพิ่มขึ้นในการวางแผนและการดำเนินงานในครั้งต่อไป

๒.๔.๓.๓ กลยุทธ์ที่ ๓ : การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แม้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงานตามแผน และติดตามผลการดำเนินงานโดยตลอด แต่หากเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับลักษณะทางสังคมวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และความถนัดของชุมชน ก็จะมีผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่บรรลุวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ เครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงควรกำหนดโดยผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิจัยด้านการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งต้องสอดคล้องกับความต้องการและความสามารถในการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมทั้งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้ เครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีความชัดเจนและ

หลากหลายซึ่งควรประกอบด้วย ๕ เครื่องมือ ได้แก่ การกำหนดตัวชี้วัดระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง การพัฒนาคนท้องถิ่น และการตลาด หากเครื่องมือมีความชัดเจน หลากหลาย และสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็จะก่อให้เกิดโอกาสสูงสุดที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การกำหนดตัวชี้วัดระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง การพัฒนาคนท้องถิ่น และการตลาด หากเครื่องมือมีความชัดเจน หลากหลาย และสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็จะก่อให้เกิดโอกาสสูงสุดที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การกำหนดดัชนีระดับการพัฒนา

ดัชนี (Indicator) หมายถึง สิ่งที่บ่งชี้วัดหรือสะท้อนสภาพหรือสถานการณ์ ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งของชุมชน ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นสภาพเชิงลบของพื้นที่เพื่อทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มตระหนักถึงปัญหาและสามารถวางแผนแก้ไขหรือจัดการกับปัญหาได้ทันที่ นอกจากนี้ ดัชนีสามารถสะท้อนให้เห็นสภาพเชิงบวกที่ชุมชนต้องการให้เป็นหรือเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถติดตามและตรวจสอบได้ว่าแผนโครงการ หรือกิจกรรมที่ดำเนินไปนั้นทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ การกำหนดดัชนีให้เป็นไปในทิศทางใดนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน ตัวอย่างเช่น ถ้าแผนมีวัตถุประสงค์ที่ป้องกันไม่ให้เกิดเชิงลบ ดัชนีที่กำหนดขึ้นมาก็ควรชี้ให้เห็นสภาพการเปลี่ยนแปลงเชิงลบหรือปัญหาที่กำลังขยายตัวเข้าสู่ระดับสูงสุดที่ชุมชนยอมรับได้ (Limit of Acceptable Change: LAC) ซึ่งจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเห็นว่า ต้องจัดทำแผนหรือกิจกรรมในด้านใดบ้าง เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาย่างเร่งด่วนก่อนที่จะสายเกินไป ในทางตรงกันข้าม ถ้าแผนมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดัชนีควรแสดงให้เห็นถึงสภาพเชิงบวกหรือประสิทธิผลของการพัฒนาที่ต้องการให้เกิดขึ้นหลังจากเสร็จสิ้นการดำเนินงาน ทั้งนี้ เพื่อให้ทุกกลุ่มทราบว่าแผนนั้นมีแนวโน้มที่จะบรรลุวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด และสามารถปรับแผนในระหว่างการทำงานได้อย่างเหมาะสม

ดัชนีที่กำหนดขึ้นไม่ว่าสะท้อนสภาพเชิงลบหรือเชิงบวกจำเป็นต้องสะท้อนให้เห็นสภาพการเปลี่ยนแปลง ๓ ด้าน ด้านเศรษฐกิจของคนท้องถิ่นซึ่งมีผลต่อความเป็นอยู่และสภาพสังคมของชุมชน ด้านสังคมและวัฒนธรรมซึ่งประกอบด้วย ความร่วมมือและการช่วยเหลือเกื้อกูลของคนในชุมชน ความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การอนุรักษ์และคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมและประเพณีของคนในชุมชน และสุดท้ายสะท้อนให้เห็นสภาพด้านสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ความสะอาด รวมทั้งความปลอดภัยของที่อยู่อาศัยของคนในชุมชน หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มร่วมกัน กำหนดและเข้าใจดัชนีอย่างชัดเจนและตรงกัน ก็จะตระหนักและ

สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างทันเหตุการณ์ รวมทั้งสามารถบรรลุและวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาอย่างถูกต้อง

การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว

ชุมชนหลายแห่งได้ใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ในขณะเดียวกันก็ได้รับเชิงลบจากการท่องเที่ยว เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมในพื้นที่มากจนเกินไป จึงก่อให้เกิดความไม่พอใจในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และแรงงาน รวมทั้งก่อให้เกิดมลภาวะทางทัศนวิสัยและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ การสร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวกับระดับการใช้ทรัพยากร โดยการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว จึงเป็นเครื่องมือสำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวครอบคลุมเรื่อง การกำหนดจำนวนและระดับความหนาแน่นของกลุ่มคนที่เข้าชมพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดความถี่ในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งหรือแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งการกำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ แหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่เชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่นิยมใช้เกณฑ์ ๒ เกณฑ์ต่อไปนี้เพื่อกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวคือ การกำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น (Relative Visitor Density- RVD) และ การกำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ (Limits of Acceptable Change- LAC)

การกำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่าจะมีนักท่องเที่ยวกี่คนต่อจำนวนคนท้องถิ่น ๑ คน ภายในหนึ่งปี ซึ่งมีสูตร ดังนี้

$$RVD = Nt / Nr$$

เมื่อ RVD คือ ความหนาแน่นของผู้มาเยือนในเชิงสัมพันธ์กับความหนาแน่นของคนท้องถิ่น

Nt คือ จำนวนของผู้มาเยือน (Visitor) ต่อปี

Nr คือ จำนวนทั้งหมดของผู้อาศัยในท้องถิ่น (Resident)

ตัวอย่างของการคำนวณตามสูตรดังกล่าว เช่น ชุมชนมีประชากรประมาณ ๓๕๐,๐๐๐ คน และจำนวนนักท่องเที่ยว ๘๐๐,๐๐๐ คนต่อปี คิดเป็นอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น เท่ากับ ๒.๒๘ : ๑

การที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากกว่าคนท้องถิ่น จะทำให้มีการนำวัตถุดิบ สิ่งอำนวยความสะดวกและสินค้าจากภายนอกเข้ามาในพื้นที่ เพื่อตอบสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งหากการนำเข้าสินค้าเหล่านี้มีมุ่งเน้นเพื่อธุรกิจมากจนเกินไป จะส่งต่อค่านิยมและวิถีการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น รวมทั้งก่อให้เกิดปัญหาการอพยพแรงงานมาจากนอกท้องถิ่นด้วย ซึ่งจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคมในอนาคตได้ นอกจากนี้ คนท้องถิ่นมีโอกาสดูแลรักษามรดกของนักท่องเที่ยวโดยผ่านการพูดคุย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแต่งกาย และการลอกเลียนแบบพฤติกรรม หากจำนวน

นักท่องเที่ยวมีมากและกระจายไปทั่วชุมชน ก็มีความเป็นไปได้ว่าวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวจะแพร่หลายในพื้นที่และอาจครอบงำวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ในที่สุด ด้วยเหตุนี้ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงใช้เกณฑ์นี้ในการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว เพื่อควบคุมอิทธิพลทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อัตราส่วนจะมีค่าเท่าใดนั้น ขึ้นอยู่กับระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้

ระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ หมายถึง วงจำกัดการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์หรือสภาพด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งกระบวนการกำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงของสถานที่ เป็นวิธีการหนึ่งที่นักพัฒนาการท่องเที่ยวนิยมใช้มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีขั้นตอนต่อไปนี้

๑. จัดการประชุมหรือประชาพิจารณ์เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของชุมชนร่วมกันกำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เขตพื้นที่ที่จะพัฒนา ระดับการพัฒนา นโยบาย และกฎระเบียบในการพัฒนา ซึ่งทุกประเด็นต้องเหมาะสมกับระบบนิเวศ สังคม และวัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากนี้ กำหนดอย่างชัดเจนว่าจะไม่อนุญาตให้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวใดบ้าง

๒. กำหนดดัชนีเชิงลบของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่สามารถสะท้อนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทราบว่า ถ้าเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่กำหนดไว้เกิดขึ้นจริง ทุกกลุ่มต้องร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือจัดการเชิงลบ ณ ตอนนั้นอย่างทันที

๓. ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทบทวน รูปแบบและลักษณะกิจกรรม รวมทั้งดัชนีข้างต้นว่าบรรลุความประสงค์ของทุกฝ่ายและป้องกันปัญหาได้จริงหรือไม่

๔. ระบุทางเลือกในการปฏิบัติงานที่จะให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นไปตามข้อจำกัดการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ รวมทั้งคิดต้นทุนของการปฏิบัติงานในแต่ละทางเลือก ต้นทุนในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพียงเงินและเวลาที่ใช้ไป แต่รวมถึงผลเสียทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากการยกเลิกหรือการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่าง จากนั้น ทุกกลุ่มจะต้องเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด

หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการกำหนดขีดความสามารถ และปฏิบัติตามทางเลือกที่กำหนดไว้ รวมทั้งใช้เครื่องมือ “การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง” “การพัฒนาคนท้องถิ่น” และ “การตลาด” ก็จะทำให้การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง

แม้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีหลักการที่มุ่งเน้นอนุรักษ์ลักษณะที่แท้จริง และความดั้งเดิมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว แต่เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องมีสิ่งก่อสร้างบางประการเพื่อการคมนาคมขนส่ง ความสะดวก และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว แต่หากสิ่งก่อสร้างมีลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับสภาพสังคม วัฒนธรรม และธรรมชาติของพื้นที่ ก็จะทำให้ลายภูมิทัศน์ ของพื้นที่ซึ่งมีผลทำให้นักท่องเที่ยวไม่ประทับใจต่อสิ่งที่พบเห็น และอาจมีผลต่อความปลอดภัยของคนในชุมชนรูปแบบสิ่งก่อสร้างในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวก จึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ภูมิทัศน์ วัฒนธรรม ลักษณะทางสถาปัตยกรรมของท้องถิ่น การยอมรับและความสามารถในการจัดการของคนท้องถิ่น รวมทั้งความต้องการและรูปแบบกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งมาตรฐานสิ่งก่อสร้างในชุมชนหรือพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยส่วนใหญ่ครอบคลุม ๔ ด้าน คือ ความหนาแน่นของสิ่งก่อสร้าง ความสูงของสิ่งก่อสร้าง รูปแบบสถาปัตยกรรม และการจัดการภูมิทัศน์

ความหนาแน่นของสิ่งก่อสร้าง หมายถึง จำนวนอาคารที่ตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนหรือพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะมีความหนาแน่นเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับกฎหมาย การยอมรับของท้องถิ่น วัฒนธรรม ลักษณะทางธรรมชาติ ความเปราะบางทางระบบนิเวศ ชีตความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของพื้นที่ รวมทั้งนโยบายและวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน อย่างไรก็ตาม การกำหนดความหนาแน่นของสิ่งก่อสร้างอาจใช้หลักการพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อน คือ คิดเป็นอัตราส่วนระหว่างพื้นที่ที่มีสิ่งก่อสร้างต่อพื้นที่ทั้งหมด โดยส่วนใหญ่จะอนุญาตให้พื้นที่ที่มีสิ่งก่อสร้างคิดเป็น ๒๕% ของพื้นที่ทั้งหมดหรือ ๑:๔ ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันไปในแหล่งท่องเที่ยว แต่ละแห่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะและระดับของการพัฒนาที่เป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ความสูงของสิ่งก่อสร้าง ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของพื้นที่ การยอมรับของคนท้องถิ่นที่อาศัยรอบ ๆ สิ่งก่อสร้างนั้น และความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ความสูงของสิ่งก่อสร้างต้องไม่บังหรือมีความสูงเกินกว่าสภาพพื้นดิน จะทนรับได้ เพราะอาจมีผลต่อความปลอดภัย ของคนท้องถิ่นที่อาศัยรอบ ๆ ด้วยเหตุนี้ นักพัฒนาชุมชนจึงกำหนดความสูงของสิ่งก่อสร้างให้เหมาะสมกับลักษณะของพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ในพื้นที่ที่ยังคงมีความเป็นธรรมชาติ สิ่งก่อสร้างจะถูกกำหนดให้มีความสูงเพียง ๑ หรือ ๒ ชั้น รวมทั้งต้องมีพื้นที่โล่งที่กว้างมากและมีการจัดภูมิทัศน์ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมของพื้นที่ ส่วนในพื้นที่ที่เริ่มมีการใช้ที่ดินมากขึ้นแต่ยังจำเป็นต้องรักษาสภาพธรรมชาติของเดิมไว้ให้มากที่สุด สิ่งก่อสร้างที่อาจถูกกำหนดให้มีความสูงที่สุดได้ถึง ๔ ชั้น อย่างไรก็ตาม สิ่งก่อสร้างที่มีความสูงเกิน ๔ ชั้น ถูกกำหนดให้สร้างขึ้นได้ในพื้นที่ที่มีการพัฒนาแบบเมืองเท่านั้น

รูปแบบสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้าง จำเป็นต้องสอดคล้องกับรูปแบบสถาปัตยกรรมเดิมของท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และเพื่อป้องกันมลภาวะทางทัศนวิสัยที่

เกิดจากความขัดแย้ง ทางสถาปัตยกรรมของสิ่งก่อสร้างใหม่และสิ่งก่อสร้างเก่า นอกจากนี้ รูปแบบสถาปัตยกรรมดั้งเดิมของพื้นที่ยังเหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศได้ดีกว่ารูปแบบสถาปัตยกรรมใหม่ เพราะคนท้องถิ่นย่อมรู้จักลักษณะภูมิประเทศของตนดี และสามารถสร้างสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่สอดคล้องหรือทนกับสภาพภูมิอากาศได้ อย่างไรก็ตาม หากพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวไม่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมท้องถิ่นที่เด่นชัด หรือรูปแบบสถาปัตยกรรมเดิมไม่เอื้ออำนวยต่อการใช้งาน หลักเกณฑ์การออกแบบสิ่งก่อสร้างก็อาจปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมเพื่อประโยชน์ในการใช้งาน แต่ยังจำเป็นต้องมีรูปแบบที่สอดคล้องกับภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และวัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากรูปแบบสิ่งก่อสร้าง วัสดุสิ่งก่อสร้างเป็นอีกปัจจัยที่ต้องพิจารณาสิ่งก่อสร้างใหม่ควรสร้างด้วยวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น เพราะจะทำให้กลมกลืนกับสิ่งก่อสร้างเก่า และวัสดุที่ใช้อยู่ในท้องถิ่นอาจมีความเหมาะสมกับภูมิอากาศมากกว่าวัสดุจากท้องถิ่นอื่น นอกจากนี้ การใช้วัสดุก่อสร้างที่มีอยู่หรือสามารถผลิตได้ในพื้นที่นั้นจะช่วยทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งวัสดุลดลง อย่างไรก็ตามหากชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวกำลังเผชิญปัญหาความขาดแคลนวัสดุท้องถิ่น หรือการนำวัสดุท้องถิ่นมาใช้ในการก่อสร้างจะมีผลเสียต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหรือสร้างสิ่งก่อสร้างในชุมชนก็ไม่ควรจะนำวัสดุท้องถิ่นดังกล่าวมาใช้ แต่ใช้วัสดุทดแทนที่มีความคล้ายคลึงกับวัสดุท้องถิ่น

ภูมิทัศน์ของพื้นที่ หมายถึง ลักษณะของพื้นที่ที่ปรากฏ ณ ช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง และสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการทางนิเวศวัฒนธรรม และเทคโนโลยีของพื้นที่นั้นการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของพื้นที่โดยขาดการวางแผนและการจัดการที่ดีจะทำให้ลักษณะของพื้นที่ขาดความเป็นดั้งเดิมและอาจเปลี่ยนระบบนิเวศของพื้นที่ได้ ดังนั้น การจัดการภูมิทัศน์ที่ดีต้องอยู่บนหลักการของการสร้างความสมดุลระหว่างความดึงดูดใจ การรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติแบบยั่งยืน การใช้ภูมิทัศน์เดิมให้มากที่สุด รวมทั้งความกลมกลืนกับประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของพื้นที่การจัดการภูมิทัศน์ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การออกแบบภูมิทัศน์ให้สวยงามและมีประโยชน์ในการใช้งาน แต่ยังรวมถึงการจัดระเบียบและการซ่อมบำรุงภูมิทัศน์ของพื้นที่อีกด้วย

การควบคุมให้สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นไปตามมาตรฐานของสิ่งก่อสร้างจะช่วยรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และความปลอดภัยของชุมชน ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีความน่าอยู่ นอกจากนี้ การที่ชุมชนมีสิ่งแวดล้อมที่สะอาด สวยงาม เป็นระเบียบ และมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจะยิ่งทำให้ชุมชนมีความน่าดึงดูดใจและเสริมประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

การพัฒนาคนท้องถิ่น

จุดเริ่มต้นที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่นในทุกด้านและทุกกระบวนการของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม หากคนท้องถิ่นขาดข้อมูล

ประสบการณ์ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหรือการจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จะทำให้คนท้องถิ่นไม่สามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กำหนดปัญหา วางแผน ดำเนินงานและประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาคนท้องถิ่นโดยการอบรมให้ความรู้ และประสบการณ์จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมให้คนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในทุกด้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้คนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมของตน เกิดความภาคภูมิใจและใช้มรดกทางวัฒนธรรมในทิศทางที่ยั่งยืน

แม้ว่าข้อมูลและความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมครอบคลุมหลากหลายเรื่อง แต่การอบรมคนท้องถิ่นนั้นควรครอบคลุมเนื้อหาความรู้ที่สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงและทันต่อสถานการณ์ ซึ่งประกอบด้วย “พลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Tourism Dynamics) “กระบวนการวางแผนและเครื่องมือการพัฒนา” “การจัดการ การเงิน และการตลาด สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก” และ “การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Tourism Interpretation)

พลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ และหลักการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าใจพลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก็จะเข้าใจว่าแต่ละฝ่ายมีความสัมพันธ์และต่อกันอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจสาเหตุของปัญหาและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รวมทั้งหาแนวทางในการป้องกันหรือแก้ไขปัญหาได้ดียิ่งขึ้น

กระบวนการวางแผนและเครื่องมือการพัฒนาเป็นความรู้ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มและทุกระดับต้องเข้าใจ เพราะจะทำให้ทุกกลุ่มมีความอดทนมากขึ้นที่จะรอให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพัฒนาไปอย่างช้า ๆ แต่เป็นตามขั้นตอน นอกจากนี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถบูรณาการความรู้ด้านการวางแผนและเครื่องมือพัฒนากับความรู้หรือความชำนาญของท้องถิ่น เพื่อตัดสินใจวางแผนและกำหนดเครื่องมือการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การจัดการ การเงิน และการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก เป็นความรู้อีกหมวดหนึ่งที่สำคัญเพราะจะส่งเสริมให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนธุรกิจหรือเป็นเจ้าของธุรกิจได้เอง โดยที่ไม่ต้องอาศัยความรู้และบุคลากรจากเมืองหรือต่างประเทศ คนท้องถิ่นจะได้รับผลประโยชน์โดยตรงและการรั่วไหลทางเศรษฐกิจก็จะลดลง ซึ่งจะมีผลทำให้คนท้องถิ่นวางแผนทรัพยากรของตนและจะร่วมมือกันมากยิ่งขึ้นเพื่ออนุรักษ์หรือพัฒนาทรัพยากรในชุมชนให้มีความยั่งยืนสำหรับคนรุ่นปัจจุบันและคนรุ่นต่อไป

การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การถ่ายทอดความคิดหรือความรู้สึกรู้สึกของคนท้องถิ่น รวมทั้งความสำคัญ ความหมาย และคุณค่าของประวัติศาสตร์ ความเชื่อ

และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ การอบรมให้คนท้องถิ่นสามารถสื่อความหมายเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีคุณภาพ นอกจากจะส่งเสริมให้คนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของตนแล้ว ยังช่วยลดอคติด้านวัฒนธรรมอีกทั้งเพิ่มคุณค่าประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

การตลาด

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำเป็นต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการตลาดกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจ และประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่น ความพร้อมของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และความต้องการของนักท่องเที่ยว การตลาดจึงไม่ได้ทำขึ้นเพียงเพื่อดึงดูดใจ หรือบรรลุความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้งหมดที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แม้ว่าการตลาดแหล่งท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนส่วนประสมการตลาด ๕ ด้าน คือผลิตภัณฑ์ (Product) การตั้งราคา (Pricing) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และความร่วมมือ (Partnership) อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์หรือกิจกรรมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่วางแผนหรือกำหนดขึ้นในแต่ละครั้ง อาจไม่ครอบคลุมส่วนประสมทั้งห้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ด้วยเหตุนี้ กลยุทธ์การตลาดสำหรับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงไม่หลากหลาย แต่มีความชัดเจนในการสร้างความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ดังนี้

กลยุทธ์การตลาดภายใต้ “ผลิตภัณฑ์” ส่วนใหญ่มุ่งเน้นด้านการจัดการสัมพันธภาพและประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นซึ่งประกอบด้วย

การอบรมคนท้องถิ่นให้มีทัศนคติที่ดี ตระหนักถึงคุณค่าและนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งสามารถจัดการบริการได้อย่างมีคุณภาพ

การพัฒนาสื่อความหมายทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ กิจกรรมการสาธิต ฯลฯ

การจัดการภูมิทัศน์ทั้งภายในและรอบ ๆ พื้นที่เพื่อเพิ่มคุณภาพประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว

การผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ที่สามารถพัฒนาขึ้นได้ในชุมชน เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Education Tourism) การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อทำอาหาร (Culinary Tourism) ฯลฯ

การพัฒนาของที่ระลึกที่สอดคล้องและสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่งนอกจากเพิ่มคุณภาพประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังเพิ่มรายได้ให้แก่คนท้องถิ่นด้วย

กลยุทธ์การตลาดภายใต้ “การตั้งราคา” สำหรับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม นั้น คือ การตั้งราคาให้สูงในช่วงเวลาและฤดูกาลของการท่องเที่ยว เช่น วันหยุดสุดสัปดาห์ช่วงเวลาของการพักผ่อนประจำปี ในทางตรงกันข้าม ตั้งราคาต่ำในช่วงนอกฤดูกาล กลยุทธ์การตั้งราคาจะช่วยควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดความสามารถในการรองรับ นอกจากนี้ ยังช่วยทำให้ชุมชนสามารถมีรายได้ตลอดปี

กลยุทธ์การตลาดภายใต้ “การจัดจำหน่าย” เป็นสิ่งที่ช่วยเสริมความเข้มแข็ง ด้านการตลาดให้กับชุมชน ทั้งนี้เพราะชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยส่วนใหญ่ไม่มีความชำนาญในการขาย ดังนั้น จำเป็นต้องมีตัวกลางที่มีความชำนาญช่วยนำเสนอและขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง ดังนั้น ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงจำเป็นต้องมีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ โรงแรม บริษัทจัดนำเที่ยว บริษัทเดินทางขนส่ง บริษัทจัดการประชุมและนิทรรศการ เพื่อมีช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายและเพิ่มโอกาสในการขายให้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์การตลาดภายใต้ “การส่งเสริมการตลาด” สำหรับการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication - IMC) ซึ่งหมายถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวในระยะยาวและต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ ความคุ้นเคย และความเข้าใจต่อทั้งคนและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจะมีอิทธิพลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่ขัดแย้งกับสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องใช้เครื่องมือที่หลากหลาย ได้แก่ เว็บไซต์ หนังสือแนะนำการเดินทางท่องเที่ยว โบรชัวร์ของแหล่งท่องเที่ยว ชุดข้อมูลและสไลด์ทัศนวัสดุสำหรับสื่อมวลชน (Press Kit) การจัดนำเที่ยวให้กับตัวกลางและสื่อมวลชน (Familiarization Trip: FAM Trip) และการจัดนิทรรศการทางวัฒนธรรม

กลยุทธ์การตลาดภายใต้ “ความร่วมมือ” เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะหากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มในชุมชนมีความขัดแย้งกันในวัตถุประสงค์ทางการตลาด เช่น หากฝ่ายหนึ่งต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ในขณะที่อีกฝ่ายต้องการใช้การตลาดภายใต้หลักการของการอนุรักษ์ ก็จะทำให้แนวทางและกลยุทธ์การตลาดที่จัดขึ้นมาโดยแต่ละฝ่ายขัดแย้งกันเอง ซึ่งจะกลายเป็นเชิงลูกโซ่ต่อการจัดการด้านคุณภาพ การตลาด และภาพลักษณ์ของชุมชน ดังนั้น การตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงจำเป็นต้องเกิดจากความร่วมมือของทุกฝ่ายและครอบคลุมการดำเนินงานด้านการตลาดในทุกระดับ ได้แก่ การตัดสินใจกำหนดอัตลักษณ์ของชุมชนและนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดและวางแผนกลยุทธ์การตลาดรวมทั้งการดำเนินงานและประเมินผลกลยุทธ์การตลาดร่วมกัน

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะพัฒนาได้อย่างยั่งยืนและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อทั้งคนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวได้นั้น จำเป็นต้องเริ่มต้นจาก “การมีส่วนร่วม” ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทั้งผู้ที่อยู่ในชุมชน และผู้ที่ได้รับการใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่เป็นผู้อยู่อาศัยในชุมชน จำเป็นต้องมีบทบาทสูงสุดในการตัดสินใจว่าจะให้มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนนั้นพัฒนาไปในทิศทางใด โดยผ่านกระบวนการของการวางแผนที่เป็นระบบ และกลยุทธ์การพัฒนาอื่น ๆ ได้แก่ การกำหนดดัชนีระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง การพัฒนาคนท้องถิ่น และการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๒.๕ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรม

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในชีวิตมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่เป็นความจำเป็นเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ มนุษย์อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของมนุษย์ และเป็นเครื่องมือสำคัญของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความซับซ้อน มากเพียงใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมที่นำมาซึ่งความสับสน ก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและความไม่แน่นอนใจแก่สมาชิกของสังคม ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว^{๓๙}

ความหมายของการสื่อสาร การสื่อสาร คือ เป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่พยายามจะสื่อความหมายโดยการแสดงออก ทางวัจนะภาษาและอวัจนะภาษา

คำว่า Communication หรือในภาษาไทยเรียกว่า การสื่อสารนั้นได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายต่าง ๆ กัน ดังนี้

Schramm^{๔๐} กล่าวว่า การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมาย ที่แสดงข่าวสาร (Informational Signs)

สวนิต ยมาภัย^{๔๑} ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารหมายถึง การติดต่อระหว่างมนุษย์ เพื่อทำให้รับรู้เรื่องราว อันมีความหมายร่วมกันและเกิดการตอบสนองต่อกัน

^{๓๙} ปรมะ สตะเวทิน, ทฤษฎีการสื่อสาร, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐), หน้า ๒๐-๒๑.

^{๔๐} Schramm, w. Nature of Communication between humans in W. Urbana IL: University of Illinois. ๑๙๗๔.

^{๔๑} สวนิต ยมาภัย, การสื่อสาร, (กรุงเทพฯ : ๖๘ การพิมพ์, ๒๕๒๖), หน้า ๖๘.

ประมะ สตะเวทิน^{๔๒} กล่าวว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

จุมพล รอดคำดี^{๔๓} กล่าวว่า การสื่อสารหมายถึงพฤติกรรมการติดต่อสัมพันธ์กัน ระหว่างมนุษย์ โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้สึนึกคิด เจตคติ ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างกันและกัน เพื่อให้เกิดผลตอบสนองบางประการที่ตรงกับเป้าหมาย ที่วางไว้ คือ การเข้าใจร่วมกัน ความตกลงเห็นพ้องต้องกัน ความผสมผสาน ประนีประนอม เป็นต้น อันจะนำมาซึ่งความคงอยู่และการพัฒนาสังคมของมนุษย์ วิรัช อภิรัตน์กุล ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารเป็นศิลปะแห่งการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้สึนึกคิด และทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง จากที่กล่าวมา การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับการสื่อความหมายที่ผู้ส่งสารประสงค์ ที่จะส่งไปยังผู้รับสาร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร

คำว่า กระบวนการ แสดงถึงสภาพของการเคลื่อนไหว (Dynamic) ดำเนินต่อไป (On - going) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Ever - changing) อย่างต่อเนื่อง (Continuous) เมื่อเราเรียกสิ่งใดว่าเป็นกระบวนการ ก็หมายความว่าสิ่งนั้นไม่ได้หยุดอยู่กับที่ (Static) แต่สิ่งนั้นมีการเคลื่อนไหว (Moving) องค์ประกอบต่างๆ มีกิริยาสัมพันธ์กัน (Interact) แต่ละองค์ประกอบมีผลกระทบ (Effects) ซึ่งกันและกัน

ประมะ สตะเวทิน^{๔๔} กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการก็เนื่องมาจากการสื่อสารมีลักษณะดังกล่าวข้างต้น กล่าวคือ การสื่อสารมีลักษณะของการเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และต่อเนื่อง องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบของการสื่อสารมีความเกี่ยวข้อง และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน

องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญๆ ๕ องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร และผลของการสื่อสาร ดังนี้

๔๒ ประมะ สตะเวทิน, การสื่อสาร, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐), หน้า ๒๙-๓๐.

๔๓ จุมพล รอดคำดี, การสื่อสาร, (กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๒), หน้า ๑๗๘.

๔๔ ประมะ สตะเวทิน, การสื่อสาร, (กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐).

๒. สาร (Message) สาร หมายถึง ผลผลิตของผู้ส่งสาร ที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาเป็นรูปของรหัส เช่น เมื่อเราพูด สารก็คือถ้อยคำ ที่เราพูด เมื่อเราเขียน สารก็คือตัวหนังสือที่เราเขียนเป็นค า เป็นประโยค เมื่อเรา แสดงกิริยาท่าทางสารก็ปรากฏอยู่ในกิริยาท่าทางที่เราแสดงออกมา เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ สารก็คือ ข่าว ข้อความ และภาพที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสารประกอบด้วย รหัส เนื้อหา และการจัดเสนอ

๔. ผู้รับสาร (Receiver) ผู้รับสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ดังนั้นผู้รับสารจึงอาจเป็นคนๆ เดียว หรือคนหลายคน เช่น กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย มวลชน หรืออาจเป็นสถาบัน เช่น บริษัท องค์การ พรรคการเมือง เป็นต้น ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทศนคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม

กลยุทธ์การสื่อสาร

กลยุทธ์ คือ แผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เพื่อกำหนดวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมาย กลยุทธ์การสื่อสาร คือ การตัดสินใจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการที่จะสื่อสารอะไร ไปยังใคร เมื่อไร เพื่ออะไร และอย่างไร

กลยุทธ์การสื่อสารคือการผสมผสานระหว่างการใช้วิธีการสื่อสาร (Method) สาร (Messages) และแนวทางการใช้การสื่อสาร (Approach) ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จะต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นศาสตร์และศิลป์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่กลุ่มเป้าหมายได้เคยปฏิบัติมาแล้ว และการกระทำเช่นนี้ ย่อมเกิดผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดและค่านิยม ซึ่งฝังรากลึกในใจของประชาชนอยู่แล้ว การเลือกใช้สื่ออย่างถูกต้องต้องมีความเข้าใจในลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย การเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายจะช่วยทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้เรื่องราวต่างๆ ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ จะได้รับการยอมรับ เกิดศรัทธาพร้อมสำหรับการได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดี

หลักในการพิจารณาเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากสื่อที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายชนิด ดังนั้น การตัดสินใจเลือกใช้สื่ออะไรมาใช้จะต้องพิจารณาให้รอบคอบเสียก่อน เพื่อให้การสื่อสารบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ การพิจารณาสื่อประชาสัมพันธ์นั้นควรพิจารณาถึงคุณสมบัติของสื่อที่แตกต่างกัน ดังนี้

ด้านเนื้อหา เวลา สื่อสิ่งพิมพ์ รูปภาพ เป็นสื่อที่ต้องคำนึงถึงเฉพาะด้านเนื้อหา สื่อการพูดต้องคำนึงถึงเวลา ส่วนการใช้สื่อมวลชนวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ต้องคำนึงถึงเนื้อหา และเวลาด้านการเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย จัดตามลำดับสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมมากที่สุดไปอย่างน้อยที่สุดได้ ดังนี้

๑. การสนทนาระหว่างบุคคล
๒. การอภิปราย
๓. การประชุมอย่างไม่เป็นทางการ
๔. การโทรศัพท์
๕. การประชุมที่เป็นทางการ
๖. ภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม
๗. วิทยุโทรทัศน์
๘. วิทยุกระจายเสียง

ดังนั้น ในการเลือกสื่อให้มีความเหมาะสมกับผู้รับสารในช่วงเวลาที่เหมาะสม จะช่วยทำให้การสื่อสารบรรลุตามวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี การสื่อสารที่ผู้รับสารสามารถเข้าถึงและให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมในการสื่อสารช่วยทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้รับสาร ส่งผลให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพ ได้เป็นอย่างดี

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม ของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อ สภาพสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งจะมีกิจกรรมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวหลายๆกิจกรรม แล้วแต่สภาพจุดท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง ดังนี้

ประเภทนักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมระยะสั้น ได้แก่ การเข้าชมสวนเกษตร โดยนักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตในสวนหรือซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บได้ และทำกิจกรรมพื้นบ้านระยะสั้น ร่วมกับชาวบ้าน

ประเภทให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน การให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้านเพื่อศึกษาและสัมผัสกับชีวิตของชาวชนบทเกษตรโดยนักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะอาด และสะอาด

ประเภทอบรมให้ความรู้เกษตรแผนใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน การทำเกษตรแผนใหม่ เช่น การปลูกและการดูแลรักษา การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร

ประเภทจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านของเกษตรกรของใช้ และของที่ระลึกต่าง ๆ ผลไม้สด ดอกไม้สด เมล็ดพันธุ์พืชที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อไปปลูก

ประเภทให้รู้ทางธุรกิจ ช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาจากธุรกิจตกต่ำ ให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทาง มาท่องเที่ยวเพื่อหาช่องทางในการทำธุรกิจเกี่ยวกับการเกษตร เพราะเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนเร็ว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้นอกจากจะช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่เกษตรกรแล้ว ยังเป็นหนทางที่ช่วยภาคเอกชนที่รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอีกด้วย

ผลจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนับว่าเป็นการสร้างรายได้โดยตรงให้กับเกษตรกร ผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ผลิต นักท่องเที่ยวเดินทางเยี่ยมชมแล้ว ยังได้ซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เกษตรกรได้จัดทำในอาชีพปกติ เช่น สามารถจำหน่ายต้นอ่อนและเมล็ดพันธุ์ เพื่อนักท่องเที่ยวซื้อกลับไปทดลองปลูกหรือไม่บางคนอาจนำไปขยายอาชีพเสริมต่อ เป็นเกษตรกรใหม่เพิ่มขึ้น เป็นการสร้างงานสร้าง อาชีพใหม่ สามารถขายผลผลิตที่เก็บได้ส่งขายให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง ช่วยในการขยายตลาด การขายปลีกและขายส่งให้กับเกษตรกรได้ ผลผลิตบางชนิดที่จำหน่ายสดไม่ทัน มีจำนวนผลผลิต

ออกมาสามารถแปรรูปเป็นผลผลิตอีกรูปแบบหนึ่งโดยอาจแปรรูปทำเป็นของแห้ง ด้วยการทอดอบ เป็นการถนอมอาหาร เพื่อจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว ช่วยเพิ่มรายได้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยว และเกษตรกรที่ได้แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด สามารถช่วยขยายผลจากการทำการเกษตรต่อไปทางธุรกิจอื่น ๆ ได้อีก นับเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพเพิ่มขึ้น เช่น การทำธุรกิจผลไม้สดกับเครื่องจักสาน เครื่องบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น การจัดการท่องเที่ยวแวะพัก ชมสวนเกษตร ยังทำให้เพื่อนบ้านในชุมชน สามารถขายสินค้าทั้งจากสวนเกษตร และสินค้าจำพวกอาหารแปรรูป ฯลฯ ได้เพิ่มขึ้น

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถแบ่งได้ ๓ ประเภท ดังนี้

๑. แบบกิจกรรมรายบุคคล ได้แก่ การนำเที่ยวชมสวนของเกษตรกรรายบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ เช่น สวนทุเรียน มังคุด สวนไม้ดอกไม้ประดับ หรือแม้แต่ฟาร์ม เลี้ยงสัตว์ ทั้งนี้ผู้เยี่ยมชมจะได้รับความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิต การจัดการ การตลาดแล้วยังสามารถ ซื้อผลผลิตต่าง ๆ ที่ทางสวนจัดขึ้นอีกด้วย

๒. กิจกรรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น การจัดงานวันทุเรียนโลก งานวันเงาะโรงเรียน ฟุ้งทานตะวันบาน ฟุ้งดอกปทุมมา ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้จะมีขึ้นเฉพาะในช่วงที่มีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับการเกษตรเท่านั้น

๓. กิจกรรมการท่องเที่ยวตามชุมชนหรือหมู่บ้านเกษตรกร ซึ่งเกษตรกรในชุมชน ร่วมกันจัดตั้ง บริหาร และจัดการท่องเที่ยว โดยกรมส่งเสริมการเกษตรให้ความร่วมมือสนับสนุนในการจัดทำโครงสร้างทางกายภาพการจัดภูมิทัศน์ การให้แนวความคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่และความสามารถของเกษตรกรในชุมชน

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) จะต้องมีการบริหารจัดการที่ดีของบุคคล ทั้ง ๓ กลุ่ม ที่มีความเกี่ยวข้องกัน ได้แก่ เจ้าของสวน ผู้จัดนำเที่ยวรวมถึงมัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยว ที่จะต้องรู้วิธีการจัดการอย่างมีระบบเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืน ดังนี้

๑. แนวทางบริหารจัดการของเจ้าของสวน

๑.๑ เตรียมสถานที่เที่ยวชมควรเป็นเส้นทางวงรอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็น

๑.๒ หากมีมุมสาธิตได้ ควรจัดเจ้าหน้าที่เตรียมการสาธิตให้ชม

๑.๓ มีมัคคุเทศก์นำชมสวน สามารถอธิบายได้ดีเท่ากับหรือมากกว่าเจ้าของสวน

(มีเกร็ดความรู้ มีการเปรียบเทียบ)

๑.๔ จัดมุมสถานที่พักผ่อน จัดมุมบริการอาหารและเครื่องดื่มจำหน่าย (โดยอาจขอให้เพื่อนบ้านบริการแทน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น) มุมนี้จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกด้วย ทั้งของในสวนและของเพื่อนบ้านใกล้เคียง

๑.๕ จัดเตรียมอุปกรณ์ที่ทิ้งขยะ แยกเปียกและแห้ง

๑.๖ มีบริการห้องสุขาที่สะอาด (อาจมีกล่องรับเงินบริการ เพื่อให้ผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลได้รับผลประโยชน์)

๒. แนวทางบริหารจัดการของผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์

๒.๑ รอบรู้สถานที่ / สวนแห่งนั้นอย่างละเอียด เพื่อให้ข้อมูลในการตัดสินใจและการเตรียมตัวแก่นักท่องเที่ยวได้

๒.๒ รู้ข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามในการเที่ยวสวนเกษตร และถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจก่อนเดินทาง

๒.๓ หลังจากนำเที่ยวชมแล้ว ควรหาเวลาให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ๑๕ - ๒๐ นาที ระหว่างการเดินทางกลับ หรือเป็นการประเมินผลการชมสวนนั้น ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงได้

๓. แนวทางการเตรียมตัวไปท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยว

๓.๑ เป็นผู้ที่สนใจการทำสวนเกษตรแต่ละสาขาที่จะไปชม

๓.๒ มีการเตรียมตัวเดินทาง และเตรียมอุปกรณ์ของที่ใช้ตามที่ผู้จัดรายการนำเที่ยวแนะนำเหลือใช้ดีกว่าไม่พอ

๓.๓ ปฏิบัติตามข้อแนะนำและข้อห้ามของแต่ละสถานที่ เพราะต้นพืชและธรรมชาติรอบด้านมีความอ่อนไหวและเปราะบาง มีโอกาสติดเชื้อโรคจากผู้ที่ไปเยือนได้ ในทำนองเดียวกันหากนักท่องเที่ยวบางคนเป็นภูมิแพ้ต่อยาฆ่าแมลงง่ายก็ควรต้องระมัดระวังเช่นกัน ในช่วงที่เจ้าของสวนฉีดยาป้องกันแมลงและเชื้อราที่สามารถทำลายต้นพืชได้

๓.๔ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือนมีสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด และสวยงาม

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๔ องค์ประกอบตามคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ๔ องค์ประกอบหลัก^{๔๕} ดังนี้

๑. ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๒. ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๓. ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

^{๔๕} การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร. สืบค้นเมื่อ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๔, จาก <http://thai.tourismthailand.org/about-tat/annual-report>.

๔. ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยคำนึงถึงการสร้างจิตสำนึกและความมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การตลาดและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจะสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ จะต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดและการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการ ทั้งนี้ การทำการตลาดการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งนั้น มีความแตกต่างกันด้านบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ หรือไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยขั้นตอนการตลาดและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคำนึงถึงปัจจัย ดังต่อไปนี้

๑) ผลลัพธ์ที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อนการพัฒนาการตลาดทางด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการหรือ ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวควรทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนมากเน้นที่ความรู้ ความประทับใจ ความสุนทรีย์ ประสบการณ์ ฯลฯ ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวควรมีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ และสนองความต้องการสูงสุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะผลักดันการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งจากการโฆษณาปากต่อปาก และ การกลับมาเยือนอีกครั้ง นอกจากนี้ การสร้างตราสินค้า แหล่งท่องเที่ยว (Destination Branding) เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ของประเทศไทย มีความแตกต่างกัน มีอัตลักษณ์และมีศักยภาพที่จะสามารถดึงดูดความสนใจและชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยี่ยมชม

๒) การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การส่งเสริมการตลาดเป็นกลยุทธ์ที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวรับรู้ และสนใจเยือน แหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดอาจ เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือ การพูดแบบ ปากต่อปากเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจและต้องการท่องเที่ยว การนำเสนอที่น่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบยั่งยืน อาจเป็นการประชาสัมพันธ์ การจัดตั้งศูนย์บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการจัดนิทรรศการ ภาพถ่าย การใช้สื่อมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และแนวคิดการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบเนื่องต่อไป^{๔๖} ซึ่งการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์จะนำจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจน

^{๔๖} Gowdy, J. Economic concepts of sustainability: relocating economic activity within society & environment. In E. Becker, & T. Jahn (Eds.), Sustainability & the Social Sciences. Germany: Hamburger. ๑๙๙๙. pp. ๑๖๒-๑๘๑.

วิธีในการ ดำเนินชีวิตเป็นจุดขาย (Brand Idea) และสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว (Brand Communication) เพื่อสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) และสัมผัสประสบการณ์ (Brand Experience) จนเกิดเป็นกระบวนการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในระดับโลกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็น อุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุด โดยมีการจ้างงานสูงถึง ๑๙๒.๓ ล้านคน (World Tourism Organization, ๒๐๑๐) ในระดับประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ โดยมี การจ้างงานประมาณ ๑.๙๔ ล้านคน หรือประมาณร้อยละ ๕.๓ ของ อัตราการจ้างงานทั้งหมดของประเทศ นอกจากนี้การพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมยังจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนผ่านทางการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานของชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน และ การเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชุมชนเพื่อเป็น ความภูมิใจของคนใน ท้องถิ่นอย่างไรก็ดีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไม่เหมาะสมอาจ จะนำไปสู่ ผลกระทบต่อชุมชน อันได้แก่ ค่าครองชีพที่สูงขึ้นของ คนในชุมชน อัตราการเกิดอาชญากรรมที่สูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของ มลพิษและการเสื่อมถอยของวัฒนธรรมพื้นเมืองและวิถีชีวิตที่เคยมีอยู่ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีความพิเศษ ตรงที่ นักท่องเที่ยวจะเน้นที่การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือ บริเวณที่มี คุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สถานที่ดังกล่าวจะมีการบอกเล่า เรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคมโดยสามารถสะท้อนให้เห็นถึง สภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคน ในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมหรือขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่ง นอกเหนือจากสถานที่แล้ว เทศกาลและงานฉลอง รวมไปถึงสินค้าพื้นเมืองในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ประเพณีวันสารทเดือนสิบของ จังหวัดนครศรีธรรมราช ประเพณีลากพระและประเพณีปล่อยเต่า ของ จังหวัดพังงา ประเพณีบุญบั้งไฟลำนางรองและประเพณีบุญห่มันใหญ่ของจังหวัดบุรีรัมย์ จัดได้ว่าเป็น ส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าเชิงวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการอนุรักษ์และการพัฒนามรดกทาง วัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปนั้น เป็นเรื่องสำคัญ เพราะนอกจากจะเป็น ความภาคภูมิใจของประเทศแล้ว ยังมีคุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อ การพัฒนาการศึกษาทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปศาสตร์ สุนทรียศาสตร์ชาติพันธุ์วิทยา และ มานุษยวิทยา อีกทั้งยังสามารถเน้นที่การพัฒนาที่ควบคู่กันไประหว่างการเติบโตและการรักษา มูลค่าทางวัฒนธรรม โดยแนวคิดนี้จะเน้นการวางแผนและจัดการที่เหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจากการ เปลี่ยนแปลงของ วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของชุมชนซึ่งรวมถึงด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ทั้งนี้ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดีไม่ ควรที่จะมองมรดกทางวัฒนธรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวเป็น

เพียงแค่ สินค้าที่จะนำรายได้เข้าสู่ประเทศ หากแต่ความมั่งคั่งแห่งท้องเที่ยว ดังกล่าวให้เสมือนมรดกของคนทั้งประเทศที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ไว้ให้คงอยู่ต่อไป

Ivanovic และ Cooper Fletcher Fyall Gilbert และ Wanhill^{๔๗} กล่าวว่าวัฒนธรรมและมรดก ทางวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการพัฒนาในการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ โดยแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ มีบทบาทสำคัญในการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้เข้าชม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเน้นการเดินทางไปสู่ประสบการณ์และกิจกรรมการมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตที่อาจจะพบเห็นได้ยากในชีวิตประจำวัน เสนอแบบจำลองเพื่อการ จัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนโดย มุ่งเน้นทั้งประโยชน์ ทางเศรษฐกิจที่ชุมชนจะได้รับจากการจ้างงานและรายได้ที่สูงขึ้น ควบคู่ไปกับการ คงไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมวิถีชีวิตแบบเดิมที่สามารถสนองความต้องการของชุมชนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งเสนอว่าพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมควรเน้นความเข้าใจวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมใน ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมทั้งทางด้านภูมิปัญญา ความงาม จิตวิทยา และความรู้สึก ภายใต้น แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน จะมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ เป็น แหล่งเรียนรู้และสร้างความประทับใจพร้อมกับสร้างการมีส่วนร่วม ร่วมของชุมชนเพื่อเป็นแรงผลักดันให้ ช่วยกันอนุรักษ์สืบทอดและถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรม ซึ่งจะเป็นการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน

แบบจำลองการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากความสำคัญและแนวคิดเบื้องต้นที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นำมาสู่การวางแผนการจัดการและการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับประเทศไทย จากการ ศึกษาของ Bywater (๑๙๙๓) ได้แยกประเภทนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น ๓ ประเภท

๑. นักท่องเที่ยวตามแรงกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culturally Motivated) หมายถึง ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสนใจที่จะเรียนรู้ศึกษา วัฒนธรรมและมีพฤติกรรมที่จะพักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานาน

๒. นักท่องเที่ยวตามแรงบันดาลใจทางวัฒนธรรม (Culturally Inspired) หมายถึง ผู้ที่ถูก ดึงดูดใจด้วยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นที่รู้จักหรือได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ รูปภาพโดย นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้ระยะเวลาที่จะพักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวน้อยกว่า ประเภทแรก แต่มีโอกาสที่จะเดินทางกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต

๓. นักท่องเที่ยวตามแรงดึงดูดทางวัฒนธรรม (Culturally Attracted) หมายถึงผู้ที่มี

^{๔๗} Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. Tourism Principles and Practice (๔th ed.). Harlow, UK: FT Prentice-Hall, ๒๐๐๘.

ความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น โดยนักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวสั้น อาจจะเป็นในลักษณะเยี่ยมชมมากกว่าการพักอาศัย

๒.๖ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเกษตรเชิงวัฒนธรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Argo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการเกษตรเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวหลัก สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อเป็นการสร้างรายได้แก่เกษตรกรในชุมชน ให้ผู้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเต็มตัว ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนับว่าเป็นหนึ่งในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการคิดค้นเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศ มาจัดกิจกรรมหรือจัดเป็นรูปแบบทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ และอยากเดินทางไปเที่ยว การขยายเส้นทางการท่องเที่ยว และเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์และการให้ความรู้ในคุณค่าของภูมิปัญญาของเกษตรกรไทย ซึ่งการท่องเที่ยวและประเทศไทย (ททท.) ได้จำแนกประเภททรัพยากรทางการเกษตรออกเป็น ๗ กิจกรรม ดังนี้

- (๑) การทำนา การทำนาปี/ปรัง การทำ นาหว่านน้ำตม การทำนาขั้นบันได พิพิธภัณฑข้าว
- (๒) การทำสวนไม้ตัดดอก การทำ สวนดอกไม้เพื่อตัดดอกขายทุกชนิด เช่น สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้สวนดอกไม้ประดับ นานาชนิด รวมถึงไร่ทานตะวัน
- (๓) การทำสวนผลไม้ การทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมทั้งการทำวนเกษตร การทำ เกษตรแผนใหม่และการทำ สวนผสม
- (๔) การทำสวนผัก สวนครัว การปลูกพืชสวนครัวทุกประเภท รวมถึงการทำไร่ผัก ไร่ถั่ว ไร่ข้าวโพด เป็นต้น
- (๕) การทำสวนสมุนไพร การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหาร เสริมพืชผักสวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องดื่ม เพื่อใช้เป็นเครื่องสำอาง และเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย
- (๖) การทำฟาร์มปศุสัตว์การเลี้ยงและการขยายพันธุ์สัตว์เศรษฐกิจนานาชนิด อาทิ การเลี้ยงไหม การทำฟาร์มผึ้งการทำฟาร์มปลา การเลี้ยงหอยแมลงภู่ เป็นต้น
- (๗) งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขายผลผลิตทางการเกษตร อาทิ เช่น มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลำไย เทศกาลกินปลา เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา^{๔๘} ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) ดังนี้ การจูงนำเที่ยวชมสถานที่ทำการเกษตรกรรมแหล่งทำสวนผลไม้แหล่งปลูกไม้ ดอกไม้ประดับแหล่งทำฟาร์ม เพื่อรับฟังการบรรยายถึงปัญหาและความสำเร็จในอาชีพเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง คณะเทคโนโลยีการเกษตร (ม.ป.ป.) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมายถึงการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้น ทางด้านการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้าน การเกษตร และวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีและเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการเรียนรู้มาทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และเกษตรกรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จะเป็นการอนุรักษ์ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อม

เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร^{๔๙} ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) หมายถึง เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นการนำทรัพยากรทางการเกษตร เช่น สวนเกษตร การปลูกพืชสวน และฟาร์มปศุสัตว์ มาจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมโดยนักท่องเที่ยวจะได้ชื่นชมความงามและพักผ่อนหย่อนใจเป็นการสร้างโอกาสและรายได้เสริมให้กับเกษตรกรเจ้าของพื้นที่นั้น ๆ

ราไพพรรณ แก้วสุริยะ^{๕๐} อธิบายความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงเพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร อันได้ความรู้ ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

การท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้ทั้งความเพลิดเพลินและความรู้ นำกลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพได้ เหนืออื่นใดถือได้ว่าวนกลับไปค้นหา เรียนรู้ เข้าใจ ภาควิชาภูมิศาสตร์เกษตรกรรมรากฐานของแผ่นดินไทยที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าภายใต้แนวคิด ปรัชญา องค์ความรู้ ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษเกษตรกรไทย อีกทั้งได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีรูปแบบกิจกรรม และการประกอบอาชีพ ทางเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ท่ามกลางทัศนียภาพที่สวยงาม บริหารจัดการโดยเกษตรกรหรือชุมชน ความประทับใจที่เกิดจากได้ ชม ชิม ชี้อผลิตภัณฑ์และมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อให้เกิดความรู้ทักษะ

^{๔๘} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, (กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์, ๒๕๔๘), หน้า ๙.

^{๔๙} เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร, คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงเกษตร, (ลำปาง : จิตวัฒนาการพิมพ์, ๒๕๕๐).

^{๕๐} ราไพพรรณ แก้วสุริยะ, การจัดการท่องเที่ยวชุมชนยั่งยืน, (เชียงใหม่ : นพบุรีการพิมพ์, ๒๕๔๔).

และประสบการณ์แก่ผู้มาเที่ยว ทั้งยังส่งผลให้เกิดรายได้แก่ชุมชน จากการจำหน่ายผลผลิตการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าตอบแทนจากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

Pareesh V. Joshi & Milind B. Bhujbal^{๕๑} ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่าเป็นกิจกรรมที่ดำเนินการในฟาร์ม เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ บันทึกรับรู้หรือเพื่อความ สนุกสนาน กิจกรรมในฟาร์ม โรงบ่มไวน์ปศุสัตว์วัฒนธรรม การเก็บเกี่ยวหรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ที่เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวฟาร์มหรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นกระบวนการของการดึงดูดผู้เข้าชม และนักเดินทางไปยังที่ทางการเกษตรโดยทั่วไป เพื่อการศึกษาและนันทนาการ กิจกรรมการท่องเที่ยว และการพักผ่อนหย่อนใจที่เกี่ยวข้องกับฟาร์มหรือการดำเนินการทางการเกษตร พืชสวน ประมงหรือ การเกษตร (เทียบเท่ากับการท่องเที่ยวในฟาร์ม) การท่องเที่ยวชนบทยังสามารถกำหนด เป็นกิจกรรมท่องเที่ยว พักผ่อนหย่อนใจ

จากคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผู้ศึกษาวิจัยสามารถสรุปความหมายได้ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ให้เกิดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเกษตร อีกทั้งยังเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ไม่ว่าจะเป็นฟาร์มเกษตร สวนผักสวนผลไม้สวนดอกไม้ โดยสถานที่แห่งนั้น มีความสวยงามของทัศนียภาพ และนักท่องเที่ยวเองก็ได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับการเกษตรที่ผ่านทางกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นิออน ศรีสมยง (๒๕๕๒)^{๕๒} ได้อธิบายองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีส่วนที่สำคัญ ๓ ส่วนคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตร ตลาดการท่องเที่ยว และบริการการท่องเที่ยว กล่าวคือ

(๑) ทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตรคือ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตผลิตผลทางการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติเช่น แสงแดด ดิน น้ำ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ เป็นต้น หรือการจัดการโดยมนุษย์ เช่น เครื่องมือทางการเกษตรต่าง ๆ เทคโนโลยีการเกษตร เป็นต้น

(๒) ตลาดการท่องเที่ยว เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (niche market) จึงทำให้การจัดการด้านการตลาดมีลักษณะที่เจาะจงเฉพาะกลุ่ม โดยต้องเป็น

^{๕๑} Pareesh V, Joshi and Milind B, Bhujbal, **Agro-Tourism A Specialized Rural Tourism: Innovative Product Of Rural Market**. International Journal of Business and Management Tomorrow, ๒๐๑๒, pp ๑-๑๒.

^{๕๒} นิออน ศรีสมยง, **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในชนบทและทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**, (กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา, ๒๕๕๒).

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจกิจกรรมทางการเกษตร ต้องการที่จะเรียนรู้ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น

(๓) บริการการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การบริการนำเที่ยว จะต้องเกี่ยวกับการเกษตรชนบท ตัวอย่างบริการที่ชัดเจน คือ ที่พักตามบ้าน (Homestay) และที่พักตามสวนเกษตรต่าง ๆ (Farm stay)

ลักษณะกิจกรรมการเกษตร

রাপে **গ্যাসুরিষ**^{๕๓} ได้ให้ความหมายของลักษณะกิจกรรมการเกษตร สามารถแบ่งกิจกรรมได้ ดังนี้

(๑) การทำนา (Rice Cultivation) การทำนาปีการทำนาปรัง นาหว่าน นาขึ้นบันได พิพิธภัณฑชาวลาว ความรู้เรื่องข้าวสายพันธุ์ต่าง ๆ ประเพณีพิธีกรรมเกี่ยว กับข้าววัฒนธรรมการกินข้าวไทย เป็นต้น

(๒) การทำสวนไม้ตัดดอก (Cutting Flowers) การทำสวนดอกไม้เพื่อตัดดอก ขายทุกชนิด เช่น สวนกุหลาบ ฟาร์มกล้วยไม้สวนดอกไม้ประดับนานาชนิด ไม้กระถางทุกประเภท รวมถึงไร่นาตะวันออก

(๓) การทำสวนผลไม้ (Orchard) การทำสวนผลไม้ทุกประเภท รวมทั้งการทำวนเกษตร การทำเกษตรแผนใหม่ การทำสวนผสม รวมถึงการทำยางพารา สวนไข่ สวนปาล์มน้ำมัน

(๔) การทำสวนครัวสวนผัก (Vegetables) การปลูกพืชผักสวนครัวทุกประเภทรวมถึงการทำไร่สวนผัก ไร่ถั่ว ไร่ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ไร่พริกไทย เป็นต้น

(๕) การทำสวนสมุนไพร (Herbs) การปลูกพืชสมุนไพรนานาชนิด เพื่อใช้เป็นอาหารเสริม พืชผักสวนครัวข้างบ้าน เพื่อใช้เป็นเครื่องต้ม เพื่อใช้เป็นเครื่องสำอาง และเพื่อใช้ในการแพทย์แผนไทย

(๖) การทำฟาร์มปศุสัตว์ (Animal Farming) การเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์ เศรษฐกิจนานาชนิด อาทิการเลี้ยงไหม การทำฟาร์มปลา การเลี้ยงหอยแมลงภู่ หอยแครง หอยนางรม หอยตะไกร ฟาร์มจระเข้ บางแห่งเพาะขยายพันธุ์สัตว์ป่าหายาก เช่น ฟาร์มนกยูง ฟาร์มไก่ฟ้า ฟาร์มกวาง รวมถึงสวนงูของสภากาชาดไทย

(๗) งานเทศกาลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (Festival) การจัดงานเพื่อส่งเสริมการขาย ผลผลิตทางการเกษตร เมื่อถึงฤดูที่พืชผลเหล่านั้นออกซุก อาทิ มหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานเทศกาลลั่นจี่ เทศกาลลำไย เทศกาลกินปลา เป็นต้น

^{๕๓} **রাপে** **গ্যাসুরিষ**, **ลักษณะกิจกรรมการเกษตร**, (กรุงเทพมหานคร : กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๔).

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถแบ่งได้ ดังนี้

(๑) แบ่งตามลักษณะกิจกรรมการเกษตรหลัก สามารถแบ่งได้ ๕ ประเภท คือ การเพาะปลูกการเลี้ยงสัตว์การประมง การเกษตรและป่าไม้ และการเกษตรแบบผสมผสาน

(๒) แบ่งตามลักษณะเจ้าของกิจการและการบริหารจัดการ สามารถแบ่งได้ ๗ ประเภท คือ โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ บริหารจัดการโดยภาครัฐ (หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน บริษัทเอกชน วิสาหกิจชุมชน และบุคคลทั่วไป

(๓) แบ่งตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดตามขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวแบ่งได้ ๓ ประเภท คือแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ (๕๑ ไร่ขึ้นไป) ขนาดกลาง (๒๑-๕๐ไร่) ขนาดเล็ก (ไม่เกิน ๒๐ ไร่)

จากนิยามในข้างต้นผู้ศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือการท่องเที่ยวเพื่อไปเรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกร วัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการประกอบกิจกรรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เช่น การทำนา ปลูกผัก แปรรูปผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังสามารถแบ่งการจัดประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามการกำหนดขนาดพื้นที่ ได้แก่ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

(๑) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ทำให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่ม สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มี ๖ ประการคือ

๑. ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติเช่น ป่าไม้ภูเขาแม่น้ำ ลำคลอง ทะเล น้ำตก หน้าผา บ่อน้ำพุร้อน เกาะแก่งอุทยาน ทะเลสาบ ถ้ำ ถ้ำน้ำ ชายหาด แหลม เป็นต้น

๒. ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศบริสุทธิ์สดชื่น อากาศเย็นสบายปลอดโปร่งหรือไม่หนาวจัดหรือร้อนจัดจนเกินไป เป็นต้น

๓. คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น มีสิ่งที่น่าสนใจด้านประวัติศาสตร์หรือมรดก ทางประวัติศาสตร์โบราณคดีอนุสาวรีย์พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สถาบันบันทางการเมือง วัด หรือศาสนสถาน คูเมือง กำแพงเมือง อนุสรณ์สถาน ชุมชนโบราณ เป็นต้น

๔. วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีศิลปกรรมงานเทศกาลหรืองานประเพณีการเล่นพื้นเมืองหรือพื้นบ้าน พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้าน การประกอบอาชีพ ศูนย์วัฒนธรรม การทำนา ทำไร่ เป็นต้น

๕. สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสนุก สวนสัตว์ โรงละคร ชีวิตยามราตรี โรงแรมหรู สนามกีฬา สถานเริงรมย์ การแสดงต่างๆ ศูนย์การค้า สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส โบว์ลิ่ง สวนพฤกษศาสตร์ สวนหย่อม ศูนย์สุขภาพพอนามัยสวนสาธารณะ เป็นต้น

๖. กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเช่น การเดินป่า การขี่ช้าง การดูนก การปีนเขา การเที่ยวถ้ำ การเที่ยวน้ำตก การล่องแพ การพายเรือ การขี่จักรยาน การชมสวนดอกไม้ สวนผลไม้ การชมพื้นที่ปลูกพืชไร่ เป็นต้น

(๒) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเขาไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้โดยมีเส้นทางหรือเครือข่ายการคมนาคมที่สามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาใน ๖ ด้าน ด้วยกัน

๑. ประเภทของการคมนาคมขนส่งที่จะให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยพิจารณาว่าการใช้การขนส่งประเภทใดเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น จึงจะเหมาะสม หรือจะใช้การขนส่งหลายประเภทร่วมกันไป เช่น การขนส่งทางรถยนต์การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือ การขนส่งทางเครื่องบิน เป็นต้น

๒. เส้นทางของการขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงสภาพการเดินทาง ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความปลอดภัย และความมีมาตรฐานที่ดีในระดับสากลของเส้นทางที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

๓. การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงจำนวนที่เพียงพอ คุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความสะดวกสบาย รวดเร็วและความปลอดภัยของรถสาธารณะ และรถนำเที่ยวที่จะให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว

๔. แบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยพิจารณาถึงยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักแรมเป็นหมู่คณะทั้งกลุ่มเล็ก และกลุ่มใหญ่ทั้งการเดินทางของนักท่องเที่ยวแบบส่วนตัวและครอบครัว

๕. บริเวณที่อำนวยความสะดวกให้แก่ยานพาหนะ เช่น สถานีขนส่ง ที่จอดรถ ที่ล้างรถ ที่ซ่อมแซมบำรุงรถ เป็นต้น

๖. ปัญหาการจราจรที่อาจขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงปัญหาการจราจร ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่นปัญหาอากาศเป็นพิษ เป็นต้น

(๓) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างประทับใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวอยากจะท่องเที่ยววันขึ้น หรือกลับมาเที่ยวซ้ำ ในโอกาสหน้า ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวมี ๔ ด้าน คือ

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยที่
จำหน่ายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่
พักนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาหรือซุ้มนั่งคอย ร้านค้า ร้านอาหาร บ้านพักพนักงาน เป็นต้น

๒. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ซุ้มเข้า ป้าย
เครื่องหมายลานกิจกรรม สวนหย่อม กระถางและที่ปลูกต้นไม้ ม้านั่ง โต๊ะ แก้วใส่น้ำเย็น ระบบน้ำใช้
ระบบกำจัดของเสีย และน้ำเสีย ระบบกำจัดขยะมูลฝอย รั้ว กำแพง สะพาน ขั้วบันได เป็นต้น

๓. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย
ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยวความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยวความ
ปลอดภัยจากพืชและสัตว์ในแหล่งท่องเที่ยวความปลอดภัยจากการหลงทางภายในแหล่งท่องเที่ยว
และความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

๔. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยป้ายต้อนรับ
นักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงจุดที่
นำชมของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายชี้ทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเตือนอันตราย
นักท่องเที่ยว ป้ายประกาศอื่น ๆ ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวทราบ เป็นต้น

สมบัติ กาญจนกิจ (๒๕๔๔)^{๕๔} กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการ
ทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลักสามด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism
Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market of
Tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อยที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของ
แต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่องค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง

หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา^{๕๕} ได้อธิบายหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มี ๓ มิติ
ดังต่อไปนี้ คือ

^{๕๔} สมบัติ กาญจนกิจ, *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*, (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลง
กรณ มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๔), หน้า ๕.

^{๕๕} บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*, (กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์ ดีไซน์,
๒๕๔๘), หน้า ๓๕.

๑. มิติต่างการสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมีแนวคิดที่จะให้ความรู้ ความเข้าใจและสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายในการปกป้องรักษา ทรัพยากรท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก เพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามและคุณค่าทรัพยากร การท่องเที่ยวซึ่งวิธีการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ

๒. มิติต่างการสร้างควมพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ในการพัฒนาการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนต้องมีแนวคิดให้นักท่องเที่ยวปรารถนาหรือสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม

๓. มิติต่างการสร้างควมมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมีแนวคิดในการมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนท้องถิ่น ด้วยการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนและช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

การเสริมสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดและชุมชนในลำนนา มีวัตถุประสงค์ คือ

๑) เพื่อศึกษานโยบายและการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของภาครัฐและองค์กรท้องถิ่นในลำนนา

๒) เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดและชุมชนในลำนนา

๓) เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดและชุมชนในลำนนา

๔) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดและชุมชนในลำนนา

ลักษณะการวิจัยเป็นการวิจัยในแบบผสม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพคือ การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) และการจัดสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) การวิจัยเชิงปริมาณใช้การตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ได้ฝึกปฏิบัติตามหลักการทางพระพุทธศาสนาซึ่งเป็นผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในวัดดังกล่าว เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน ๓๐๐ คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน ๑๐๐ คน รวมจำนวน ๔๐๐ คน โดยกำหนดจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนแต่ละวัด องค์กรในพื้นที่ ๕ จังหวัด ประกอบด้วยจังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแพร่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดพะเยา ผลการวิจัยพบว่า

๑) นโยบายและการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของภาครัฐและองค์กรท้องถิ่นในลำนนาพบว่า ภาครัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของประเทศโดยได้กำหนดกรอบการทำงานอยู่ ๓ เรื่อง ที่สำคัญของประเทศ คือ เป็นไปตามกลไกของนโยบายการพัฒนาสามพลังของประชาธิรัฐซึ่งรัฐบาลได้น้อมนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาโดยเน้นภาคเศรษฐกิจ อาชีพ รายได้ความร่วมมือและชุมชนเข้มแข็ง

๒) การพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของวัดและชุมชนในล้านนา พบว่า การพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของวัดและชุมชนในล้านนาเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจ สืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ วิถีชีวิตชุมชนดีขึ้น และเป็นการตอบสนองความต้องการชุมชนในการฟื้นฟูความรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนและการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๓) เสริมสร้างเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดและชุมชนในล้านนา พบว่าแนวทางการเสริมสร้างเครือข่ายการจัดการวัดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น แบ่งเป็นเครือข่ายภายในชุมชน โดยใช้แนวทางของคำว่า “บวร” หมายถึง ความร่วมมือ ระหว่าง บ้าน วัด โรงเรียน

๔) ความสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดและชุมชนในล้านนา พบว่ามีความสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวในรูปแบบของการมีส่วนร่วมของชุมชน เครือข่ายการท่องเที่ยวในการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งวัด ชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐและเอกชน ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดและชุมชน^{๕๖}

ความสำคัญที่กล่าวมาส่งผลให้มีการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยมี เป้าหมายเพื่อสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศเป็นหลัก ทำให้เกิดการเร่งรัดพัฒนาการท่องเที่ยว โดยแรงผลักดันจากทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อผลประโยชน์ตรงกัน คือ รายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวที่แม้จะเติบโตขึ้นทุกปี แต่เป็นการเติบโตบนฐานความเสื่อมโทรมทางสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยว และการกระจายรายได้ไม่เป็นธรรมต่อคนในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาต้องถูกทบทวน เกิดการปรับตัวจัดสมดุลใหม่ เห็นได้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มีการปรับตัว เรือนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศ เช่น จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย โดยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (Thailand Development Research Institute : TDRI) และทำให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) จัดทำ นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) แห่งชาติขึ้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าวรัฐบาลไทย จึงพยายามส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว เห็นได้ อย่างเด่นชัดเริ่มจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ ๘ เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชนและการที่ รัฐบาล ออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จนถึงแผนพัฒนา

^{๕๖} ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๗).

เศรษฐกิจ และสังคมฉบับที่ ๑๐ ยังคงเน้นการส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่น ให้มีส่วนร่วมใน การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยว ในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่อยู่ ภายใต้กรอบของการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เป็นการท่องเที่ยวที่มี วัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวพื้นเมืองที่มีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ ประจำถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว ในแหล่งวัฒนธรรมจะอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ ด้านวัฒนธรรมจากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็มีความเพลิดเพลินรวมอยู่ภายใต้กรอบของการมี จิตสำนึกในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถดึงดูดให้กลุ่มคนต่างถิ่น เดินทางมาเยือนเพื่อสัมผัสและชื่นชมกับสิ่งที่ไม่เคยมีในท้องถิ่นของตน จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมของคน ท้องถิ่นกับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์และเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน การท่องเที่ยวได้ใช้วัฒนธรรมของ ท้องถิ่นเป็น ทรัพยากรในการดำเนินกิจการ ในขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ ประโยชน์ จากการท่องเที่ยวในด้านการสร้างรายได้ การจ้างงาน นำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจ และ สังคม ซึ่งวัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม กลุ่มชาติพันธุ์ใด ชาติพันธุ์หนึ่ง ที่ ประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ วัฒนธรรม กฎหมาย ประเพณี พิธีกรรม วิทยาการและทุกสิ่งทุก อย่างที่คิดขึ้นทำขึ้นในสังคมนั้น ๆ วัฒนธรรมที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวนั้นเป็นวัฒนธรรมที่ เป็นวัตถุหรือมีลักษณะเป็นรูปธรรมที่จะนำมาพัฒนาให้เป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยว นั้น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว โบราณวัตถุสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน งานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ และ การละเล่นพื้นบ้าน เทศกาลงานประเพณี งานศิลปหัตถกรรมสินค้าท้องถิ่น ตลอดจนวิถี ชีวิตความเป็นอยู่ และอัตลักษณ์ของคนไทย^{๕๗}

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น กระทรวงวัฒนธรรมได้ให้ความหมายของการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า หมายถึง การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญ ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทาง ประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ประเทศไทยมีความสามารถในการพัฒนาศักยภาพด้านการ ท่องเที่ยวในภาพรวมอย่างต่อเนื่อง โดยศักยภาพทางการตลาดถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อ การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ซึ่งศักยภาพทางการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย

^{๕๗} สามพร มณีไมตรีจิต, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๙), หน้า ๑๔.

ด้าน สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ในการพิจารณาเลือกแหล่งท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเลือกศึกษาจากงานประเพณีของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีชื่อเสียงและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ได้แก่ งานแห่เทียนเข้าพรรษา อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และงานประเพณีบุญหลวงและการละเล่นผีตาโขน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลศักยภาพการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน และเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมในการท่องเที่ยวและความต้องการจากนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานประเพณีดังกล่าว ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถเป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมให้มีความสอดคล้อง กับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดที่มีอยู่ รวมทั้งเป็นแนวทางให้แก่หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในการกำหนดเป็นนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนต่อไป

๒.๗ ประวัติและความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

จุดเริ่มต้นของธุรกิจกาแฟดอยช้าง ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านดอยช้าง เป็นพื้นที่บนภูเขาสูง ตั้งอยู่ที่ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สูงกว่าระดับน้ำทะเล แต่เดิมอาชีพหลักของประชากรบนดอยช้างก่อนจะก้าวเข้าสู่กระบวนการปลูกและผลิตกาแฟ ชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ทางภาคเหนือของไทย รวมถึงที่ดอยช้างเคยปลูกฝิ่น ซึ่งถือเป็นพืชเศรษฐกิจในช่วงนั้น การปลูกฝิ่นทำให้เกิดการแผ้วถางป่าอย่างมหาศาลรวมทั้งทำลายต้นน้ำอันสมบูรณ์ของประเทศ ในปี พ.ศ.๒๕๒๖ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไทยภูเขา โดยทรงริเริ่มโครงการตามพระราชดำริด้วยการพระราชทานพันธุ์พืชที่ทรงคิดว่าจะเป็นพืชเศรษฐกิจมาทดแทนและลดการปลูกฝิ่น พร้อมทั้งลดการแผ้วถางป่า

จากพระราชดำริของพระองค์ท่าน ทางรัฐบาลไทยและองค์การสหประชาชาติได้ให้ความช่วยเหลือ อย่างเต็มความสามารถ ชาวบ้านดอยช้างได้รับแจกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าชั้นดี เพื่อนำมาปลูก และได้รับการ สนับสนุนทางด้านเทคนิคต่าง ๆ อย่างดีมาโดยตลอด ๒๐ กว่าปีที่ผ่านมา เกษตรกรชาวดอยช้างปลูกกาแฟแต่ขายได้ราคาต่ำ เนื่องจากต้องขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งจะคอยกดราคา เกษตรกรทำให้ได้ราคาต่ำ เพราะเห็นว่าเกษตรกรไม่สามารถนำไปขายเองได้ ภายหลังเมื่อทุกคนรวมตัวกันสร้างบริษัทกาแฟขึ้นมา กลับพบว่าสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดและขายได้ราคาดี ทุกคนจึงช่วยกันพัฒนาคุณภาพของกาแฟให้ดีขึ้น อีกทั้งส่งไปทดสอบ คุณภาพกาแฟในต่างประเทศ เพื่อที่จะได้นำมาพัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้นตามความต้องการของตลาดต่อไป ทุกคนจึง มีความภาคภูมิใจ

ที่ได้ผลิตกาแฟไทย ที่มีคุณภาพยอดเยี่ยมระดับโลก ส่งไปจำหน่ายทั่วโลก ปัจจุบันเราส่งออก กาแฟดอยช้างไปหลายประเทศทั่วโลก นอกจากนี้เรายังได้จดทะเบียนการลงทุนร่วมกับ นักธุรกิจจาก ประเทศ แคนาดา ซึ่งมีประสบการณ์การทำธุรกิจ ตลอดจนธุรกิจระหว่างประเทศอื่น ๆ และประสบความสำเร็จอย่างสูง^{๕๘}

บ้านดอยช้าง แม่สรวย แหล่งผลิตกาแฟชั้นยอด ของเชียงราย พื้นที่กว่า ๑,๐๐๐ ไร่ ของการปลูกกาแฟบนดอยช้าง ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่ปลูกกาแฟของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าบ้านดอยช้าง ที่มีสมาชิกจำนวน ๖๔ คน ระยะเวลา การก่อตั้งกลุ่มถึงปัจจุบัน ๗ ปี มีแนวทางการผลิตกาแฟแบบอินทรีย์ งดเว้นการใช้สารเคมีทุกชนิด เพื่อให้ได้กาแฟปลอดสารและนำไปสู่การผลิตแบบอินทรีย์ ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษา ป่าบ้านดอยช้างกลุ่มนี้ ได้รับการันตีว่าเป็นกาแฟอินทรีย์ไปเรียบร้อยแล้ว โดยบริษัทที่รับซื้อกาแฟของกลุ่ม ส่งเจ้าหน้าที่ของบริษัทเข้ามาตรวจสอบและรับรองมาตรฐานอินทรีย์ให้ผลผลิตทั้งหมดของกลุ่ม วิสาหกิจอินทรีย์ฯ แห่งนี้ ถูกตีตราแบรนด์ขายทั้งในและต่างประเทศ จึงเป็นเครื่องการันตีได้ว่า กาแฟ จากแหล่งนี้มีคุณภาพที่ดี คุณภาพภูมิ แลเมอญู ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่า บ้านดอยช้าง มีหน้าที่ดูแลสมาชิกกว่า ๒๐๐ ครอบครัว เล่าว่าเกษตรกรที่ปลูกกาแฟเกือบทั้งหมดเป็น ชาวเขาเผ่าอาข่า การประกอบอาชีพ แม้จะทำการเกษตร ก็ปลูกพืชในพื้นที่เดิมไม่เกิน ๑๐ ปี จากนั้นจะย้ายพื้นที่ปลูกไปถางพื้นที่ใหม่ ในลักษณะที่เรียกว่าการทำไร่เลื่อนลอย เมื่อมีหน่วยงาน ภาครัฐเข้ามาส่งเสริมการปลูกพืชแบบยั่งยืน เพื่อลดปัญหาดังกล่าว ก็เริ่มมีเกษตรกรปรับตัวตาม และ ปัจจุบันปัญหาดังกล่าวหมดไป แต่สิ่งที่เกษตรกรชาวเขายังประสบอยู่คือ การทำการตลาด เพื่อส่งเสริม ผลผลิตที่ผลิตได้

การขุดหลุมปลูก ขนาดหลุมกว้าง ๕๐ เซนติเมตร ลึก ๔๐ เซนติเมตร เพราะทั้งรากแก้ว และรากฝอยของกาแฟชอบไชไปได้ไม่เกิน ๕๐ เซนติเมตร จากผิวดิน จากนั้นรากแก้วจะหยุดที่ ๕๐ เซนติเมตร ส่วนรากฝอยจะชอบไชย้อนกลับขึ้นมาหาอาหารบริเวณผิวดิน ดังนั้น เมื่อลงปลูกต้นกาแฟ แล้ว จะต้องพอกโคนต้นให้พูนขึ้น การให้ปุ๋ย ใช้ปุ๋ย ๑ กำมือต่อต้น

ในอดีต การให้ปุ๋ยใช้สารเคมี เมื่อรวมกลุ่มเพื่อการผลิตกาแฟอินทรีย์ เพิ่มมูลค่าให้กับ ผลผลิต จึงจำเป็นต้องซื้อปุ๋ยหมัก และมีต้นทุนปุ๋ยหมักราคากระสอบละ ๓๒๐ บาท น้ำหนักปุ๋ย กระสอบละ ๑๕ กิโลกรัม เฉลี่ยราคาปุ๋ยหมักกิโลกรัมละ ๖.๒๐ บาท หรือในบางปีที่ราคาปุ๋ยหมักขึ้นสูง อาจมีต้นทุนปุ๋ยหมักมากถึงกิโลกรัมละ ๙-๑๐ บาท ที่เดียว ด้วยเหตุนี้ กลุ่มจึงผลิตปุ๋ยหมักเอง โดยนำ เปลือกกาแฟสด (เชอรี่) ที่ต้องปอกออกก่อนนำเข้าเครื่องอบ จากเดิมที่ปอกเปลือกแล้วนำไปทิ้งใน

ปริมาณมาก ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมในเรื่องของกลิ่นเปลือกกาแฟ และทำให้เกิดน้ำเสียที่
 ปลายทาง เมื่อกลุ่มเห็นว่าเปลือกกาแฟสามารถนำมาเป็นวัตถุดิบในการหมักใช้แทนปุ๋ยหมักได้ จึงนำ
 กากน้ำตาล ขี้วัว และสารตั้งต้นสำหรับผลิตปุ๋ยหมักมาผสม ผลิตเป็นปุ๋ยหมัก ใช้เวลาหมักอย่างน้อย ๒
 เดือน และนำมาใช้แทนปุ๋ยหมักที่สั่งซื้อมา ซึ่งทุกปีใช้ปุ๋ยหมักเกือบ ๒๐ ตัน หากผลิตปุ๋ยหมักเองได้
 จะสามารถลดต้นทุนได้เกินกว่าครึ่ง ทั้งยังช่วยกำจัดของเสียที่เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย
 กาแฟ เมื่ออายุ ๑ ปี จะเริ่มออกดอกในฤดูร้อนของทุกปี ระหว่างเดือนเมษายนถึงปลายเดือน
 พฤษภาคม จากนั้นจะเริ่มติดผลเล็ก ๆ และสามารถเก็บเมล็ดกาแฟสดได้ตั้งแต่เดือนตุลาคมเป็นต้นไป
 การใส่ปุ๋ย เริ่มให้ต้นเดือนพฤษภาคม ต้นละ ๑ กำมือ ประมาณ ๑ กิโลกรัม ต่อต้น ไม่ต้องรดน้ำ เพราะ
 การปลูกกาแฟบนที่สูง อาศัยน้ำฝนตามฤดูกาลเท่านั้น จากนั้นใส่ปุ๋ยครั้งที่ ๒ ในช่วงเดือนกันยายน การ
 ใส่ปุ๋ยช่วงนี้ เป็นการช่วยไม่ให้ต้นโทรมและควรตัดแต่งกิ่งไปพร้อมกัน อย่างไรก็ตาม การ
 ตัดแต่งกิ่งไม่จำเป็นต้องตัดแต่งกิ่งทุกปี อาจจะเว้น ๒-๓ ปี ต่อครั้งได้ แต่หากไม่ตัดแต่งกิ่งเลย
 จะทำให้ต้นกาแฟสูงชะลูดขึ้นไปข้างบน การแตกกิ่งมีน้อย ซึ่งมีผลต่อการติดเมล็ดของกาแฟที่ออก
 ตามกิ่ง

การเก็บเมล็ดกาแฟสดจากต้น สีของผลจะต้องจัด หากเป็นสีเหลืองก็ต้องเหลืองจัดจนส้ม
 หรือหากเมล็ดแดงก็ต้องเป็นสีแดงเข้มมาก ในช่วงที่เมล็ดกาแฟสุกจัด สามารถเก็บได้ อาจมีฝน
 ถ้าฝนตกการเก็บเมล็ดกาแฟจะทำได้ยาก เพราะเมื่อเก็บมาแล้วไม่มีเครื่องอบ ทำให้เมล็ดกาแฟขึ้น อาจ
 ทำให้เมล็ดกาแฟเน่า ปัญหานี้เกษตรกรบนดอยาวาวีจึงประสบอยู่ ซึ่งการแก้ปัญหาสามารถทำ
 โดยการนำเมล็ดกาแฟที่เก็บมาได้เข้าเครื่องอบ แต่เครื่องอบมีราคาแพง จึงจำเป็นต้องทำให้เมล็ดกาแฟ
 แห้งโดยการตาก อายุของต้นกาแฟ หากดูแลรักษาดี อาจมีอายุยาวนาน ๓๐-๕๐ ปี โดยไม่จำเป็นต้อง
 รื้อแปลงปลูกใหม่ หากต้นมีอายุมาก จะให้ผลผลิตค่อนข้างดีกว่า โรคและแมลงในกาแฟ พบได้น้อย
 เพราะปัจจุบันมีการพัฒนาสายพันธุ์กาแฟให้ทนทานต่อโรค จึงพบโรคที่ก่อให้เกิดปัญหา ในแปลง
 ค่อนข้างน้อยการเก็บผลผลิตกาแฟต่อต้น โดยทั่วไปเฉลี่ยต้นละ ๑ กิโลกรัม การเก็บ จำเป็นต้องเก็บ
 เมล็ดกาแฟในตอนเช้า เก็บตลอดทั้งวัน แล้วนำมาส่งที่โรงตากกาแฟไม่เกินเวลา ๒๒.๐๐ น. ของวันนั้น
 ๆ และเริ่มสีเมล็ดกาแฟในตอนเช้าของวันรุ่งขึ้น

การรับซื้อเมล็ดกาแฟ ราคาซื้อเมื่อยังเป็นผลสด (เชอรี่) ราคา กิโลกรัมละ ๑๕-๒๐ บาท
 เมื่อนำผลสด (เชอรี่) มาปอกเปลือกตากแห้ง เรียกว่า กะลา ความชื้นไม่น้อยกว่า ๘ เปอร์เซนต์ ขายได้
 ราคา กิโลกรัมละ ๑๒๐ บาท แต่ปริมาณผลสด (เชอรี่) ๕ กิโลกรัม เมื่อกปอกเปลือกตากแห้งแล้วได้กะลา
 ๑ กิโลกรัม เมื่อเปรียบเทียบราคาขายแล้ว ได้กำไร กิโลกรัมละ ๒๐ บาท หากนำกาแฟในรูปแบบ
 ของกะลามาสีเป็นสาร จะขายได้ราคา กิโลกรัมละ ๑๘๐-๒๐๐ บาท หากนำกะลาที่สีเป็นสาร ไปคั่วให้
 ได้เมล็ดกาแฟสด จะขายได้ราคา กิโลกรัมละ ๕๐๐-๑,๐๐๐ บาท แม้ว่าทุกขั้นตอนจะมองดูเหมือน
 สามารถแปรรูป เพื่อให้ได้มูลค่าของกาแฟที่เพิ่มขึ้น แต่ก็ติดในแต่ละขั้นตอนที่เหมือนกัน คือ อุปกรณ์

หรือเครื่องที่จะสี สาร คั่ว เมล็ดกาแฟ ไม่ใช่ทำด้วยมือได้ แต่ต้องใช้เครื่อง ซึ่งมูลค่าเครื่องหลักล้านบาท เกษตรกรทั่วไปไม่มีทุนก็ไม่สามารถทำได้ จึงทำให้เกษตรกรต้องขายเมล็ดกาแฟสด (เชอรี) หรือเมล็ดกาแฟสด (เชอรี) ที่ผ่านการตากแห้งเป็นกะลาแล้วเท่านั้น

ตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าบ้านดอยช้าง มีกาแฟดอยช้าง มารับซื้อเมล็ดกาแฟสด (เชอรี) แล้วนำไปสี ทำกะลา อบ คั่ว ทำแบรนด์ดอยช้างเอง ส่วนอีกบริษัทรับซื้อ ๑๐๐ เปอร์เซนต์ แล้วนำไปทำแบรนด์เอง ขายทั้งในประเทศและต่างประเทศเพราะคุณภาพเมล็ดกาแฟอินทรีย์ที่ผลิตได้ ทำให้มีบริษัทของไต้หวันติดต่อเข้ามาขอซื้อกาแฟคั่ว เดือนละ ๕๐๐ กิโลกรัม แต่ติดปัญหาที่กลุ่มยังไม่มีเครื่องคั่วเมล็ดกาแฟ จึงต้องชะลอการส่งซื้อออกไปอีก ปริมาณผลผลิตแต่ละปี มากถึงปีละไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านกิโลกรัม ก็ขายหมดไม่เหลือ คุณพรศักดิ์ นันตะรัตน์ เกษตรจังหวัดเชียงราย ให้ข้อมูลเพิ่มเติมด้วยว่า เชียงราย เป็นพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับว่า เป็นแหล่งปลูกกาแฟที่ดีที่สุดแหล่งหนึ่งของโลก เพราะตั้งอยู่ในแนวองศาเหนือและองศาใต้ที่โลกให้การยอมรับว่า เป็นพื้นที่ปลูกกาแฟรสชาติดี แต่ปัญหาที่เกษตรกร ผู้ปลูกกาแฟจะพบคือ การทะลักเข้ามาของกาแฟเพื่อนบ้าน ในราคาที่ถูกกว่า ทำให้ลูกค้าหันไปซื้อกาแฟจากประเทศเพื่อนบ้านแทน แม้ว่าจะคุณภาพด้อยกว่าของประเทศไทย แต่ด้วยต้นทุนที่ถูกกว่า และนำมาปนในขั้นตอนของการคั่วเมล็ดกาแฟ ก็ทำให้ผู้บริโภคไม่รู้ ผู้ผลิตกาแฟก็ได้ประโยชน์จากต้นทุนที่ถูกลง^{๕๙}

กระบวนการผลิตกาแฟดอยช้าง

พื้นที่ของดอยช้างตั้งอยู่ที่ความสูงระหว่าง ๑,๐๐๐-๑,๗๐๐ เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง มีความอุดม สมบูรณ์ด้วยทรัพยากรทางดิน และมีอากาศเย็นสบาย จึงเหมาะกับการปลูกกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า โดยกาแฟแบรนด์ดอยช้างนั้น จะเป็นกาแฟอาราบิก้าชนิดพิเศษคุณภาพสูง จากแหล่งผลิตเฉพาะบริเวณดอยช้างแห่งนี้เท่านั้น ซึ่งได้รับการรับรองการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสหภาพยุโรป ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ.๒๕๕๘ ซึ่งมี กระบวนการผลิต ดังนี้

๑) การปลูกกาแฟ สำหรับขั้นตอนการผลิตกาแฟดอยช้างนั้นเริ่มตั้งแต่การปลูกต้นกาแฟบนดอยช้าง ซึ่งกาแฟ ของที่นี่จะเป็นสายพันธุ์อาราบิก้า หากเดินทางขึ้นมาที่หมู่บ้านดอยช้างก็จะเห็นต้นกาแฟอยู่ตามข้างทาง รอบ ๆ บ้านและในป่า โดยวิธีการปลูกต้นกาแฟของที่นี่จะปลูกอยู่ใต้ร่มเงาไม้แซมอยู่กับต้นไม้ที่มีอยู่เดิม และปลูกต้นไม้เพิ่มเติมในทุกปีต้นกาแฟจะให้ผลผลิตปีละครั้ง ช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์

๒) การเก็บเกี่ยว เลือกเก็บเกี่ยวเฉพาะผลกาแฟที่สุกแล้ว ความโดดเด่นของกาแฟดอยช้างอยู่ที่การเป็นกาแฟ ชนิดพิเศษคุณภาพสูง เมล็ดกาแฟมีขนาดใหญ่พิเศษ มีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่

^{๕๙} กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าบ้านดอยช้าง, (ออนไลน์), สืบค้นเมื่อ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๔ จาก www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_๑๑๐๓๑๙.

ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ คือ ตั้งแต่ขั้นตอนการปลูก การเก็บเกี่ยวผลผลิต กระบวนการผลิต ไปจนถึง ขั้นตอนการชงกาแฟ โดยจะเลือกเก็บผลกาแฟที่สุกแล้ว ผลเป็นสีแดงก่ำคล้ายสีของผลเชอร์รี่ วิธีเก็บ จะต้องใช้กำลังคนเลือกเก็บด้วยมือที่ละผล เนื่องจากผลกาแฟไม่ได้สุกพร้อมกันทั้งต้น เมื่อรวบรวมผล กาแฟที่เก็บมาทั้งวันแล้ว ในช่วงเย็นชาวบ้าน จะนำผลกาแฟที่ได้มาขายที่โรงงาน

๓) การล้างและคัดแยกเมล็ดกาแฟ เมื่อผลกาแฟมาถึงโรงงานก็จะถูกเทลงในบ่อน้ำ เพื่อล้างทำความสะอาด และแยกเอาเฉพาะผลสมบูรณ์ที่จมน้ำ ส่วนผลไม่สมบูรณ์ที่ลอยน้ำอยู่ก็จะถูก คัดแยกออกไป จากนั้นก็นำ ผลกาแฟมาเข้าเครื่องกะเทาะเปลือกกาแฟภายใน ๒๔ ชั่วโมงหลังการเก็บ เกียว

๔) การหมัก กาแฟกะลาเปียกที่ได้จะถูกนำมาหมักแห้งเป็นระยะเวลา ๒๔ ชั่วโมง และ นำไปหมักเปียกอีก ๒๔ ชั่วโมง เพื่อช่วยขจัดเมือกเคลือบออกจากกาแฟกะลา จากนั้นจะแช่พักเมล็ดที่ ผ่านการหมักในน้ำสะอาด อีกประมาณ ๒๔ ชั่วโมง เพื่อให้กาแฟมีกลิ่นและรสที่สะอาดขึ้น เสร็จแล้วจึง ขนส่งลงมาถึงด้านล่างเพื่อตาก

๕) การตาก จะตากบนลานตากกาแฟ ตากด้วยแสงอาทิตย์ ใช้เวลาประมาณ ๗-๘ วัน ระหว่างนั้นก็พลิกกลับ กาแฟเป็นครั้งคราว

๖) การเก็บรักษา เมื่อได้ความชื้นในระดับที่ต้องการ ก็จะมีบรรจุกาแฟกะลาในกระสอบแล้ว นำไปเก็บรักษาใน คลังที่มีการควบคุมระดับอุณหภูมิที่เหมาะสม เก็บไว้ประมาณ ๘ เดือน เพื่อเป็นการ บ่มเมล็ดกาแฟให้รสชาติดีขึ้น

๗) การผลิตกาแฟ มาถึงขั้นตอนการผลิตกาแฟสาร จะขนส่งเมล็ดกาแฟจากคลังกลับขึ้นมา บนดอยช้างเพื่อ เข้าสู่โรงงาน โดยจะนำกาแฟกะลามาล้างเครื่องสีส่วนของกะลาแห้ง จากนั้นจะส่งเข้า เครื่องคัดแยกขนาด และคุณภาพของเมล็ดกาแฟ แล้วจึงคัดแยกคุณภาพเมล็ดกาแฟด้วยแรงงานคนอีก ครั้งหนึ่ง

๘) การคั่วกาแฟ กาแฟสารที่ได้เป็นกาแฟที่พร้อมนำมาคั่ว เมื่อถูกนำเข้าเครื่องคั่วกาแฟ คั่วด้วยอุณหภูมิและ ระยะเวลาตามที่กำหนดแล้ว นำออกมาพักให้คลายความร้อนลง จากนั้นก็จะผ่าน การคัดคุณภาพด้วย แรงงานคนอีกครั้ง ก่อนจะนำลงบรรจุถุงพร้อมส่ง^{๖๐}

มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ทรงให้แนวทางสายกลางในการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้นปัญหาและสามารถ ดำรงอยู่ได้ อย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยสรุปออกมาได้เป็น ๓ ห่วง ๒ เงื่อนไข ได้แก่ ห่วง ๓ ห่วง คือ มีความเชื่อมโยงกันของความพอประมาณ การมีเหตุผล และการมีระบบภูมิคุ้มกัน เพื่อป้องกัน

๖๐ การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, การจัดการสิ่งแวดล้อม, คณะบริหารการพัฒนา สิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๖๓.

ผลกระทบอันเกิดจากความผันผวนเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน โดยอยู่ภายใต้ ๒ เงื่อนไข คือ ๑. ความรู้ หมายถึง ความรอบรู้ รอบคอบ และระมัดระวังในการนำความรู้มาใช้และ ๒. คุณธรรม หมายถึง ความซื่อสัตย์ สุจริต ขยันอดทน และแบ่งปัน ทรงมีพระบรมราชวินิจฉัยในปัญหาสาเหตุ และแนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม และมีประสิทธิผลต่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน นำไปสู่การพระราชทานแนวพระราชดำริที่รู้จักกันดีภายใต้ที่ชื่อว่าเศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้

ประการแรก การพัฒนาต้องเอาคนเป็นตัวตั้งยึดหลักประโยชน์สุขของประชาชนและการมีส่วนร่วมตัดสินใจของประชาชน โดยในการดำเนินโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริทุกโครงการ ทรงยึดหลักประชาชนทุกคนต้องได้รับประโยชน์จากโครงการ และคนส่วนใหญ่ ต้องเสียสละดูแลช่วยเหลือคนส่วนน้อย ยึดหลักค้ำค้ำมากกว่าค้ำทุน หรือขาดทุนคือกำไร คือ เน้นการให้และการเสียสละ เพื่อผลแห่งความ อยู่ดีมีสุขของประชาชน และต้องให้ประชาชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการตั้งแต่ตอนก่อนเริ่มต้นโครงการ แล้วจึงให้ข้าราชการที่เกี่ยวข้องดำเนินการร่วมกันต่อไป

ประการที่สอง ยึดหลักภูมิสังคมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคและท้องถิ่นดังจะเห็น ได้ว่า การพัฒนาตามแนวพระราชดำริ จะเน้นกระบวนการศึกษาและวางแผนที่สอดคล้องกับภูมิสังคมหรือลักษณะภูมิประเทศทางภูมิศาสตร์ สภาพธรรมชาติแวดล้อมรอบ ๆ ตัว คน คำนึงถึงการดำเนินวิถีชีวิตของคนในสังคมที่จะเข้าไปพัฒนา ตามลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อและศาสนา ประเพณี ที่ต่างกัน นอกจากนี้ยังทรงให้ความสำคัญกับการใช้หลักวิชาในการศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบและพัฒนาคน โดยสร้างความรู้ ความเข้าใจ ของคนในพื้นที่ต่อหลักการและประโยชน์จากการพัฒนามาก่อนส่งเสริมให้ข้าราชการทุกคนยึดหลัก เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา คือ ต้องมีความรู้ ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคมของคนในพื้นที่นั้น ๆ ว่ามีปัญหาเช่นไรและมีความต้องการอะไร ทั้งนี้ก็เพื่อให้การวางแผนและดำเนินโครงการ อันเนื่องมาจากพระราชดำริช่วยแก้ปัญหาและตรงกับความต้องการของคนในพื้นที่มากที่สุด

ประการที่สาม การพัฒนาต้องเริ่มต้นจากการพึ่งตนเองให้ได้ก่อน รู้จักประมาณตน รู้ศักยภาพของตนและดำเนินการด้วยความ รอบคอบ ระมัดระวัง และทำตามลำดับขั้น สร้างพื้นฐานความเป็นอยู่ของประชาชนและครอบครัวให้พอมี พอกิน พอใช้ก่อน โดยวิธีการที่ ประหยัดและถูกต้องตามหลักวิชาการ เมื่อพัฒนาตนเองให้เข้มแข็งและเป็นอิสระแล้ว จึงค่อยพัฒนาขึ้นมาเป็นการแลกเปลี่ยน การรวมกลุ่ม พึ่งพากันและร่วมกันพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้แล้ว จึงขยายเครือข่ายเชื่อมสู่สังคมภายนอก ดังที่ทรงใช้คำว่า “ระเบิดจากข้างใน” จากหลักการทรงงานข้างต้นจะเห็นว่าพระองค์ทรงให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน โดยทรงให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึก ในศีลธรรมแก่ประชาชน ให้รู้จักประมาณตน ไม่โลภ เสียสละมีคุณธรรมและความเพียรและซื่อสัตย์สุจริตอยู่เสมอ ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าการพัฒนาคนตามแนวพระราชดำรินั้น จึงเป็นการ

เสริมสร้างศักยภาพของคนในทุกมิติ ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจที่สำคัญในคุณธรรม มีความเพียรและจริยธรรมในการดำเนินชีวิต อันจะเป็นการขยายโอกาสและทางเลือกให้แก่ประชาชนในการดำเนินวิถีชีวิตได้อย่างมั่นคง

๒.๘ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

กลยุทธ์การตลาดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับวิสาหกิจกาแพดอยช้าง จังหวัดเชียงราย มุ่งเน้นให้เข้าถึงความพอเพียงเป็นหลักใหญ่ โดยไม่เน้นที่ยอดขายหรือส่วนแบ่งตลาด การวางแผนกลยุทธ์การตลาดตามแนวทางนี้ได้จะต้อง อาศัยความเข้าใจและรายละเอียดในเรื่องการสร้าง ความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องของแนวคิดการจัดการการตลาดตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การจัดสรรทรัพยากรของธุรกิจความสำคัญของการตลาดแบบเศรษฐกิจพอเพียง การวางแผนการตลาดของธุรกิจแต่ละธุรกิจ และการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ประเด็นกลยุทธ์ กลยุทธ์ มาตรการ และตัวชี้วัด ดังนี้

๑. วิสัยทัศน์ หมายถึง ภาพในอนาคตของการตลาดวิสาหกิจกาแพดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับเป้าหมายขององค์การกำหนดและนำไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน

๒. พันธกิจ หมายถึง กรอบหรือขอบเขตของการดำเนินงานการตลาดวิสาหกิจกาแพดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

๓. เป้าประสงค์ หมายถึง เป้าหมายของวิสาหกิจกาแพดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในอนาคต เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจที่กำหนดไว้

องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนมี ๗ ประการ คือ

๑. ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการเองอาจมีคนนอกมีส่วนร่วมมือให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่หุ้นส่วนใหญ่ที่มีอำนาจตัดสินใจ

๒. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชนเน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด ซึ่งอาจนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้

๓. ริเริ่มสร้างสรรค์โดยชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนเองผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม ทำให้มีความเชื่อมั่นใน ตนเองสามารถริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยไม่เลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากล

๔. ดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงหลาย ๆ กิจกรรม ประสานพลังและเกื้อกูลกัน

๖. การเรียนรู้เป็นหัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

๗. การพึ่งตนเองเป็นเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน

ทั้งนี้ การประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เน้นเพื่อกำไรสูงสุด แต่จะเน้นที่การลดค่าใช้จ่าย การสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกและคนในชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนนั้นเป็นเรื่องเก่าแต่นำมาคิดใหม่ มีการทำอย่างมีแบบแผน มีระบบ มีขั้นตอน เริ่มต้นจากการเรียนรู้ การคิดก่อน แล้วค่อยลงมือทำวิสาหกิจชุมชนเน้นความร่วมมือในการทำกิจกรรมเพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ แตกต่างจากอุตสาหกรรมชุมชนและธุรกิจชุมชนซึ่งเน้นที่กระบวนการผลิต การแปรรูป การบริหารจัดการที่มุ่งสู่ตลาดใหญ่ วิสาหกิจชุมชนเป็นระบบที่มีความหลากหลายของกิจกรรม เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน เป็นการประกอบการบนพื้นฐานของการใช้ ความรู้ภูมิปัญญา วัฒนธรรมและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดย มุ่งประโยชน์ทางสังคมแก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด และมุ่งต่อการรักษาระบบนิเวศน์ของสังคมโดยรวม ถ้าเปรียบกับอุตสาหกรรม ชุมชนและธุรกิจชุมชนกับการทำการเกษตรคล้ายกับการปลูกพืชเชิงเดี่ยว ขณะที่วิสาหกิจชุมชนจะคล้ายกับการปลูกพืชผสมผสาน นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนจะเน้นในเรื่องของวิถีคิดและกระบวนการเรียนรู้มากที่สุด ปัญหาที่ผ่านมาของชุมชนนั้นเป็นปัญหาวิธี คิดมากกว่าวิธีทำ ชุมชนสามารถผลิตได้มากมาย แต่ขายไม่ออก ขาดทุน หาดตลาดไม่ได้ เพราะเริ่มต้นจากวิธีทำจากสูตรสำเร็จ จากการเลียนแบบ การทำวิสาหกิจชุมชนนั้น จึงควรเริ่มต้นจัดทำเพื่อให้พอกินพอใช้ก่อนแล้วค่อยพัฒนาไปสู่การจัดการเชิงธุรกิจ เมื่อพอเพียงและพึ่งตนเอง ได้ก็สามารถผลิตให้เหลือเพื่อตลาดได้ และการคิดจะนผลผลิตออกสู่ตลาดนั้นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่มาจากการรู้จักใช้ ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพหรือทรัพยากรในท้องถิ่นบวกกับความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสม โดยควรเริ่มจากเล็กไปหาใหญ่เพื่อที่จะสร้างรากฐานเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งก่อน ทำกินทำใช้ก่อนทำทดแทนสิ่งที่จะต้องซื้อให้ได้มากที่สุด หากต้องการที่จะนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ก็ควรเรียนรู้การจัดการและกลไกทางการตลาดให้ดี ไม่หวังพึ่งพาตลาดเป็นหลัก แต่ควรพึ่งตนเองและพึ่งพากันเองให้ได้มากที่สุด

ในการทำกาแปดอยช้างนั้น เป็นการอาศัยแรงงานและจิตอาสาจากชาวบ้านบนดอย ทุกคนไม่มีเงินเดือน ต่างมาช่วยกันทำงานด้วยใจ ภายใต้แนวคิดหลักคือการอยู่ร่วมกันและการรู้จักเผื่อแผ่บริษัชนั้น ไม่ได้เป็นของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เกษตรกรทั้งหมดบนดอยเป็นเจ้าของร่วมกัน ตั้งแต่การปลูกไปจนถึงการตลาด ผลกำไรที่ได้มาในอนาคตนั้น นำมาเพื่อเอามาพัฒนาชุมชน ทั้งนี้จำเป็นต้องอาศัยความวิริยะอุตสาหะ และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของเกษตรกรในชุมชนจึงจะประสบผลสำเร็จได้

เป้าหมายในการทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตนั้น คือการมุ่งสร้างคนในชุมชนเป็นลำดับแรก และการพัฒนาธุรกิจชุมชนเป็นสิ่งที่รองลงมานั้นคือการสร้างคนเพื่อมาพัฒนาธุรกิจ และ

พัฒนาชุมชน ให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง ที่สามารถพึ่งตนเองและช่วยเหลือตนเองได้ ในปัจจุบันนี้ ดอยช้างยังได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่คือ กาแฟขี้ชะมด ซึ่งเป็นกาแฟที่ถ่ายออกมาจากตัวชะมด เป็นกาแฟเกรดเอ และกำลังได้รับความนิยมไปทั่วโลก จำหน่ายในราคา กิโลกรัมละหลายหมื่นบาทเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่หาได้ยากมาก ซึ่งมีการเปิดให้ชิม เพื่อนำรายได้ให้แก่ชาวเขาบนดอย

นอกจากนั้นยังเป็นการปลูกจิตสำนึกให้กับชาวเขาบนดอยให้มีการอนุรักษ์ผืนป่า และมีการจัดการ ทรัพยากรผืนป่าได้อย่างยั่งยืน เพื่อที่จะปกป้องคุ้มครองรักษาป่าและสัตว์ป่าให้คงอยู่ต่อไป สำหรับผลกำไรที่ได้มาจากการปลูกกาแฟนั้น คนในชุมชนได้นำมาเพื่อปรับปรุง และพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง โรงเรียนหรือการสร้างโรงพยาบาล ดังนั้น เมื่อชุมชนมีการพัฒนาที่ดีขึ้น จึงส่งผลให้คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนดีขึ้นตามไปด้วย จึงอาจพูดได้ว่าการปลูกกาแฟนั้น ช่วยให้ประชาชนบนดอยช้างมีความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ควรน้อมนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินธุรกิจคือ

๑. หลักความพอประมาณทางธุรกิจในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง ความเหมาะสมของการดำเนินงาน ทั้งในแง่ของขนาดที่ไม่เล็กเกินไปหรือไม่ใหญ่จนเกินไป แต่เป็นไปตามอัตรา และสภาพแวดล้อม และในแง่ของจังหวะเวลาที่ไม่เร็วเกินไปหรือไม่ช้าจนเกินไป

๒. หลักความมีเหตุผลที่หมายถึง การพิจารณาที่จะดำเนินงาน ด้วยความถี่ถ้วนรอบคอบ ไม่ย่อท้อ ไร้อคติ คำนึงถึงเหตุและปัจจัยแวดล้อมทั้งหมด

๓. การมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี เป็นคุณลักษณะที่สามในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือการจัดองค์ประกอบของการดำเนินงานให้มีสภาพพร้อมรองรับต่อผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในได้เป็นอย่างดี

๔. นำเอาความรู้มาใช้ให้เป็นประโยชน์แท้จริงได้นั้น จำต้องมีคุณธรรมเป็นเครื่องกลั่นกรอง อันประกอบด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต สำหรับรองรับสนับสนุนวิชาความรู้ เพื่อนำพาไปสู่เป้าหมายได้อย่างถูกต้องเที่ยงตรง ความอดทน มี ความเพียร และสามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายสามประการด้วยกัน คือ ความสมดุล การพร้อมรับ ต่อการเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กระบวนการปฏิบัติงานของวิสาหกิจชุมชนดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการดำเนินงานภายใต้ แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย

๑. ด้านการตลาด หมายถึง การวางแผนการตลาด ความต่อเนื่องของตลาด การกำหนดลูกค้า วิธีการหาลูกค้า การกำหนดผลิตภัณฑ์ กำหนดราคา การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

๒. ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการวางแผนการจัดการ การกำหนดเป้าหมาย การดำเนินงาน การแบ่งงานและหน้าที่ ความรับผิดชอบ การควบคุมและติดตามการทำงาน การทบทวนและปรับปรุงแผนงาน

๓. ด้านการผลิต หมายถึง กระบวนการวางแผนด้านการผลิต การจัดการวัตถุดิบ การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสินค้า จำนวน ผู้ปฏิบัติงานด้านการผลิต เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต การทวนและปรับปรุงการผลิต วิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์

๔. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์

๕. ด้านการเงิน หมายถึง การจัดสรรเงินทุนหมุนเวียน แหล่งที่มาของเงินทุนหมุนเวียน การระดมทุน สัดส่วนของเงินทุนและรายได้ การจัดสรรกำไร การจัดทำบัญชี การกู้ยืมเงิน การบริหารหนี้สิน

๖. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง จำนวนสมาชิก หรือลูกจ้าง การรับสมัครสมาชิก การกำหนดคุณสมบัติของสมาชิก/ ลูกจ้าง การกำหนดอัตราค่าตอบแทน การจ่ายค่าตอบแทน การอบรมพัฒนาสมาชิกการให้สวัสดิการสมาชิกการบริหารความขัดแย้ง การจูงใจสมาชิก

๗. การดำเนินงานภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง กิจกรรมการลดรายจ่าย กิจกรรมการเพิ่มรายได้ กิจกรรมด้านการประหยัด กิจกรรมด้านการเรียนรู้ กิจกรรมด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมด้านจิตใจ และกิจกรรมด้านเทคโนโลยี

๒.๙ การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเกษตรเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก มีความได้เปรียบของที่ตั้ง ทางภูมิศาสตร์ที่สามารถติดต่อเชื่อมโยงกับภูมิภาคต่าง ๆ โดยเฉพาะประชาคมอาเซียน ส่งผลให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาไปสู่ความเป็นศูนย์กลางทางการค้า การลงทุน และการคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านและนานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการใช้ข้อได้เปรียบที่มีร่วมกับการส่งเสริมและดำเนินการตามกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรที่ดีเหมาะสมทั้งพื้นที่การผลิต และการแปรรูปอุตสาหกรรมเกษตร จะส่งผลให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความ มั่นคงด้านอาหาร และมีรายได้เพิ่มขึ้น ประกอบกับเกษตรกรในพื้นที่สามารถสร้างรายได้จาก การท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งผลิต จึงเป็นการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมเกษตรสู่อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างทางเลือกใหม่แก่เกษตรกรและความมั่นคงของอุตสาหกรรมเกษตร ในอนาคตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นหนึ่งแนวคิดที่รัฐบาลให้การสนับสนุนและ

ส่งเสริมมาโดยตลอด ถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่นำรายได้มาสู่ประเทศและสร้างเสถียรภาพให้กับระบบเศรษฐกิจในภาพรวมได้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการบูรณาการความรู้ด้านการท่องเที่ยวกับการเกษตรเข้าด้วยกัน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่ได้รับการผลักดันให้เกิดขึ้นเพื่อยกระดับภาคอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกรในระยะยาว^{๖๑}

จากสภาพภูมิประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์จังหวัดเชียงรายยังเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญนั้นคือกาแฟพันธุ์อาราบิก้า เพราะสามารถเติบโตและให้ผลผลิตได้ดีในพื้นที่สูงที่มีอากาศหนาวเย็น เกือบตลอดทั้งปี ปัจจุบันเชียงรายมีพื้นที่ปลูกกาแฟทั้งหมด ๓๙,๓๙๑ ไร่ ใน ๘ อำเภอ สร้างผลผลิตประมาณ ๓,๕๐๐ ตัน ต่อปี ซึ่งนอกจากจะสร้างรายได้จากการเพาะปลูกแล้ว ในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ถึงมีนาคมของทุกปีดอกกาแฟจะบานสะพรั่งและกลายเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่ดึงดูด นักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

แหล่งปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าที่สำคัญอยู่ที่หมู่บ้านดอยช้าง ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย มีเนื้อที่ปลูกกาแฟประมาณ ๓๐,๐๐๐ ไร่คิดเป็น ร้อยละ ๗๐ ของเนื้อที่ปลูกกาแฟทั้งหมดของจังหวัดเชียงราย จึงเป็นที่มาของชื่อกาแฟดอยช้าง ที่มีจุดเด่นอยู่ที่การเป็นสินค้าที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือ Geographical Indication (GI) โดยมีบริษัท ดอยช้างคอฟฟี่ ออร์จินอล จำกัด เป็นผู้บุกเบิกการปลูก กาแฟอาราบิก้า และได้สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย จนทำให้ตราสินค้า “กาแฟดอยช้าง” ได้รับมาตรฐานกาแฟพิเศษจากสมาคมกาแฟพิเศษยุโรป ลำดับที่ ๓๕๗ (Speciality Coffee Association of Europe: SCAE) และสมาคมกาแฟชนิดพิเศษแห่งอเมริกา ลำดับที่ ๑๓๕๑๓ (Specialty Coffee Association of America)

ทั้งนี้ หมู่บ้านดอยช้างยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงราย มีศูนย์วิจัย และพัฒนาการเกษตรที่สูงเชียงราย (วาวี) ที่ปลูกพันธุ์ไม้เมืองหนาว จุดชมวิว และดอกนางพญาเสือโคร่ง ด้วยความพร้อมของทรัพยากรทั้งทางด้านวัฒนธรรมซึ่งเป็นชุมชนชาวไทยภูเขา ด้านระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม จึงเหมาะสมต่อการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งผู้ประกอบการมีความสนใจและมีการออกแบบกิจกรรมการศึกษางานฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับกาแฟดอยช้าง แต่ยังไม่มีการพัฒนารูปแบบกิจกรรมเพื่อให้เหมาะสมต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีหลากหลายมากขึ้น

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุก ขั้นตอน โดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชนเพื่อพัฒนา

๖๑ เทิดชาย ช่วยบำรุง, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย, (กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ลักษณ์, ๒๕๕๓), หน้า ๒.

เศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของ ชุมชน ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็ง ของชุมชน และความสงบสุขของสังคม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบการดำรงชีวิต และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนใน ชุมชนนั้น ๆ^{๖๒}

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ มาตรา ๓ บัญญัติว่า “วิสาหกิจชุมชน” หมายความว่า กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการ โดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะ เป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของ ครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายความว่า คณะบุคคลที่รวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์ในการ จัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนยังมีการบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ มาตรา ๒๖ ว่า ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา กิจกรรมวิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิในการประกอบกิจการอย่างครบวงจร รวมถึงการให้ความรู้และ การสนับสนุนในการจัดตั้ง การร่วมมือซึ่งกันและกัน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบ ทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของบุคคลมาใช้ให้เหมาะสมกับกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน และสภาพท้องถิ่นนั้น ๆ หรือการ ให้ความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการบริหาร งานบุคคล การบัญชี การจัดหาทุน หรือการตลาด ทั้งนี้ เพื่อให้กิจกรรมวิสาหกิจชุมชนในระดับปฐมภูมิมีความ เข้มแข็งและ พึ่งพาตนเองได้

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่ อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ประกอบการเรียนรู้การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทาง ประวัติศาสตร์วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น (Khunon, ๒๐๑๖) ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็น ในด้านของศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราว และคุณค่าทางประวัติศาสตร์รูปแบบ วิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีต ประเพณีล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญ กระตุ้นให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น^{๖๓}

๖๒ Nijkhamharn, Community Enterprise Management : Case of King Amphur Pusang, Phayao. Master's Thesis, National Institute of Development Administration ๒๐๐๖, pp ๔.

๖๓ Junhasobhaga, Jumnian, A Participatory Community Capacity Reinforcement Model for Sustainable Tourism Development in Lower Central Thailand, Doctor of Philosophy (Sociology), Ramkhamhaeng University, ๒๐๑๐.

วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and Micro Community Enterprise) ถือเป็นกิจการของ ชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชนจัดเป็นการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (NICHE MARKET) เริ่มต้นจากกระแสสังคมโลกให้ความสนใจเรื่องการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (SUSTAINABLE TOURISM) และ เกิดการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวช่วงปี ๒๕๓๕-๒๕๔๐ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ECOTOURISM) เข้ามาเป็นการท่องเที่ยวกระแสใหม่และเป็นกระแสใหญ่ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวโดยชุมชน (COMMUNITY BASED TOURISM : CBT) เริ่มก่อตัวขึ้นเติบโตควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวสีเขียว เป็นต้น ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) โดยคนในชุมชน จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือขับเคลื่อนให้ชุมชนสร้างความเข้มแข็งของชุมชนชาวบ้านต่างร่วมจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ การบริการการท่องเที่ยวในชุมชน ตลอดจนการจัดการดูแลวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน กำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวร่วมกัน หากแต่ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน แต่ละชุมชนที่เกิดขึ้นอาจจะเป็นเพราะการทำตามสมัยนิยม ด้วยเห็นว่าชุมชนบางแห่งจัดการท่องเที่ยวในชุมชนจนเป็นที่นิยม มีชื่อเสียงก็คิดที่จะจัดขึ้นในชุมชนตนเองบ้าง ซึ่งบางชุมชนก็ประสบความสำเร็จแต่บางชุมชนก็ไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ แต่ละชุมชนต่างก็มีอัตลักษณ์และความโดดเด่นแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นสภาพของชุมชน สถานการณ์แวดล้อม หรือแหล่งทรัพยากรของบางพื้นที่อาจมีศักยภาพของทรัพยากรชุมชน อาทิ แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรม ท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับและนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ แต่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือการบริหารจัดการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนว่าคนในชุมชน และผู้นำในชุมชน มีความพร้อม มีทิศทางการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใด หรือศักยภาพบริบทที่แตกต่างกัน มากน้อยเพียงใด อีกทั้งขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรที่มีอยู่เป็นสำคัญ เช่น การท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวชนบท การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เป็นต้น ดังนั้น สิ่งสำคัญในการสร้างเสริมศักยภาพของชุมชนในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ของชุมชนและเพิ่มมูลค่าจากการท่องเที่ยวชุมชน คือ การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของชุมชนนั้น ๆ อาทิ สินค้าของที่ระลึก อาหารถิ่น HOMESTAY การบริการ กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน และส่งเสริมการดำเนินงานใด ๆ เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความชัดเจนเป็นรูปธรรมในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการ ท่องเที่ยวชุมชน เพื่อส่งเสริมการ

พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าจากการท่องเที่ยวชุมชน โดยการส่งเสริมให้ชุมชนจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การสนับสนุนเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรและชุมชนท่องเที่ยวด้วยกันตามศักยภาพของชุมชน โดยมุ่งหวังที่จะให้การท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจลดความเหลื่อมล้ำของชุมชน แต่ความสำเร็จหรือล้มเหลวในการจัดการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจลดความเหลื่อมล้ำของชุมชน และการบริหารจัดการโดยชุมชนเป็นสำคัญ

๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พูนทรัพย์ สวนเมืองตุลาพันธ์^{๖๔} ศึกษาแบบแผนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่าชุมชนมีทัศนคติที่ไม่ดีกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เนื่องจากชุมชนเชื่อว่าการท่องเที่ยวที่ผ่านมาทำลายความเข้มแข็งและวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้รัฐยังเข้ามามีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวแทนประชาชน ชุมชนโดยส่วนใหญ่ไม่รู้จักรูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแต่ก็คาดหวังการท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนจะช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ได้ ชุมชนจะจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง วัตถุประสงค์อันดับแรกที่ชุมชนต้องการคือการสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน อันดับที่สองคือการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น ส่วนการเผยแพร่ของดีของชุมชนและการศึกษาร่วมกันของชุมชนเป้าหมายกับนักท่องเที่ยวเป็นวัตถุประสงค์อันดับรองลงมา

กันยา นวลละออง^{๖๕} ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานีได้ทำการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ศึกษาปัญหาข้อจำกัดของแหล่งศิลปวัฒนธรรม ศึกษาการตลาดท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและเสนอแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งศิลปวัฒนธรรม การสำรวจพบว่ากลุ่มวัดและชุมชนริมน้ำมีอุปสงค์การท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือกลุ่มแหล่งโบราณคดี กลุ่มวัฒนธรรมมอญสามโคกและกลุ่มเมืองปทุมธานี ด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมสูงสุดพบว่า เมืองปทุมธานีมีความพร้อมด้านโครงสร้าง พื้นฐานสูง ปัญหาคือแหล่งคมนาคมทางน้ำไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ รองลงมาคือกลุ่มสามโคกซึ่งมีศิลปวัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตของชุมชนมอญเป็นจุดแข็ง ปัญหาคือโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ ผลการศึกษาศักยภาพของตลาดท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม

๖๔ พูนทรัพย์ สวนเมืองตุลาพันธ์, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๕๖, บทคัดย่อ.

๖๕ กันยา นวลละออง, “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, สาขาวิชาการจัดการศิลปะและวัฒนธรรม, ๒๕๕๖, บทคัดย่อ.

จังหวัดปทุมธานี มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยองค์ประกอบต่าง ๆ คือ ด้านการเข้าถึงด้านแหล่งศิลปวัฒนธรรม ด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวและด้านจินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ศรชัย ไทรชมพู^{๖๖} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนวิถีชีวิตวัฒนธรรมไทยและมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ได้ศึกษาศักยภาพของ ทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมไทยและมอญในพื้นที่ศึกษามีศักยภาพทั้งทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์มีความเก่าแก่ ด้านธรรมชาติมีเอกลักษณ์ดึงดูดใจ และเหมาะสมกับการจัดกิจกรรมเหล่านี้น่ามากที่สุด สามารถจัดรูปแบบการท่องเที่ยวทางจักรยานได้อย่างเหมาะสมกับพื้นที่มาก เนื่องจากมีความร่มรื่น มีวัฒนธรรมของท้องถิ่นและมีจุดบริการที่แวะพัก ป้ายบอกทาง ทั้งนี้ในส่วน องค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอ และจังหวัด ควรให้การสนับสนุนชมรมจักรยานในท้องถิ่นและสนับสนุนเรื่องเส้นทางจักรยาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังขาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว วัฒนธรรมไทยและมอญให้คนรุ่นหลังต่อไปได้ศึกษา

มธุรส ปราบไพร^{๖๗} ได้ศึกษาศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี พบว่าชาวไทยทรงดำมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว โดยพบว่าศักยภาพของชุมชนคือ การรวมกลุ่มการทำงานของสมาชิกโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยว โดยมีผู้นำชุมชนอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการที่มีศักยภาพ ความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่สะท้อนถึงความเป็นชุมชนเดียวกัน ความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม ชุมชนที่สามารถเกิดการสืบทอดและถ่ายทอด โดยเฉพาะระบบอุดมการณ์ของชุมชน การดำเนิน รูปแบบเศรษฐกิจแบบทวิลักษณ์ และการเปิดโอกาสให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วม เพื่อตัดสินใจ ร่วมกันอย่างสมัครใจและยุติธรรม นอกจากนี้ชุมชนยังประกอบไปด้วยศักยภาพด้านลักษณะ ภูมิประเทศ การคมนาคม วัฒนธรรม สิ่งปลูกสร้าง และสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ที่สามารถพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้ส่วนปัจจัยที่มีผลในการทำให้ชุมชนเกิดศักยภาพ ประกอบด้วย ๓ ปัจจัย ได้แก่ ๑) วัฒนธรรมชุมชนที่มีความเข้มแข็งโดยได้รับการสืบทอดอย่าง ต่อเนื่องและมีผลต่อความเป็นชุมชนไทยทรงดำและระบบเครือญาติ ๒) การพึ่งตนเองของชุมชน โดยการจัดปัจจัยภายในชุมชนที่มีอาชีพและรายได้โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวคืออาชีพเสริมจึงไม่เกิด การพึ่งพาการท่องเที่ยว การมีผู้นำ

๖๖ ศรชัย ไทรชมพู, “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนวิถี ชีวิตวัฒนธรรมไทยและมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ”วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬารามราชวิทยาลัย, บัณฑิตวิทยาลัย, ๒๕๔๘, บทคัดย่อ.

๖๗ มธุรส ปราบไพร, “ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว:กรณีศึกษา ชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, วิชาเอกพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๓, บทคัดย่อ.

อย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการที่ได้รับความเคารพนับถือจากชุมชนและเป็นผู้ที่มีความรู้ จึงทำให้ชุมชนต่างมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ซึ่งเป็นปัจจัย สนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน และ ๓) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ตั้งแต่ระดับของการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จนถึงการรับประโยชน์ร่วมกันของสมาชิกโครงการซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนทำให้เกิดการยอมรับต่อการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

เนตรชนก นันท์^{๖๘} ศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนวัดพระบาทห้วยต้ม อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน พบว่าด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของ ชุมชนวัดพระบาทห้วยต้มในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้ง ๓ ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แต่มีจุดอ่อนอยู่ ๒ จุดในองค์ประกอบสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่หลากหลาย และการขาดการให้บริการด้านข้อมูล ส่วนแนวทางการจัดการที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ร่วมกันวางแนวทางการจัดการไว้ ๔ ด้าน คือ การจัดการด้านการจัดการโครงสร้างองค์กรการท่องเที่ยวการจัดการด้านบุคลากร การจัดการระบบ การดำเนินงานและการจัดรายการนำเที่ยว แต่พบว่ามีข้อจำกัดคือ ยังไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวใน ชุมชนแห่งนี้ เพราะยังไม่มีมีการประชาสัมพันธ์เพียงพอส่งผลให้ชุมชนยังไม่มีโอกาสฝึกทักษะใน การลงมือปฏิบัติการ

รัฐทิติยา หิรัณยหา^{๖๙} แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาบ้านหนองขาว อำเภอดำรง จังหวัดกาญจนบุรีได้เสนอเลือกแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของบ้านหนองขาวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยได้ เลือกแนวคิดทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เลือกรูปแบบชุมชนบริหารจัดการเองโดยมีองค์กร ภายนอกสนับสนุนให้คำปรึกษาและได้มีการวางแผนการพัฒนาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ยังมีการวางแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และกำหนดแนวทางการ บริหารจัดการในลักษณะของการเลือกตั้งคณะกรรมการเพื่อดูแลการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

๖๘ เนตรชนก นันท์, “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนวัดพระบาทห้วยต้ม อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๕๔, บทคัดย่อ.

๖๙ รัฐทิติยา หิรัณยหา, “แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อ การท่องเที่ยว : กรณีศึกษาบ้านหนองขาว อำเภอดำรง จังหวัดกาญจนบุรี”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๕๔, บทคัดย่อ.

สุทธิชัย อบอุ่น^{๗๐} ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายในชุมชนและปัจจัยด้านสถานการณ์แวดล้อม และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ มีการบริหารและการมีส่วนร่วม ระหว่างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวกับชุมชนและรัฐ มีศักยภาพมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ขาดการบริหาร ขาดการวางแผนรองรับการท่องเที่ยวและไม่ได้มีส่วนร่วมระหว่างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวทั้งจากชุมชนและรัฐ

ทับทิม สุวรรณประภา^{๗๑} ทำการศึกษาเกี่ยวกับการคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าสภาพของแหล่งท่องเที่ยวยังประสบปัญหาที่ไม่รุนแรง จึงยังไม่ต้องการให้มีการพัฒนาฟื้นฟูสภาพถ้ำเชียงดาว ซึ่งอาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาแล้วจะส่งผลให้ตนไม่มีงานทำ แต่ถ้าหากจะมีการพัฒนาประชาชนก็มีความต้องการเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

วีระชัย มงคลพันธ์^{๗๒} ได้ศึกษาความต้องการและความพร้อมของประชาชน ท้องถิ่นในการเข้าร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ปิง อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน พบว่าประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีความต้องการเป็นภาคีคู่เกื้อหนุนธรรมชาติ มีความรู้ ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่ต้องการให้บริการด้านพาหนะรับ-ส่ง ไม่ต้องการให้บริการที่พัก ไม่ต้องการจัดบริการขายอาหารและเครื่องดื่ม ขาดความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ปิง ขาดความพร้อมด้านเงินทุนและทรัพยากรที่ใช้ประกอบการให้บริการด้านการท่องเที่ยว และไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

๗๐ สุทธิชัย อบอุ่น, “ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, สาขาพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๐, บทคัดย่อ.

๗๑ ทับทิม สุวรรณประภา, “การคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, สาขาพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๑, บทคัดย่อ.

๗๒ วีระชัย มงคลพันธ์, “ความต้องการและความพร้อมของประชาชน ท้องถิ่นในการเข้าร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ปิง อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๒, บทคัดย่อ.

อุดมศักดิ์ วงศ์พันธุ์^{๗๓} ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนชนบทในการพึ่งพาตนเองด้านเศรษฐกิจ พบว่าเกิดจากกลไกและเงื่อนไขการพึ่งพาตนเองทางสังคม ได้แก่ เครือญาติ กลุ่มของเพื่อนบ้านและผู้นำ ทางวัฒนธรรมได้แก่ระบบความเชื่อ ภูมิปัญญาของชุมชนและกลไกด้านการศึกษา ได้แก่ พ่อแม่ ผู้อาวุโส ครูและเพื่อนที่ทำหน้าที่ทำให้เกิดการสืบทอดและการแลกเปลี่ยนความรู้ คุณค่าและความเชื่อ เงื่อนไข ได้แก่ ความเป็นเครือญาติ เพื่อนบ้าน ความเชื่อและภูมิปัญญา การพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชนเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมชุมชนและวัฒนธรรม ทุณนิยม

เดชา ไต้งสูงเนิน^{๗๔} ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นใน ๓ พื้นที่คือ บริเวณศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรม่วงคำ บริเวณถนนเชื่อมต่อระหว่าง ม่วงคำกับบ้านโป่งแยงในและบริเวณบ้านผานกกก ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการบริหาร การจัดการการท่องเที่ยว มีสาเหตุมาจากการมอบหมายอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารงาน ด้านการท่องเที่ยวไม่ชัดเจน เจ้าหน้าที่และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเกษตรบ้านม่วงคำ ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารงาน ด้านการท่องเที่ยว ขาดงบประมาณ ขาดบุคลากร ขาดการประสานงานและความร่วมมือระหว่างองค์กร และเกิดความขัดแย้งภายในและภายนอก ชุมชน ดังนั้นสิ่งที่ต้องดำเนินการโดยเร่งด่วน คือ การประสานความร่วมมือระหว่างชุมชนใน ท้องถิ่นและองค์กรภายนอกอย่างต่อเนื่อง ลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้น แต่ต้องเร่งสร้างความสามัคคี เพื่อเพิ่มการต่อรองทางการตลาดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรให้มากยิ่งขึ้น

นันท์นภัส ทรัพย์โชคธนกุล^{๗๕} ได้ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม โดยศึกษาถึงการดำเนินธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม และคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ประกอบการ ไร่กาแฟ ๔ ด้าน ได้แก่ ด้านของผลตอบแทน ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย ด้านการ พัฒนาความรู้ ความสามารถ และด้านการเป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไร่กาแฟ ดอยช้าง อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจและการกำหนดกลยุทธ์ ที่เหมาะสม

๗๓ อุดมศักดิ์ วงศ์พันธุ์, “ศักยภาพของชุมชนชนบทในการพึ่งพาตนเองด้าน เศรษฐกิจ”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๕๑, บทคัดย่อ.

๗๔ เดชา ไต้งสูงเนิน, “การบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษาม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัยมานุษยวิทยา, ๒๕๕๓, บทคัดย่อ

๗๕ นันท์นภัส ทรัพย์โชคธนกุล, “ธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๑, บทคัดย่อ.

เพราะปัจจัยเหล่านี้ย่อมเป็นสิ่งสร้างทั้งโอกาสและความท้าทายต่อผู้ประกอบการธุรกิจของประเทศไทยสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยจุดเริ่มต้นของธุรกิจกาแฟดอยช้างมาจากเกษตรกรชาวเขาที่อาศัยอยู่บนดอยช้างที่มี อาชีพปลูกฝิ่นมาก่อน และเปลี่ยนมาปลูกกาแฟตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เพื่อลด การแผ้วถางป่าจากการปลูกฝิ่นและพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไทยภูเขาให้ดีขึ้น ชาวบ้านดอยช้างได้รับแจกกาแฟ พันธุ์อาราบิก้าเพื่อนำมาปลูก แต่ถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา ภายหลังทุกคนจึงรวมตัวกันเพื่อสร้างบริษัทของตนเองขึ้นมา มีการควบคุมคุณภาพของเมล็ดกาแฟจนกระทั่งเป็นที่ต้องการของตลาดและขายได้ราคาดี ด้วยกรรมวิธีการ ผลิตเฉพาะของกาแฟดอยช้าง ส่งผลให้กาแฟดอยช้างเป็นที่ยอมรับและเป็นกาแฟอันดับ ๑ ของโลก บริษัทกาแฟ ดอยช้างมีลักษณะการทำงานโดยอาศัยแรงกายและจิตอาสาจากชาวบ้านเป็นสำคัญ เน้นสร้างคนเพื่อพัฒนาธุรกิจ และชุมชนให้เข้มแข็งจนกระทั่งสามารถช่วยเหลือตนเองได้

ธนพรรณ ธาณี^{๗๖} ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบบ้าน วัด โรงเรียน ในการสร้างความเข้มแข็งชุมชน พบว่า รูปแบบการทำการกิจกรรมร่วมกันระหว่างบ้าน วัด และ โรงเรียน ส่วนใหญ่คือ วัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ การนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ในการรณรงค์ต่อ ด้านยาเสพติด การสอนพุทธศาสนา และการอบรมและจริยธรรม

อมรรัตน์ ภิญโญนนตพงษ์^{๗๗} ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบความ ร่วมมือทางวิชาการด้านการเรียนการสอนระหว่างสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ พบว่า รูปแบบความ ร่วมมือทางวิชาการด้านการเรียนการสอนที่เหมาะสมประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ๔ ด้าน คือ ๑) หลักการของความร่วมมือนทางวิชาการด้านการเรียนการสอน ๒) โครงสร้างและกลไกความ ร่วมมือทางวิชาการด้านการเรียนการสอน ๓) ประเภทของกิจกรรมความร่วมมือทางวิชาการด้าน การเรียนการสอน ๔) การจัดและด าเนินกิจกรรมความร่วมมือ ซึ่งประกอบด้วยวิธีการที่จะสร้าง ความร่วมมือ แหล่งทุนที่สนับสนุนความร่วมมือ การประสานงาน การจัดทำและพัฒนาโครงการ ความร่วมมือ การติดตามและประเมินผลความร่วมมือ

^{๗๖} ธนพรรณ ธาณี, “การพัฒนารูปแบบบ้าน วัด โรงเรียน ในการสร้างความเข้มแข็งชุมชน”, วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา บริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๔, บทคัดย่อ.

^{๗๗} อมรรัตน์ ภิญโญนนตพงษ์, “การพัฒนารูปแบบความ ร่วมมือทางวิชาการด้านการเรียนการสอนระหว่างสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ”, วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา บริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖, บทคัดย่อ.

อุบลวรรณ หงส์วิทยากร^{๗๘} ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การนำเสนอรูปแบบการสร้าง ความร่วมมือลักษณะไตรภาคีในการวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อการส่งเสริม อุตสาหกรรมในเขตพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ๑) รูปแบบความร่วมมือ ที่เหมาะสมทั้งภาคอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ควรร่วมมือในรูปแบบการวิจัยร่วม โดย ภาครัฐให้การสนับสนุนทุนวิจัย ๒) รูปแบบการสร้างความร่วมมือลักษณะไตรภาคีในเขตพื้นที่ ชายฝั่งทะเลตะวันออก พบว่า ควรจัดตั้งองค์กรเพื่อทำหน้าที่ประสานงานและอำนวยความสะดวก โดยมีผู้แทนจากภาคีทั้งสามฝ่ายร่วมเป็นกรรมการในระดับนโยบาย มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ของแต่ละภาคี โดยมหาวิทยาลัยทำหน้าที่ด้านการพัฒนาบุคลากร มีหน่วยงานภาครัฐและองค์กรอิสระอื่นๆ ให้การสนับสนุนด้านเงินทุน นอกจากนี้ยังพบว่าควรมีการจัดสรรสิทธิประโยชน์ที่เกิดจาก ทรัพย์สิน ทางปัญญาซึ่งเป็นผล จากการวิจัยและพัฒนาอย่างชัดเจนและยุติธรรม และควรมีการ ดำเนินงานที่ สามารถตรวจสอบได้๓) แนวทางส่งเสริมการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้น นั้นมี ข้อเสนอว่าให้พัฒนา ศักยภาพบุคลากรในหน่วยงานที่เข้าร่วมเป็นภาคีทุกฝ่าย

พรชัย ทองเจือ^{๗๙} ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบความร่วมมือระหว่างสถาบัน อุดมศึกษากับโรงเรียนในการเปลี่ยนผ่านด้านการเรียนการสอนในโรงเรียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาคุณลักษณะ ๔ ร. ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๑-๖ ด้าน รู้ นำ รู้ ทน โลก เรียนรู้ ชำนาญ เชี่ยวชาญ ปฏิบัติ รวมพลัง สร้างสรรค์ สังคม และรักความเป็นไทย ใฝ่สันติ ๒) ศึกษาความร่วมมือ ของสถาบันอุดมศึกษากับโรงเรียนในการเปลี่ยนผ่านด้านการเรียน การสอนในโรงเรียน ๓) พัฒนา รูปแบบความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับโรงเรียนในการเปลี่ยนผ่านด้านการเรียนการสอน ในโรงเรียน ๔) ทดลองใช้รูปแบบความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับโรงเรียนในการเปลี่ยน ผ่านด้านการเรียนการสอนในโรงเรียน

ชนบพร วัฒนสุขชัย^{๘๐} ได้ศึกษาวิจัยการพัฒนารูปแบบและกลไกความร่วมมือในการจัด กลุ่มทางวิชาการด้านศิลปศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อส่งเสริมการออกแบบอุตสาหกรรม

๗๘ อุบลวรรณ หงส์วิทยากร, “การนำเสนอรูปแบบการสร้าง ความร่วมมือลักษณะไตรภาคีในการ วิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อการส่งเสริม อุตสาหกรรมในเขตพื้นที่ชายฝั่งทะเล ตะวันออก”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัยมานุษยวิทยา, ๒๕๕๖, บทคัดย่อ.

๗๙ พรชัย ทองเจือ, “การพัฒนารูปแบบความร่วมมือระหว่างสถาบัน อุดมศึกษากับโรงเรียนในการ เปลี่ยนผ่านด้านการเรียนการสอนในโรงเรียน”, วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา บริหาร การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๐. บทคัดย่อ.

๘๐ ชนบพร วัฒนสุขชัย, “การพัฒนารูปแบบและกลไกความร่วมมือในการจัด กลุ่มทางวิชาการด้าน ศิลปศึกษา”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, ๒๕๕๐, บทคัดย่อ.

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่เกิดจากผู้บริหารเป็นผู้ดำเนินการสร้างความร่วมมือตามโอกาส ลักษณะความร่วมมือส่วนมาก คือ การจัดสัมมนาทางวิชาการ และจัดอบรมให้กับบุคลากรความร่วมมือส่วนใหญ่เกิดจากความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ส่วนรูปแบบและกลไกความร่วมมือที่น่าสนใจ คือ รูปแบบความร่วมมือในการจัดกลุ่มทาง วิชาการและวิชาชีพด้านศิลปศึกษา ซึ่งเป็นรูปแบบของความร่วมมือในระดับสถาบันหรือองค์กร ที่เน้นความร่วมมือในลักษณะไตรภาคี ระหว่างสถาบันอุดมศึกษา ภาครัฐ ภาคอุตสาหกรรม ทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ มีกลุ่มบุคคลทำหน้าที่บริหารองค์กร โดยมีกลไกการดำเนินการ คือ ๑) ระดม สมองและระดมทุนเพื่อพัฒนางานวิชาการ ๒) เผยแพร่ ชี้นำ สร้างความรู้ความเข้าใจ และประยุกต์ใช้ ความรู้ด้านศิลปศึกษาในการประกอบอาชีพ ๓) พัฒนาศักยภาพและผู้เกี่ยวข้อง ๔) ประสานงาน เครือข่าย และขยายเครือข่ายไปยังหน่วยงานอื่นที่ให้การสนับสนุน

สุวิมล ว่องวานิช^{๘๑} ได้ทำการวิจัยบทบาทของผู้เกี่ยวข้องในการสร้างโอกาส การเรียนรู้สำหรับผู้เรียน พบว่า บทบาทของผู้เกี่ยวข้องต้องแสดงตามลักษณะ ๓ M คือ เป็นผู้ให้ กาลังใจ (M๑: Moral Supporter) เป็นผู้ใส่ใจกำกับ (M๒: Monitor) และเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุน (M๓: Mentor) ผลการวิจัยพบว่า พ่อ แม่ ผู้ปกครอง ยังแสดงบทบาทได้สมดุล เน้นบทบาทเป็นผู้ ใส่ใจ กำกับและเป็นผู้ส่งเสริม สนับสนุนมากกว่าเป็นผู้ให้กำลังใจ มีการสร้างโอกาสในการเรียนรู้ ที่เน้นการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ๔ ร. ด้านรวมพลังสร้างสรรค์สังคมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านรู้ นำ รู้ทันโลก ด้านรักความเป็นไทยใฝ่สันติ และด้านเรียนรู้ซ้ำ นาญเชี่ยวชาญ ปฏิบัติ

ปาน กิมปี^{๘๒} ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียน เพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ๑) เครือข่ายการเรียนรู้มีการพัฒนาจากการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการด้านเศรษฐกิจของชุมชน โดยมีผู้นำชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีการใช้เครือข่ายสังคมเป็นศูนย์กลางการดำเนินงานภายในชุมชน และมีการขยายเชื่อมโยงกับองค์กรเครือข่ายในภาครัฐ เอกชน ชุมชน ธุรกิจหรือองค์กรวิชาการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายการพึ่งตนเองของชุมชนเป็นหลัก ๒) กิจกรรมการศึกษานอกโรงเรียนที่พบในเครือข่ายการเรียนรู้ มีทั้งกิจกรรมในด้านการพัฒนาทักษะการ

๘๑ สุวิมล ว่องวานิช , “บทบาทของผู้เกี่ยวข้องในการสร้างโอกาส การเรียนรู้สำหรับผู้เรียน”, วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา บริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๐, บทคัดย่อ.

๘๒ ปาน กิมปี, “การพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียน เพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน”, วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๐, บทคัดย่อ.

เรียนรู้และแก้ปัญหา อันเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิต ด้านพัฒนาข่าวสารข้อมูล และ ด้านพัฒนาทักษะอาชีพโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน การเรียนรู้ด้วยตนเอง ตลอดจนการจัด กิจกรรมถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นทางการ โดยองค์กรเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง กระบวนการเรียนรู้ ประกอบด้วยการใช้ความรู้จากการศึกษาแบบทางการเสริมต่อการศึกษานอกโรงเรียนและ การเรียนรู้ตามอัธยาศัย อันเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ๓) ปัจจัยความสำเร็จของเครือข่ายการเรียนรู้ การศึกษานอกโรงเรียนที่สำคัญ คือ ปัจจัย ภายนอก ได้แก่ การเผยแพร่แนวคิดใหม่เกี่ยวกับการพัฒนา การให้ความสำคัญ และความต่อเนื่องของรัฐบาลต่อนโยบายการพัฒนาแบบพึ่งตนเอง ของชุมชน ความร่วมมือและการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยภายใน ได้แก่ ๑๐๕ ความตระหนักในปัญหาของชุมชน การมีผู้นำชุมชนที่มีความสามารถในการสร้างกระบวนการ เรียนรู้ของกลุ่มการจัดกิจกรรม การศึกษานอกโรงเรียนในรูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมกับ การแก้ปัญหาของชุมชน ตลอดจนความ การประสานเชื่อมโยงกับองค์กรเครือข่าย โดยเน้นการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อพึ่งตนเอง



บทที่ ๓

ระเบียบวิธีวิจัย

แผนงานวิจัยนี้มีโครงการวิจัยภายใต้แผนงานวิจัย จำนวน ๓ โครงการ คือ โครงการวิจัยที่ ๑ จะได้คู่มือ ๑ ชุด ส่วนโครงการวิจัยที่ ๒ จะได้รับความรู้การพัฒนาคุณภาพชีวิตเพื่อการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ๑ ชุด โครงการวิจัยที่ ๓ จะได้รับการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้เสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชน ๑ เครือข่าย นอกจากนั้น ยังได้นวัตกรรมที่ช่วยขับเคลื่อนวิชาการ ชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ แผนงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยมีการบูรณาการระหว่างศาสตร์ คือ เพื่อการพัฒนากการท่องเที่ยวเกษตรกาแฟดอยช้างเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย เป็นต้น คณะผู้วิจัยมีประสบการณ์ในการทำงานในพื้นที่ ดังนั้น แผนบูรณาการการวิจัยนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ทางวิชาการ ประโยชน์เชิงชุมชนและสังคม ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ ประโยชน์เชิงนโยบาย โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคสนาม ภาคเอกสารเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนภาคสนาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ จากภาครัฐ องค์กรปกครองท้องถิ่น ผู้บริหารกาแฟดอยช้าง/กลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มตัวแทนเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ ประชาชน/นักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ผู้มีส่วนได้เสีย ภาคีเครือข่าย จำนวนทั้งหมด ๔๕ คน เพื่อให้ได้ซึ่งการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓.๒ พื้นที่การวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้ได้ทำการศึกษาจาก พื้นที่การวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้คือ

๓.๒.๑ ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ได้ทำการศึกษาจากในพื้นที่ วิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย และพัฒนากการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ตลอดจนถึงการเสริมสร้าง
เครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย
จังหวัดเชียงราย โดยมีประชากร และ ผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ คือ

๓.๒.๒ ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลในการวิจัย มีทั้งหมด จำนวน ๔๕ คน

๓.๓ เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วยดังนี้คือ

๑. แบบสัมภาษณ์

- ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้คือ

๑. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒. เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร
กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓. เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอย
ช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

- กำหนดประเด็นที่ต้องการทราบ เช่น

๑. การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการอย่างไรบ้าง

- บริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีประวัติ
และความเป็นมาอย่างไรบ้าง

- กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่
สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการ แบบไหนบ้าง

- ผลที่ได้จากการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟ
ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

๒. การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร
กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีเทคนิคและวิธีการ เช่นไรบ้าง

- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย
จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบของการสื่อสารด้านการตลาดการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

- เทคนิคและวิธีการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ควรมีลักษณะแบบไหนถึงจะโปรโมทและประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลที่เป็นรูปธรรม

- ผลที่ได้จากการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีการตอบรับมากน้อยขนาดไหน อย่างไรบ้าง และควรปรับปรุงแก้ไข ในด้านไหน อย่างไรบ้าง

๓. การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีส่วนงานไหนบ้างให้ส่งเสริมและสนับสนุน

- การเสริมสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ควรมีรูปแบบและกระบวนการ แบบไหน อย่างไรบ้าง

- ภาครัฐมีหน้าที่ส่วนที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ในด้านไหน อย่างไรบ้าง

- ผลที่ได้จากการมีส่วนร่วมของภาครัฐที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่เห็นเป็นรูปธรรม ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- นำแบบสัมภาษณ์ที่ร่างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิช่วยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา เพื่อให้เกิดความถูกต้อง และตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

- ทดลองใช้เครื่องมือ เพื่อให้รู้ว่าผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ได้ตอบคำถามตรงประเด็นหรือไม่ อย่างไรบ้าง

- ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์

๒. สนทนากลุ่ม

- กำหนดประเด็นที่ต้องการสนทนา เช่น

๑. การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการอย่างไรบ้าง

- บริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีประวัติและความเป็นมาอย่างไรบ้าง

- กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการ แบบไหนบ้าง

- ผลที่ได้จากการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

๒. การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีเทคนิคและวิธีการ เช่นไรบ้าง

- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบของการสื่อสารด้านการตลาดการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

- เทคนิคและวิธีการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ควรมีลักษณะแบบไหนถึงจะโปรโมตและประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลที่เป็นรูปธรรม

- ผลที่ได้จากการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีการตอบรับมากน้อยขนาดไหนอย่างไรบ้าง และควรปรับปรุงแก้ไข ในด้านไหน อย่างไรบ้าง

๓. การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีส่วนงานไหนบ้างให้ส่งเสริมและสนับสนุน

- การเสริมสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ควรมีรูปแบบและกระบวนการ แบบไหนอย่างไรบ้าง

- ภาคิเครือข่ายมีส่วนที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ในด้านไหนอย่างไรบ้าง

- ผลที่ได้จากการมีส่วนร่วมของภาคิเครือข่ายที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่เห็นเป็นรูปธรรม ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- แนวคำถามที่จะต้องกำหนดไว้ล่วงหน้า

- การคัดเลือกผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ต้องมีความรู้และความสามารถตรงกับงานวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาศิลปวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

- บุคลากรที่จะดำเนินการสนทนากลุ่ม เช่น ผู้ให้ข้อมูลในภาครัฐ องค์กรปกครองท้องถิ่น พระสงฆ์ เครือข่าย

- อุปกรณ์ที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม เช่น คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และโปรเจคเตอร์

๓.๓.๒ ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

๑) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒) ศึกษาข้อมูลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วย

- การพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

- การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

- การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓) กำหนดข้อคำถามการสัมภาษณ์ และร่างข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยแบ่งออกเป็น ๓ ข้อคำถาม ประกอบด้วย

คำถามข้อที่ ๑ การพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการอย่างไรบ้าง

คำถามข้อที่ ๒ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีเทคนิคและวิธีการเช่นไรบ้าง

คำถามข้อที่ ๓ การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตร กาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีส่วนงานไหนบ้างให้ส่งเสริมและสนับสนุน

๔) นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๓ คน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา ผลการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์

๕) แก้ไขการพิมพ์ผิดและปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและนำไปใช้จริง

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บข้อมูลในการศึกษา เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคสนาม ภาคเอกสารเป็นการเก็บรวบรวม

ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนภาคสนาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์มีขั้นตอนดังนี้

๑) ในเดือนตุลาคม ๒๕๖๔ ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัย ในลักษณะการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ ส่วนที่เป็นคำอธิบายจากเอกสาร หนังสือ ตำรา ที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๓ บท และแบบสอบถาม เพื่อประกอบในการทำสัญญางานวิจัย

๒) ในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม ๒๕๖๔ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยการสัมภาษณ์ จำนวน ๔๕ คน

๓) ในเดือนมกราคม ๒๕๖๕ จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ประกอบไปด้วยภาครัฐ องค์กรปกครองท้องถิ่น ผู้บริหารกาแฟดอยช้าง/กลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มตัวแทนเกษตรกร ผู้ผลิตกาแฟ ประชาชน/นักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งการพัฒนา กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔) ในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อนำไปสู่การประมวลผลข้อมูล และนำเสนอรายงานความก้าวหน้า จำนวน ๔ บท ต่อสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และกรอกข้อมูลลงในระบบ Nriis

๕) ในเดือนมีนาคม-เมษายน ๒๕๖๕ แก้ไขงานวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้คำแนะนำ จากนั้นเขียนบทความความวิจัยส่งสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์

๖) ในเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน ๒๕๖๕ นำส่งรายงานการวิจัยร่างสมบูรณ์ จำนวน ๕ บท ต่อสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และปรับการแก้ไข และกรอกข้อมูลลงในระบบ Nriis

๗) ในเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม นำส่งรายงานการวิจัยร่างสมบูรณ์ จำนวน ๕ บท ต่อสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และปรับการแก้ไข จากนั้นขออนุมัติปิดงานวิจัย

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วยดังนี้ คือ

๑) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ทั้งด้านเอกสารแบบสัมภาษณ์และภาคสนาม แล้วจัดประเด็นเนื้อหาสาระไปพร้อมกับนำมาสรุปเป็นผลการวิจัยเป็นรูปแบบความเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนำเสนอ

๒) การตรวจสอบข้อมูล หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จะต้องทำการตรวจสอบข้อมูลและการวิเคราะห์ ข้อมูล โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) ได้แก่

๒.๑ การตรวจสอบ ด้านข้อมูล โดยพิจารณาเรื่องเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

๒.๒ การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย โดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์

๒.๓ การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีสังเกตควบคู่ไปกับการซักถาม กรณีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

๓) สรุปแนวทางหรือรูปแบบในการพัฒนา การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่ได้จากกลุ่มสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ก่อน จะมีการประมวลผลและพัฒนาเป็นรูปแบบมีส่วนร่วมกึ่งมาตรฐาน (ขั้นการพัฒนาตัวแบบ (Develop Model) เพื่อนำเข้าสู่การวิจัยเชิงเอกสารและคุณภาพ นวัตกรรม

๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย

กระบวนการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปได้ดังนี้คือ

๑. ศึกษารวบรวมเอกสารแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

๒) เก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงเพื่อให้เห็นถึงรูปแบบและกระบวนการพัฒนางานวิจัย โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key Informants) จากการมีส่วนร่วมของหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อสรุปประเด็นการนำไปสู่การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

๓) สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี ปรากฏท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เพื่อระดมแนวคิด มุมมองที่มีผลต่อการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และนำไปสู่การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์ การพัฒนาการตลาดและการสร้างเครือข่าย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔) เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปในการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม เพื่อนำไปสู่การประมวลผลข้อมูล และศึกษาเชิงความสัมพันธ์ถึงมุมมองของ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๕) สรุปผลการวิจัย โดยได้องค์ความรู้และนวัตกรรม ตามวัตถุประสงค์ดังนี้คือ

๑. มีการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒. มีการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
เกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓. มีการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร
กาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๖) นำเสนอผลงานวิจัย ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ



บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทที่ ๔ นี้ได้นำเสนอเกี่ยวกับ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้คือ

๔.๑ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๒ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๓ การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๔ องค์ความรู้ที่รับจากการวิจัย

๔.๑ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ด้านความเป็นอัตลักษณ์ของกาแพดอยช้าง

หมู่บ้านดอยช้างซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงรายและเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่สูงในภาคเหนือภาคเหนือหลาย ๆ หมู่บ้าน ซึ่งได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ ๙ ได้ทรงมีพระราชดำริตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๑๒ ให้เป็นพื้นที่ซึ่งต้องพัฒนาเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชารวมทั้งเพื่อลดการปลูกพืชเสพติดให้โทษ ดังนั้นในปี พ.ศ. ๒๕๑๒ จึงได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรชาวเขาปลูกพืชเมืองหนาวเพื่อทดแทนการปลูกฝิ่นรวมทั้งมีการทดลองเริ่มปลูกกาแพดอยช้างตั้งแต่บัดนั้นและได้มีการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐมาเป็นระยะ ๆ จนถึง พ.ศ. ๒๕๒๖ ก็ได้มีการช่วยเหลือจากโครงการร่วมมือต่าง ๆ อาทิ ไทย-เยอรมัน ไทย-เนเธอร์แลนด์ ผ่านกรมประชาสัมพันธ์ แต่เนื่องจากในอดีตกาแพดอยยังไม่ได้มีการพัฒนาและไม่เป็นที่ยอมรับในตลาดเท่าที่ควร การจำหน่ายจึงต้องผ่านพ่อค้าคนกลางเป็นส่วนใหญ่ทำให้บางครั้งเกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบ บนพื้นที่ดอยช้างซึ่งมีเกษตรกร ๔๐ ครอบครัวก็ได้รับพระราชทานพันธุ์กาแพดอยจากพระองค์ท่านผ่านกรมประชาสัมพันธ์และได้ปลูกกาแพดอยต่อเนื่องหลายสิบปี แต่ก็ไม่สามารถขายได้รวมทั้งถูกกดราคาเนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยภูเขาและไม่มีสัญชาติไทย

กระบวนการผลิตและแปรรูปกาแฟดอยช้าง เริ่มต้นตั้งแต่การปลูก การเก็บผลกาแฟสดจากต้นด้วยมือ กระบวนการแปรรูปแบบเปียกถูกคัดสรรจนได้ขั้นตอนที่เหมาะสมที่สุดในการสร้างสรรค์รสชาติจนทำให้กาแฟของดอยช้างเป็นกาแฟราบิกำลังชนิดพิเศษ (Specialty coffee) ที่ปลูกเฉพาะบริเวณดอยช้างเท่านั้น โดยได้ตรารับรองมาตรฐานระดับสากลมากมายด้วยเอกลักษณ์

ด้านการขายแบรนด์กาแฟดอยช้าง

ย้อนกลับไปเมื่อประมาณสี่สิบกว่าปีที่ผ่านมามีพื้นที่บนดอยในภาคเหนือของไทยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ปลูกฝิ่นและทำไร่เลื่อนลอย พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ ๙ ทรงเล็งเห็นถึงปัญหาของพี่น้องชาวไทยภูเขาจึงทรงมีพระราชดำริให้มีการปลูกพืชทดแทน พระองค์ได้พระราชทานกาแฟพันธุ์อารบิก้า มีพระราชดำริให้กรมวิชาการเกษตรพัฒนาสายพันธุ์กาแฟให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ และส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกกันอย่างแพร่หลาย

ระยะแรกที่ปลูกกาแฟขายแทบไม่ได้เนื่องจากกาแฟไทยยังไม่ได้ได้รับความนิยมแถมยังโดนกดราคาจากพ่อค้าคนกลางอีก เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นคนไร้สัญชาติไม่สามารถนำกาแฟไปขายเองได้จึงจำเป็นต้องขายผ่านพ่อค้าคนกลาง เพื่อให้เกษตรกรบนดอยช้างสามารถขายกาแฟได้ในราคาที่ยุติธรรม ต่อมาจึงได้ก่อเกิด บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออร์แกนอล จำกัด ขึ้นในปีพ.ศ. ๒๕๔๖ ด้วยเงินจำนวน ๓๒๐,๐๐๐ บาท ที่ได้มาจากการขายรถของคุณปณชัย พิสัยเลิศ หรืออาเดล ร่วมกับคุณวิชา พรหมยงค์ และมีคุณพิษณุชัย แก้วพิชัย เป็นที่ปรึกษาธุรกิจ

จากยอดดอยสู่กาแฟคุณภาพระดับโลก ด้วยความเชื่อมั่นผู้ร่วมก่อตั้งกาแฟดอยช้างจึงพยายามอย่างไม่หยุดยั้งที่จะพัฒนาและสร้างแบรนด์ดอยช้างให้มีคุณภาพดีที่สุด ด้วยแหล่งผลิตเฉพาะและกระบวนการที่มีคุณภาพใส่ใจทุกรายละเอียด พวกเขาใช้เวลาแค่ ๕ ปีส่งให้กาแฟสายพันธุ์อารบิก้าจากดอยช้างได้รับการยอมรับในเวทีโลกและได้รับมาตรฐานระดับสากล อาทิ USDA Organic, EU Organic Farming, EU Geographical Indication และ Specialty Coffee Association ซึ่งกาแฟดอยช้างถือว่าเป็นกาแฟคุณภาพที่ส่งออกไปทั่วโลก นำชื่อเสียงมาสู่พี่น้องชาวเขาและประเทศไทยได้อย่างภาคภูมิใจ ดอยช้างได้ส่งเมล็ดกาแฟขายให้กับร้านกาแฟต่าง ๆ มากมาย ทั้งที่เมล็ดกาแฟมีคุณภาพ แต่ด้วยวิธีการชง เครื่องจักรและคนที่แตกต่างกันทำให้กาแฟที่ออกมารสชาติไม่คงที่ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดอยช้างจึงได้เกิดความคิดที่จะสร้างมาตรฐานในรสชาติของกาแฟขึ้นมา จึงทำให้เกิด บริษัท ดอยช้าง เฟรนด์ไชน์ เมเนจเม้นท์ขึ้นมา เพื่อดูแลร้านกาแฟทั้งหมดทั้งในและต่างประเทศเพื่อให้ได้มาตรฐานเดียวกัน

กาแฟจากยอดดอยของไทยก้าวสู่ถ้วยกาแฟคุณภาพระดับโลก ใช้ระยะเวลาเพียงไม่กี่ปีกาแฟดอยช้างก็สามารถก้าวแซ่งกาแฟหลากหลายแบรนด์ทั่วโลกขึ้นมาอยู่ในฐานะกาแฟคุณภาพระดับโลกแถวหน้าของโลก ด้วยแนวคิดและการดำเนินงานที่มาจากบุคคลที่ไม่ใช่นักธุรกิจพวกเขาทำได้อย่างงัดกัน

๑. เริ่มต้นจากแก้วเปล่า อาจกล่าวได้ว่าเป็นความโชคดีที่แฝงมากับปัญหาและอุปสรรค ที่กาแฟดอยช้างเริ่มต้นจากผู้ที่ไม่ได้มีความรู้เรื่องกาแฟเลย ทำให้ง่ายต่อการที่จะยอมรับความรู้จากแหล่งอื่น ๆ และอาศัยการเรียนรู้เก็บเกี่ยวประสบการณ์และศึกษากระบวนการผลิตมาจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลกแล้วนำมาปรับปรุงเป็นกระบวนการที่ดีและเหมาะสมกับกาแฟดอยช้าง จนได้คุณภาพเป็นที่ยอมรับระดับโลก

๒. มีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่สามารถซื้อหาและลอกเลียนแบบได้ กาแฟสายพันธุ์อารบิก้า จะเจริญเติบโตได้ดีและมีคุณภาพบนพื้นที่ที่สูงกว่าระดับน้ำทะเล ๗๐๐ เมตรขึ้นไป อุณหภูมิประมาณ ๑๘-๒๕ องศา ประมาณน้ำฝน ๑,๕๐๐ มิลลิเมตรต่อปี ซึ่งดอยช้างมีคุณสมบัติเหล่านี้ครบถ้วนจึงเป็นการยากที่กาแฟที่ปลูกจากแหล่งอื่นจะสามารถทำได้อย่างกาแฟดอยช้าง

๓. ควบคุมการผลิตเองจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ดอยช้างเป็นแหล่งผลิตกาแฟที่ทำเองทุกขั้นตอนตั้งแต่การปลูกจนกระทั่งถึงมือลูกค้า จึงเป็นเรื่องที่ไม่ยากเกินไปที่จะควบคุมคุณภาพให้ได้ตามที่วางเอาไว้

๔. ทำดียังไม่พอต้องทำต่อไปเรื่อย ๆ ด้วยแนวความคิดนี้จึงทำให้กาแฟดอยช้างได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนได้รับการยอมรับในเวทีโลกและมีมาตรฐานระดับสากล เป็นเครื่องการันตีคุณภาพ

๕. สร้างคุณภาพที่แตกต่างเพื่อราคาที่กำหนดได้ กาแฟดอยช้างมีการพัฒนาคุณภาพมาโดยตลอดอย่างไม่หยุดยั้ง สามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้า ซึ่งจากเดิมเคยขายได้กิโลกรัมละไม่กี่สิบบาท จนตอนนี้ขายได้กิโลกรัมละเป็นพัน อย่างเช่นกาแฟชี้ชะมดของดอยช้างซึ่งจะมีความแตกต่างจากกาแฟชี้ชะมดจากแหล่งอื่นเพราะของดอยช้างเป็นกาแฟที่มาจากชะมดธรรมชาติ จึงถือได้ว่าเป็นกาแฟชี้ชะมดที่ดีที่สุดที่คุณภาพที่แตกต่างจากแบรนด์อื่น

สร้างธรรมชาติแล้วธรรมชาติจะให้เรากลับมา การปลูกกาแฟที่ดอยช้างจะทำไปพร้อม ๆ กับการสร้างป่า ทำให้กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟคุณภาพเพราะได้รับแสงในปริมาณที่เหมาะสม อีกทั้งยังมีสัตว์ป่าอย่างเช่นชะมดมาอาศัยอยู่และกินผลกาแฟเป็นอาหารทำให้เกิดกาแฟชี้ชะมด คุณภาพดีที่สามารถขายได้ในราคาที่สูงพ่วงสู่จุดหมายด้วยความมุ่งมั่น เนื่องจากเกษตรกรดอยช้างเป็นชนเผ่าซึ่งไม่มีสัญชาติส่วนใหญ่จึงไม่ได้เรียนหนังสือ แต่พวกเขาสามารถสร้างกาแฟที่มีคุณภาพระดับสากลได้เพราะพวกเขามีเป้าหมายที่ชัดเจนและก้าวเดินไปพร้อมกันด้วยความไวเนื้อเชื่อใจซึ่งกันและกัน

ด้านการขายกิจกรรมกาแฟดอยช้าง

กิจกรรมเกี่ยวกับกาแฟดอยช้าง เป็นกิจกรรมที่ไม่เหมือนที่อื่น เพราะที่บ้านดอยช้างอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย จัดเป็นกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวที่ขึ้นไปชมการผลิตกาแฟ ก็จะได้ร่วมกิจกรรมที่ไม่เคยสัมผัสมาก่อน เช่น การเก็บเมล็ดกาแฟ การสาธิตการคั่วกาแฟ หรือการชงกาแฟ ทำ

ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นกระบวนการผลิตและรับฟังการบรรยาย ตลอดถึงการลงมือปฏิบัติ ดังนั้น หมู่บ้านดอยช้าง จึงมีการให้นักท่องเที่ยวได้ลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม

ด้านการขายสภาพแวดล้อมกาแฟดอยช้าง

ด้านสภาพแวดล้อม คือ บ้านดอยช้าง อากาศหนาวตลอดปี ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจขึ้นไปพักผ่อน เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่อบอุ่นไปด้วยกาแฟ และชาประเภทต่าง ๆ ถือว่าเป็นสภาพแวดล้อมที่ไม่มีในสถานที่อื่น ดังนั้น สภาพแวดล้อมบ้านดอยช้าง จึงเป็นที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวที่นิยมสัมผัสสภาพแวดล้อมที่อากาศเย็นตลอดปี อีกทั้งยังมีการบริการที่พักและกิจกรรมที่ท้าทาย นักท่องเที่ยวให้มาเยือนอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง

๔.๑.๑ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของกาแฟดอยช้าง เป็นการสร้างเครือข่ายเป็นการสร้างกิจกรรมในการก่อให้เกิดกลุ่มองค์กรหรือกลุ่มบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ใน การแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรม หรือการผลิตระหว่างองค์กรสมาชิก ซึ่งต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมา ก่อนที่จะทำ ความตกลงเป็นองค์กรเครือข่าย เครือข่ายต่าง ๆ มีจุดเริ่มต้นมาใน ๓ ลักษณะ เกิดตามธรรมชาติ เกิดจากการจัดตั้ง และเกิดจากวิวัฒนาการ เครือข่ายที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีประชาชนเป็นผู้ริเริ่ม เป็นเครือข่ายที่ประชาชนตระหนัก ตื่นตัว ในปัญหาที่เกิดขึ้น แล้วลงมือริเริ่มรวมตัวกันเข้าเป็นกลุ่มเป็น เครือข่ายเพื่อแก้ไขปัญหา ภาคประชาชนจึงเป็น แกนหลัก ภาครัฐเป็นเพียงผู้สนับสนุนและผู้อำนวย ความสะดวกให้การจัดตั้งเครือข่ายทำได้ง่ายขึ้น บทบาท ภาครัฐจะน้อย กลุ่มองค์กรชุมชนประชาคม จะทำงานและมีอำนาจในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ มาก เครือข่ายที่เกิดขึ้นจากการจัดตั้ง หรือรัฐเข้าไป เป็นผู้ริเริ่ม กระตุ้นให้ประชาชนเกิดความตระหนักใน ปัญหา สร้างความตื่นตัวให้เกิดความสนใจ และ ผลักดันให้เกิดการรวมตัวของประชาชน เช่น การที่ส่วนราชการ พยายามผลักดันการสร้างหน่วย เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง เครือข่ายที่เกิดจากวิวัฒนาการ มีกระบวนการพัฒนาที่เริ่มจากกลุ่มบุคคล องค์กรมารวมกันด้วย วัตถุประสงค์กว้าง ๆ ไม่ชัดเจน สนับสนุนและเรียนรู้ไปด้วยกัน หรือกลุ่มคนเกิด ความคิดที่จะรวมตัวกันสร้าง พันธสัญญาเป็นเครือข่ายช่วยเหลือและพัฒนาตนเอง หลังถูกจุดประกาย ความคิดมาจากการได้รับฟัง ได้เห็น การดำเนินงานของเครือข่ายอื่น ๆ เช่น เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ เครือข่ายผู้สูงอายุ กระบวนการสำคัญในการสร้างหรือเริ่มประสานเครือข่าย ประกอบด้วย ๑) พัฒนา ผู้นำการเปลี่ยนแปลง ๒) จัดตั้งเครือข่าย ๓) ดำเนินการและประเมินผล

๑. พัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นการเตรียมการศึกษา วิเคราะห์ผู้ที่ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ๑) การสร้างเครือข่าย ๒) การแสวงหาแกนนำเครือข่าย ๓) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ของกลุ่ม ๑) ระบุผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการสร้างเครือข่าย เมื่อชุมชนมีความตระหนักต่อปัญหา หรือมีความต้องการที่จะรวมกลุ่มแล้ว ควรเริ่มด้วยการระบุบุคคล ชุมชน หน่วยงาน หรือองค์กรที่

เกี่ยวข้องหรือมี ความสัมพันธ์กับประเด็นที่กำลังขับเคลื่อน ความสนใจ พฤติกรรม ความต้องการ ความรู้ จุดประสงค์ การทำงาน อิทธิพล อำนาจหน้าที่ที่มี จุดยืนต่อประเด็นที่ดำเนินการ รายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้ในกลุ่มที่มีอิทธิพลสูง ความสนใจสูง และกลุ่มที่มีอิทธิพลต่ำสนใจ ซึ่งรายชื่อบุคคล กลุ่มคน องค์กรเหล่านี้ที่อยู่ในกลุ่ม อิทธิพลสูง ความสนใจสูง พัฒนาความสัมพันธ์ไปสู่การเป็นแนวร่วมของเครือข่าย

๒) การแสวงหาแกนนำเครือข่าย กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สนใจที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและมีอิทธิพลเพียงพอในการผลักดันการทำงาน นำการเปลี่ยนแปลงและช่วยขยายเครือข่ายออกไปในแนวทางกว้าง อย่างไรก็ตามด้วยข้อจำกัดของงบประมาณ และบุคลากร การหาผู้นำหลัก (key leaders) หรือบุคคลที่เป็นผู้นำของกลุ่มผู้เล่นหลักจึงมีความสำคัญ ตัวอย่างผู้นำหลักในกลุ่มสื่อมวลชน ต้องเป็นบุคคลผู้เป็นที่เคารพนับถือของคนในกลุ่มสื่อมวลชน และมีอิทธิพลมากพอที่จะโน้มน้าวทิศทางของกลุ่มหรือวิชาชีพ ๓) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลุ่ม โดยใช้ผังเครือข่าย การก่อรูปเครือข่าย อาจเริ่มจากกลุ่ม องค์กรที่มีอยู่ ที่มีการรวมตัวกันอยู่แล้วอย่างหลวม ๆ ทำความรู้จัก ทำความเข้าใจ เครือข่าย วิเคราะห์ ความสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ที่มีอยู่ที่จะเข้าไปแตะ หาผู้เล่นหลักในกลุ่ม หาบุคคลหรือกลุ่มที่อยู่เฉยๆ ที่ควรเข้ามาเกี่ยวข้อง เครื่องมือที่จะช่วยให้เข้าใจเครือข่ายได้ดีขึ้น คือ ผังเครือข่าย ที่ช่วยให้เห็นถึงศักยภาพและทุนทางสังคมของเครือข่าย ซึ่งโครงการสามารถนำไปใช้ในการจัดวางระบบเพื่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุด วางแผนการเข้าหาและสร้างความร่วมมือที่ดีขึ้น รวมทั้งเข้าใจสัมพันธภาพระหว่างชุมชนในพื้นที่ จากผู้นำในชุมชนเล็ก ๆ ไปสู่องค์กรอื่นในระดับประเทศ กรณีเครือข่ายมีการจัดตั้งอยู่แล้วอย่างเป็นทางการ สามารถวินิจฉัยเครือข่ายได้โดยการตอบคำถาม เครือข่ายมีการรับรู้ข่าวสารกันอย่างไรถึงหรือไม่ จุดร่วมของผลประโยชน์จะเป็นศูนย์กลางทำให้เกิดการรับรู้มุมมองร่วมถึงเหตุผลในการเข้าร่วม และผลประโยชน์ที่จะได้รับการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย จุดร่วมหรือประเด็น (issues) จุดร่วมของผลประโยชน์จะนำไปสู่การกำหนดเป็นเป้าหมายร่วม และวิสัยทัศน์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจน วิสัยทัศน์ร่วมเป็นการมองภาพของจุดมุ่งหมายในอนาคตร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม เป้าหมาย ที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันช่วยทำให้เกิดเอกภาพในการทำงาน ทำให้ขบวนการเคลื่อนไหวมีพลัง และช่วย บรรเทาความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองความคิดที่แตกต่าง

๓) พัฒนาแผนยุทธศาสตร์ความร่วมมือ เป็นการสร้างเครือข่ายให้ปรากฏเป็นรูปธรรมอย่างเป็นทางการ (Formal Agreement) มีการตกลงในเรื่องการบริหารจัดการกลุ่ม กำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่ม กำหนดกิจกรรม จัดวางข้อตกลงในการทำงาน การใช้ทรัพยากรร่วมกัน รวมทั้งกำหนดบทบาทของสมาชิกและ สิทธิหน้าที่ของหัวหน้ากลุ่ม นอกจากนี้ควรเริ่มเตรียมโครงสร้างพื้นฐานที่จะช่วยให้เกิดการประสาน nodes เพื่อความยั่งยืนของเครือข่าย หาที่ตั้งที่อาจเป็นพื้นที่ทางกายภาพหรือพื้นที่เสมือนในระบบออนไลน์ แพลตฟอร์มมาตรฐานเครือข่ายทางสังคม เช่น เฟสบุ๊ก เพื่อเป็นจุดเชื่อมโยงการทำงาน ๓. ดำเนินการ และประเมินผล ประกอบด้วย ๑) การพัฒนา

ความสัมพันธ์และ ๒) ติดตามและ ประเมินผล ดังนี้ ๑) การพัฒนาความสัมพันธ์ความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างกัน ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ ระหว่างกันและสร้างความผูกพันภายใน สร้างการยอมรับในความแตกต่างระหว่างสมาชิก ยอมรับในรูปแบบ และวัฒนธรรมองค์กรของสมาชิก สร้างความไว้วางใจ เกิดการเชื่อมโยงในระดับที่แน่นแฟ้นมากขึ้น โดยในช่วง เริ่มก่อรูปเครือข่ายควรมีกิจกรรมสม่ำเสมอและมากพอที่จะทำให้สมาชิกได้ทำงานร่วมกัน เป็นกิจกรรมที่ต้อง แนใจว่าทำได้ และกระเจายงานได้ทั่วถึง ควรเลือกกิจกรรมที่ง่ายและมีแนวโน้มประสบผลสำเร็จ ผลงานที่ ปรากฏเป็นรูปธรรมที่เด่นชัด สร้างความรู้สึกให้สมาชิกเครือข่ายได้รับรู้ถึงผลประโยชน์จากการเข้าเป็น เครือข่ายความสัมพันธ์ในเครือข่ายจะยิ่งแน่นแฟ้นขึ้น กิจกรรมที่ยากถ้าทำไม่สำเร็จโดยเฉพาะในครั้งแรกอาจทำให้เครือข่ายที่เริ่มก่อตัวแตกสลายได้ ๒) ติดตามและประเมินผล เป็นขั้นตอนการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนที่เกิดจาก เครือข่ายความร่วมมือเพื่อไปสู่การปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินงานนั้น

๔.๑.๒ การวางแผน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

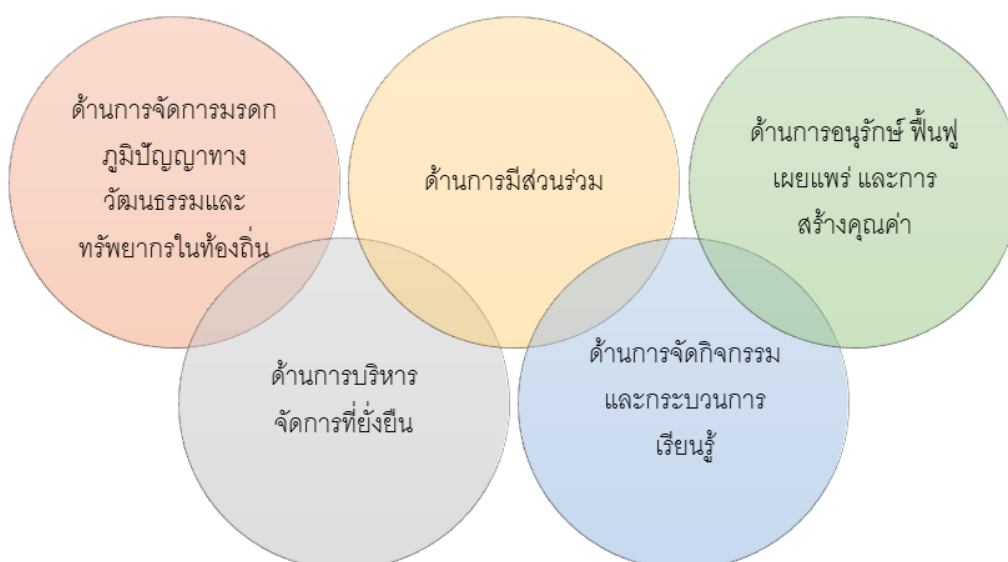
การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนในการตัดสินใจ และ มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน จะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอก พื้นที่ได้เข้ามามีบทบาท รวมทั้งเพิ่มความต้านทานต่อแรงกดดันหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการวางแผนเป็น กระบวนการในการสรรหาและกำหนดแนวทาง รวมทั้งวิธีการที่จะควบคุมและพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละ ชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และการที่ทุกฝ่ายร่วมกันคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่าจะทำอะไร ทำเพื่ออะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อใด และใช้งบประมาณเท่าไร จะช่วยให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิด ขึ้นและมีทิศทางที่ชัดเจนและตรงกันในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวางแผน โดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วางแผน ผู้ปฏิบัติ หน่วยงานต่างๆ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในชุมชนจำเป็นต้องมาประชุมหรือทำการปรึกษา พิจารณ์เพื่อแสดงความคิดเห็นและการยอมรับ รวมทั้งทำการตกลงและความเข้าใจร่วมกันภายใต้คำแนะนำ และคำปรึกษาของผู้เชี่ยวชาญ แม้ว่าแผนพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายละเอียดมากเพื่อนักปฏิบัติจะ ได้ดำเนินการตามที่นักวางแผนกำหนดไว้ได้อย่างถูกต้อง แต่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วม นั้นจำเป็นต้องเข้าใจได้ง่ายและอาจประกอบด้วยประเด็นเพียงไม่กี่ประเด็นแต่สำคัญและชัดเจนเพียงพอที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถปฏิบัติตามได้ในทิศทางเดียวกัน ประเด็นในแผนอาจประกอบด้วย วิสัยทัศน์ของชุมชน วัตถุประสงค์ของแผน นโยบายของแผน เครื่องมือในการพัฒนา การจัดหาและกำหนด งบประมาณ วิธีการติดตามและ ประเมินผลการดำเนินงาน

วิสัยทัศน์ การกำหนดสภาพหรือภาพอนาคตที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มของชุมชนพึงประสงค์ อยากให้เป็น วิสัยทัศน์ที่ดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องสอดคล้องกับหลักการการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วัตถุประสงค์ของแผนคือ ผลลัพธ์ในภาพรวมและกว้าง ๆ ที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้นเมื่อได้ปฏิบัติ ภารกิจต่าง ๆ เสร็จสิ้น วัตถุประสงค์จึงต้องอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับและความสามารถในการจัดการ ของทุกฝ่าย รวมทั้งต้องปรับไปตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมของชุมชนด้วย นโยบายของแผน คือ แนวทางในการปฏิบัติหรือตัดสินใจเพื่อให้การดำเนินการต่าง ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการในการปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นมาจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ สามารถดำเนินงานในทิศทางที่สอดคล้องกันและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกันได้ นโยบายหรือแนวทางปฏิบัติที่กำหนดขึ้นมาจึงต้องหลากหลายเพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถเลือกนโยบายที่ตนถนัดและปฏิบัติได้จริง

เครื่องมือในการพัฒนาหรือกิจกรรมที่กำหนดขึ้นมาเพื่อดำเนินงานตามนโยบายหรือแนวทาง ในการปฏิบัติซึ่งจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจำเป็นต้องเข้าใจข้อ จำกัดของชุมชน เช่น ข้อจำกัดด้านงบประมาณและเวลา ข้อจำกัดในด้านการจัดการหรือการมีส่วนร่วมของ คนท้องถิ่น ข้อจำกัดในเรื่องขอบเขตของกฎหมาย ข้อจำกัดในด้านอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ เพราะข้อจำกัดเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ถูกรอบประเภทและลักษณะของเครื่องมือในการพัฒนามรดกทาง วัฒนธรรม การกำหนดและจัดหางบประมาณ ควรเป็นหน้าที่ของผู้บริหารท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง กับการพัฒนาการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชนหรือองค์กรพัฒนา เอกชน (NGO) ที่มีนโยบายในการ พัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งนี้ งบประมาณจำเป็นต้องสอดคล้องไปตามประเภทและลักษณะ ของเครื่องมือในการพัฒนา นอกจากนี้ กลุ่มต่าง ๆ ที่กำหนด และจัดหางบประมาณต้องแสดงต่อสาธารณชน อย่างชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ในเรื่องจำนวน เงินงบประมาณ แหล่งงบประมาณ และแนวทางการ ใช้เงินงบประมาณ การติดตามและประเมินผล การดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่สำคัญมากที่ต้องปฏิบัติเป็นระยะและ อย่างต่อเนื่อง เพราะจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มรู้ว่าการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด รวมทั้งสามารถช่วยหาแนวทางแก้ไขหรือปรับแผนได้ทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้ การติดตามและประเมิน ผลการดำเนินงานควรเป็น หน้าที่ของกลุ่มที่รับผิดชอบการวางแผนและการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผน ซึ่งจำเป็นต้องรายงานผล การดำเนินงานและการประเมินผลต่อสาธารณชนในชุมชนให้ทราบอย่างชัดเจนและทั่วถึง เพื่อกระตุ้น ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานและ ร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้มีประสบการณ์เพิ่มขึ้นในการวางแผนและ การดำเนินงานในครั้งต่อไป

หลักการของการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสิ่งที่ควรคำนึงถึงในลำดับแรกสำหรับการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การสร้างความตระหนัก และจิตสำนึก อย่างมีส่วนร่วม ให้กับคนในชุมชนท้องถิ่น เห็นคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น เพราะเป็นต้นทุนสำคัญในการพัฒนา ต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการ บูรณาการองค์ความรู้จากสหวิทยาการ และความรู้สมัยใหม่ เข้ากับความรู้และภูมิปัญญาของท้องถิ่น ดังนั้นการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงไม่สามารถพัฒนาขึ้นได้โดยปัจจัยภายในหรือศักยภาพที่มีอยู่เดิมในชุมชนท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว จำเป็นที่จะต้องเข้าใจสถานการณ์ภายนอก ที่เป็นทั้งโอกาส ผลกระทบและภาวะคุกคาม ในการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ถือเป็นแนวทางหรือทางเลือกหนึ่งของการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการสร้างจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการอนุรักษ์ พัฒนา ต่อยอด และเผยแพร่ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ นำไปสู่การสร้างมูลค่าและโอกาสทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการทางสังคมและการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมร่วมกัน โดยมีหลักการที่สำคัญ ๗ ประการ คือ

๑. เคารพในสิทธิและความหลากหลายทางวัฒนธรรม
๒. การจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น
๓. การสร้างสรรค์และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน
๔. การมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
๕. ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และความตระหนัก
๖. คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
๗. ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น



๔.๑.๓ การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ประกอบไปด้วย แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกาแฟดอยช้างที่ได้ พัฒนาจากการทบทวนเอกสาร แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรมและคุณภาพชีวิต สมุดจดบันทึก ปากกา แฟ้มเก็บข้อมูลเพื่อแยกเป็นประเภทต่าง ๆ เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายภาพเพื่อใช้เก็บบรรยากาศ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ประชาชนที่ผู้วิจัยได้จัดสร้างขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจาก งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น ๓ ส่วน คือ ส่วนที่ ๑ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาที่พักอาศัยในชุมชน เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ส่วนที่ ๒ เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยแบ่งออกเป็น ๔ ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล และส่วนที่ ๓ เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ ของประชาชนในการมีส่วนร่วมในการบริหาร การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

มีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงานตามแผน และติดตาม ผลการดำเนินงานโดยตลอด แต่หากเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และความถนัดของชุมชน ก็จะมีผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่บรรลุวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ เครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมจึงควรกำหนดโดยผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิจัยด้านการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งต้องสอดคล้องกับความต้องการและความสามารถในการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมทั้งสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์และนโยบายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้ เครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีความชัดเจนและหลากหลายซึ่งควรประกอบด้วย ๕ เครื่องมือ ได้แก่ การกำหนดตัวชี้วัดระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้าง การพัฒนาคนท้องถิ่น และการตลาด หากเครื่องมือมีความชัดเจน หลากหลาย และ สามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็จะก่อให้เกิดโอกาสสูงสุดที่จะบรรลุวิสัยทัศน์และ วัตถุประสงค์ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การกำหนดดัชนีระดับการพัฒนา ดัชนี (Indicator) หมายถึง สิ่งที่บ่งชี้ วัด หรือสะท้อนสภาพหรือสถานการณ์ ณ ช่วงเวลาใดเวลา หนึ่งของ

ชุมชน ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นสภาพเชิงลบของพื้นที่เพื่อทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มตระหนักถึงปัญหาและสามารถวางแผนแก้ไขหรือจัดการกับปัญหาได้ทันที่ นอกจากนี้ ดัชนีสามารถสะท้อนให้เห็น สภาพเชิงบวกที่ชุมชนต้องการให้เป็นหรือเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถติดตามและ ตรวจสอบได้ว่าแผน โครงการ หรือกิจกรรมที่ดำเนินไปนั้นทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ การกำหนดดัชนีให้เป็นไปในทิศทางใดนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน ตัวอย่างเช่น ถ้าแผนมีวัตถุประสงค์ที่ป้องกันไม่ให้ เกิดเชิงลบ ดัชนีที่กำหนดขึ้นมาก็ควรชี้ให้เห็นสภาพการเปลี่ยนแปลงเชิงลบหรือปัญหาที่กำลังขยายตัวเข้า สู่ระดับสูงสุดที่ชุมชนยอมรับได้ (Limit of Acceptable Change: LAC) ซึ่งจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทุกกลุ่มเห็นว่า ต้องจัดทำแผนหรือกิจกรรมในด้านใดบ้างเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาย่างเร่งด่วน ก่อนที่จะสายเกินไป ในทางตรงกันข้าม ถ้าแผนมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดัชนีควรแสดงให้เห็นถึงสภาพเชิงบวกหรือประสิทธิผลของการพัฒนาที่ต้องการให้เกิด ขึ้นหลังจากเสร็จสิ้นการดำเนินงาน ทั้งนี้เพื่อให้ทุกกลุ่มทราบว่าแผนนั้นมีแนวโน้มที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ มากน้อยเพียงใด และสามารถปรับแผนในระหว่างการทำงานได้อย่างเหมาะสม ดัชนีที่กำหนดขึ้นไม่ว่าสะท้อนสภาพเชิงลบหรือเชิงบวกจำเป็นต้องสะท้อนให้เห็นสภาพ การเปลี่ยนแปลง ๓ ด้าน ด้านเศรษฐกิจของคนท้องถิ่นซึ่งมีผลต่อความเป็นอยู่และสภาพสังคมของ ชุมชน ด้านสังคมและวัฒนธรรมซึ่งประกอบด้วยความร่วมมือและการช่วยเหลือเกื้อกูลของคนในชุมชน ความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การอนุรักษ์และคงไว้ซึ่งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณีของคนในชุมชน และสุดท้ายสะท้อนให้เห็นสภาพด้านสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ความสะอาด รวมทั้งความปลอดภัยของที่อยู่อาศัยของคนในชุมชน หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มร่วมกัน กำหนดและเข้าใจดัชนีอย่างชัดเจนและตรงกัน ก็จะสามารถหลีกเลี่ยงและสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้ มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างทันเหตุการณ์ รวมทั้งสามารถบรรลุและวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาอย่างถูกทิศทาง

การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว ชุมชนหลายแห่งได้ใช้มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ในขณะเดียวกันก็ได้ รับเชิงลบจากการท่องเที่ยว เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมในพื้นที่มากจนเกินไป จึงก่อให้เกิดความไม่ พอเพียงในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และแรงงาน รวมทั้งก่อให้เกิด มลภาวะทางทัศนวิสัยและสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ การสร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวกับ ระดับการใช้ทรัพยากร โดยการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว จึงเป็นเครื่องมือสำคัญ อีกประการหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว ครอบคลุมเรื่อง การกำหนดจำนวนและ ระดับความหนาแน่นของกลุ่มคนที่เข้าชมพื้นที่หรือแหล่ง

ท่องเที่ยว การกำหนดความถี่ในการใช้ทรัพยากร การท่องเที่ยวในแต่ละครั้งหรือแต่ละช่วงเวลา รวมทั้ง การกำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ แหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่เชิงวัฒนธรรม ส่วนใหญ่นิยมใช้เกณฑ์ ๒ เพื่อกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวคือ การกำหนด อัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น (Relative Visitor Density- RVD) และ การกำหนด ระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ (Limits of Acceptable Change- LAC) การ กำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่าจะมีนักท่องเที่ยวกี่คน ต่อจำนวน คนท้องถิ่น ๑ คน ภายในหนึ่งปี ๑ การที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากกว่าคนท้องถิ่น จะทำให้มีการนำ วัตถุดิบ สิ่งอำนวยความสะดวก และสินค้าจากภายนอกเข้ามาในพื้นที่เพื่อตอบสนองตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งหากการนำเข้า สินค้าเหล่านี้มุ่งเน้นเพื่อธุรกิจมากจนเกินไป จะส่งต่อค่านิยมและ วิธีการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น รวมทั้ง ก่อให้เกิดปัญหาการอพยพแรงงานมาจากนอกท้องถิ่นด้วย ซึ่งจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคมในอนาคตได้ คนท้องถิ่นมีโอกาสดูแลรักษาวัฒนธรรมของ นักท่องเที่ยวโดยผ่านการพูดคุย การแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น การแต่งกาย และการลอกเลียนแบบ พฤติกรรม หากจำนวนนักท่องเที่ยวมีมากและกระจายไป

วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวจะแพร่หลายในพื้นที่และอาจครอบงำวัฒนธรรม ท้องถิ่นได้ใน ที่สุด ด้วยเหตุนี้ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงใช้เกณฑ์นี้ในการกำหนดขีดความสามารถ ในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อควบคุมอิทธิพลทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อัตราส่วน จะมีค่า เท่าใดนั้น ขึ้นอยู่กับระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ ระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ ชุมชนจะยอมรับได้ หมายถึง วงจำกัดการเปลี่ยนแปลงของ สถานการณ์หรือสภาพด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งกระบวนการ กำหนดระดับการเปลี่ยนแปลง เป็น วิธีการหนึ่งที่นักพัฒนา การท่องเที่ยวนิยมใช้มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีขั้นตอนต่อไปนี้ ๑. จัดการประชุม หรือประชาพิจารณ์เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของชุมชนร่วมกันกำหนด อัตราส่วนระหว่าง นักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เขตพื้นที่ที่จะพัฒนา ระดับ การพัฒนา นโยบาย และกฎระเบียบในการพัฒนา ซึ่งทุกประเด็นต้องเหมาะสมกับระบบนิเวศ สังคม และ วัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากนี้ กำหนดอย่างชัดเจนว่าจะไม่อนุญาตให้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวใดบ้าง ๒. กำหนดดัชนีเชิงลบของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่สามารถ สะท้อนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทราบว่า ถ้าเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่กำหนดไว้เกิดขึ้นจริง ทุก กลุ่ม ต้องร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือจัดการเชิงลบ ณ ตอนนั้นอย่างทันที ๓. ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ทบทวน รูปแบบและลักษณะกิจกรรม รวมทั้งดัชนีข้างต้นว่าบรรลุ ความประสงค์ของทุกฝ่ายและ ป้องกันปัญหาได้จริงหรือไม่ ๔. ระบุทางเลือกในการปฏิบัติงานที่จะให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรมเป็นไปตาม ข้อจำกัดการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ รวมทั้งคิดต้นทุนของการปฏิบัติงานในแต่ละ ทางเลือก ต้นทุนในที่นี้ ไม่ได้หมายถึงเพียงเงินและเวลาที่ใช้ไป แต่รวมถึงผลเสียทางสังคมที่อาจ

เกิดขึ้นจากการยกเลิกหรือ การพัฒนานักกิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่าง จากนั้น ทุกกลุ่มจะต้องเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการกำหนดขีดความสามารถและปฏิบัติตามทาง เลือกที่กำหนดไว้ รวมทั้งใช้เครื่องมือ “การกำหนดมาตรฐานสิ่งก่อสร้างการพัฒนาคนท้องถิ่นและการตลาดก็จะทำให้การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่น ในทุกด้านและทุกกระบวนการของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม หากคนท้องถิ่นขาดข้อมูล ประสบการณ์ และ ทักษะที่เกี่ยวกับการพัฒนาหรือการจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จะทำให้ คนท้องถิ่นไม่สามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กำหนดปัญหา วางแผน ดำเนินงานและประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาคนท้องถิ่นโดยการอบรมให้ความรู้และประสบการณ์จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมให้คนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในทุกด้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้คนท้องถิ่นตระหนัก ถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมของตน เกิดความภาคภูมิใจและใช้มรดกทางวัฒนธรรมในทิศทางที่ยั่งยืน แม้ว่าข้อมูลและความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมครอบคลุมหลากหลายเรื่อง แต่การอบรมคนท้องถิ่นนั้นควรครอบคลุมเนื้อหาความรู้ที่สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงและทันต่อสถานการณ์ ซึ่งประกอบด้วยพลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism Dynamics) กระบวนการ วางแผนและเครื่องมือการพัฒนา การจัดการ การเงิน และการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดเล็กและการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism Interpretation) พลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ และหลักการใน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าใจพลวัตของการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ก็จะเข้าใจว่าแต่ละฝ่ายมีความสัมพันธ์และต่อกันอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจสาเหตุของปัญหา และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รวมทั้งหาแนวทางในการป้องกันหรือแก้ไขปัญหาได้ดีขึ้น กระบวนการวางแผนและเครื่องมือการพัฒนา เป็นความรู้ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มและ ทุกระดับต้องเข้าใจ เพราะจะทำให้ทุกกลุ่มมีความอดทนมากขึ้นที่จะรอให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพัฒนาไปอย่างช้า ๆ แต่เป็นตามขั้นตอนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถบูรณาการ ความรู้ด้านการวางแผนและเครื่องมือพัฒนากับความรู้หรือความชำนาญของคนท้องถิ่น เพื่อตัดสินใจ วางแผน และกำหนดเครื่องมือการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การจัดการ การเงิน และการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก เป็นความรู้อีกหมวดหนึ่งที่สำคัญเพราะ จะส่งเสริมให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนธุรกิจหรือเป็นเจ้าของธุรกิจได้เอง โดยที่ไม่ต้องอาศัย ความรู้และบุคลากรจากเมืองหรือต่างประเทศ คนท้องถิ่นจะได้รับผลประโยชน์โดยตรงและการรั่วไหลทาง เศรษฐกิจก็จะลดลง ซึ่งจะมี

ผลทำให้คนท้องถิ่นหวงแหนทรัพยากรของตนและจะร่วมมือกันมากยิ่งขึ้นเพื่อ อนุรักษ์หรือพัฒนา ทรัพยากรในชุมชนให้มีความยั่งยืน

การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องมีการถ่ายทอดความคิดหรือ ความรู้สึก ของคนท้องถิ่น รวมทั้งความสำคัญ ความหมาย และคุณค่าของประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวัฒนธรรม ท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ การอบรมให้คนท้องถิ่นสามารถสื่อความหมายเชิง วัฒนธรรมได้อย่างมีคุณภาพ นอกจากจะส่งเสริมให้คนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของตน แล้ว ยังช่วยลดอคติด้านวัฒนธรรม อีกทั้งเพิ่มคุณค่าประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวด้วย

๔.๑.๔ การยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง แบ่งเป็น ๒ แบบ คือ

๑. การมีส่วนร่วมของชุมชนและการมีจิตสำนึกรักบ้านเกิดแก่เยาวชนในท้องถิ่นในการ พัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

บทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ยกระดับการการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประชากรที่ใช้ใน การศึกษาวิจัยคือ ประชาชนจังหวัดพื้นที่ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับเก็บข้อมูล เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ สมาชิกองค์การบริหารส่วน ตำบล และผู้นำชุมชน โดยทำการวิเคราะห์ ข้อมูลประชาชนและผู้ประกอบการด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์โดยการสังเคราะห์และสรุปผล

๑. ด้านการบริหารจัดการบทบาทการมีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการโดยภาพรวม คือ การเข้าร่วม ประชุมเพื่อวางแผนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีส่วนร่วมในการจัด อบรมให้ความรู้กับชุมชนด้าน การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ มีส่วนร่วมการบริหาร จัดการร้านค้าจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึก สินค้าวิสาหกิจชุมชน มีการบริหารจัดการจัดเวรยาม รักษาความปลอดภัย ความสงบเรียบร้อยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ๒. ด้านการวางแผน บทบาท การมีส่วนร่วมด้านการวางแผนโดยการร่วมประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานการอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวกับชุมชน วางแผนพัฒนาประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม วาง แผนการจัดระเบียบร้านค้าชุมชน มีส่วนร่วมวางแผนการจัดงานประจำปี ๓. ด้านการดำเนินงานและ การปฏิบัติ ชุมชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ เช่น มีการแต่งกายชุด พื้นเมืองเพื่อต้อนรับ นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ การละเล่นพื้นเมือง การฟ้อนรำ เล่นดนตรี ๔. ด้านการ บำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดสรรงบประมาณเพื่อการบำรุงรักษาสถาน

ท่องเที่ยว มีการจัดหาจัดจ้างเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยว มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาความสะอาดบริเวณหน้าวัด และจัดระเบียบร้านค้าต่างๆ ให้อยู่ในบริเวณเดียวกันอย่างเป็น ระเบียบสวยงาม ๕.ด้านการคมนาคม มีส่วนร่วมในการแนะนำการคมนาคมที่สะดวกสบายปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว มีการจัด มัคคุเทศก์ให้คำแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการจัดรถรับส่ง รถรับจ้าง ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ๖.ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจ ในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีร้านค้าแปะมีการจัดแสดงสินค้า มีส่วนร่วมในการจัดระเบียบร้านค้า มีส่วนร่วมในการควบคุมราคาสินค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อถือ มีส่วนร่วม ในการส่งเสริมให้ชาวบ้านผลิตสินค้าพื้นเมืองจัดจำหน่าย สร้างรายได้ในครัวเรือน

๒. การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการบริการอย่างต่อเนื่องของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มการดำเนินงานของ โครงการย่อยที่ ๑ โครงการย่อยที่ ๒ และโครงการย่อยที่ ๓ ทำให้ได้ข้อมูล สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงประเพณี วิถีชีวิต และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้คุณค่า ผลการประเมินศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยว ของทั้ง ๓ โครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในจะต้องมีแนวทางในการขับเคลื่อนงานที่สอดคล้องกับศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวตาม การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่โครงการย่อยได้ปรับปรุงและ พัฒนาขึ้นให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ส่วนของแผนงานวิจัยได้เลือกใช้ แนวคิดในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดในการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การตลาด ประกอบไปด้วย ๑. สินค้าหรือบริการ (Products Element) ๒. สถานที่ (Place) ๓. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ๔. ราคา (Price) ซึ่งเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอาศัย ปัจจัยสำคัญที่เป็นจะทำให้การส่งเสริมด้านการตลาดเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างแท้จริง ๑. สินค้าหรือบริการ (Products Element) คือ รูปแบบการให้บริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงมรดก วัฒนธรรมจะต้องพิจารณาถึง การสร้าง Story ให้กับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความน่าสนใจ เป็นการ สร้างเหตุการณ์สำคัญ (critical incident) และช่วงเวลาที่เป็นจริง (the moment of truth) ช่วงเวลา ในการให้บริการจะให้นักท่องเที่ยวจดจำกระบวนการ ในการให้บริการ หากมีบริการที่ดีในช่วงเวลา ของการท่องเที่ยวจะให้นักท่องเที่ยว จดจำเหตุการณ์ที่ทำให้ตนประทับใจได้ การสร้างความ ประทับใจต่อการท่องเที่ยว ต้องสามารถส่งมอบบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่มี ขึ้นตอนยุ่งยาก การขอข้อมูลเกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวง่ายและสะดวก รวมถึงมีการดูแลความปลอดภัย และอำนวยความสะดวก ๕. สถานที่ (Place) คือ สิ่งที่เป็นรูปร่างหรือสิ่งที่ปรากฏมองเห็นได้ เป็นการ สร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้าง ความประทับใจ ทางกายภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องมีบรรยากาศของความ เก๋ไก๋

ดั้งเดิมและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น การรักษาสภาพเดิมของพื้นที่ท้องถิ่น การฟื้นฟูรักษาภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเพลิดเพลินในการเยี่ยมชม โดยต้องมีการดูแลรักษาลักษณะทางกายภาพเหล่านี้ให้อยู่ในสภาพดั้งเดิม ๖. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ รูปแบบกิจกรรมที่ส่งเสริมการขาย ซึ่งกิจกรรมในระยะสั้นที่ใช้ส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการตลาดโดยใช้ พนักงานขายหรือผู้ให้บริการสามารถกระตุ้นความสนใจซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงกับความรู้สึกรักของนักท่องเที่ยว บุคลากรที่ให้บริการต้องพิจารณาถึง คุณภาพในการให้บริการ ต้องมีความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว มีความสามารถในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง มีความเป็นมิตร และจำนวนผู้ให้บริการ เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว พนักงานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมบุคคลที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทั้งบุคลากรภาครัฐ และประชาชนในท้องถิ่น การดำเนินงานต้องพิจารณาการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ เหมาะสมและเกิดความประทับใจ คำนึงถึงความสามารถหรือศักยภาพของบุคลากรผู้ ให้บริการ ต้องฝึกอบรมทักษะด้านต่าง ๆ ให้มีความเชี่ยวชาญ ผลักดันให้มีการศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการทำงาน รวมถึงการให้ความสำคัญกับประชาชนใน ท้องถิ่นในฐานะที่เป็น เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวด้วยการสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วม ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนยังก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น แนวคิดที่จะอนุรักษ์ การประชาสัมพันธ์ในระยะยาวโดยสื่อสารจุดเด่น อัตลักษณ์ ความแตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์ โดยต้องอาศัย การวางแผนร่วมกันของทุกภาคในพื้นที่ เพื่อให้รูปแบบและสิ่งที่ถ่ายทอดประชาสัมพันธ์ต่อนักท่องเที่ยวสามารถที่จะดำเนินงาน ได้จริง มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับ นักท่องเที่ยว ๗. ราคา (Price) นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการและประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมากกว่าปัจจัยในด้านราคา แต่สิ่งที่จะต่างตอบแทนให้กับ นักท่องเที่ยวก็ควรที่จะต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย การลดต้นทุนทางการผลิตโดยการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ เพิ่มมูลค่าสินค้า ผลิตภัณฑ์ให้เกิดการเชื่อมโยง นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรมกับชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ในชุมชน

พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ๑. ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการบูรณะเพื่อรักษาแหล่งท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงที่ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือส่งผลกระทบต่อการทำลายคุณค่าต้องอาศัยความร่วมมือกันของทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มนักวิชา และคนในชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล อันจะนำไปสู่การวางแผนทางการบูรณะ และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ การอนุรักษ์เอกลักษณ์ของ ท้องถิ่น การปรับปรุงทัศนียภาพในแหล่งท่องเที่ยว การดูแลรักษาความสะอาด และ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว ๒. ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการเรียนรู้ ภูมิปัญญา ท้องถิ่น

ผ่านกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือปฏิบัติภายใต้บรรยากาศของวิถีชุมชนดั้งเดิม เพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีผู้นำชมซึ่งเป็นคนในชุมชนในการให้ข้อมูล รวมถึงการนำเสนอการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีความน่าสนใจและมีศักยภาพความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบเชื่อมโยง ๓. ด้านกระบวนการการให้บริการวิถีชีวิตเพื่อการนำเที่ยว เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รูปแบบ ประเพณี วิถีชีวิตผ่านห้องเรียนรู้ และมีวิถีทัศน์ที่เน้นแสง สี เสียง โดยใช้เทคโนโลยี ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางกับ นักท่องเที่ยวด้วยภาษาที่หลากหลาย เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวเข้าไปเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวจริง กระบวนการในการให้บริการในชุมชนควรให้ความสำคัญกับการลดกระบวนการ ทำงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวได้นานขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับความ เพลิดเพลินและประสบการณ์จากการท่องเที่ยวมากขึ้น ๔. ด้านบุคลากรเป็นการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในชุมชนท่องเที่ยวจะต้องรู้และเข้าใจ วัฒนธรรมชุมชนตนเองเพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดให้กับ นักท่องเที่ยวได้ รวมทั้งต้องมีทักษะในการสื่อสารด้านภาษา รวมทั้งสามารถบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตนได้อย่างยั่งยืน ๕. ด้านการส่งเสริมการตลาดสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการตลาดกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมร่วมกัน ต้องสอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจ และประโยชน์ของ ชุมชนบนความพร้อมของสภาพแวดล้อมของบริบทพื้นที่ และความต้องการของ ตลาดนักท่องเที่ยว การทำการตลาดจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ส่งเสริมการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การร่วมมือกันของคนในชุมชน วิถีชีวิตและความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งใช้ วิธีการผูกโยงเป็นเรื่องราวของวิถีชีวิตในแต่ละชุมชนเข้ากับสถานที่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้มีความน่าสนใจ ซึ่งรูปแบบการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่า การโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดเสนอผ่านสื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสารเข้าถึง นักท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น

๔.๒ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ตอนที่ ๑ ศึกษาพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแฟ ดอยช้าง

๑. การตลาด (กลไกการตลาด)

๑) กลยุทธ์เชิงรุก ชุมชนควรมีการเร่งปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อสร้าง
จุดขายและรายได้ให้กับชุมชน กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์และการโฆษณาเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับ
กาแฟดอยช้างและบริการที่ จับบ่ายจากการท่องเที่ยว คือ **คุณภาพสินค้าและบริการ การพัฒนา
สินค้าและบริการ การจัดการข้อมูลการตลาด** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ การลงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบคุณภาพในการเลือกใช้วัสดุเพื่อ สร้างความ
มั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวและสื่อถึงวัฒนธรรม ประเพณีของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช ควรมีการ
ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเพิ่ม มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เพิ่มความหลากหลายของบรรจุ ภัณฑ์ให้
สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันและมีบรรจุภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของ กลุ่ม
นักท่องเที่ยวเป้าหมาย มีการพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวของชุมชน เชิงสร้างสรรค์และมีการ โฆษณา
เชิงเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ คือ ชุมชนจะต้องสร้างจุดเด่นของชุมชน ให้น่าสนใจ การปลูก
จิตสำนึกของคนในชุมชนให้รักเรียนรู้และพัฒนาวิถีชุมชน เช่น การแต่งกาย ภาษาถิ่นการ อนุรักษ์
ศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น เพื่อเสริมสร้างเสน่ห์ให้กับชุมชนท ำให้เกิดความน่าสนใจดึงดูด นักท่องเที่ยว
การท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยอยู่บนพื้นฐานของวิถีชุมชนโดยมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมโดยไม่ขัดต่อ
ประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชุมชน โดยอยู่บนพื้นฐานรากเหง้าของ ศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่นและทรัพยากร
ของชุมชนต้องพัฒนาต่อยอดให้การท่องเที่ยวนั้นยั่งยืน

การสร้างแบรนด์กาแฟดอยช้าง ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่า

บรรจุภัณฑ์ถือเป็นบรรจุภัณฑ์แล้วเกิดความประทับใจ สะดุดตาในทุกองค์ประกอบของ
บรรจุภัณฑ์ ก็สามารถที่จะโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลต่างๆของ
กาแฟดอยช้างให้มากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด อีกทางหนึ่งที่มีผลผลิตจะสามารถ
สร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่ดึงดูดตาดึงดูดใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากเข้ามาหยิบบรรจุภัณฑ์
พิจารณารูปลักษณ์ และรายละเอียดของตัวสินค้ารวมไปด้วย จนทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตัว
สินค้านั้นโดยไม่รู้ตัว (First Impression)

การเรียนรู้ความสำคัญของการทำบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดที่มีผู้บริโภคเป็นผู้เลือก
และมีความต้องการ บรรจุภัณฑ์จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับกาแฟดอยช้าง และกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง
ช่วยเพิ่มยอดขาย ผู้บริโภคเองก็อยากเก็บบรรจุภัณฑ์ของสินค้าไว้เพราะภาพลักษณ์ที่สวยงาม เป็นการ

โฆษณาสินค้าได้เพราะเมื่อผู้บริโภคหยิบบรรจุภัณฑ์นั้นขึ้นมาจะเห็นว่าสินค้านั้นเป็นแบรนด์อะไร สร้างการจดจำแบรนด์ให้กับผู้บริโภคได้

การเพิ่มจุดสำคัญต่าง ๆ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกมาเหมาะสมกับตัวกาแฟดอยช้าง และยังเป็นการโฆษณาสร้างแบรนด์ให้กับตัวสินค้าและองค์กรได้ในระยะยาว ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Management System – PMS) ของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง คือ กระบวนการในการวัดผลการทำงานของผู้ได้เกษตรกร เพื่อวัตถุประสงค์ในการให้รางวัล การปรับปรุงระบบ และวิธีการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนการแก้ไขจุดอ่อนของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง



ภาพที่ ๑ ตราสินค้า (brand name)



ภาพที่ ๒ แบรนด์กาแฟดอยช้าง

ศักยภาพด้านการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องมีความสอดคล้องครอบคลุมซึ่งได้มีการตั้งชุมชนร่วมเป็นฐานขับเคลื่อนคนในพื้นที่ทุกมิติ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นอำเภอที่มีลักษณะที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของอำเภอแม่สรวย ในการเดินทางเส้นทางหลักระยะห่างจากตัวอำเภอแม่สรวยเท่ากับ ๓๐ กิโลเมตร และห่างจากตัวจังหวัดเชียงราย ๗๕ กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมด ๓๕๙ ตารางกิโลเมตรหรือคิดเป็น ๒๒๔,๓๗๕ ไร่ ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลห้วยชมภู อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ตำบลแม่नावง อำเภอแม่อาว จังหวัดเชียงใหม่ ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลห้วยชมภู อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย , ตำบลโป่งแพร่ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย ทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลป่าแดด อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย,ตำบลสันต้นหม้อ อำเภอแม่อาว จังหวัดเชียงใหม่ ทิศใต้ติดกับ ตำบลแม่สรวย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การขยายตัวของการท่องเที่ยวทำให้เศรษฐกิจในปัจจุบันมีความสำคัญต่อสังคมในชุมชน แหล่งให้บริการท่องเที่ยวที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมซึ่งมีที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก บริการรถในการเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนตลอดจนตลาดสดพืชผักเมืองหนาว การศึกษาบริบทพื้นที่อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงรายเพื่อที่จะสร้างความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการเกษตร ตลอดจนสภาพปัจจุบันของเศรษฐกิจและสังคมท้องถิ่นจึงมีความน่าสนใจในภูมิภาคนี้ เพื่อที่จะนำมาใช้ประกอบการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

โครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง การที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถแลกเปลี่ยนซื้อขายกาแฟกันได้จะพบปะกันหรือไม่ก็ตาม จะมีสถานที่ซื้อขายกันหรือไม่ก็ตามการเกิดตลาดสินค้าก็สามารถมาเกิดขึ้นได้ โครงสร้างจึงเป็นการกระจายการผลิตของกาแฟในตลาด การตลาดจึงเป็นตัวกำหนดผลของการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจกาแฟดอยช้าง การผลิตกาแฟดอยช้างสู่ตลาดมีต้นทุนที่ใช้สูงมากจากทุนในการจดทะเบียนของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตในการจดทะเบียน การเข้าสู่ส่วนแบ่งทางการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจกาแฟดอยช้าง การโฆษณาในการขายสูงมาก ซึ่งเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาจะต้องมีการร่วมมือกันในกลุ่มผู้ผลิตและต้องระมัดระวังในการนำเสนอส่วนแบ่งการตลาดรายอื่น ๆ การตลาดจึงเป็นการลงทุนที่สูงการจะมีโอกาสในการขายที่ดีได้จะต้องผ่านปัญหาการสร้างอุปสงค์ให้กับคู่แข่ง การจะสร้างตลาดกาแฟดอยช้างจึงต้องใช้การส่งเสริมตลาดให้ดำเนินตามนโยบายที่จะต้องไม่มีการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าของกาแฟดอยช้างที่กำหนดขึ้น

การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง กาแฟดอยช้างเป็นสายพันธุ์อราบิก้าเป็นกาแฟคุณภาพดี ที่ปลูกในพื้นที่ดอยช้าง ตำบลาวัว อำเภอ

แม่สรวย จังหวัดเชียงราย การบริหารจัดการของกลุ่มปลูกกาแฟได้มีการจัดการปลูกกาแฟให้สอดคล้องกับความอุดมสมบูรณ์ของดินและน้ำซึ่งเป็นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การคัดสรร การเก็บเกี่ยวผลผลิตกาแฟดอยช้างมีการควบคุมให้เป็นไปตามขั้นตอนเพื่อที่จะเน้นคุณภาพของกาแฟ การตาก การเก็บบ่ม และการสีกาแฟ การบริหารจัดการตระหนักถึงคุณภาพกาแฟแล้วยังต้องคำนึงถึงเรื่องสินค้าที่เป็นธรรม กาแฟดอยช้างจึงเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศออกเป็น ๓ ส่วน ดังนี้

การดำเนินการช่วงต้นน้ำ การร่วมตัวกันในกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง หน่วยงานทำการตรวจประเมินองค์กร แสดงหลักฐานสำคัญ เช่น งบการเงิน เอกสารทางบัญชี การแสดงรายละเอียดโครงสร้างองค์กร การจดทะเบียน องค์กร กาแฟดอยช้างมีความประสงค์ที่จะจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนดอยช้างเป็นเจ้าของวิสาหกิจได้รับประโยชน์ร่วมกัน การดำเนินการเกี่ยวข้องกับปัจจัยนำเข้า ๒ ส่วน คือ ๑. เกษตรกรผู้ผลิตกาแฟดอยช้าง จะต้องให้ความสำคัญทรัพยากรบุคคลที่เป็นแรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พื้นที่ดอยช้างชุมชนเป็นชาวเขาเผ่าอาข่าจำนวนมากที่ไม่มีสัญชาติไทยบุคคลที่ไม่มีสัญชาติไม่ได้รับสิทธิเท่าเทียมกับบุคคลที่มีสัญชาติ การสนับสนุนด้านการศึกษา และการส่งเสริมกลุ่มกาแฟดอยช้างจึงมีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ การดำเนินธุรกิจกาแฟดอยช้างที่ได้รับสิทธิไม่เท่าเทียมกัน แบ่งออกเป็น ๓ ประเด็น คือ ๑. การรับซื้อเมล็ดกาแฟจากสมาชิกเกษตรกรชุมชนดอยช้างไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ กิจกรรมช่วยเหลือหลากหลายกิจกรรม เช่น การมีกองทุนกู้ยืม การอบรมทักษะความรู้เพื่อประกอบอาชีพ การมีศูนย์เรียนรู้ในการแลกเปลี่ยนความรู้ของกลุ่มกาแฟดอยช้าง ๒. การกำหนดราคาเมล็ดกาแฟโดยกลุ่มปลูกกาแฟดอยช้างมีส่วนร่วม การดำเนินงานของกลุ่มกาแฟดอยช้างไม่มีการแบ่งเพศ และวัย ๓. กลุ่มปลูกกาแฟดอยช้างสามารถออกความคิดเห็นของตนเองอย่างเสรี การกำหนดมาตรฐานกาแฟหรือการบริหารจัดการ เช่น ราคาเมล็ดกาแฟ สวัสดิการกลุ่มกาแฟดอยช้าง การพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกปลูกกาแฟดอยช้างในพื้นที่ มีอิสระในการตั้งราคากลางให้กับโรงงานกาแฟดอยช้าง ซึ่งการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง จะเน้นผลประโยชน์ของเกษตรกรเป็นหลัก เพื่อไม่ให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบ กระบวนการเพาะปลูกกาแฟดอยช้างไม่มีการใช้สารเคมีที่มีผลกระทบกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระบวนการล้าง การคัดแยกเมล็ด การหมัก การตาก รวมถึงการคั่วเมล็ดกาแฟ ได้รับการอบรมและการควบคุมของผู้เชี่ยวชาญในการผลิต การตั้งศูนย์การศึกษากาแฟดอยช้างขึ้นเป็นแหล่งเรียนรู้กาแฟสำหรับผู้ปลูกกาแฟ การจัดอบรมเกษตรกรและผู้ผลิต มีการพัฒนา เทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ใหม่ ๆ ๒. วัตถุประสงค์การผลิตกาแฟดอยช้างมีแหล่งเพาะปลูกบนพื้นที่ดอยช้าง ซึ่งมีระดับความสูง ๑,๐๐๐-๑,๗๐๐ เมตร จากระดับน้ำทะเล ทำให้กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟคุณภาพดี การปลูกเมล็ดกาแฟโดยปล่อยให้ไม้พืชนิดอื่นขึ้นแทรกตามธรรมชาติทำให้กาแฟได้ประโยชน์จากร่มเงาของต้นไม้ ประโยชน์ทางด้านผลผลิตกาแฟเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพบนพื้นที่ดอยช้าง พื้นฟูดิน หรือพื้นที่

รกร้างเสื่อมโทรมให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ ป้องกันการพังทลายของดินที่เกิดจากการทำลายต้นไม้ รวมทั้งเป็นการเพิ่มศักยภาพของดินเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การดำเนินการช่วงกลางน้ำ กระบวนการผลิตกาแฟดอยช้างเป็นการพัฒนาการสื่อสารตลาดมีความเกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การใช้สารเคมี การทำลายทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การทำลายหน้าดิน การตัดไม้ การเผาป่า มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผู้บริโภคมีความตระหนักรู้ทางด้านสิ่งแวดล้อม และนิยมสินค้าที่ได้รับการยืนยันว่ามีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กาแฟดอยช้างมีขั้นตอนและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

ขั้นตอนและกระบวนการผลิตกาแฟดอยช้าง

๑. การปลูกกาแฟดอยช้าง นิยมปลูกใต้ต้นไม้ใหญ่ เช่น แมคคาเดเมีย เพื่อบังร่มเงา การปลูกกาแฟเป็นการเพิ่มปริมาณต้นไม้ใหญ่เพิ่มขึ้น และการควบคุมผลผลิต โดยกลไกของระบบนิเวศ โดยไม่ใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีกำจัดแมลง

๒. การเก็บเกี่ยวเมล็ดกาแฟ ผลกาแฟสดที่สุกด้วยมือที่ละเม็ด การใช้คนในการเก็บเมล็ดกาแฟจะทำให้คงรสชาติของกาแฟมีมาตรฐานเดียวกัน

๓. การล้างและคัดแยกเมล็ดกาแฟ นำมาเทลงบ่อน้ำหมักกาแฟเพื่อล้างทำความสะอาด และแยกเอาเฉพาะเมล็ดสมบูรณ์ที่จมน้ำ ส่วนเมล็ดที่ลอยน้ำจะถูกคัดแยกออก ขั้นตอนการการล้างและคัดแยกเมล็ดเป็นขั้นตอนที่มีการใช้น้ำปริมาณมาก ซึ่งน้ำในกระบวนการล้างกาแฟจะนำมาบำบัดที่ดีสามารถนำมารดต้นไม้ได้

๔. การแยกเปลือกออกจากเมล็ดกาแฟเป็นกระบวนการที่จะต้องมีความชำนาญ เพื่อที่จะให้ได้ผลกาแฟที่สมบูรณ์และมีขนาดเท่ากันโดยการนำมากะเทาะเปลือกด้วยเครื่องกะเทาะเปลือก

ส่วนเปลือกเมล็ดกาแฟที่ผ่านกระบวนการแยกเปลือกสามารถนำมาทำปุ๋ยหมักใช้การเกษตรได้ ซึ่งจะช่วยบำรุงดิน และเพิ่มธาตุอาหารในดิน

๕. การหมักกาแฟกะลา เป็นการกะเทาะเปลือกกาแฟแล้วจะถูกนำมาหมักแห้ง เป็นระยะเวลา ๒๔ ชั่วโมงและนำไป หมักเปียกต่ออีก ๒๔ ชั่วโมง และแช่พักเมล็ดที่ผ่านการหมักในน้ำสะอาด อีก ๒๐-๒๔ ชั่วโมง เพื่อให้กาแฟสะอาด ขั้นตอนการหมักเป็นขั้นตอนที่มีการใช้น้ำปริมาณมาก

๖. การตากกาแฟกะลา ที่ผ่านการแช่พักเมล็ดมาบนลานตากที่สะอาดและตาก ให้แห้งโดย ด้วยแสงอาทิตย์เป็นระยะเวลาประมาณ ๗-๘ วัน พลิกกลับกาแฟกะลาสม่ำเสมอเพื่อให้การระเหยของ น้ำดีขึ้น การตากเมล็ดกาแฟแห้งด้วยแสงอาทิตย์เป็นวิถีทางธรรมชาติเกษตรกรรอจมุมหลังคาด้วย พลาสติกเพื่อลดปัญหาความเสี่ยงต่อฝนที่ตกนอกฤดูกาล และลดปัญหาแรงงานในการเก็บกาแฟ

๗. การเก็บรักษา กาแฟกะลาจะถูกบรรจุลงใน กระสอบที่สะอาดแล้วนำไปเก็บรักษามีการควบคุมระดับอุณหภูมิที่เหมาะสม และควบคุมอากาศถ่าย ในกระบวนการเก็บรักษามีการใช้กระสอบ

๘. การผลิตกาแฟสาร กระบวนการผลิตกาแฟสารที่มีการสีเอาส่วนของกะลาแห้งที่หุ้มเมล็ด ออกด้วยเครื่องสีกะลาเพื่อคัดแยกขนาดเมล็ด เครื่องคัดแยกคุณภาพสูง และมีการคัดชำตรวสอบด้วยแรงงานคน การใช้เครื่องจักรคุณภาพสูงช่วยลดปริมาณแรงงานและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มีการใช้น้ำในกระบวนการมาก

๙. การคัดเกรดกาแฟสาร กาแฟดอยช้างมีการแยกเกรดของกาแฟสารของดอยช้างออกเป็น ๔ เกรด ตามขนาดของกาแฟ การคัดเกรดกาแฟสารใช้เครื่องเป่าแยกเมล็ด

๑๐. การคั่วกาแฟ กาแฟสารที่คัดเกรดแล้วจะนำมาคั่ว ด้วยเครื่องคั่วคุณภาพสูงอัตโนมัติ หรือการใช้แรงงานเกษตรกรคั่ว

๑๑. การบรรจุ กาแฟคั่วที่ได้จะถูกบรรจุลงถุงฟลอยด์ ๔ ชั้น ที่มีวาล์วระบายอากาศทางเดียว การบรรจุในถุงฟลอยด์คุณภาพสูงเป็นการลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์กาแฟเป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

การบริหารจัดการกาแฟดอยช้างมีกระบวนการผลิตกาแฟอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โรงงานกาแฟดอยช้างได้มีส่วนร่วมในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการผลิตให้น้อยที่สุด สามารถควบคุมมาตรฐาน กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน โรงงานผลิตกาแฟดอยช้างมีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ลดการใช้พลังงาน และเลือกใช้พลังงานหมุนเวียนเท่าที่เป็นไปได้ กระบวนการบริหารจัดการเพาะปลูกกาแฟ ไปจนถึงการบรรจุหีบห่อ และด้านการตลาดที่ส่งต่อไปยังผู้บริโภค เช่น การเพาะปลูกในระบบเกษตรเน้นเพิ่มพื้นที่ป่า การใช้พลังงานทดแทนในกระบวนการตาก การใช้เทคโนโลยีคุณภาพ กระบวนการผลิตสามารถลดปัญหาสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในกระบวนการผลิต โรงงานผลิตกาแฟดอยช้างยังมีความพยายามที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากขยะให้มีปริมาณน้อยที่สุด กาแฟเติบโตขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยมีต้นไม้ใหญ่เป็นร่มเงา และไม่ใช้สารกำจัดศัตรูพืชที่มีผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม มีการนำเปลือกกาแฟมาทำปุ๋ยเพื่อใช้ในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังมีการใช้ระบบบำบัดน้ำเสีย

ระบบการบำบัดน้ำเสียโดยวิธีการส่งเข้าไปที่บ่อบำบัดเพื่อให้ระเหย น้ำเสียที่ถูกบำบัดจะถูกนำกลับมาใช้ในกระบวนการผลิต การจัดการของเสียในรูปแบบหมุนเวียนเป็นปัจจัยความสำเร็จในการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน บริเวณรอบภูเขาดอยช้างเป็นพื้นที่เพาะปลูกกาแฟ ซึ่งในสวนกาแฟมีต้นไม้ใหญ่ที่เกษตรกรปลูกขึ้น เกษตรกรไม่สามารถตัดได้ เนื่องจากต้องใช้ประโยชน์จากร่มเงาของต้นไม้ในการเพาะปลูกกาแฟ ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพกาแฟ เกษตรกรไม่สามารถทำการเผาป่าจะส่งผลกระทบต่อต้นกาแฟที่เพาะปลูก

การดำเนินการช่วงปลายน้ำ การดำเนินการผลิตภัณฑกาแฟดอยช้างการดำเนินการค้าอย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะราคาที่เป็นธรรมกับผู้ผลิตกาแฟ โดยได้มีการสนับสนุนปัจจัยทุนให้กับเกษตรกรที่ยากไร้หรือด้อยโอกาส วิธีการช่วยเหลือเกษตรกรที่ ด้อยโอกาสว่ามีการทำเป็นระบบเป็นเงินกู้ของกลุ่ม ทุนส่วนหนึ่งจะเป็นเงินกู้ โดยที่อาจจะไม่มีดอกเบี้ย หรือว่าอาจจะมียอดดอกเบี้ยที่ต่ำเพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ด้อยโอกาสให้มีทุนเพียงพอ และสามารถดำเนินการผลิตกาแฟได้ วิสาหกิจกาแฟดอยช้างมีปัญหาการค้าที่ไม่เป็นธรรมด้านราคาถูกกดราคาเมล็ดจากพ่อค้าคนกลางเมื่อเปรียบเทียบกับปลูกพืชผลผลิตชนิดอื่นมีราคาสูงกว่า กาแฟดอยช้างจะไม่มีรูปแบบการดำเนินงานที่เป็นทางการทำให้การทำงานเน้นให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มสมาชิกปลูกกาแฟดอยช้างเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน

ส่วนที่ ๑ ตารางแสดงแบบสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนตัว

ที่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	๒๔	๒๔
หญิง	๗๖	๗๖
อายุ		
๒๐-๓๐ ปี	-	-
๓๑-๔๐ ปี	-	-
๔๑-๕๐ ปี	๓	๓
๕๑ ปีขึ้นไป	๙๗	๙๗
ที่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ชั้นประถมศึกษา	๓๖	๓๖
ชั้นมัธยมศึกษา	๕๘	๕๘
ปริญญาตรี	๖	๖
ปริญญาโท	-	-
สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป	-	-
สถานภาพ		
โสด	๕	๕
สมรส	๗๙	๗๙

หม้าย	๑๑	๑๑
หย่าร้าง	๕	๕
รายได้(ต่อเดือน)		
๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท	๙๑	๙๑
๒๐,๐๐๐-๓๐,๐๐๐ บาท	๙	๙
๓๐,๐๐๐-๔๐,๐๐๐ บาท	๑	๑
๔๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป	-	-

N=๕๐

จากตารางที่ ๑ การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มเป้าหมายที่ได้คัดเลือกแบบเจาะจงที่อาศัยในพื้นที่อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า เป็นหญิง ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐ อายุ ๕๑ ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ ๙๗ การศึกษามัธยมศึกษา ๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๘ สถานภาพสมรส ๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๙ ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท (เปรียบเทียบรายได้กับรายจ่าย) รายรับสูงกว่ารายจ่าย(เหลือเก็บ) คิดเป็นร้อยละ ๙๑

ส่วนที่ ๒ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ข้อที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว				
๑	ความสนใจท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง	๔.๑	.๘๓	มาก
๒	กิจกรรมการเรียนรู้	๔.๒	.๗๕	มาก
๓	การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตร	๔.๔	.๖๖	มากที่สุด
๔	เส้นทางการท่องเที่ยวใหม่	๔.๓	.๗๘	มากที่สุด
๕	ความพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยว	๔.๒	.๗๕	มาก
๖	การจัดการทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมชุมชน	๔.๓	.๖๔	มากที่สุด
ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว				
๗	การเดินทาง	๔.๔	.๔๙	มากที่สุด
๘	ค่าใช้จ่าย	๔.๓	.๖๔	มากที่สุด

๙	การซื้อสินค้าธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมชุมชน	๔.๖	.๔๙	มากที่สุด
๑๐	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน	๔.๖	.๔๙	มากที่สุด
ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย				
๑๑	ร้านอาหารเพียงพอ	๔.๑	.๘๓	มาก
๑๒	สถานที่จอดรถ	๔.๒	.๗๕	มาก
๑๓	ที่พักอาศัยสะอาด สะดวก และปลอดภัย	๔.๔	.๖๖	มากที่สุด
๑๔	การบริการข้อมูลการท่องเที่ยว	๔.๓	.๗๘	มากที่สุด
๑๕	ป้ายบอกทาง	๔.๒	.๗๕	มาก
๑๖	การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	๔.๓	.๖๔	มากที่สุด

N=๕๐

จากตารางที่ ๒ การวิเคราะห์แนวความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง พบว่า การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตร เส้นทางท่องเที่ยวใหม่ การจัดการทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมชุมชน การเดินทาง ค่าใช้จ่าย การซื้อสินค้าธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมชุมชน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ที่พักอาศัยสะอาด สะดวก และปลอดภัย การบริการข้อมูลการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ตามลำดับ

๔.๒.๑ ศึกษาการพัฒนาระบบงานสารสนเทศแบบเดิมโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้

ตอนที่ ๒ ศึกษาการพัฒนาระบบงานสารสนเทศแบบเดิมโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้
การออกแบบหน้าจอบริการ

การออกแบบแอปพลิเคชันได้ยึดหลักการในการออกแบบ User Interface ที่ประกอบไปด้วย Visibility, Development และ Acceptance. <https://sites.google.com/view/doi-chang/home?authuser=1>

๑. Visibility คือ มีความชัดเจนที่จะบ่งบอกถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแอปพลิเคชัน โดยคำนึงการใช้งาน และมี Concept ที่ชัดเจน

๒. Development ต้องคำนึงถึง ความสามารถในการปรับแต่งและข้อจำกัดของ platform เช่น การรองรับ การสร้างต้นแบบที่รวดเร็ว มีคลังข้อมูล และมีชุดเครื่องมือที่รองรับเพื่อที่จะสามารถต่อยอดและพัฒนาต่อไปได้

๓. Acceptance หมายถึง ยอมรับในข้อตกลงสิทธิบัตร และนโยบายองค์กร ไม่ขัดกับข้อบังคับ (Apple Store, Google Play)

พื้นฐานหลักการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑. Communication ความสอดคล้องกันระหว่าง ผู้ใช้และฟังก์ชันการใช้งาน เช่น พฤติกรรมการใช้งาน interactive ต่าง ๆ

๒. Economization การลดจำนวนขั้นตอนการทำงานของ User Interface ให้น้อยที่สุด แต่ต้องครอบคลุมที่สุด

๓. Organization หมายถึง User Interface จะต้องมีการสร้างการที่จะใช้งานและ Concept ที่ชัดเจน

การพัฒนาระบบสารสนเทศและการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

การเชื่อมต่อ Internet เชื่อมกับฐานข้อมูลเพื่อจัดเก็บข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลและนำเสนอสารสนเทศตามความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งแบ่งการดำเนินงานออกเป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนของผู้ดูแลระบบ และส่วนของผู้ใช้งาน

๑. พัฒนาระบบสารสนเทศแบบครบวงจรเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน โดยพัฒนาเว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงง่ายที่รองรับการใช้งานสำหรับทุกอุปกรณ์ระบบโดยใช้ภาษา PHP ในการพัฒนา

๒. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบและ ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศแบบครบวงจรเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งชุมชนที่อยู่ ในพื้นที่ศึกษาในพื้นที่ การสำรวจชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย เพื่อพัฒนาห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ส่วนใหญ่มีห่วงโซ่อุปทานครบทั้ง ๖ ด้าน คือ ๑. ด้านอาหาร ๒.ด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ ๓.ด้านที่พัก มีทั้งที่พักที่เป็นโฮมสเตย์และรีสอร์ท ๔.กิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชน ๕.เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในบริเวณใกล้เคียงกับชุมชน ๖.การเดินทางในท้องถิ่นระหว่างจุดท่องเที่ยวใช้ พาหนะเดินทางของชุมชน เช่น รถยนต์ของชุมชน และรถมอเตอร์ไซด์

๑) กลยุทธ์เชิงป้องกัน ชุมชนควรมีการจัดสรรบุคคล รุ่นใหม่เข้ามาเรียนรู้และสืบทอดงาน และควรหาลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ เพื่อสามารถพึ่งพาตัวเองให้ได้มากขึ้น กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์และการโฆษณาเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่าย สินค้าและบริการจากการท่องเที่ยว คือ ชุมชนชาติของแต่ละถิ่นที่อยู่ (น้ำตก ดอกไม้ ป่าไม้สัตว์ ภูเขา เกษตรหมุนเวียน) ผักและผลไม้ประจำท้องถิ่น การผลิตกาแฟ การพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์และ สร้างการโฆษณาเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมก่อให้เกิดการใช้จ่ายสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวด้วย ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยววิสาหกิจกาแฟดอยช้าง วัฒนธรรมโดยชุมชน ต้องมีเส้นทางการท่องเที่ยวที่เป็นเครือข่าย มีการบอกเล่าเรื่องราวสร้างเรื่องราวพื้นฐาน (Story) เล่าเรื่อง เก่าสร้างเรื่องใหม่ เรื่องราวที่สร้างต้องดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวได้ทั้ง ๑๒

เดือน มีความรัก ความผูกพันในชุมชน ผูกโยงร้อยเรื่องราวให้หลอมรวมเป็นเรื่องราวเดียวกันโดยมีรากฐาน จากศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่น่าค้นหา และค้นพบ เรื่องราวจากเรื่องเล่า สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวสร้างเส้นทางการจับจ่ายใช้สอยโดยใช้เครือข่ายของชุมชนเพื่อท่องเที่ยวและการศึกษาวิถีชุมชน สัมผัส เรียนรู้ สร้างประสบการณ์จากการท่องเที่ยวและสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนโดยสร้างกิจกรรม ที่เป็นความต้องการของตลาดหรือตลาดนำการผลิต ต้องมีการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกของชุมชน การให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ข่าวสารผ่านสื่อโฆษณาเพื่อนำเสนอ ให้น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว และยกระดับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

คุณค่าตราสินค้า หลักการที่ดีที่สุดที่จะช่วยให้ผู้บริหารตราสินค้าได้มี แนวทางในการศึกษาและค้นหาปัญหาต่าง ๆ ด้วยการทำความเข้าใจคุณค่าต่าง ๆ ที่ประกอบกันขึ้น เป็นตราสินค้าจะเป็นสิ่งที่เพิ่มมูลค่าให้ตราสินค้าทำให้เกิดการเชื่อมโยงองค์ประกอบคุณลักษณะต่าง ๆ เข้าด้วยกันถึงแม้ไม่สามารถจับต้องได้แต่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางใจกับผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้มากกว่า ประโยชน์ทางกายภาพ อีกทั้งยังสร้างความแตกต่างจากตราสินค้าและคู่แข่งอีกรวมทั้งยังช่วยสร้าง ยอดขายและกำไรให้กับตราสินค้าและเจ้าของตราสินค้าได้อีกด้วย การสร้างตราสินค้านั้นเป็นกลยุทธ์ หนึ่ง ที่ผู้บริหารตราสินค้าควรให้ความสำคัญเพราะคุณค่าที่โดดเด่นแตกต่างของตราสินค้านั้น เกิดจากการที่ผู้บริโภคมีความรู้ เชื่อมโยงตราสินค้ากับบางสิ่งบางอย่างทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า มีความรู้สึกดีทุกครั้งที่เกิดถึงตราสินค้า ในเวลาที่ยากใช้บริการก็จะนึกถึงจดจำตราสินค้านั้นเป็นอันดับแรก โดยไม่มีสินค้าอื่นมาแทนที่ สามารถจดจำได้ไม่ว่าจะเป็นชื่อ คุณลักษณะของสินค้าหรือบริการ รูปร่างหน้าตาภายนอกคุณประโยชน์ต่าง ๆ หรือสิ่งที่ทำให้รู้สึกได้ว่าใช้ตราสินค้าแล้วเกิด ความภูมิใจ ซึ่งเป้าหมายสูงสุดของการสื่อสารเพื่อสร้างตราสินค้า ก็คือการทำให้ตราสินค้าของตน มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้ามีความรู้สึกผูกพันมอง ตราสินค้าเป็นคนที่ไว้วางใจได้

การรับรู้ข่าวสารมีหลายรูปแบบซึ่งประชาชนสามารถเลือกรับข่าวสารผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและตรงตามความต้องการให้กับประชาชน โดยสื่อต่าง ๆ นั้น จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนอย่างมาก เพราะเป็นสิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ที่ต้องการ และยังสามารถจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ในการเลือกใช้บริการได้อีกด้วย จึงนับว่าสื่อมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างการรับรู้ของบุคคล และ ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ



ภาพที่ ๔ หน้าหลักเว็บไซต์จัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเกษตร



ภาพที่ ๕ ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนคอกยช้าง



ภาพที่ ๖ Akha View



ภาพที่ ๗ วิดีทัศน์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกาแฟดอยช้าง



ภาพที่ ๘ ภาพศูนย์เรียนรู้กลุ่มชาติพันธุ์

๒. การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามในการสนทนากลุ่ม(Focus group) ของ องค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ตำบลเวียง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย และการสัมภาษณ์กลุ่ม องค์การบริหารส่วนตำบลลาวี และผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์

การสนทนากลุ่มการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ในการบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาด การท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

การสนทนากลุ่มย่อยได้ดำเนินการเมื่อวันที่ ๑๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๔ องค์การบริหาร ส่วนตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วัตถุประสงค์ของการสนทนากลุ่มมี ดังนี้

๑. เพื่อต้องการทราบถึงเว็บไซต์ในการบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างและคู่มือการใช้เว็บไซต์จากการใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

๒. การระดมความคิดเพื่อเว็บไซต์ในการบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างเมื่อนำมาใช้ประโยชน์ในชุมชนแล้วยังนำมาจัดเข้ากับการจัดการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา

๓. การจัดตั้งกลุ่มส่งเสริมเว็บไซต์ในการบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในชุมชนเป็นศูนย์เรียนรู้ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความคิดเห็น กระบวนการขับเคลื่อน ประสบการณ์ทางด้านการท่องเที่ยวเกษตร การจัดการกิจกรรมส่งเสริมความรู้ในชุมชน การสร้างองค์ความรู้ใหม่ การสร้างเครือข่าย การเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้มาใช้ประโยชน์กับชุมชนในปัจจุบัน

จากการได้สนทนากลุ่มย่อยจึงได้พิจารณา และได้ผลสรุปของชุมชนที่จะต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การวางแผนร่วมกัน และผลกระทบ การเปิดเวทีให้ความคิดเห็นที่มีความหลากหลายของชุมชน ความเชื่อมโยงในการประสานงาน ผลงานที่ได้ผลิตในชุมชนจะต้องมีการกำหนดให้ชัดเจน หน้าที่จะต้องทำอะไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบ จะส่งผลกระทบอะไรเมื่อมีการปฏิบัติตามแผน การกำหนดเงื่อนไขจะต้องมีระบบที่เข้าควบคุมตัวแปรทุกขั้นตอน ดังนี้

๑. กำหนดทุกประเด็นการปฏิบัติงานให้ชัดเจน

๒. กำหนดการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
ในชุมชน

๓. การเชื่อมโยงให้มีความสอดคล้องในแต่ละสัปดาห์

สนทนากลุ่มย่อยในครั้งนี้มีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยวิธีการเจาะจงที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีการระดมความคิดเห็น ความต้องการของชุมชนที่จะเว็บไซต์ในการบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างซึ่งเป็นต้นทุนของชุมชน เพื่อการอยู่ได้ด้วยตนเองในเรื่องการพัฒนาเพื่อส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง สรุปบทสัมภาษณ์ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องการทำ SWOT จัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ซึ่งได้แก่

๑. นายวิรุจน์ สุวรรณทา ปลัด อบต.วาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒. นายวิริศ มั่นตาวลี Haqlaqmoq coffee farm อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓. นางวิภา พัทธกุลทอง Akha View อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔. นางสาวอริสา ศรีราชา Aja coffee farm อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๕. นายพิก่อ พิสัยเลิศ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๕. นายสุพจน์ วินิจวงษ์พนา กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปมะคาเดเมียดอยช้าง

๖. นายภาคภูมิ แลเมอญู กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าดอยช้าง

๗. นายวิชา พรหมยงค์ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๘. นายปณชัย พิสัยเลิศ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๙. นายพิษณุชัย แก้วพิชัย กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑๐. นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทักษะในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ของแต่ละท่านสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปได้และประโยชน์จากการบริหารจัดการร่วมกันของชุมชน สถาบันการศึกษา ภาครัฐ และเอกชน ดังนี้

๑. นายวิรุจน์ สุวรรณทา ปลัด อบต.วาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย เพื่อให้สืบรุ่นลูกหลานที่ผ่านมามีการพัฒนาเชิงรุกกันหลายครั้ง การจัดงานสืบสานประเพณีมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยววนเกษตรเกิดขึ้นตามที่ได้วางแผนกันไว้จึงต้องอาศัยบุคลากรรุ่นหลังได้ช่วยกันผลักดันและมีการนำสู่ปฏิทินการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เพื่อให้เกิดรายได้ ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ การกระจายงานในพื้นที่ชุมชนตลอดจนการนำประเพณีวัฒนธรรมเข้าสู่การจัดการเรียนการสอนในระดับพื้นที่ ตลอดจนการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ และศูนย์เรียนรู้ในชุมชนเพื่อประโยชน์ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการกาแฟในพื้นที่

๒. นายวริศ มั่นตาวลี Haqlaqmoq coffee farm อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการกาแฟเพื่อมุ่งเน้นด้านคุณภาพ มีวิธีการอบแห้งกาแฟอย่างพิถีพิถันทำให้ได้รับรางวัลในการส่งเสริมการประกวดสุดยอดเมล็ดกาแฟไทย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2564 Thai Specialty Coffee Awards 2021 การพัฒนากระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดการยอมรับกาแฟดอยช้าง

๓. นางวิภา พชรกุลทอง Akha View อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟดอยช้าง มุ่งเน้นการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ทำให้การบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้มีการตื่นตัว เพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว และสามารถพึ่งพาตัวเองได้

๔. นางสาวอริสา ศรีราชา Aja coffee farm อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ผู้ผลิตกาแฟดอยช้างในระบบครอบครัวที่มุ่งพัฒนาการผลิตอย่างมีคุณภาพ การส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชนที่ต้องพึ่งตนเอง ประกอบกับได้รวบรวมผู้ประกอบการกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าในการส่งเสริมด้านความองค์ความรู้ใหม่ และเปิดไร่กาแฟเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ให้กับผู้ที่สนใจ ตลอดจนนักเรียน นักศึกษา ศึกษาดูงาน

๕. นายพิก่อ พิสัยเลิศ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ให้ข้อคิดด้านการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวที่จะสามารถนำรายได้ทางการเกษตรที่มีอยู่ในพื้นที่นำมาแปรรูป

ตลอดจนการพัฒนาเกษตรกิจพอเพียงเข้าสู่ตลาดโลกที่จะส่งเสริมการขายในระบบเครือข่ายทำให้เกษตรกรที่ปลูกกาแฟดอยช้างได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาสินค้า และการนำเสนอสินค้ารูปแบบใหม่ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค

๕. นายสุพจน์ วนิจวงษ์พนา กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปมะคาเดเมียดอยช้าง การส่งเสริมการแต่งกายประจำเผ่าเพื่อการส่งเสริมการตลาดพร้อมกับการส่งเสริมวัฒนธรรมชนเผ่า เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้บ้านดอยช้าง ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ประกอบกับการที่ใช้สินค้าเกษตรในพื้นที่ผสมผสานกับเครื่องแต่งกายชนเผ่าในการตัดชุดแต่งการให้นักเรียนจะทำให้ชุมชนที่ประกอบการท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

๖. นายภาคภูมิ แลเมอภู กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าดอยช้าง ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกกาแฟสายพันธุ์อราบิก้าในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์จากเปลือกกาแฟเพื่อการปลูก ได้มีการสนับสนุน ส่งเสริมการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่างๆ ที่จะนำนักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสวิถีชุมชน การริเริ่มเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ดอยช้างการพบปะแลกเปลี่ยนสินค้าพื้นบ้านในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวจะต้องอาศัยปัจจัยอีกหลายด้านในเรื่องความยั่งยืน ความต่อเนื่องของการส่งเสริมของภาครัฐ และเอกชนที่จะนำกระบวนการสร้างเมืองท่องเที่ยวเกษตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างตลอดถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนทุกอาชีพและงบประมาณในแต่ละปีจัดสรรลงพื้นที่อย่างสอดคล้องกับสภาพจริงของการท่องเที่ยวชุมชน

๗. นายวิชา พรหมยงค์ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย นักอนุรักษ์ป่าไม้ ได้ให้ข้อคิดเห็นในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววนเกษตรที่ไม่ทำลายป่าไม้ใหญ่ตลอดถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย จะต้องมีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีการเกษตร วัฒนธรรมชนเผ่า ที่สำคัญทางเศรษฐกิจแล้วยังต้องพึ่งพาธรรมชาติในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถไปเที่ยวในหมู่บ้านที่มีการค้าขายได้อย่างปลอดภัย และสามารถซื้อสินค้าซึ่งเป็นอาหาร ของที่ระลึก

๘. นายปณชัย พิสัยเลิศ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ได้รับการสนับสนุนภาครัฐในการอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มที่มีแนวคิดใหม่ ที่มีความใส่ใจกาแฟอราบิก้าที่ปลูกในพื้นที่ดอยช้าง นวัตกรรมด้านการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถทำให้ชุมชนมีรายได้ช่วยเหลือตนเองและครอบครัว สร้างความเข้มแข็งให้กับครอบครัว ความอบอุ่นในการอยู่กันพร้อมหน้า การส่งเสริมให้เกิดการสนับสนุนและให้ความร่วมมือการท่องเที่ยววนเกษตร บริหารจัดการโดยชุมชนมีส่วนร่วมขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว ศึกษาดูงาน เป็นแหล่งให้ความรู้กับนักเรียน นักศึกษาและผู้สนใจเข้ามาเรียนรู้ได้ตลอดเวลา

๙. นายวิชา พรหมยงค์ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย กล่าวถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในบริบทที่ต้องพึ่งพิงการมีส่วนร่วมของชุมชน จากการนำความเชื่อ ความศรัทธา

ผู้นำ การรวมตัวของสมาชิกผู้ปลูกกาแฟ นำมาบริหารจัดการในรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ การจัดการด้วยการบริหารด้วยชุมชนจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมวางแผนกำหนดทิศทางการทำงานให้ชัดเจนขึ้น

๑๐. นายพิษณุชัย แก้วพิชัย กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ได้ร่วมกันก่อตั้งกลุ่มปลูกกาแฟดอยช้างสร้างความเข้มแข็งชุมชนด้วยการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่ปลูกกาแฟสายอาราบิก้าในพื้นที่ดอยช้างได้รวมตัวกันเพื่อการให้ความรู้ การถ่ายทอดประสบการณ์ การส่งเสริมการตลาด

๑๑. นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สนับสนุนการให้ความรู้กลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยช้างในการเข้าสู่ระบบการบริหารจัดการที่มีสมาชิกทุกคนเข้ามาร่วมกันพัฒนากาแฟให้มีคุณภาพสู่ผู้บริโภค

จากการสัมภาษณ์ในการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างของแต่ละท่านได้นำมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการบริหารการท่องเที่ยวของเมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย การใช้เทคนิค SWOT ดังนี้

จุดแข็ง

๑. เป็นบริการการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ

๒. มีการใช้งานบริการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในชุมชนด้วยเครือข่ายดิจิทัลอย่างต่อเนื่องให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวในการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่ได้นำเสนอทุกมิติของการส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตรและชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ

๓. เข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรงที่เข้าร่วมโครงการ โดยการศึกษาการท่องเที่ยวผ่านระบบเครือข่ายทางตรงอย่างสม่ำเสมอจะทำให้สามารถเลือกใช้บริการที่ตรงกับความต้องการของตนเอง

๔. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวการเกษตร วัฒนธรรม ธรรมชาติสะดวก

๕. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความโดดเด่น และแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ

๖. มีที่พักบริการให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

๗. มีป้ายบอกทาง และป้ายกลุ่มวิสาหกิจปลูกกาแฟดอยช้าง อธิบายความเป็นมาของสถานที่

๘. แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

๙. มีรายค่าบริการของที่ระลึกเพียงพอ

๑๐. มีร้านอาหารเพียงพอ

๑๑. การคมนาคมหรือเส้นทางเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวสะดวก

จุดอ่อน

๑. มีการให้บริการชุมชนยังไม่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวจะทำให้ผู้ที่มาท่องเที่ยวการเกษตรขาดความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตัวในการท่องเที่ยวการเกษตรอย่างถูกต้อง
๒. การลงทุนงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทางด้านการท่องเที่ยวการเกษตรยังมีน้อยเนื่องจากงบประมาณในการจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์ยังไม่มี
๓. การจูงใจนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวการเกษตรยังมีน้อยเพราะสาเหตุของการเป็นอยู่ของครอบครัว เศรษฐกิจ และสังคมในพื้นที่ยังขาดความรู้การร่วมสร้างสรรค์
๔. ไม่มีแผนที่ในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชัดเจน
๕. ข้อมูลการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนไม่มี
๖. ไม่มีกิจกรรมสร้างความรู้ รื่นเริง ให้กับนักท่องเที่ยว
๗. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีระบบที่ชัดเจน
๘. บ้านเรือนในชุมชนบุกรุกแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรไม่สะดวกในการแบ่งเขตให้ชัดเจน
๙. แหล่งท่องเที่ยวบางจุดมีห้องน้ำไม่เพียงพอ
๑๐. ขาดผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งการเกษตรในพื้นที่ต่าง ๆ
๑๑. การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความหลากหลาย

อุปสรรค

๑. การบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนในการให้บริการนักท่องเที่ยวอาจทำให้ไม่สะดวกและเป็นไปตามวิธีของนักท่องเที่ยวเท่าที่จะเป็น
๒. การเพิ่มพื้นที่ใช้งานของศูนย์กระจายข้อมูลข่าวสารซึ่งอาจจะขยายได้ในพื้นที่จำกัด
๓. บรรยากาศและสภาพแวดล้อมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่ดีในพื้นที่ค่อนข้างมีน้อย
๔. การจัดระเบียบชุมชนกับโบราณสถานยังไม่สามารถทำให้ชัดเจน
๕. ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน
๖. ขาดการสนับสนุน ส่งเสริมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
๗. กฎหมายระหว่างประเทศไม่เอื้อต่อการท่องเที่ยวการเกษตร
๘. การท่องเที่ยวการเกษตรเป็นการกระจายรายได้ให้ชุมชนไม่ทั่วถึง
๙. ประชาชนในชุมชนไม่มีความรู้ ความสามารถในการท่องเที่ยวการเกษตร
๑๐. การปรับภูมิทัศน์ยังไม่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเนื่องจากการสิ่งปลูกสร้างไม่มีระเบียบ

โอกาส

๑. การส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตรเป็นพื้นที่เหมาะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมในพื้นที่จังหวัดเชียงราย

๒. สภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวการเกษตรสามารถจะจัดได้ประกอบกับการพื้นที่เหมาะกับการท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวหลายรูปแบบทั้งการเดินทาง นันทนาการ

๓. พื้นที่การท่องเที่ยวการเกษตรจะต้องมีการวางแผนให้สอดคล้องกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน และสามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวครบวงจรได้โดยการร่วมมือของคนในชุมชนทุกคน

๔. เป็นเขตพื้นที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านสามารถกระตุ้นเป็นจุดเด่นในการตลาดได้ดี

๕. มีการท่องเที่ยวหลายรูปแบบทางบก

๖. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีนโยบายสนับสนุน ส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานในชุมชน

๗. ความร่วมมือของภาครัฐ และเอกชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

๘. ให้อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจ

การบริหารการท่องเที่ยวการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง การใช้เทคนิค SWOT ได้นำมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังนี้

จุดแข็งของการบริหารการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ภาพรวมแล้วโอกาสในการพัฒนาจะต้องมีส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำหนดนโยบาย แผนงาน ให้สอดคล้องกับการส่งเสริม สนับสนุนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว การจัดแผนผังเมืองเป็นการจัดบ้านเรือนชุมชนให้เป็นระเบียบไม่บุกรุกป่าไม้ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว การสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักกับคนทั่วไปแล้วจะต้องเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยววัฒนธรรม การปลูกจิตสำนึกประชาชนในชุมชน การปรับภูมิทัศน์ การรักษาธรรมชาติจะต้องร่วมมือกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย กรมศิลปากร เพื่อเข้ามาบริหารจัดการบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวทุกมิติ การจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยววัฒนธรรม จัดกิจกรรม การสร้างความรื่นเริง และการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว

การจัดกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ซึ่งเป็นการลดปัญหาที่เกิดจากอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจะต้องจากกฎหมายระหว่างประเทศที่มีข้อจำกัดในการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวบ่อย การเสนอให้กับทางรัฐบาลในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อพิจารณาแก้ไขปัญหการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจึงจะต้องมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ต่อการบริหารจัดการทั้งแผนการท่องเที่ยว การสร้างรายได้ให้ชุมชน การกระจายรายได้ให้ทั่วถึงทุกพื้นที่ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมบุคลากรในการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้



ภาพที่ ๙ เส้นทางท่องเที่ยวใหม่ดอยช้าง

การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

ผลการสัมภาษณ์การพัฒนาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

การสร้างคามเข้มแข็งชุมชนในสถานที่ให้บริการความรู้ซึ่งมีการเกษตร วัฒนธรรมชนเผ่า ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ประชาชนที่อยู่ในชุมชนท่องเที่ยว การเกษตร วัฒนธรรม ผลการสัมภาษณ์ สรุปผู้มีส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว การเกษตร วัฒนธรรม การพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องการเกษตร วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ประชาชน ผู้ที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในอดีตถึงปัจจุบัน

ผลการศึกษา

การวิจัยการพัฒนาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ซึ่งเป็นการพัฒนาการตลาดระบบดิจิทัลผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมข้อมูลการวิจัยสรุปผลการวิเคราะห์การใช้เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตร จากจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ จำนวน ๕๐ คน วิเคราะห์การเพิ่มช่องทางการตลาดโดยการอิงเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตารางที่ ๘ แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ จำนวน ๕๐ คน ดังนี้

ข้อที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการออกแบบ				
๑	ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม	๔.๑	.๘๓	มาก
๒	หัวข้อใช้ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม	๔.๒	.๗๕	มาก
๓	ภาพวิทัศน์การเกษตรมีความเหมาะสม	๔.๒	.๗๕	มาก
๔	การใช้ภาพสีพื้นเว็บไซต์มีความสวยงาม	๔.๑	.๕๓	มาก
๕	การเรียนรู้ง่าย	๔.๒	.๗๕	มาก
๖	การจัดเรียงเนื้อหาการท่องเที่ยวเป็นหมวดหมู่ดี	๔.๓	.๖๔	มากที่สุด
ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน				
๗	การใช้งานเว็บไซต์สะดวก	๔.๔	.๔๙	มากที่สุด
๘	สามารถเลือกข้อมูลภายในได้ด้วยตนเอง	๔.๑	.๘๓	มาก
๙	สามารถใช้ได้ทุกพื้นที่โดยไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	๔.๖	.๔๙	มากที่สุด
๑๐	ประสิทธิภาพโดยรวมเว็บไซต์เหมาะสม	๔.๐	.๗๗	มาก

N=๕๐

จากตารางที่ ๘ การวิเคราะห์แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์การพัฒนาการสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า การจัดเรียงเนื้อหาการท่องเที่ยวเป็น

หมวดหมู่ดี การใช้งานเว็บไซต์ง่าย และสามารถใช้ได้ทุกพื้นที่โดยไม่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมา ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม หัวข้อใช้ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม ภาพทิวทัศน์การเกษตรมีความเหมาะสม การใช้ภาพสีพื้นเว็บไซต์มีความสวยงาม การเรียนรู้เว็บไซต์สะดวก สามารถเลือกข้อมูลภายในได้ด้วยตนเอง และประสิทธิภาพโดยรวมเว็บไซต์เหมาะสมตามลำดับ

สรุปศักยภาพด้านผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การวางแผนร่วมกัน และผลกระทบการเปิดเวทีให้ความคิดเห็นที่มีความหลากหลายของชุมชน ความเชื่อมโยงในการประสานงาน ผลงานที่ได้ผลิตในชุมชนจะต้องมีการกำหนดชัดเจน หน้าที่จะต้องทำอะไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบ จะส่งผลกระทบอะไรเมื่อมีการปฏิบัติตามแผน การกำหนดเงื่อนไขจะต้องมีระบบที่เข้าควบคุมตัวแปรทุกขั้นตอน ส่วนการสนทนากลุ่มย่อยจึงได้พิจารณาของชุมชนที่จะต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การวางแผนร่วมกัน และผลกระทบ การเปิดเวทีให้ความคิดเห็นที่มีความหลากหลายของชุมชน ความเชื่อมโยงในการประสานงาน ผลงานที่ได้ผลิตในชุมชนจะต้องมีการกำหนดให้ชัดเจน หน้าที่จะต้องทำอะไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบ จะส่งผลกระทบอะไรเมื่อมีการปฏิบัติตามแผน การกำหนดเงื่อนไขจะต้องมีระบบที่เข้าควบคุมตัวแปรทุกขั้นตอน

๔.๒.๒ ศึกษาการจัดเก็บข้อมูลร้านกาแฟดอยช้างอย่างเป็นระบบป้องกันการสูญหายของข้อมูล

ตอนที่ ๓ ศึกษาการจัดเก็บข้อมูลร้านกาแฟดอยช้างอย่างเป็นระบบป้องกันการสูญหายของข้อมูล

การวิเคราะห์ระบบงานการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง การวิเคราะห์ระบบงานมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัจจุบันและหาปัญหาขอ ระบบงานเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูล โดยในขั้นตอน วิเคราะห์ การดำเนินงานของระบบงานฐานข้อมูลกาแฟดอยช้าง ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

๑. การจัดทำเว็บไซต์ของระบบจัดการร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง การจัดทำเว็บไซต์ของการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง เช่น การขาย การจัดการวัตถุดิบ รวมถึงรายงานการขาย หรือรายงานที่เกี่ยวข้อง เจ้าของร้านกาแฟ หรือสมาชิกที่ใช้บริการระบบจัดการร้านกาแฟจะสะดวกสบายต่อการใช้งาน โดยไม่ต้อง เสียค่าจ้าง หรือค่าดูแล ปัญหาที่พบ คือ ร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง ขาดระบบในการจัดการ หากต้องนำระบบเข้ามาช่วยจัดการจะต้องเปลืองค่าใช้จ่ายในการจัดทำเว็บไซต์จัดจ้างผู้พัฒนาระบบ และยังไม่สนับสนุนการดำเนินงานในอนาคต

๒. การค้นหาข้อมูลร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง การค้นหาข้อมูลร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้างจะมีในบริการเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค หรือเฉพาะสถานที่ จึงทำให้การค้นหาร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้างมีพื้นที่กว้างทำให้ไม่สามารถพบร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้างร้านของผู้ใช้งาน

ได้การวิเคราะห์และออกแบบระบบ จากการวิเคราะห์สภาพปัญหาของระบบจัดการร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง สื่อกลางสำหรับการนำเอาระบบมารวมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยพัฒนาการมาจากเทคโนโลยีที่ค่อนข้างมีมาตรฐาน ช่วยเหลือให้สามารถ เข้าถึงข้อมูลในระบบเพิ่มความสะดวกสบายในการค้นหา และลดการซ้ำซ้อนของข้อมูล อีกทั้งลดค่าใช้จ่ายให้กับกิจการร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง พร้อมทั้งสนับสนุนการดำเนินงาน ช่วยให้ผู้ดูแลระบบ ผู้ใช้งานระบบใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพแบ่งออกเป็น ๔ ส่วน ดังนี้

๑. ผู้ดูแลระบบเว็บไซต์ (Admin) ผู้ดูแลระบบเว็บไซต์ คือ บุคคลที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมระบบ รวบรวมของเว็บไซต์เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานด้านต่าง ๆ ที่ใช้ในระบบเว็บไซต์ที่ถูกจัดเก็บไว้ในระบบลูกค้า Admin เจ้าของ ร้านอาหาร จัดการบันทึกข้อมูล ระบบจัดการร้านกาแฟ ได้รับข้อมูล ใช้งานเลือกใช้ข้อมูล ส่งข้อมูลฐานข้อมูล เช่น ข้อมูลสมาชิก ข้อมูลการขาย ข้อมูลร้านกาแฟ ข้อมูลผู้ดูแลร้านกาแฟ โดยผู้ดูแลระบบ เว็บไซต์สามารถดำเนินการปรับปรุง แก้ไข เพิ่มหรือลบข้อมูลได้

๒. ผู้ใช้งานระบบทั่วไป (Users) ผู้ใช้งานระบบทั่วไป คือ บุคคลโดยทั่วไป ที่ต้องการหาข้อมูลของร้านกาแฟและรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อทำการค้นหา หรือสมัครใช้บริการระบบจัดการร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง แต่ละคนสามารถสืบค้นข้อมูลร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้างต่าง ๆ ได้ พร้อมรายละเอียดร้านกาแฟได้และสามารถสมัครสมาชิกเพื่อทำการจัดการได้

๓. ผู้ใช้งานระบบที่เป็นสมาชิก (Members) ผู้ใช้งานระบบที่เป็นสมาชิก คือ บุคคลที่ทำการสมัครสมาชิก ซึ่งสามารถทำการสืบค้นข้อมูล ร้านกาแฟ และสามารถทำการจัดการร้านกาแฟได้

การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง เป็นพื้นที่จึงเป็นจุดหนึ่งที่สามารถจะใช้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในอำเภอแม่สรวย ๓ ประเภท ดังนี้

๑.แหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง ที่น่าสนใจ ได้แก่

๑. อะมอนไคคอฟฟี่
๒. ไร่กาแฟอแกนิก Abonzo
๓. บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออร์จินอล
๔. กาแฟดอยช้าง
๕. Doi chang Coffee Farm House
๖. ดอยช้างคอฟฟี่ฟาร์ม
๗. Abonzo coffee
๘. JaDae House Coffee&Food จาเดเฮ้าส์
๙. YAYO FARM

๑๐. The BC2 (JaDae House)
๑๑. Nabati coffee farm
๑๒. Leehu Coffee Farm
๑๓. Sirinya Coffee
๑๔. Bluekoff Coffee Plantation
๑๕. เบเซกู๋ คอฟฟี่
๑๖. Heqlaqmoq Coffee
๑๗. Leepee doichang
๑๘. อะเบโนะ คอฟฟี่ ดอยช้าง
๑๙. กาแฟดอยหมอก(ดอยช้าง)
๒๐. ร้านอุปกร์กาแฟ
๒๑. ABUFARM
๒๒. กาแฟดูเมียร์ ดอยช้าง
๒๓. อาข่าวาว
๒๔. Aja coffee farm
๒๕. Hama coffee farm

๒. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ซึ่งมีเป็นบริเวณของยอดดอยสูงในเทือกเขาสูง จุดสูงที่สุดจะอยู่ที่ผาหัวช้างเป็นแหล่งต้นน้ำ และมีชาวเขาหลายชนเผ่า เช่น จีนยูนาน อาข่า ลีซอ ต่างก็ได้เข้ามาอาศัยอยู่บนดอยช้างที่มีพื้นที่ป่าไม้ใหญ่อุดมสมบูรณ์ ทำให้บรรยากาศดอยช้างมีอากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี สามารถปลูกพืชเมืองหนาวได้ผลผลิตที่ดี นักท่องเที่ยวสามารถมาสัมผัส ดังนี้

- ๒.๑ สถานีทดลองเกษตรที่สูงดอยวาวี
- ๒.๒ จุดชมวิวดอยช้าง
- ๒.๓ วนอุทยานดอยกาดผี
- ๒.๔ อ่างเก็บน้ำเขื่อนแม่สรวย

๓. การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างประเภทการวนเกษตร วัฒนธรรมชนเผ่า และประเพณี จากประวัติศาสตร์เผ่าชนจีนยูนาน อาข่า และลีซอมาอยู่ร่วมกันหลายหลายเผ่าพันธุ์ เศรษฐกิจการพัฒนาการเกษตรในการการท่องเที่ยววิถีรูปแบบใหม่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมาเที่ยวอย่างต่อเนื่องไม่ขาด การสื่อสารคมนาคมทางบกสะดวกสบายจึงทำให้การท่องเที่ยวจะต้องมีการปรับสภาพพื้นที่ ชุมชนให้สอดคล้อง

กับสถานการณ์ปัจจุบัน ประกอบกับดอยช้างมีกลุ่มชนหลากหลายการอนุรักษ์สืบสานชนชาติพันธุ์ของตนเองจึงได้สืบสานจากบรรพบุรุษที่สืบสานกันต่อมาจากรุ่นสู่รุ่นจนเป็นวัฒนธรรม ชนธรรมนิยม ประเพณี ดังนี้

- ๓.๑ การกินข้าวใหม่ชนเผ่า
- ๓.๒ การทอผ้าของอาข่า
- ๓.๓ การทอผ้าของลีซอ บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี ที่ได้สืบสานกันเป็นเอกลักษณ์
- ๓.๔ ประเพณี ขมสี ขี้มมื่ออาเผ่ว ชนเผ่าอาข่า
- ๓.๕ ประเพณีปลูกสร้างประตุมู่บ้าน ชนเผ่าอาข่า
- ๓.๖ ประเพณีถวายทานให้ผีเปรต ชนเผ่าอาข่า
- ๓.๗ ประเพณีบูชาศาลพระภูมิเจ้าที่ ชนเผ่าอาข่า
- ๓.๘ ประเพณีไล่ชิงช้า ชนเผ่าอาข่า
- ๓.๙ ประเพณีการไหว้ผีหลวง ชนเผ่าลีซอ
- ๓.๑๐ การไหว้ผีไร่ ฝืนา ชนเผ่าลีซอ
- ๓.๑๑ ประเพณีปีใหม่ ชนเผ่าจีนยูนาน
- ๓.๑๒ ประเพณีการไหว้บิดามารดาหรือสามีภรรยาที่ล่วงลับ ชนเผ่าจีนยูนาน

การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ

ดอยช้าง

๑. การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์ให้ด้านการให้ความรู้ความสามารถ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะทำให้การท่องเที่ยวการเกษตร วัฒนธรรม ได้มีการพัฒนาสอดคล้องความต้องการของนักท่องเที่ยวและประสบความสำเร็จ การมีส่วนร่วมของชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง จะต้องช่วยกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

๑.๑ ศักยภาพการบริหารจัดการของภาครัฐ และเอกชน ชุมชนให้มีความชัดเจน และจะต้องมีการปลูกฝังการมีบริการด้วยใจ (service mind) ให้กับคนตลอดทั้งชุมชน

๑.๒ การบริหารจัดการด้านการเงิน ประชาชนในชุมชนที่อยู่ในพื้นที่การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่ายทุกประเภทอย่างเป็นระบบ เพื่อจะได้สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของต้นทุนการท่องเที่ยวตลอดถึงค่าตอบแทนของผู้ประกอบการ ชุมชน และประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการเข้ามามีการบริหารจัดการที่ชัดเจน มีระบบ การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวการเกษตรจะดำเนินงานต่อไปจะต้องมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงต่าง ๆ ที่

จะเกิดขึ้นจากสถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม จะทำให้ลดความเสี่ยงที่จะทำให้ธุรกิจ การท่องเที่ยวขาดทุน

๑.๓ การบริหารจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง ประชาชนในพื้นที่จะต้องเข้ามาบริหารจัดการร่วมกับองค์กรภาครัฐ และเอกชนที่เข้ามา มีบทบาทในการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชน การสำรวจด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มี ในชุมชนพื้นที่ เพื่อช่วยพัฒนาทำให้เป็นระบบจะเป็นประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวเกษตรให้กับ นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัส และทำให้เกิดรายได้ให้กับชุมชน ประชาชนในพื้นที่สามารถพึ่งพาตัวเองได้

๑.๔ การบริหารจัดการด้านการให้บริการ การผลิต การจัดการบริหารแหล่งท่องเที่ยว นว เกษตรจังหวัดเชียงราย จะต้องมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์ การเกษตร วัฒนธรรม ประเพณี กับมัคคุเทศก์ที่จะได้เป็นผู้ช่วยถ่ายทอดความรู้ให้นักท่องเที่ยวที่มีความ สนใจเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างถูกต้อง

๒. ศักยภาพทรัพยากรการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนแหล่งท่องเที่ยว ให้อยู่ในสภาพที่เหมือนเดิมการช่วยกันของประชาชน ชุมชนในพื้นที่จัดเก็บข้อมูลพื้นฐานในรูปแบบ เอกสาร อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบของการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการโดยมีชุมชนเข้าร่วม ตลอดจนการจัดตั้งศูนย์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชนเพื่อการประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และ นักท่องเที่ยว

๓. การมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาครัฐ และเอกชน ในการ บริหารจัดการแหล่งการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟ ดอยช้าง ทุกภาคส่วนจะต้องมีการจัดระบบการให้ความรู้ การประสานงาน และทัศนคติที่ดีต่อการ ท่องเที่ยวเศรษฐกิจใหม่ การดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนจะต้อง เข้าร่วมจัดการ รักษา และกำหนดขอบเขตพื้นที่ในการบริหารจัดการให้ชัดเจน

การพัฒนาศักยภาพเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง เพื่อกำหนดทิศทางที่เหมาะสมกับรูปแบบของโปรแกรม ท่องเที่ยวชุมชน และสังเคราะห์ในการยกระดับการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการบริหารการพัฒนาการ สื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาบริบทของชุมชนจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างที่มีส่วนเกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวชุมชน ความคิดเห็นของประชาชน ในพื้นที่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้เกิดประสิทธิภาพในองค์กรวม ดังนี้

กลยุทธ์ด้านการตลาด จะต้องมีการส่งเสริมในด้านต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและได้รับความเป็นธรรมมากที่สุดในด้าน

๑. การบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มัคคุเทศก์ ค่าบริการเข้าชมสถานที่ต่างๆ ห้างน้ำ สถานที่จอดรถ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และการบริการข้อมูลข่าวสาร

๒. การจัดกิจกรรม ด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรม ประเพณี พื้นบ้าน

๓. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาครัฐ และเอกชน

๔. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่อง

๕. การสนับสนุน ส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาในพื้นที่เข้าร่วมกิจกรรม เช่น จัดนิทรรศการ เป็นต้น

๖. ให้ความรู้ ความเข้าใจ ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนให้กับคนในพื้นที่

๗. การจัดการวางแผนร่วมกันของทุกภาคส่วนในการบริหารความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

ศักยภาพชุมชนกับการพัฒนาเศรษฐกิจกระแสใหม่ด้วยช้าง

การท่องเที่ยวชุมชนเป็นการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนการร่วมมือร่วมใจของทุกภาคส่วนในการช่วยกันประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างพื้นที่ให้คงอยู่ยั่งยืน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

ประชาชนในพื้นที่ทุกคนตลอดจนสถาบันการศึกษาในพื้นที่จะต้องเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ร่วมกัน การก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆในพื้นที่จะต้องรองรับอนาคตของการท่องเที่ยววัฒนธรรม อาสาสมัครในพื้นที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพื้นที่การท่องเที่ยว ขณะที่เกิดจากการท่องเที่ยว การแบ่งเขตรับผิดชอบของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้

พื้นที่วนเกษตร ที่สำคัญทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ที่มีมูลค่าทางด้านการเกษตร วัฒนธรรม จะต้องดูแลรักษาให้ถูกต้องหรือมีการบูรณะให้อยู่ในสภาพเดิม การจัดระเบียบชุมชนจะต้องไม่บุกรุกป่าไม้ซึ่งเป็นการทำลายคุณค่าทางภูมิศาสตร์ ธรรมชาติในพื้นที่

พื้นที่ชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องไม่มีบ้านเรือนหรืออาคารสร้างลูก้าแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สำคัญ การสร้างอาคารหรือการสร้างสิ่งปลูกสร้างอื่นๆที่ทำให้ทัศนียภาพของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้รับผลกระทบจะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมแบ่งออก ดังนี้

๑. พื้นที่เดิม เช่น บ้านเรือน สิ่งปลูกสร้างโครงการต่างๆ จะต้องร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติ

๒. พื้นที่เปลี่ยนแปลง เช่น สิ่งปลูกสร้างบ้านเรือน และพื้นที่การเกษตรที่สำคัญ

พื้นที่ป่า และพื้นที่เกษตรกรรม จะต้องมีการควบคุมป้องกันไม่ให้ลูก้าพื้นที่ จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การแบ่งเขตให้เป็นสัดส่วนที่ชัดเจน

กลยุทธ์เชิงรับ ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนมากขึ้น เนื่องจากหากมีการเปลี่ยนแปลงด้านงบประมาณของรัฐหรือเกิด เหตุการณ์ที่ไม่ปกติจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงได้

กิจกรรมการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ กิริยาท่าทาง สุภาพเรียบร้อย รูปร่าง หน้าตา สะอาด เรียบร้อย ข้อเสนอแนะอื่น ๆ คือ กระบวนการบริการทางการท่องเที่ยวควรมีรูปแบบและวิธีการที่ สะดวก ง่ายและมีความรวดเร็วในการดำเนินการ ความสะดวกต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ ควรมีการจัดทำ เว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการ ในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและได้มีการจัดเจ้าหน้าที่เข้ามาช่วยดูแลและให้บริการภายใน สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ควรการจัดบูทให้ชมฟรีตามสถานที่ต่าง ๆ การนำเสนอโดยกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง ณ จุดขาย การประชาสัมพันธ์ สร้างการตลาดแบบบอกต่อการขาย สินค้าหลายชิ้นในราคาพิเศษ บรรจุภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรอง

การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นภาคการผลิตหลักที่นำรายได้มาสู่พื้นที่ การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวได้ประเด็นปัญหาที่ต้องแสวงหาแนวทางแก้ไขเป็นวิธีการปรับตัว และพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวให้สามารถอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างเหมาะสมโดยชุมชนยังคงรักษาความเป็นชุมชนน่ายุติได้ ทำให้ชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยวในพื้นที่มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันที่จะพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชุมชน โดยขอการสนับสนุนข้อมูล องค์ความรู้ทางวิชาการ และการพัฒนาศักยภาพการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชุมชนการดำเนินงานจะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชุมชน และเกิดเครือข่ายความร่วมมือในการรักษาความเป็นชุมชนน่ายุติที่ยั่งยืน

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นำข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้างที่ผ่านการวิเคราะห์แล้วมาออกแบบและพัฒนาระบบ สารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยใช้ Adobe Photoshop ในการออกแบบและตกแต่งภาพ ใช้ภาษา PHP ในการพัฒนาระบบสารสนเทศ ด้านเนื้อหาภายในระบบสารสนเทศ แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ ๑. ส่วนสำหรับนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยเนื้อหาตำบลลาวี จำนวน ๒๕ หมู่บ้าน โดยมีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร โปรแกรมนำเที่ยว และส่วนการสนับสนุนการตัดสินใจท่องเที่ยวเบื้องต้น ๒ สำหรับ ผู้ดูแลระบบ ประกอบด้วย ส่วนของการจัดการอัลบั้มรูป ข้อมูลดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร โปรแกรมนำเที่ยว และกลุ่มนำเที่ยว เผยแพร่ระบบสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๓ การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๓.๑ การจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง จังหวัดเชียงราย

การวิเคราะห์ข้อมูลการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง โดยการสัมภาษณ์ลงพื้นที่สังเกตการณ์ต่าง ๆ จากสภาพจริงและเชิงปฏิบัติการหรือ Action research โดยมีชุดกิจกรรม จัดสัมมนากลุ่มย่อยเพื่อนำความคิดเห็นและแนวทางในการเสริมสร้างเครือข่าย กลไกในการบริหารจัดการ มีกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลในการวิจัย รวมทั้งหมด จำนวน ๕๕ คน พื้นที่บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ถือเป็นพื้นที่ป่าที่อุดมสมบูรณ์ มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและการเกษตรของชุมชน โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพื้นที่ของตนเองและทำกิจการในภูมิลำเนาของตนเอง

ปัญหาของการจัดการเครือข่ายคือ กลุ่มผู้ผลิตกาแฟ คือ ไม่มีการรวมกลุ่มกันอย่างเป็นทางการ เป็นการผลิตกาแฟในครอบครัวและญาติที่สนิทกันเท่านั้น จึงทำให้ธุรกิจไม่เติบโตเท่าที่ควร และผลิตปริมาณไม่เยอะขายเองบ้าง ส่งไปยังบริษัทที่มีนายทุนเป็นเจ้าของแต่ได้ราคาไม่แพงจึงทำให้ผลิตกาแฟปริมาณไม่มากดังสาเหตุข้างต้นแล้ว ก็ไม่มีความต้องการที่จะผลิตให้เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่จึงไม่ประสงค์ที่จะเข้าร่วมกับเครือข่ายหรือกลุ่มวิสาหกิจและไม่ประสงค์ขอกู้เงินจากสถาบันการเงินทั้งภาครัฐและเอกชน

ด้านการผลิต ผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟมี ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งคือกลุ่มนายทุนที่มีเงินเป็นทุนเดิมอยู่แล้วจะเป็นบริษัทใหญ่ เช่น บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออร์จินอล จำกัด, บริษัท กาแพดอยช้าง จำกัด, กาแพดอยหมอก (ดอยช้าง), กาแพดอยช้าง Doi chaang Coffee Estate, เป็นต้น กลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มของผู้ผลิตรายย่อยหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น อาจา คอฟฟี่, เฮราโมน คอฟฟี่, อาชาวิว คอฟฟี่ เป็นต้น การผลิตกลุ่มที่หนึ่งค่อนข้างมีเงินทุนสูง สามารถรับซื้อเมล็ดกาแฟจากเกษตรกรที่ปลูกกาแฟพันธุ์ต่าง ๆ ได้ โดยให้ราคารับซื้อสูงและปลูกเองและให้ชาวบ้านในพื้นที่รับจ้างเก็บ แต่ให้ค่าจ้างตามผลงานในการเก็บแต่ละครั้งจึงสร้างแรงจูงใจให้กับชาวบ้านในพื้นที่ แต่ในขณะเดียวกันชาวบ้านที่รับจ้างก็ได้รับค่าจ้างเก็บกาแฟเพียงไม่กี่เดือน ทำให้หาคนมาเก็บเมล็ดกาแฟยากขึ้น หรือช่วงนอกฤดูเก็บเกี่ยวกาแฟ ชาวบ้านที่รับจ้างต้องจากบ้านไปทำงานในเมืองหรือที่อื่นที่เห็นว่าจะสามารถนำรายได้มาจุนเจือครอบครัว การผลิตกลุ่มที่สองหรือกลุ่มผู้ปลูกกาแฟและรับซื้อเมล็ดจากชาวบ้าน ซึ่งต้องซื้อในราคาถูกทำให้หาคนมาขายนำกาแฟมาขายให้น้อยราย เพราะบริษัทยักษ์ใหญ่รับซื้อในราคาที่สูงกว่า จึงทำให้มีเมล็ดกาแฟสุกที่จะนำผลิตเป็นกาแฟสำเร็จรูปน้อย ต้องทำกันภายในครัวเรือน ประกอบกับหาคนมารับจ้างผลิตกาแฟค่อนข้างยาก เนื่องจากคนในพื้นที่ต้องหันไปประกอบอาชีพอื่นเพราะฤดู

เก็บเกี่ยวกาแฟและผ่านกระบวนการต่าง ๆ ระยะสั้นเพียง ๔ เดือน จึงหาผู้จะมารับจ้างเก็บเมล็ดกาแฟไม่ได้ นอกจากนั้น ฤดูผลิตกาแฟมีเพียงระยะสั้นนั้นจึงยากที่จะหาคนมารับจ้าง เพราะหลังจากการเก็บเกี่ยวแล้วก็ไม่มีรายได้ ทำให้คนที่จจะมารับจ้างต้องหันไปประกอบอาชีพอื่นแทน

ด้านการตลาด หลังจากที่ผู้ประกอบการเห็นผลประโยชน์จากการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการด้านการผลิตกาแฟรวมพลังเป็นกลุ่มวิสาหกิจหรือเป็นกลุ่มที่เรียกชื่ออย่างอื่นได้ประสบความสำเร็จ เพื่อต่อรองผลประโยชน์ทั้งจากภาครัฐและเอกชนเพื่อสร้างความแข็งแกร่งด้านการรวมตัวกัน เป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำหน้าที่สร้างความแข็งแกร่งด้านการตลาดที่สามารถพุงการตลาดให้อยู่ได้และมีกำไรจากผลประโยชน์ พร้อมรับความเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติและกลไกการตลาดในอนาคต

ด้านการจัดการเครือข่าย การจัดการเครือข่ายเริ่มต้นจากผู้ประกอบการผลิตกาแฟดอยช้าง เดิมไม่เห็นความสำคัญของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากเดิมซึ่งผลิตธุรกิจกาแฟแบบต่างคนต่างผลิตและผลิตแบบครัวเรือน และเมื่อเห็นความสำคัญของกลุ่มแล้วมีการตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ธุรกิจของตนเองแข็งแกร่งและได้รับความร่วมมือ ช่วยเหลือจากกลุ่มกันเองและทางส่วนราชการและเอกชนเข้ามามีบทบาทในการผลิตร่วมกัน ทำให้การผลิตกาแฟส่งออกได้มากขึ้น พอเป็นกลุ่มวิสาหกิจแล้วสามารถต่อยอดธุรกิจแล้ว พอมีเครือข่ายแล้วทำให้มีทางเลือกมากขึ้นและสร้างความแข็งแกร่งให้กับเครือข่าย จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้มีการจัดการเครือข่ายเพื่อสานต่อธุรกิจให้ขยายตัวไปมากกว่าที่เป็นอยู่ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น เครือข่ายจึงเป็นช่องทางที่กลุ่มวิสาหกิจจะทำการขยายตลาดที่หลากหลายและมีแหล่งทุนสนับสนุนมากกว่าที่อยู่เพียงลำพัง

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์กลุ่มประชากรตัวอย่าง มีกลุ่มประชากร คือประชากรที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ภาครัฐ ๕ คน คือ ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย นายอำเภอแม่สรวย ปลัดอำเภอแม่สรวยและวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย องค์การปกครองท้องถิ่น ๕ คน องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ผู้อำนวยการกองการศึกษาฯและวัฒนธรรมตำบลลาวี นักพัฒนาชุมชน ผู้บริหารกาแฟดอยช้าง กลุ่มวิสาหกิจ ๑๐ คน กลุ่มตัวแทนเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ ๑๐ คน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ๕ คน ผู้นำชุมชน ๕ คนและกลุ่มผู้แทนเครือข่าย ๕ คน รวมทั้งหมด จำนวน ๔๕ คน ซึ่งการสัมภาษณ์ประชากรในการวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนับได้ว่าเป็นการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง ระบบการเสริมสร้าง และวิเคราะห์นโยบายด้านการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผ่านเครือข่าย ความรู้ความเข้าใจ การขาดแผน ขั้นตอน การดำเนินการ นโยบายการองค์ปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ และแผนงานด้านการท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน

การมีส่วนร่วมถือว่าเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามาบริหารจัดการชุมชนของตนเองอย่างเต็มที่ภายใต้การร่วมมือจากหลายภาคส่วนที่ให้การสนับสนุน ส่งเสริม การนำแผนนโยบายองค์ปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ และแผนงานการท่องเที่ยว การจัดตั้งผู้รับผิดชอบโดยตรงและการแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชนในการเข้ามาบริหารจัดการอย่างมีระบบ การสร้างคนในชุมชนในการให้ความรู้ การประชาสัมพันธ์ให้กับส่วนงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการภายในชุมชน เพื่อที่จะหาแนวทางในการทำงานร่วมกันทุกภาคส่วน

การให้ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันหลายด้านและความเห็นที่แตกต่างกันหลายประเด็น จากบุคลากรด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย หลักการยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในการขับเคลื่อนของประเทศมาปฏิบัติให้เป็นรูปธรรม

อุปสรรคและปัญหาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัญหาในการบริหารจัดการร่วมกันที่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในองค์กรรวมของชุมชน การจัดสรรงบประมาณขององค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นการพัฒนาคุณภาพชีวิตเพื่อให้ประชาชนอยู่เย็นเป็นสุขกับงบประมาณที่ไม่เพียงพอต่อการจัดการบริหาร และเป็นงบประมาณที่ยังขาดความต่อเนื่องในการจัดสรรงบประมาณดังนี้

องค์กรภาครัฐบาล ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควบคู่การสนับสนุนการประกอบธุรกิจที่ยั่งยืนผ่านทางเกษตรจังหวัด เกษตรอำเภอ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยประสานความร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ โดยผ่านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ร่วมมือกับประธานหอการค้าซึ่งเชื่อมโยงกับประชาชนและผู้ประกอบการรายย่อย ให้ความสำคัญของภาครัฐบาลที่ไม่นิ่งดูดาในการให้ผู้ประกอบการรักษาแฟและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน

องค์กรภาคประชาชน การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงสิทธิที่พึงได้รับจากภาครัฐผ่านองค์กรมีผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายภาคธุรกิจที่ผ่านการอบรมให้เกิดการรวมตัวกันขึ้นมาเพื่อสื่อสารในการให้ประชาชนที่ประกอบธุรกิจผลิตกาแฟได้เล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มและเครือข่ายในการขับเคลื่อนธุรกิจของตนเองให้เกิดความมั่นคง ยั่งยืนและมีการสานต่อจากรุ่นสู่รุ่นและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นวิถีชีวิตการเกษตรอย่างยั่งยืนและสามารถสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาศึกษาเรียนรู้ในชุมชนการเกษตรที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลเกิดจากการสนทนากลุ่มย่อย

ผลจากการศึกษาสภาพปัญหาโดยภาพรวมของการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการเองไม่ทราบบทบาทของทางราชการที่ต้องสนับสนุน ประกอบกับผู้ประกอบการธุรกิจกาแพไม่ทราบถึงสิทธิของผู้ประกอบการว่าองค์กรภาครัฐที่มาสนับสนุนให้บริการ ส่งเสริม สนับสนุนให้ธุรกิจให้มีความมั่นคงและมีแหล่งทุนสนับสนุนจากภาครัฐเพิ่มขึ้นตามลำดับ นโยบายและกลไกการปกครองขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องเข้ามามีบทบาทการมีส่วนร่วมมากขึ้นเพื่อที่จะให้กับประชาชนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง แก้ปัญหาภาพรวมของการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน การประสานงานภาครัฐและเอกชนยังไม่ตอบรับกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง ดังรายละเอียด ดังนี้

๑. เครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ยังรวมกลุ่มกันไม่มากพอ เพราะการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนยังมีประสิทธิภาพน้อย การแก้ไขปัญหาในภาพรวมชาวบ้านยังขาดความรู้ความเข้าใจในการเข้าร่วมจัดการเครือข่ายซึ่งเป็นปัญหาในภาพรวม ซึ่งชาวบ้านมองปัญหาในส่วนตัวเป็นหลักเพื่อความอยู่รอดของตนเอง ปัญหาอีกประการหนึ่งคือผู้ประกอบการธุรกิจกาแพ ที่มีอิทธิพลได้ให้การสนับสนุนที่สร้างผลกระทบกับสังคมที่ติดลบตลอดจนการให้ข้อมูลข่าวสารกับประชาชนที่ไม่ถูกต้อง ทำให้ผลิตในครอบครัวเป็นหลัก

๒. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับบทบาทในการใช้นโยบายและกลไกของรัฐเข้ามาจัดการบริหารในองค์กรรวมด้านการจัดการ ส่งเสริม สนับสนุน ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้างที่ทำให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของจากการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านคุณภาพชีวิตที่ทำให้ประชาชนไม่สนใจการบริหารจัดการขององค์กรส่วนท้องถิ่นยังมีขีดจำกัดในการบริหารด้านงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากรัฐบาลยังมีน้อย ประกอบกับการจัดเก็บรายได้ในพื้นที่ยังไม่สามารถทำงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจากปัจจัยหลายด้าน ดังนี้

๑. การพัฒนาจึงเปิดโอกาสให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและคนในชุมชนได้มาเข้ามามีบทบาทในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นความยั่งยืน

๒. การให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาร่วมกันกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชน พัฒนาโครงการให้สอดคล้องกับสภาพของปัญหาในชุมชน แลกเปลี่ยนเรียนรู้คนในชุมชน ชุมชนใกล้เคียง และองค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อทราบถึงข้อเท็จจริงและนำเข้าสู่แผนการพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในชุมชน

ตารางที่ ๑ รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน
๑	นายภาสกร บุญลักษณ์	ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย
๒	นายคฑาสีทธิ์ เนื่องหล้า	นายอำเภอแม่สรวย
๓	นางสาวชนิษฐา แจ่มน่าน	นักวิชาการ/ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย
๔	นายพิสันต์ จันทร์ศิลป์	วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย
๕	นายเอกชัย แก้วประภา	ท่องเที่ยวอำเภอแม่สรวย
๖	นางสาวสิริสาสน์ พันธมณี	นักวิชาการท่องเที่ยว/อบต.วาวี
๗	นายฐิติวัศส์ เบเซ	สมาชิก อบต.วาวี
๘	นายภาคภูมิ แลเณอู่	ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
๙	นายสุพจน์ วินิจจวษ์พนา	ผู้แทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลีซูแมคคาเดเมีย
๑๐	นางวิภา พัทธกุลทอง	ผู้ประกอบการร้านอาชาวาวี
๑๑	นางสาวอริสา ศรีราชา	ผู้ประกอบการ อาจา คือ ฟฟี่
๑๒	นายวริศ มั่นดาวลี	ผู้ประกอบการ เฮราโมน
๑๓	นายเครพ วงศ์กระสินธุ์	ผู้ประกอบการ กาแพบ้านดอยช้าง
๑๔	นายภูมินทร์ หน่อคำ	ผู้ประกอบการ กาแพอแกนิก
๑๕	นายสมพงษ์ จันทรโท	ผู้ประกอบการ เลมอนห้วยไคร้
๑๖	นายศุภสันต์ แบบู	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแพ
๑๗	นายอาทุ พิสัยเลิศ	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแพ
๑๘	นายอะไ่ แบบู	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแพ
๑๙	น.ส.อุมาพร แบลู่	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแพ
๒๐	นายอาชา คณานันท์สิน	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแพ
๒๑	นางหมีจุ แบบู	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแพ
๒๒	นายนิพนธ์ ดอนมูล	นักท่องเที่ยว
๒๓	นายธนเดช กิตติรัตน์	นักท่องเที่ยว
๒๔	นายณนุภาพ แสงจัน	นักท่องเที่ยว
๒๕	นายพรสวรรค์ เจือกน้ำ	นักท่องเที่ยว

จากการดำเนินการนโยบายด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงาน ๖ หน่วยงาน ดังนี้

๑. นโยบายด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงราย ได้ปฏิบัติยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ แผนการท่องเที่ยว ๒๐ ปี แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ยุทธศาสตร์ชาติ (ด้านกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา) โดยมีนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ของผู้บริหารของเครือข่ายที่ตั้งมั่นตาม พรบ.ว่าด้วยการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี ซึ่งแต่ละรูปแบบมีข้อแตกต่างกันตามบริบทพื้นที่ หากได้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จะสามารถส่งเสริมเครือข่ายให้ดียิ่งขึ้นได้อีก ทั้งนี้ ยังพบข้อสังเกตบางประการที่ต้องพัฒนาต่อยอด

ในด้านการท่องเที่ยวนั้น จังหวัดเชียงรายมีชื่อเสียงในฐานะจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในฐานะจังหวัดที่อยู่ตอนเหนือสุดของประเทศมาช้านาน ในไม่กี่สิบปีที่ผ่านมา เชียงรายมีชื่อเสียงในฐานะเมืองศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอยู่รูปของแบรนด์ “ฮักเชียงราย” ที่มีสัญลักษณ์เป็น “น้องกอดอุ่น” ที่เน้นภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย คือ ความหมาย การโอบอุ้มด้วยขุนเขา ความอุดมสมบูรณ์และความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ อย่างก็ตาม อัตลักษณ์เช่นนี้อาจจะไม่ได้ครอบคลุมหรือบ่งชี้เฉพาะของตัวตนของบางพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่เมือง เพื่อรองรับการท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาล เพื่อขับเคลื่อนนโยบายเมืองท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนไปจากการพัฒนาในด้านต่าง ๆ รวมถึงเพื่อความชัดเจนในการกำหนดบทบาทของการท่องเที่ยวในพื้นที่เมือง ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างเมืองขนาดเล็กตามชายแดนที่อยู่หลายเมืองในประเทศไทย

โครงการของจังหวัดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย มี ๓ โครงการ คือ โครงการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพให้มีคุณภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โครงการการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเครือข่ายการท่องเที่ยวและโครงการพัฒนากิจกรรมและการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์^{๘๓}

โครงการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพให้มีคุณภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ มีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและความยั่งยืนมีธุรกิจบริการต่อเนื่องกับการท่องเที่ยว บริการสุขภาพและการศึกษาที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าสูงเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาค

^{๘๓} คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดเชียงราย, สำนักงานจังหวัดเชียงราย. แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย ๒๕๖๖-๒๕๗๐. (จังหวัดเชียงราย : จังหวัดเชียงราย, ๒๕๖๔), หน้า ๕๗๑-๕๘๑.

แม่น้ำโขง มียุทธศาสตร์การพัฒนาภาคเหนือในด้านการท่องเที่ยวที่เน้นพัฒนาการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการต่อเนื่องให้มีคุณภาพสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน และกระจายประโยชน์อย่างทั่วถึง โดยการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สนับสนุนการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวทั้งระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในภาคเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ เส้นทางสายวัฒนธรรมและส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวแนวใหม่เพื่อสร้างรายได้ตลอดปี รักษาอัตลักษณ์ของเมือง โดยให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ สืบสาน ประเพณี วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมพื้นบ้านและเมืองเก่า การส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนและการสร้าง “แบรนด์” หรือเอกลักษณ์ของเมือง รวมทั้งพัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองศูนย์กลางของจังหวัด และเมืองท่องเที่ยวให้เป็นเมืองน่าอยู่ เพื่อสนับสนุน การพัฒนาเมืองให้มีคุณค่าเอื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างสมดุล โดยมีวัตถุประสงค์คือ ๑. เพื่อกระจายความเจริญและโอกาสทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาคอย่างยั่งยืนมากขึ้น ๒. เพื่อพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ให้สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ๓. เพื่อพัฒนาเมืองศูนย์กลางของจังหวัดเป็นเมืองน่าอยู่สำหรับคนทุกกลุ่มในสังคม เป็นต้น

ในด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ ด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาระบบความปลอดภัย และสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มีต้นทุนทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ทั้งที่เป็นที่รู้จักและแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ในเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศและเชิงสุขภาพ ซึ่งยังมีความจำเป็นในการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะดวก ปลอดภัยสามารถเข้าถึงได้ทุกช่วงวัย และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท

ดังนั้น จังหวัดเชียงรายจึงมีโครงการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว อันจะเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่จังหวัดเชียงราย และเป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงรายต่อไป

โครงการการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเครือข่ายการท่องเที่ยว

การพัฒนาศักยภาพบุคลากรเครือข่ายการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าและยั่งยืน การค้า การลงทุนและบริการโลจิสติกส์เชิงสร้างสรรค์และการส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าเกษตรมูลค่าสูงโดยดำรงฐานวัฒนธรรมล้านนาและสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภาคอุตสาหกรรมธุรกิจท่องเที่ยว เป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบมากที่สุดและใช้และใช้เวลาฟื้นฟูธุรกิจนานกว่าอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ โดยการเกิดสถานการณ์ COVID-๑๙ นักท่องเที่ยวต่างชาติดลดลง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวตลาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทยและในภาคเหนือ ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวหยุดชะงักตั้งแต่ปลายเดือนมกราคม ๒๕๖๓ โดยจากวิกฤตดังกล่าว ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะเรื่อง New Normal และ SHA อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ทั้งเจ้าของธุรกิจ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว พนักงาน และชุมชน ต้องปรับตัว เพื่อให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์ COVID-๑๙ ดังนั้น จึงควรดำเนินการโครงการเพื่อให้ความรู้ ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการปรับตัวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวแบบ New Normal ของการท่องเที่ยวในประเทศไทย และในจังหวัดเชียงรายในประเด็นต่าง ๆ อาทิ ที่พักร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวชุมชนการให้บริการท่องเที่ยว เมื่อ Social Distancing ได้สร้างกฎเกณฑ์ใหม่ ๆ สำหรับการใช้ชีวิตเพิ่มมากขึ้น รวมถึงพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์และเทคโนโลยีใหม่มีความเกี่ยวข้องและมีความจำเป็นในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเครือข่ายการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการปรับตัวและการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ตรงตามมาตรฐานและทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการและยังคงอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยววิถีชีวิตวัฒนธรรมล้านนาและวิถีไทยไว้อย่างงดงาม และให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวได้รับมาตรฐานการท่องเที่ยวมากขึ้น

โครงการพัฒนากิจกรรมและการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การพัฒนากิจกรรมและการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าและยั่งยืน การค้า การลงทุนและบริการโลจิสติกส์เชิงสร้างสรรค์และการส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าเกษตรมูลค่าสูงโดยดำรงฐานวัฒนธรรมล้านนาและสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นโยบายการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ ๑๓ ได้มุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ความเป็นไทย โดยพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ตามศักยภาพแต่ละพื้นที่ ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การ

ท่องเที่ยวเชิงศิลปะและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติและต้นทุนทางการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ มีกิจกรรมทางท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งมีหลากหลายชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ร่วมกัน นอกจากนี้จังหวัดเชียงรายยังได้มุ่งให้เป็นเมืองแห่งการออกแบบ (City of Design) เนื่องจากเชียงราย มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น มีศิลปินล้านนาจำนวนมาก มีการสร้างสรรค์ทางศิลปะที่สืบทอดกันมา ทั้งจิตรกรรม ประติมากรรมและสถาปัตยกรรมที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนั้น ยังมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ดังนั้น จังหวัดเชียงรายจึงเห็นควรดำเนินการโครงการพัฒนากิจกรรมและการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างโอกาสและช่องทางส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวหลัก แหล่งท่องเที่ยวรอง เชื่อมโยงภายในจังหวัด สู่การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระดับ ภูมิภาคหรือนานาชาติ โดยการรองรับกระแส (Trend) การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยววิถีใหม่ในปัจจุบัน

๑. เพื่อพัฒนาและการเพิ่มมูลค่าการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดเชียงราย

๒. เพื่อเป็นการส่งเสริม สนับสนุน อนุรักษ์และเผยแพร่ภูมิปัญญา ประเพณีและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดเชียงราย

จากการประชุมสำนักงานจังหวัดเชียงรายและท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย โดยมี นายภาสกร บุญญลักษม์ ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย เป็นประธาน เมื่อวันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

นายเสริฐ ไชยยานันตา ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย พร้อมด้วย นางสาวชนิษฐา แจ่มน่าน นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ เข้าร่วมประชุมเพื่อวางแผนเตรียมความพร้อมในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงราย ช่วงระยะที่ ๒ (เดือนมีนาคม - พฤษภาคม ๒๕๖๕) ณ ห้องประชุมธรรมลังกา ชั้น ๓ ศาลากลางจังหวัดเชียงราย อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จัดการประชุมโดย สำนักงานจังหวัดเชียงราย โดยมี นายภาสกร บุญญลักษม์ ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย เป็นประธานการประชุม

ในการประชุม นายเสริฐ ไชยยานันตา ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย ได้สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ เริ่มจากการสรุปสถานการณ์ การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ๓ ปี ตั้งแต่ปี ๒๕๖๒ - ๒๕๖๔ นอกจากนั้นนายเสริฐ ไชยยานันตา ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย ยังได้เสนอผลการวิเคราะห์สถานการณ์ การท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว ปี ๒๕๖๔ ช่วงเดือนตุลาคม ๒๕๖๔ - มกราคม ๒๕๖๕ โดย เดือนตุลาคม - มกราคม ของทุกปี ถือเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของ จังหวัดเชียงราย (High Season) จังหวัดเชียงราย มีจุดขายที่โดดเด่นในเรื่องศิลปวัฒนธรรม ภูมิประเทศที่สวยงามและอากาศที่หนาวเย็นในช่วงเวลาดังกล่าว อีกทั้งจังหวัดเชียงราย ยังมีการจัดกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวหลายกิจกรรมในช่วงนี้ มีการจัดงานเปิดเมือง

เชียงราย “Blooming Chiangrai บานสะพรั่ง เชียงราย” ในวันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ เพื่อเป็นการเปิดเมืองท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ และเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและเป็นสัญลักษณ์การเปิดเมืองอย่างสร้างสรรค์ มีงานกิจกรรมที่โดดเด่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในจังหวัดเชียงราย เป็นจำนวนมาก ทำให้ช่วงปลายปีสถานการณ์ การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย กระตุ้นขึ้นมาจากช่วงที่ผ่านมา และได้กำหนดพื้นที่อำเภอ Blue Zone (พื้นที่ที่มีความปลอดภัย) ทั้งหมด ๑๑ อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง แม่จัน แม่ฟ้าหลวง แม่สาย เชียงแสน เชียงของ เวียงแก่น เทิง แม่สรวย พาน และเวียงป่าเป้า โดยได้ตั้งเป้าหมาย ใน ๑ ธันวาคม นิดัศวินเกินร้อยละ ๗๐ ซึ่งการเปิดจังหวัดนั้นจะคำนึงถึงความปลอดภัยและการรับวัคซีนที่มีความครอบคลุมการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคได้อย่างเป็นระบบและรวดเร็ว แผนการรองรับเมื่อเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการและสถานประกอบการในพื้นที่ Blue Zone ดำเนินการ โดย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย จากการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงราย ในช่วงเดือน ตุลาคม – ธันวาคม ๒๕๖๔ ทำให้จำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยสรุปได้ ดังนี้

- เดือนตุลาคม ๒๕๖๔ มีผู้เยี่ยมเยือน จำนวน ๑๑๖,๓๑๙ คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน ๔๘๙.๔๓ ล้านบาท

- เดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๔ มีผู้เยี่ยมเยือน จำนวน ๒๖๖,๑๕๙ คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาร้อยละ ๑๒๙ ส่วนมีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน ๑,๑๘๐.๐๘ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาร้อยละ ๑๔๑

- เดือนธันวาคม ๒๕๖๔ จำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีผู้เยี่ยมเยือน จำนวน ๓๖๒,๓๕๘ คน เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาร้อยละ ๓๖.๑๔ ส่วนมีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน ๒,๒๒๖.๘๐ ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาร้อยละ ๘๘.๗

จังหวัดเชียงรายติด ๑ ใน ๑๐ จังหวัดที่มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนมากที่สุดและรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด จาก ๗๗ จังหวัด ของปี ๒๕๖๔ (มกราคม – ธันวาคม ๒๕๖๔) ดังนี้

- จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงรายปี ๒๕๖๔ ลำดับที่ ๙ รวม ๑,๓๘๙,๔๑๘ คน

- รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงรายปี ๒๕๖๔ ลำดับที่ ๘ รวม ๗,๙๔๘.๑๗ ล้านบาท

ช่วงท้ายของการประชุมฯ ผู้เข้าร่วมประชุมได้ร่วมกันพิจารณาแนวทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงราย ช่วงระยะที่ ๒ (เดือนมีนาคม - พฤษภาคม ๒๕๖๕) จากปฏิทินการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน เดือนมีนาคม-พฤษภาคม ๒๕๖๕ (กิจกรรม เทศกาล และงานประเพณี) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงราย

๒. นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย

นโยบายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย ได้ปฏิบัติตามนโยบายของกระทรวงวัฒนธรรม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๒๐ ปี แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ยุทธศาสตร์ชาติ (ด้านกระทรวงวัฒนธรรม) โดยมีนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงราย มีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ ๘๕ ดังนี้

วิสัยทัศน์

"วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ มีบทบาทนำในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย"

พันธกิจ

๑. เติบโตสถาบันหลักของชาติ สืบสานศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ดีงามของสังคมไทย
๒. ส่งเสริมเศรษฐกิจวัฒนธรรม เพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ
๓. พัฒนาความสัมพันธ์ ด้านวัฒนธรรมกับต่างประเทศ และส่งเสริมบทบาททางวัฒนธรรมของไทยในเวทีโลก
๔. เสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม จิตสำนึก ค่านิยมเชิงบวก และคุณลักษณะของคนไทยที่พร้อมปรับตัวสู่อนาคต
๕. ส่งเสริมการเรียนรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์ และการจัดการองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม
๖. บริหารจัดการงานศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล

ยุทธศาสตร์

- ยุทธศาสตร์ที่ ๑ เสริมพลังการเติบโตสถาบันหลักของชาติและการสืบสาน สร้างสรรค์ วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากด้วยมิติทางวัฒนธรรม และพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก
- ยุทธศาสตร์ที่ ๓ เสริมสร้างภาพลักษณ์ เกียรติภูมิและยกระดับบทบาทด้านวัฒนธรรม ของไทยในเวทีโลก
- ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ปลุกจิตสำนึกและเสริมสร้างค่านิยมเชิงบวกสู่สังคมคุณธรรมในบริบท สังคมไทยและสังคมโลก
- ยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนาสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้และการ

สร้างสรรค์งานด้านศิลปวัฒนธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ พัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการงานศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม

สู่ระดับนานาชาติ

๓. นโยบายด้านการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย

นโยบายด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย มียุทธศาสตร์ พันธกิจ วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ ๘๖

ยุทธศาสตร์พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

วิสัยทัศน์ เชียงราย : เชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของล้านนา (Chiang Rai Capital of Lanna)

พันธกิจ ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร การคมนาคมขนส่งให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจหลักของจังหวัดให้มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าการท่องเที่ยว เน้นมาตรฐาน และส่งเสริมการพัฒนาอย่างต่อเนื่องแบบครบวงจร โดยสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และองค์กรท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา เพื่อนำแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติให้บรรลุผล

เป้าประสงค์

๑. เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้

๒. พัฒนาการท่องเที่ยวเน้นฐานเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

กลยุทธ์

๑. พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และเชิงสุขภาพ

๒. พัฒนาเชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เชื่อมโยงกับ

ประเทศเพื่อนบ้าน

๓. พัฒนามาตรฐานการบริการ และบุคลากรการท่องเที่ยวสู่สากล

๔. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ และการตลาดท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๑ : พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และเชิงสุขภาพ แนวทางการพัฒนา

๑. ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวเดิม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่และเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวต่อเนื่องในจังหวัด / กลุ่มจังหวัด / ระหว่างกลุ่มจังหวัด

๒. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ : เมืองเวียงเก่าเชียงแสนสู่มรดกโลก และเวียงกาหลง

๓. พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ในลักษณะกลุ่ม Long Stay กลุ่ม Ecotourism กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (ที่มีศักยภาพของชุมชน) กลุ่ม MICE

กลยุทธ์ที่ ๒ : พัฒนาเชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน แนวทางการพัฒนา

๑. ส่งเสริมความร่วมมือการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (GMS)

๒. สร้างเครือข่าย ประสานความร่วมมือ และเพิ่มสมรรถนะองค์กร ของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ให้เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านฯ โดยการจัดตั้งศูนย์สารสนเทศการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์ที่ ๓ : พัฒนามาตรฐานการบริการ และบุคลากรการท่องเที่ยวสู่สากล
แนวทางการพัฒนา

๑. พัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจบริการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

๒. พัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐานโลก

๓. พัฒนามาตรฐานการบริการที่มุ่งเน้นความสะดวกรวดเร็ว ความสะอาดความปลอดภัย และประทับใจชุมชนเข้มแข็งและมีส่วนร่วมพัฒนาการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๔ : พัฒนาการประชาสัมพันธ์ และการตลาดท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนา

๑. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และพัฒนาตลาดท่องเที่ยว

๒. พัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวตลอดปี

๔. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของอำเภอแม่สรวย

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ตามวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ ดังนี้

๑. ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ แนวทางการพัฒนา

๑.๑ การส่งเสริมประกอบอาชีพและการยกระดับรายได้

๑.๒ การพัฒนาเพิ่มศักยภาพด้านการประกอบอาชีพ

๑.๓ การลดต้นทุนการผลิต ลดค่าใช้จ่ายในการประกอบอาชีพ

๑.๔ การส่งเสริมตลาดชุมชน ร้านค้าชุมชน พัฒนากองทุน

๑.๕ ส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรอินทรีย์

๒. ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

๒.๑ พัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวและสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชน

๒.๒ สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรการบริการและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

๒.๓ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

๓. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคนและสังคม

๓.๑ การสาธารณสุข ส่งเสริมสุขภาพอนามัย การควบคุมและการป้องกันโรคติดต่อ

๓.๒ ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษาของเด็ก ประชาชน ประเพณี ศาสนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น

๓.๓ พัฒนาระบบสารสนเทศชุมชน

๓.๔ การส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน

๓.๕. การส่งเสริมกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ

๓.๖ สนับสนุนส่งเสริมงานป้องกันภัยให้มีประสิทธิภาพ

๓.๗ การป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด

๓.๘ จัดสวัสดิการและสังคมสงเคราะห์

๔. ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน

๔.๑ พัฒนาเส้นทาง การคมนาคม

๔.๒ ด้านอาคารสิ่งก่อสร้าง

๔.๓ พัฒนาระบบไฟฟ้า สาธารณะ แสงสว่าง

๕. ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งน้ำ

๕.๑ พัฒนาแหล่งน้ำบริโภคและน้ำสะอาด

๕.๒ พัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร

๖. ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๖.๑ การสร้างจิตสำนึก และตระหนักในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๖.๒ การส่งเสริมและรักษาสภาพแวดล้อม

๖.๓ การบำบัดฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๖.๔ การป้องกันและแก้ไขปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๖.๕ สนับสนุนกิจกรรมโครงการตามแนวทางพระราชดำริ

๗.ยุทธศาสตร์ด้านการบริหาร

๗.๑ การพัฒนาการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

๗.๒ การส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับประชาธิปไตยและกิจการของเทศบาล

๗.๓ การพัฒนาบุคลากร

๗.๔ การปรับปรุงพัฒนาสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน

๗.๕ การให้บริการประชาชน

๕. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย หรือ อบจ.เชียงราย โดยนางอติธรร วณิชยธนาวงศ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย แถลงต่อสภาองค์การบริหารจังหวัดเชียงราย เมื่อวันที่ ๑๘ เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๔๘๗ การกำหนดนโยบายการพัฒนา รวมทั้ง ๑๓ ข้อ ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพียง ๓ ข้อ เท่านั้น คือ นโยบายข้อที่ ๙ ข้อที่ ๑๑ และข้อ ๑๒ ดังนี้

นโยบายข้อที่ ๙ นโยบายเชียงรายเที่ยวได้ทั้งปี มีดีทุกเดือน

จังหวัดเชียงรายประกอบด้วยพื้นที่ ๑๘ อำเภอ ต่างมีความหลากหลายทั้งบริบทด้านพื้นที่ วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยว นโยบาย “เชียงรายเที่ยวได้ทั้งปีมีดีทุกเดือน” เป็นนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางตลอดทั้งปี รวมถึงการจัดให้มีแหล่งท่องเที่ยวและแรงบันดาลใจใหม่ ๆ (Landmark) ที่น่าสนใจกระจายไปให้มีในทุกอำเภอ จัดกิจกรรมเชิญชวนและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ดึงดูดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายอย่างต่อเนื่อง นำเอาจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ที่สายตามองของนักท่องเที่ยวทั้งในจังหวัดและทั่วประเทศ อีกทั้งเพื่อดึงดูดคนไทยหรือชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศไทยที่เป็นลูกค้าชั้นดี มีรายได้สูง นิยมเดินทางไปต่างประเทศ ให้หันมาเที่ยวในประเทศไทยแทนเพื่อลดการนำเงินตราออกนอกประเทศและเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นรวมทั้งกระจายรายได้จากนักท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นทุกอำเภอในจังหวัดเชียงราย ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท่องเที่ยว กระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำ เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

นโยบายที่ ๑๑ นโยบายพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะเพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยว

การเกษตรและการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงราย ดังนั้น การจัดระบบขนส่งสาธารณะให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้เกิดการกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่การเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวทั่วจังหวัด จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการเข้าถึงนโยบาย “พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะเพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยว” โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน

การขนส่งสาธารณะ เส้นทางคมนาคมให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย รวมทั้งประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อ การขนส่งปลอดภัย การปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบขนส่งสาธารณะให้มีโครงข่ายการ ให้บริการ ครอบคลุมพื้นที่เศรษฐกิจ ชุมชน และพื้นที่การเกษตร รวมทั้งสร้างโอกาสในการเข้าถึง บริการพื้นฐาน และบริการทางสังคมของรัฐอย่างเท่าเทียม และกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ภายใต้ ความร่วมมือตามนโยบายสามพี่น้องท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างงาน สร้างรายได้ และ ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมโยงเป็นเมือง ศิลปะ (Art City) และเมืองแห่งการสร้างสรรค์ (Creative City) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนา ขององค์การบริหารจังหวัดเชียงราย ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคม ขนส่ง และยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

นโยบายที่ ๑๒ นโยบายเสน่ห์เชียงราย สถานที่ ชชาติพันธุ์ วัฒนธรรมประเพณี

จังหวัดเชียงราย ตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศไทย เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญเนื่องจากมี แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งอารยธรรมล้านนา ตลอดจนมีความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม ของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน และการคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงระหว่าง ประเทศเพื่อนบ้านและนานาชาติ ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มและเทือกเขา มีอากาศที่เย็นสบาย ตลอดทั้งปี เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำและน้ำตกที่งดงามหลายแห่ง มีเทือกเขาผีปันน้ำที่เป็นพรมแดนกั้น สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาจนถึงด้านทิศเหนือ และเป็นจุดแรกที่แม่น้ำโขงไหลผ่านประเทศไทย เป็นพรมแดนกั้นระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นเหตุผล ให้เชียงรายเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีความพร้อมในด้านทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ในด้านของแหล่ง ท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงพหุมิติในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีนหลังไหลเข้ามาเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้จังหวัดเชียงรียังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง อีกทั้งยังเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีประชากรหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทยพื้นราบ ชาวไทยภูเขา แต่ละชนชาติ จะมีประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ ก่อเกิดแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเสน่ห์ที่ทำให้จังหวัดเชียงราย ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก

นโยบาย “เสน่ห์เชียงราย สถานที่ ชชาติพันธุ์ วัฒนธรรมประเพณี” จะเพิ่มมูลค่าการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพ เป็นการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน ทั้งด้านความปลอดภัย เส้นทางท่องเที่ยว ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว และอีก มากมายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในจังหวัด สัมผัสเชียงรายเมืองน่าเที่ยว จุดหมาย ปลายทางแห่งการพักผ่อน โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ท้องถิ่น ด้านมาตรฐานการให้บริการนักท่องเที่ยว ด้านของจำนวนที่พัก โรงแรมและห้องพักที่สามารถ รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอและสินค้า ของฝาก ของที่ระลึกภายใต้แบรนด์ของจังหวัดเชียงราย

เพราะจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นและเพิ่มศักยภาพการบริการ อาทิมาตรฐานความปลอดภัย (กล้องวงจรปิด) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนงานบริการสาธารณะ เช่น Wifi, Application, QR Code ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายอีกครั้ง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จังหวัดเชียงราย ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ การดำรงฐานวัฒนธรรมล้านนา เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

ดังจะเห็นได้ว่าองค์การบริหารส่วนจังหวัดหรือ อบจ.ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย เป็นการสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยที่มีกำลังน้อยได้มีโอกาสในการรับทุนสนับสนุนจากภาครัฐ ผ่านองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลหรือ อบต. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็เช่นกัน ได้รับอานิสงค์หรือการสนับสนุนจากท้องถิ่นให้เข้าถึงแหล่งทุนทั้งภาครัฐและเอกชนมากขึ้น

นอกจากนี้ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย ยังมีวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) และเป้าหมายการพัฒนา ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ยึดหลักธรรมาภิบาล ประสานการพัฒนา ประชาชนมีความสุข”

พันธกิจ (Mission)

๑. ส่งเสริมการท่องเที่ยว และพัฒนาจังหวัดเชียงราย เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมล้านนาในกลุ่มประชาคมอาเซียน

๒. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบและมีคุณภาพ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ตามศักยภาพของพื้นที่ให้เป็นโครงข่ายความร่วมมือกับจังหวัดและประเทศ ตลอดจนการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมวิถีชีวิตศาสนาวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น

๓. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนให้มีความรู้ความเข้าใจในด้านการให้บริการเพื่อเป็นการมาตรฐานและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายการพัฒนา

๓.๑ ให้มีแผนแม่บทเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

๓.๒ ให้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดพัฒนาไปสู่ระดับมาตรฐานสากล

๓.๓ ใช้การประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกเชิญชวนนักท่องเที่ยวมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

๓.๔ ให้บริการท่องเที่ยวดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ไทยและพัฒนาสู่มาตรฐานสากล

๓.๕ ใช้โครงข่ายสื่อต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในและต่างประเทศ

๓.๖ ให้มีศูนย์แสดง สาธิต และพัฒนาจำหน่ายผลผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยว และรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

๓.๗ มีแหล่งเรียนรู้ชุมชนทางธรรมชาติเกษตร วิถีชีวิต ชุมชน ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ที่บริหารจัดการในรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

๓.๘ ใช้กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกระดับทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติและระดับนานาชาติ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ยุทธศาสตร์องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (พ.ศ. ๒๕๖๑ -๒๕๖๕) ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ ๒.๑ ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

กลยุทธ์ ๒.๒ ส่งเสริมอาชีพและการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานสากล ๑๕๑ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

กลยุทธ์ ๒.๓ ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมวิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของคนในชุมชน

กลยุทธ์ ๒.๔ ส่งเสริม อนุรักษ์ ด้านศาสนาและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

เป้าหมายการพัฒนา

๑. เมืองการค้าการลงทุนระหว่างประเทศในกลุ่ม GMS +๖ และ AEC เหตุผล/ข้อมูลสนับสนุนจังหวัดเชียงราย ที่มีทำเลที่ตั้งเป็นจุดยุทธศาสตร์ทางการคมนาคมขนส่งสู่กลุ่มประเทศ GMS และ AEC เป็นจังหวัดชายแดนที่เป็นประตูสู่การค้า การลงทุนการท่องเที่ยว Logistics สู่ประเทศ สปป.ลาว ประเทศพม่า และประเทศจีนตอนใต้ นโยบายรัฐบาลที่ส่งเสริมจังหวัดให้เป็นเมืองเขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษรวมทั้งสร้างความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน GMS และ ASEAN +๖ ตามกรอบความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจและสังคม เอื้อต่อกิจกรรม การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีโอกาสในการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน

๒. เมืองเกษตรกรรมสีเขียวและอาหารปลอดภัย เหตุผล/ข้อมูลสนับสนุนจังหวัดเชียงราย มีพื้นที่การเกษตรที่อุดมสมบูรณ์ เอื้อต่อการเป็นแหล่งพัฒนาพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ สามารถผลิตอาหารและสินค้าเกษตรที่สำคัญของภาคเหนือ รวมทั้งมีพืชเฉพาะถิ่นที่มีคุณภาพได้มาตรฐานระดับสากลเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคระดับบน เช่น ข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียวงู ขา กาแฟ สับปะรดภูแล สับปะรดนางแล ลำไย ลิ้นจี่ ส้มโอเวียงแก่น ปลานิล และโคเนื้อ

๓. เมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเชื่อมโยงสู่ GMS และ AEC เหตุผล/ข้อมูลสนับสนุนจังหวัดเชียงราย มีที่ตั้งภูมิประเทศและภูมิอากาศที่น่าอยู่มีทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ได้แก่

๓.๑ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและสปา เช่น น้ำพุร้อนในพื้นที่อำเภอแม่จัน อำเภอเมือง อำเภอเวียงป่าเป้าและธุรกิจสปาของเอกชนที่มีชื่อเสียงหลายแห่งในพื้นที่

๓.๒ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ เช่น โบราณสถาน อำเภอเชียงแสน วัดพระแก้ว หมู่บ้านศิลปินบ้านคำ วัดพระธาตุดอยตุง วัดร่องชุ่น หมู่บ้านชนเผ่า ซึ่งอาศัยอยู่แบบดั้งเดิม

๓.๓ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น หมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน และหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ที่หลากหลาย การล่องแพ อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า ดอยแม่สลอง ดอยตุง ล่องเรือในลำน้ำกก รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ อาทิ สนามกอล์ฟหลายสนามในพื้นที่ ซึ่งมีความพร้อมและเป็นที่ยอมรับของชาวไทยและต่างชาติ นอกจากนั้นสามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (GMS) เช่น การท่องเที่ยวตามเส้นทาง R3A, R3B และการท่องเที่ยวลำนํ้าโขง เป็นต้น

๔. การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี เหตุผล/ข้อมูลสนับสนุน จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีการก่อตั้งตามประวัติศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ. ๑๘๐๕ เคยเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านนาแต่โบราณกาลประมาณ ๗๕๐ ปี ที่ผ่านมามี “คำเมือง” เป็นภาษาท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งด้านศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ในรูปแบบล้านนา ไทลื้อ ไทใหญ่ ไทจีน จากสิบสองปันนาผสมผสานเข้าด้วยกัน และมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ประวัติและวัฒนธรรมจำนวนมาก จังหวัดเชียงรายมีประชากรเชื้อชาติ ทั้งชาวไทยพื้นราบ ชาวไทยภูเขา และชาวจีนฮ่อที่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่บนดอยสูง แต่ละชนชาติจะมีประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ เป็นเสน่ห์ อีกอย่างที่ทำให้เชียงรายได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ดังนั้น เพื่อกำหนดให้มีความสอดคล้องกับ ๑๕๒ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย เอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. ๒๕๕๙ กำหนดไว้โดยกว้าง ๆ ในส่วนของแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ (Positioning) ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย คือ “การพัฒนาด้านศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมประเพณี” เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภายในจังหวัดเชียงราย และส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

๖. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลลาวี

นโยบายการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นหน่วยงานท้องถิ่นระดับตำบล มีนโยบายเกี่ยวกับการบริหาร ดังนี้

๑. นโยบายด้านการบริหาร
๒. นโยบายด้านการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม
๓. นโยบายด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม
๔. นโยบายด้านเศรษฐกิจและสังคม

๕. นโยบายด้านโครงสร้างพื้นฐาน

แนวทางการพัฒนาในแต่ละด้าน มีดังนี้

๑. นโยบายด้านการบริหาร

๑.๑ ส่งเสริมสนับสนุนการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย โดยมุ่งให้ประชาชนมีส่วนร่วมการสนับสนุนประชาคมองค์กรภาคประชาชน โดยร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมปฏิบัติเพื่อประโยชน์ของประชาชนชาวตำบลลาวี

๑.๒ ส่งเสริมหน่วยงานราชการต่าง ๆ ในเขตพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นให้การสนับสนุนและร่วมมือโรงเรียน วัด โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กและกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในเขตตำบลลาวีอย่างทั่วถึง

๑.๓ ปรับปรุงการให้บริการของข้าราชการ พนักงานส่วนตำบลตลอดจนพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ ยุติธรรม สะดวก รวดเร็ว ถูกต้องตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนให้เป็นไปด้วยความรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๑.๔ ส่งเสริมสนับสนุนความมั่นคง รักษาความสงบเรียบร้อยของตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อาสาสมัครตำรวจ ชุมชน อาสาสมัครป้องกันภัยฝ่ายพลเรือนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด โดยเฉพาะบุคคลกลุ่มเสี่ยงและให้การสนับสนุนศูนย์ปฏิบัติการต่อสู้เพื่อเอาชนะยาเสพติดของอำเภอแม่สรวย

๑.๕ ส่งเสริมสนับสนุนงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ไม่ว่าจะเป็นอุทกภัย อัคคีภัย หรือวาตภัย ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนตำบลลาวี

๒. นโยบายด้านการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม

๒.๑ ส่งเสริมและพัฒนาโรงเรียน ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนในเขตภูเขา กศน. เพื่อให้ได้รับการพัฒนาต่าง ๆ อย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง ทั้งในด้านวัสดุ อุปกรณ์การศึกษา และงบประมาณในการจัดการศึกษา ด้านอาคารสถานที่

๒.๒ สนับสนุนการศึกษาแก่เด็กนักเรียนที่ยากจนด้วยโอกาสและประชาชนทั่วไป โดยการมอบทุนการศึกษาและสนับสนุนทุนการซื้ออุปกรณ์ด้านการศึกษา

๒.๓ ส่งเสริมและอนุรักษ์ จารีตประเพณี วัฒนธรรม งานรดน้ำดำหัวผู้สูงอายุงานประเพณีสงกรานต์และวันสำคัญทางศาสนาของทุกศาสนาในพื้นที่ตำบลลาวี

๓. นโยบายด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม

๓.๑ ส่งเสริมสาธารณสุขมูลฐาน ให้มีความเข้มแข็งและแก้ไขปัญหาสุขภาพในพื้นที่

๓.๒ ส่งเสริมการสร้างสุขภาพในชุมชนและโรงเรียน ให้ประชาชนและเยาวชนมีความสมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสติปัญญา

๓.๓ รมรงค์ป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดต่อที่เกิดขึ้นเป็นประจำและโรคอุบัติใหม่ในเขตพื้นที่ เช่น โรคไข้เลือดออก ไข้หวัดนก โรคโควิด-๑๙ เป็นต้น

๓.๔ ส่งเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่ผู้สูงอายุ โดยร่วมมือกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลพื้นที่ตำบลวาปี ออกหน่วยตรวจสุขภาพให้กับผู้สูงอายุเป็นประจำทุกเดือน

๓.๕ สนับสนุนงบประมาณผ่านระบบหลักประกันสุขภาพระดับตำบลให้มีความเข้มแข็งสามารถให้บริการประชาชนได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

๓.๕ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการรณรงค์ให้ประชาชนกำจัดขยะมูลฝอยสิ่งปฏิกูลไม่ให้ทิ้งลงแหล่งน้ำ

๓.๖ ดำเนินการจัดเก็บขยะให้มีประสิทธิภาพ

๓.๗ ส่งเสริมสนับสนุนการปรับปรุงภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมภายในตำบลวาปีให้คงสภาพที่สวยงาม

๔. นโยบายด้านเศรษฐกิจและสังคม

๔.๑ ส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งเงินทุน สำหรับกลุ่มอาชีพในพื้นที่

๔.๒ ให้การสงเคราะห์ผู้สูงอายุ คนพิการ ผู้ด้อยโอกาสให้ได้รับเบี้ยสงเคราะห์อย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

๔.๓ ส่งเสริมการสร้างชุมชนน่ายุและชุมชนเข้มแข็ง ลดการแพร่ระบาดของยาเสพติด นำผู้ป่วยเข้าสู่การสมัครใจบำบัด สร้างงาน ทักษะอาชีพ

๔.๔ ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าและประชาสัมพันธแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลวาปีให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

๔.๕ แก้ไขปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งในพื้นที่ตำบลวาปีเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนแหล่งท่องเที่ยวได้ความประทับใจกลับไป

๔.๖ ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชน เยาวชน ได้ออกกำลังกาย โดยจัดหาสถานที่และอุปกรณ์กีฬารวมทั้งการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ

๔.๗ ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจชุมชนและการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนแบบพอเพียง พัฒนาฝีมือและการผลิต โดยการฝึกอบรมให้กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ภายในเขตพื้นที่

๕. นโยบายด้านโครงสร้างพื้นฐาน

๕.๑ ก่อสร้างปรับปรุงซ่อมแซมรักษาถนนให้ได้มาตรฐาน สามารถอำนวยความสะดวกในการสัญจรไป-มา ประชาชนสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวกและทั่วถึง

๕.๒ การสร้างและบำรุงรักษาแหล่งน้ำดิบให้สะอาดมีคุณภาพเพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภค หรือเพื่อใช้ในการเกษตร

๕.๓ แก้ไขปรับปรุงซ่อมแซมและขยายเขตประปาหมู่บ้าน ให้น้ำสะอาดและเพียงพอ ต่อความต้องการของประชาชนในเขตพื้นที่

๕.๔ ขยายเขตการติดตั้งไฟฟ้าสาธารณะภายในตำบลให้ทั่วถึง

๕.๕ จัดให้มีการบำรุงรักษาทางระบายน้ำ ให้สามารถใช้ระบายน้ำ เพื่อป้องกันและแก้ไข ปัญหา น้ำท่วมขังและน้ำเน่าเสีย

๔.๓.๒ การเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง

การเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาแบ่งออก ดังนี้

๑. การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารนโยบายของผู้บริหารท้องถิ่นและแผนพัฒนาจังหวัด เชียงราย

๒. การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามในการสนทนากลุ่มย่อย ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประชากรที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ภาครัฐ ๕ ท่าน คือ ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย นายอำเภอแม่สรวย ปลัดอำเภอแม่สรวยและวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย องค์กรปกครองท้องถิ่น ๕ คน องค์การบริหารส่วนจังหวัด เชียงราย นายกองคการบริหารส่วนตำบลลาวี รองนายกองคการบริหารส่วนตำบลลาวี ผู้อำนวยการกองการศึกษาศาสนาและวัฒนธรรมตำบลลาวี นักพัฒนาชุมชน ผู้บริหารกาแปดอยช้าง กลุ่มวิสาหกิจ ๑๐ คน กลุ่มตัวแทนเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ ๑๐ คน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ๑๐ คน ผู้นำชุมชน ๕ คน และกลุ่มผู้แทนเครือข่าย ๑๐ คน รวมทั้งหมด จำนวน ๕๕ คน และการสัมภาษณ์

๑. การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามในการสนทนากลุ่มย่อย

ผลการศึกษาการเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง โดยกระบวนการการเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การสนทนากลุ่มได้ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องแสดงความคิดเห็นในการเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ในภาพรวมการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการขับเคลื่อนเครือข่ายในชุมชนเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ดีขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะส่งเสริมให้ประชาชนที่เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ ตลอดถึงผู้ที่รับจ้างซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงรายกับการบริหารความเสี่ยงในการจัดการบริการขององค์กร

หน่วยงานภาครัฐและองค์การบริการส่วนตำบลวิ ได้มุ่งเน้นในด้านการสนับสนุนการให้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือผู้ผลิตกาแฟให้สามารถพึ่งตนเองและรวมกลุ่มกันเป็นวิสาหกิจชุมชน เพื่อ มุ่งหวังการแก้ไขปัญหาพัฒนาสังคม การจัดการตามแผนปฏิบัติ ดังนี้

๑. รูปแบบเครือข่ายที่ประสานงานร่วมกันระหว่างเครือข่าย ีเพื่อนฝูง และบุคคลที่สนิท สนม สร้างความเข้มแข็งในการบริหารจัดการของตนเอง ญาติ เพื่อนและบุคคลที่แลกเปลี่ยนความรู้ใน กลุ่มของตนเองหรือที่เรียกว่าเครือข่ายธรรมชาติ

๒. การจัดการเครือข่ายมีการประชุมร่วมกันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเขตอำเภอแม่ สรวาย ร่วมกับการท่องเที่ยวอำเภอ เกษตรอำเภอและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะต้องมีการประชุมเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน

๓. การปฏิบัติการพื้นฐานร่วมกับส่วนงานอื่น ๆ หรือชุมชนท้องถิ่นใกล้เคียง ที่รวมอยู่ใน ภาควิชาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนด้วยกันและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อค้นหาความรู้พื้นฐานที่จะนำไปสู่การ ปฏิบัติการจัดการเครือข่ายในชุมชน

ความเข้มแข็งและยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมกระบวนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้ว สามารถ วิเคราะห์ประเด็นออกมา ดังนี้

๑. การพัฒนาคนและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นการพัฒนาคนใน ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อให้สามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้

๒. การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นโดยมุ่งเน้นให้ชุมชนเข้าใจตัวเองว่ามีดีอะไรและต่อยอด นำเสนอจากทรัพยากรที่มี ไม่จำเป็นต้องสร้างสิ่งใหม่ ๆ ที่อาจจะไม่ใช่อัตลักษณ์ของท้องถิ่น

๓. การตลาดที่เหมาะสมกับชุมชน เพื่อแสวงหาตลาดนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแต่ละ ชุมชน และสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยไม่เสียอัตลักษณ์ ของชุมชน นอกจากนั้น เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการนำเที่ยวให้นำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวโดย ชุมชนที่เหมาะสมเพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าเส้นทางการท่องเที่ยว

๔. การสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้สามารถ เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนทรัพยากร ความรู้และประสบการณ์ร่วมกันเพื่อทำงานเป็นเครือข่ายภาค ประชาชนที่เข้มแข็งได้ในระยะยาว โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการสนับสนุนของภาครัฐหรือภาคเอกชน เสมอไป

๕. การประเมินผลด้วยตัวชี้วัดความสุขของชุมชนและนักท่องเที่ยวเนื่องจากวัตถุประสงค์ หลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์ ดังนั้น ตัวชี้วัดความสำเร็จจึง ไม่ใช่เพียงรายได้ที่เพิ่มขึ้นหรือนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น แต่เป็นความอยู่ดีมีสุขในมิติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจาก การท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องคำนึงถึงประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเป็นการแลกเปลี่ยน ของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนที่เท่าเทียม มีความสุขร่วมกัน

๔.๓.๓ การนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

จากทั้งหมดสามารถวิเคราะห์ด้านการจัดการรูปแบบเครือข่าย ดังนี้ อีกทั้งยังเป็นการกำหนดนโยบายโดยยึดหลักปัญหาความเดือดร้อน และผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก เน้นการประสานงานทุกภาคทุกฝ่าย และการมีส่วนร่วมของประชาชน ประกอบด้วย การศึกษาแผนการพัฒนา ๓ ปี และยุทธศาสตร์การจัดการบริการด้านโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเน้นเศรษฐกิจของชุมชนเพียงอย่างเดียวทำให้ขาดการสร้างรากฐานการเข้มแข็งของคนในชุมชนจะไม่สามารถพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ประกอบการมีส่วนร่วมของชุมชนทำให้การขับเคลื่อนในการปฏิบัติตามแผนที่ได้มีการจัดร่วมกันเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามจากการสนทนากลุ่มผ่านชุดกิจกรรมและการสัมภาษณ์ซึ่งมีฐานข้อมูลจากส่วนงานท้องถิ่นปัญหาส่วนใหญ่ซึ่งเป็นพื้นที่ประชากรส่วนใหญ่จะประกอบด้วยหลายชาติพันธุ์ที่มีประเพณี วัฒนธรรมที่แตกต่างกันทำให้การพัฒนาจะต้องนำเข้าสู่ส่วนกลางของภาครัฐบาล รูปแบบการจัดการเครือข่าย การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการภาคประชาชนยังมีน้อย การวางแผนจัดการยังไม่เป็นรูปธรรมมากนัก ในส่วนของภาครัฐและเอกชน การกำหนดทิศทางและเหมาะสมกับคนในพื้นที่ การที่จะนำนโยบายการบริหารมาจัดการคนในพื้นที่นั้นยังไม่สามารถใช้ได้ อย่างเต็มที่ เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวองค์การบริหารส่วนตำบลลาวาวิที่รับผิดชอบก็ไม่สามารถดูแลส่งเสริมได้อย่างทั่วถึง เพราะพื้นที่ดอยช้างและดอยยาววิเป็นพื้นที่ราบสูงและกว้างขวางมาก บุคลากรภาครัฐไม่สามารถนำข้อมูลของประชาชนที่แสดงความคิดเห็นโครงการในด้านการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนว่าไม่สอดคล้องกับความต้องการของคนพื้นที่ ทำให้การมีส่วนร่วมน้อย ประกอบกับการประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่องในการส่งเสริม สนับสนุนการสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอยช้างได้อย่างทั่วถึง การศึกษาที่เข้าไปบริการให้กับชุมชนยังถือว่าไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผู้ผลิตกาแฟหรือผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นความจริงใจในการแก้ไขปัญหาขององค์การบริหารส่วนตำบลลาวาวิแบบค่อยเป็นค่อยไป การจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ยังถือว่ามีกรรวมกลุ่มกันน้อย องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นได้จัดสรรงบประมาณสนับสนุนที่ผ่านมายังไม่เพียงพอต่อจำนวนกลุ่มวิสาหกิจที่เกิดขึ้นใหม่

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่ไม่มีความสมดุล ดังนี้

๔.๓.๓.๑ ปัญหาความไม่เข้าใจบทบาทของสมาชิกเครือข่าย

ด้านปัญหาความไม่เข้าใจบทบาทของสมาชิกเครือข่าย ดังนี้

๑.๑ ปัญหาการไม่เข้าใจบทบาทของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนว่าเข้าไปแล้วจะได้ประโยชน์หรือมีสิทธิอย่างไร ประกอบกับขาดความเข้าใจระเบียบ กฎเกณฑ์ในการทำงาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีน้อย อีกทั้งส่วนราชการก็ไม่สามารถเข้าใจถึงความต้องการของกลุ่มและกลุ่มเองก็ไม่กระตือรือร้นในด้านขอรับการสนับสนุนแหล่งทุนจากส่วนราชการ

๑.๒ ด้านชาติพันธุ์และประสบการณ์ในการค้าขาย เพราะกลุ่มชนชาติพันธุ์ที่เน้นผลิตเพื่อการบริโภคในครัวเรือนและแจกจ่ายกับเพื่อนบ้านและผู้มาเยือนและส่วนที่เหลือนำไปจำหน่าย ไม่เน้นผลิตเพื่อจัดจำหน่าย จึงทำให้ธุรกิจที่กลุ่มชาติพันธุ์ผลิตนั้นไม่เติบโตเท่าที่ควร อีกประการหนึ่งนั้นมีบริษัทเอกชนที่รับซื้อเมล็ดกาแฟจากเกษตรกรในราคาที่สูง ทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถหาเมล็ดกาแฟมาเข้าสู่กระบวนการผลิตตามฤดูกาล ไม่เพียงพอกับความต้องการและคนงานที่จะมาช่วยก็หายากจึงทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยผลิตกาแฟตามความสามารถของตนเองและครอบครัวเท่านั้น

๔.๓.๓.๒ ปัญหาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ภัยธรรมชาติ เช่น อัคคีภัย วาตภัยและอุทกภัย เป็นต้น นับเป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้ผลผลิตกาแฟไม่เป็นที่พึงพอใจของเกษตรกรกลุ่มผู้ผลิต มีบางส่วนทยอยไปประกอบอาชีพอื่น เพราะลงทุนปลูกกาแฟแล้วต้องลงทุนในการประกอบอาชีพ อีกทั้งผลผลิตก็ได้ไม่เต็มร้อยเพราะสภาพดินฟ้าอากาศไม่อำนวย จึงทำให้เมล็ดกาแฟไม่สมบูรณ์จึงทำให้ผลผลิตลดลง ถ้าไม่รวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนก็จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตกาแฟเลิกผลิตกาแฟไปในที่สุด ดังนั้น การรวมตัวกันของผู้ผลิตกาแฟเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อคงมาตรฐานการผลิตและแหล่งทุนจากภาครัฐมาสนับสนุนให้กลุ่มวิสาหกิจอยู่ได้ และคงคุณภาพการผลิตให้เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง และสร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชน เพราะสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ต้องให้คนในพื้นที่อนุรักษ์หวงแหน ไม่ได้ผู้อื่นหรือคนในนอกพื้นที่มาทำลาย ประเพณีวัฒนธรรมซึ่งเป็นของดั้งเดิมให้อนุชนคนรุ่นหลังอนุรักษ์รักษาไว้ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ ปัญหาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้กลุ่มวิสาหกิจไม่ยั่งยืน ประชาชนหรือประชากรในพื้นที่ประกอบด้วยชนหลายเชื้อชาติ หลายศาสนา การส่งเสริมของภาครัฐขึ้นอยู่กับแต่ละกระทรวงที่รับผิดชอบเข้าส่งเสริมอาชีพเป็นรายกลุ่มซึ่งเป็นการส่งเสริมที่ยังขาดการสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วม รูปแบบของเครือข่ายจึงขึ้นอยู่กับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน

๔.๓.๓.๓ วิเคราะห์ด้านผลกระทบที่เกิดขึ้นกับเครือข่าย

ผลกระทบจากความเสี่ยงของการระบาดของโรคโควิด-๑๙ หรือโรคระบาดใหม่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟ ไม่สามารถรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย จึงเป็นต่างคนต่างผลิต ไม่อาศัยเครือข่ายในการต่อรองกับภาครัฐ อีกด้านหนึ่งคือผลกระทบเรื่องราคาผลผลิตที่บริษัทเอกชนรับซื้อเมล็ดกาแฟ (เชอร์รี่) ที่สูงกว่า ทำให้เกษตรกรนำไปขายให้บริษัทเอกชนมากกว่าที่จะนำมาขายให้กับผู้ประกอบการรายย่อยหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จึงทำให้ได้เมล็ดกาแฟไม่มากเท่าที่ควร

จากการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดอยช้างพบว่าจากเดิมเคยรับซื้อปีละ ๓,๐๐๐ ตัน แต่ปีนี้ (๒๕๖๔) รับซื้อได้แค่ ๑,๐๐๐ ตัน

สรุปได้ว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับเครือข่ายนั้น แม้ว่าโดยรวมจะมีค่อนข้างมาก แต่ไม่อาจหักล้างผลที่ดีที่เกิดขึ้นกับเศรษฐกิจของประเทศได้หมด โรคไวรัสโคโรนาหรือโควิด-๑๙ ยังไม่หยุดระบาดก็ทำให้ผลผลิตกาแฟยังไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของเครือข่าย แต่ทั้งนี้ ภาครัฐรวมทั้งประชาชนทุกคน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรร่วมมือกัน ลดปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้น้อยลง ส่งผลประโยชน์กับประเทศไทยสูงสุดและก่อให้เกิดผลกระทบกับความมั่นคงเศรษฐกิจและสังคมในทางลบน้อยที่สุด

๔.๓.๔ สรุปเป็นโมเดลหรือองค์ความรู้การวิจัยการเรียนรู้เพื่อพัฒนารูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้างเพื่อเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้างและเพื่อการนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ผลจากการศึกษาวิจัยทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่ ดังนี้

๑. ศึกษาการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง
๒. การเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง
๓. วิเคราะห์การนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง
๔. สรุปเป็นโมเดล

ด้านที่ ๑ ศึกษาการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง ดังนี้

การจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตกาแฟดอยช้าง เป็นการร่วมตัวกันในกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง มีความประสงค์ที่จะจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนดอยช้างเป็นเจ้าของวิสาหกิจได้รับประโยชน์ร่วมกัน แต่ยังไม่ชัดเจนเนื่องจากการผลิตทำในภายในครอบครัวและเครือญาติจึงไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่จะรวมตัวกันเป็นเครือข่ายที่ชัดเจน มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และกรรมวิธีในการผลิตกาแฟด้วยกัน จากการสัมภาษณ์และสังเกตพบว่า กลุ่มผู้ผลิตกาแฟมีเจตคติในการแบ่งปันประสบการณ์ในการผลิตและพัฒนาการตลาด แต่ยังสงวนความคิดในการรวมตัวกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อผลประโยชน์ในการปกป้องธุรกิจของตนและกลุ่มวิสาหกิจ พร้อมทั้งไม่ขอรับคำปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐเท่าที่ควร

ด้านที่ ๒ การเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง ดังนี้

การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตกาแฟดอยช้าง เป็นการร่วมกันในกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง หน่วยงานทำการตรวจประเมินองค์กร แสดงหลักฐานสำคัญ เช่น งบการเงิน เอกสารทางบัญชี การแสดงรายละเอียดโครงสร้างองค์กร การจดทะเบียน องค์กร กาแฟดอยช้างมีความประสงค์ที่จะจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนดอยช้างเป็นเจ้าของวิสาหกิจได้รับประโยชน์ร่วมกัน สามารถกำหนดราคาคาแฟด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพ่อค้าคนกลางต้องกำหนดราคาคาแฟให้ ประกอบกับกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีความพึงพอใจและยอมรับได้กับสัดส่วนในการกำหนดราคาที่เป็นธรรมและสอดคล้องกับต้นทุนการผลิตอันจะนำมาซึ่งความยั่งยืนของธุรกิจกาแฟที่คำนึงถึงคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคในอนาคต

ด้านที่ ๓ คือการวิเคราะห์การนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจการเกษตรกาแฟดอยช้าง

การนำเสนอรูปแบบเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจการเกษตรกาแฟดอยช้าง การดำเนินการผลิตกาแฟดอยช้าง การดำเนินการค้าอย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะราคาที่เป็นธรรมกับผู้ผลิตกาแฟ โดยได้มีการสนับสนุนปัจจัยทุนให้กับเกษตรกรที่ยากไร้หรือด้อยโอกาส วิธีการช่วยเหลือเกษตรกรที่ ด้อยโอกาสว่ามี การทำเป็นระบบเป็นเงินกู้ของกลุ่ม ทุนส่วนหนึ่งจะเป็นเงินกู้ โดยที่อาจจะไม่มีดอกเบี้ย หรือว่าอาจจะมียอดดอกเบี้ยต่ำเพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ด้อยโอกาสให้มีทุนเพียงพอ และสามารถดำเนินการผลิตกาแฟได้ วิสาหกิจกาแฟดอยช้างมีปัญหาการค้ำที่ไม่เป็นธรรมด้านราคาถูกกดราคาเมล็ดจากพ่อค้าคนกลางเมื่อเปรียบเทียบกับปลูกพืชผลผลิตชนิดอื่นมีราคาสูงกว่า กาแฟดอยช้างจะไม่มีรูปแบบการดำเนินงานที่เป็นทางการทำให้การทำงานนั้นให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มสมาชิกปลูกกาแฟดอยช้างเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน ดังนั้น จึงมีรูปแบบเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง ที่ประสบความสำเร็จ เช่น การจัดทำโฮมสเตย์ในสถานประกอบการ สามารถเก็บเมล็ดกาแฟและให้บริการชุดประจำเผ่าของผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟ จัดทำสถานที่เช็คอินและประกอบกาแฟ คั่ว บด ชง หรือแม้กระทั่งตำ จนเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว บางแห่งมีการขายชุดเครื่องแต่งกาย เมล็ดกาแฟ ตลอดจนของที่ระลึก เป็นต้น นับว่าได้รูปแบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสได้และคงความเป็นธรรมชาติและเป็นที่สนใจของผู้มาเยี่ยมชม

ด้านที่ ๔ สรุปเป็นโมเดล ดังนี้

C



เครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร กาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย สามารถถ่ายทอดประสบการณ์ผ่านโมเดลการบริหารจัดการของเครือข่าย ดังนี้

๑. ด้านนโยบาย คือนโยบายของภาครัฐควรสนับสนุนทุนหรือแนะนำแหล่งทุนให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้ผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟและธุรกิจการท่องเที่ยว มีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายเพื่อ

สร้างความเข้มแข็งในชุมชน และประสานงานหน่วยงานภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ และการท่องเที่ยวได้เป็นภาคีเครือข่ายในการร่วมมือ

๒. บทบาท คือ บทบาทของสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวและกลุ่มผู้ผลิตกาแฟ ควรทราบ บทบาทของสมาชิกเองว่ามีบทบาทในการเสนอต่อรองหรือพิทักษ์เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อหาแหล่งทุน และอนุรักษ์ศิลปพื้นบ้านท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของชุมชนที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวและบริโภคกาแฟในชุมชนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

๓. องค์กร คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรสนับสนุน การผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่พึ่งพาตนเองและพัฒนาธุรกิจกาแฟและการท่องเที่ยวไปพร้อมกัน และคงเป็นสมาชิกเพื่อเสริมศักยภาพในการผลิตเพื่อการบริโภคและจัดจำหน่าย

๔. ความร่วมมือ คือ ความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตกาแฟรายย่อยและธุรกิจท่องเที่ยว ควรให้ความร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจเพื่อรักษาผลประโยชน์ที่กลุ่มพึงได้รับจากภาครัฐและเอกชน สามารถนำ ร่วมมือดังกล่าวเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจของตนเองและสมาชิกจะช่วยกันพยุงธุรกิจให้ ต่อเนื่องและยั่งยืนเพื่อส่งต่อไปให้กับครอบครัวต่อไป

๕. กิจกรรม คือ กิจกรรมที่ผู้ผลิตหรือสมาชิกกลุ่มจัดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการผลิตกาแฟ และธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น การมีส่วนร่วมในการคั่วกาแฟ การเก็บเมล็ดกาแฟ การชงกาแฟ และการ ท่องเที่ยว การชิมอาหารพื้นบ้าน การชมการละเล่นต่าง ๆ ของชุมชน ตลอดจนการเข้าพักค้างคืนของ นักท่องเที่ยวที่เตรียมความพร้อมมาร่วมกิจกรรมของชุมชน ซึ่งจะมีภาพที่ติดตาตรึงใจของนักท่องเที่ยว ผ่านกิจกรรมเป็นสำคัญ

๖. ผลลัพธ์ คือ ผลที่ได้รับจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำให้ผู้ผลิตมีความมั่นใจในการผลิตสินค้าทางการเกษตร โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภายใน สมาชิกกลุ่มเครือข่าย ทำให้มีผู้สนใจมาท่องเที่ยวและสัมผัสกับบรรยากาศโอเอซิสกาแฟและการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นจุดขายสำหรับสมาชิก ที่มีเสน่ห์และชักชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำอีก ตลอดถึงชวนคนมาท่องเที่ยวมากขึ้น

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้รับการวิจัย

๔.๑ องค์ความรู้ที่ได้รับการวิจัย จากโครงการวิจัย โครงการที่ ๑

องค์ความรู้ที่ ๑ การผลิตกาแฟดอยช้าง

กรรมวิธีการผลิตกาแฟดอยช้าง ที่เริ่มตั้งแต่แหล่งเพาะปลูก การเก็บด้วยมือที่ละเมล็ด และ นำมาแยกเปลือกภายใน ๒๔ ชั่วโมง ผ่านกระบวนการทำสารกาแฟแบบเปียก ตากด้วยแสงอาทิตย์ เก็บและ บ่มในโกดังบนที่สูงอย่างน้อย ๖-๘ เดือน คัดเฉพาะเมล็ดกาแฟที่ได้มาตรฐานนำมาคั่วด้วย เครื่องกาแฟคุณภาพ ระดับโลก “BRAMBATI” ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม หรือ แฟร์เทรด (Fair

Trade) เป็นความพยายามในการส่งเสริมการค้าแบบยุติธรรม โดยเน้นสินค้าและบริการจากประเทศโลก โดยมาตรฐานตราสัญลักษณ์แฟร์เทรดคิดค้นขึ้นโดยองค์กรอิสระ FAIRTRADE International ใช้เป็นตรา รับรองคุณภาพสินค้าตามมาตรฐานแฟร์เทรดที่องค์กรกำหนด ซึ่งแบ่งได้เป็นหลัก ๆ ๓ ด้าน ได้แก่ ๑) มาตรฐานเรื่องสิ่งแวดล้อม ๒) มาตรฐานเรื่องการค้า และ ๓) มาตรฐานเรื่องสังคม โดยมาตรฐานแฟร์เทรดผู้ผลิตหรือเกษตรกรจะต้องได้รับค่าตอบแทนของผลผลิตที่เหมาะสมเพื่อจะสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ใน ระยะยาว เพื่อสร้างโอกาสให้ผู้ผลิตหรือกลุ่มสหกรณ์ผู้ผลิตสามารถร่วมลงทุนโครงการเพื่อการศึกษา สุขภาพและ การสร้างสาธารณูปโภคหลักในท้องถิ่นได้ เพื่อให้การค้าขายระหว่างผู้ผลิตและพ่อค้าคนกลางเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และสามารถสร้างเครือข่ายควบคุมคุณภาพสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าได้ ตลอดจนเพื่อเป็นมาตรฐานว่าสินค้าที่ได้รับ ตราแฟร์เทรดเป็นสินค้าที่ผ่านการผลิตที่ได้รับมาตรฐานที่ดีต่อทั้งสิ่งแวดล้อม การค้าและสังคม

องค์ความรู้ที่ ๒ การผลิตสินค้าหัตถกรรม

บนยอดดอยสูงจากระดับน้ำทะเล ๖๐๐-๑,๖๐๐ เมตร เป็นที่ตั้งของบ้านดอยช้าง ต.วาวี อ.แม่สรวย จ.เชียงราย เป็นพื้นที่ปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าที่ดีแห่งหนึ่งของประเทศแล้ว ยังเป็นพื้นที่ที่รวมของวัฒนธรรมชนเผ่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ฝีมือลายมัดย้อมหัตถกรรมเป็นของตัวเองจึงเป็นหนึ่งในแผนของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการส่งเสริมให้ชนเผ่าได้รวมกลุ่มกันในนาม “กลุ่มหัตถกรรมบ้านดอยช้าง” เพื่อร่วมกันสร้างผลิตภัณฑ์จำหน่ายไปขาย สร้างรายได้เสริมให้แก่กลุ่มแม่บ้าน โดยชิ้นงานฝีมือจะออกมาในรูปของงานฝีมือ เช่น กระเป๋า พวงบุญแจ เสื้อผ้า ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจะมีสีสันแปลกตา มีหลากหลายให้เลือกซื้อหางานเย็บมือ

องค์ความรู้ที่ ๓ การผลิตอาหารชาติพันธุ์

วัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านของกลุ่มชาติพันธุ์ ประกอบด้วยอาหารในชีวิตประจำวัน และอาหารในพิธีกรรมต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะอาหาร แหล่งที่มาของอาหาร การประกอบอาหาร เวลาในการบริโภคอาหาร ลักษณะการบริโภคอาหาร และลักษณะความเชื่อเรื่องการบริโภคอาหาร ซึ่งมีทั้งผู้นำในชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอาหารและประกอบอาหารในครอบครัว ลักษณะของภูมิประเทศ เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เป็นแหล่งอาหารที่เกิดจากธรรมชาติ ที่สำคัญของชาติพันธุ์และเลี้ยงสัตว์ที่สามารถนำทรัพยากรเหล่านั้นมาประกอบอาหาร โดยแหล่งอาหารที่พบนั้นมาจากที่นา ที่สวน ป่าและโคกที่เป็นเนิน และแหล่งน้ำตามธรรมชาติ อาหาร ปัจจุบันการรับประทานอาหารมีการผสมผสาน ปรับให้เข้ากับอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ ซึ่งอาหารได้รับการสนับสนุนจากคนในชุมชนและถูกยกระดับให้เป็นธุรกิจขนาดเล็กในชุมชน

องค์ความรู้ที่ ๔ การศิลปวัฒนธรรมชาติพันธุ์

การเชื่อมั่นในการตั้งชุมชนโดยมีหางจากแหล่งน้ำ วัฒนธรรมชาติพันธุ์ซึ่งมีการพัฒนาความเป็นอยู่ของครอบครัว ชุมชน อนุรักษ์ประเพณีที่แตกต่างจากที่อื่นทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาศึกษา

ในพื้นที่ดอยช้างเป็นจำนวนมาก การบริหารจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นสิ่งจำเป็นที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ในระยะยาว การสร้างรายได้แก่ชุมชน การพัฒนาพัฒนาตนเองด้วยการสร้างรายได้จากศิลปวัฒนธรรมชาติพันธุ์ สร้างความเข้มแข็งชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทำให้ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการขยะที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างมีระบบ การเชื่อมชีวิตของชาติพันธุ์กับการรักศิลปวัฒนธรรมของตนเองเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จะต้องมีการบริหารจัดการวัฒนธรรมในการเชื่อมต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๔.๒ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย จากโครงการวิจัย โครงการที่ ๒

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย

องค์ความรู้จากงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ศึกษาที่คนทั่วไปเข้าใจได้ง่าย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

องค์ความรู้ที่ ๑ แนวคิดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง เป็นประโยชน์กับชุมชนการบริหารจัดการท่องเที่ยวมุ่งส่งเสริมให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเกิดความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มุ่งให้ชุมชนได้เข้าใจแนวทางการอนุรักษ์ไว้สืบไปถึงลูกหลาน สามารถสร้างรายได้จากธรรมชาติ

๑. ชุมชนได้มีความคิดในการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์การท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างจะต้องมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชนมีส่วนร่วมผู้ประกอบการท่องเที่ยว บุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน การท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเชื่อมโยงผลประโยชน์ในการท่องเที่ยวทั้งร้านอาหาร ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ร้านขายของที่ระลึก

๒. การท่องเที่ยว การบริหารจัดการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างอย่างยั่งยืน เป็นการริเริ่มส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม ดำเนินการการสร้างสมดุลของชุมชนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เน้นความสำคัญที่ “คุณค่า” ของชุมชน เพื่อให้ชุมชนภูมิใจในการบริหารจัดการที่สามารถพึ่งพาตนเองได้

๓. กิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

๑.๑ กิจกรรมการสร้างแบรนด์กาแฟดอยช้าง ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่า

๑.๒ กิจกรรมการวางระบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

๑.๓ กิจกรรมการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

๑.๔ กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

๔. ด้านเศรษฐกิจ วัตถุประสงค์หลักเพื่อเร่งสร้างความได้เปรียบในภาวะที่หลายประเทศยังคงอยู่ในระยะเริ่มต้น

๑. สร้างรายได้ในพื้นที่เพื่อเสริมความเป็นอยู่ของครอบครัวให้ดีขึ้น

๒. การนำสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการระบายสินค้าในชุมชน

๓. สร้างมูลค่าที่ดินในพื้นที่ในการก่อสร้างร้านอาหาร อาคาร โรงแรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

๕. ด้านสังคม ประโยชน์ความสำคัญต่อสังคม การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจึงทำให้เกิดเรียนรู้ซึ่งกันและกันส่งผลให้เข้าใจในแต่ละพื้นที่

๑. มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

๒. การเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอ วัฒนธรรม ประเพณี เพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

๓. การพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

๔. ชุมชนสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว

๕. สร้างงานให้กับชุมชนพื้นที่ป้องกันการย้ายถิ่นฐาน

๖. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า

๑. มีการลงทุนจากภาครัฐในด้านสาธารณูปโภคเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ

๒. เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า

๓. มีมาตรการป้องกันมลพิษทางเสียง อากาศ

๔. เกิดมีการปรับปรุงแก้ไข มาตรการ ระเบียบตลอดจนกฎหมายต่าง ๆ ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

๕. ปัญหาการกำจัดขยะ ของเสียประเภทต่าง ๆ ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

๖. เกิดโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

๗. การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของรัฐบาล ได้เริ่มมาตั้งแต่ปี ๒๕๔๕ โดยมีการจัดตั้งองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายองค์กร

๘. สถาบันการศึกษา การพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ค้นคว้าความรู้ที่อยู่ในชุมชนเพื่อการพัฒนาตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเป็นประโยชน์กับพื้นที่ชุมชน

๙. การประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวซึ่งมีชุมชนเป็นเจ้าของสามารถในการบริหารจัดการเพื่อตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับชุมชนจะต้องมุ่งเน้น

๑. ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน การบริหารจัดการ
๒. ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์เป็นธรรมกับคนในพื้นที่
๓. การกระจายรายได้อย่างทั่วถึง
๔. สร้างรายได้เพื่อป้องกันการย้ายถิ่นฐาน

องค์ความรู้ที่ ๒ องค์ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

การท่องเที่ยวแนวเกษตรเป็นกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ประกอบด้วยทุนทางสังคม วัฒนธรรม และมีการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ประเพณีที่จะทำให้เราค้นพบมุมมองใหม่ ในพื้นที่ ในชุมชน



ภาพที่ ๑๐ โลโก้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

องค์ความรู้ที่ ๓ ผลลัพธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการให้ประโยชน์ของการท่องเที่ยวแก่ชุมชน การท่องเที่ยวเป็นการดึงคนจากภายนอกมาเรียนรู้ชุมชน แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ

๑. ชุมชนสามารถร่วมวางแผนการทำงานด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน
๒. ชุมชนสามารถเชื่อมโยงการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนตัวเองได้
๓. การฟื้นฟู ส่งเสริม อนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน
๔. เสริมสร้างศักยภาพการมีส่วนร่วมของชุมชน

องค์ความรู้ที่ ๔ ชุมชนต้นแบบ

๑. **ชนเผ่าอาข่า** เดิมได้อพยพมาจากประเทศเมียนมาตั้งถิ่นฐาน หมู่บ้านแสนเจริญ บ้านดอยช้าง บ้านใหม่พัฒนา ผาแดงหลวง ขุนสรวย ห้วยชี้เหล็ก ห้วยน้ำขุน เป็นประชากรที่มีจำนวนมากที่สุดในตำบลลาวี

๒. **ชนเผ่าลาหู่** ชนเผ่าแรกที่เข้ามาในพื้นที่ตำบลลาวี มีสองสายที่อพยพจากสายจีน และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ปัจจุบันอาศัยอยู่ บ้านห้วยมะเขาก จู้จี้ ห้วยชี้เหล็กใหม่ หุ่นพร้าวลาหู่

๓. **ชนเผ่าจีนยูนาน** อพยพมาจากประเทศจีนเป็นเชื้อสายของกองพล ๙๓ นายพลเลาตี กองทหารจีนคณะชาติพลัดถิ่นในอดีต อาศัยอยู่พื้นที่หมู่บ้านลาวี บ้านเลาตี บ้านามังกล่าว บ้างปางกลาง

๔. **ชนเผ่าลีซอ** อาศัยในพื้นที่ บ้านห้วยไคร้ หมู่ที่ ๑๓ มีชุดแต่งกายที่สวยงามชาวต่างชาติให้สมยานามว่า The handsome people

๕. **ชนเผ่าปกากะญอ** อพยพมาจากอำเภอแม่ลาน้อย จังหวัดแม่ฮ่องสอน อาศัยอยู่ในพื้นที่หมู่บ้านหุ่นพร้าว

๖. **ชนเผ่าเมี่ยน** อาศัยอยู่ที่หมู่บ้านปางกั่ว ปางกุเส้ง แม่โงะเย้า

๗. **ชนเผ่าไทใหญ่** อพยพมาจากรัฐฉาน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา อาศัยอยู่ในพื้นที่หมู่บ้านเลาตี หมู่ที่ 20

๘. **ชนเผ่าไทยวน(คนเมือง)**อพยพมาจากอำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย อาศัยอยู่ในพื้นที่หมู่บ้านย่านา หมู่ ๒๖

องค์ความรู้ที่ ๕ การมีส่วนร่วมการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวสามารถแสดงองค์ประกอบ ด้วย ๖ ประการ

๑. เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว
๒. สินค้า ทักษะ และประสบการณ์
๓. ทรัพยากรท่องเที่ยวที่จัดตั้งได้
๔. แหล่งท่องเที่ยวดอยช้าง
๕. นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยว
๖. เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

องค์ความรู้ที่ ๖ แนวคิดการทำธุรกิจการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด

องค์ความรู้ที่ ๗ มุมมองการมีส่วนร่วมการท่องเที่ยว

ความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จังหวัดเชียงราย ได้นำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ออกเป็น ๓ ด้าน ดังนี้

๑. การกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายที่มีการผลิตในท้องถิ่น การพัฒนาศักยภาพการผลิตสินค้าชุมชนเพื่อสร้างรายได้เข้าชุมชน มีการฝึกอบรมการพัฒนาฝีมือและการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่
๒. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้มีผลกระทบการท่องเที่ยวน้อยที่สุด ทั้งการจัดการบริหารสถานที่ท่องเที่ยว ชะยะให้มีระบบ
๓. การฟื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เสริมสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม ประเพณี นวัตกรรมชุมชน

สรุปการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้ทุนทางความคิดด้านการใช้ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนทั้งด้านการบริหารจัดการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงมีความจำเป็นอยู่ในชุมชนเพื่อให้เกิดผลงานนวัตกรรมเริ่มจากงานวิจัยและพัฒนา ความคิดสร้างสรรค์ (creativity) หรือจะเป็นการจัดการความรู้ (knowledge management) ต้องใช้การคิดสร้างสรรค์และอยู่ในโลกที่เปลี่ยนแปลง ประชาชนสามารถเข้าถึงสิทธิต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว รัฐบาลได้เตรียมความพร้อมสู่การเป็นสังคมเศรษฐกิจกระแสใหม่ที่มียุคความรู้จากงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ศึกษาที่คนทั่วไปเข้าใจได้ง่าย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ โดยที่งานวิจัยได้จัดกลุ่มออกเป็น ๓ กลุ่ม โดยจำแนกตามลักษณะของการนำไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ ๑) การใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ ๒) การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ๓) การใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย

๔.๓ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย จากโครงการวิจัย โครงการที่ ๓

องค์ความรู้งานวิจัยจากการสังเคราะห์การจัดการเครือข่าย การเสริมสร้างเครือข่าย และรูปแบบการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง พอสรุปเป็นองค์ความรู้ตามกรอบแนวคิด ดังนี้

๑. การจัดการเครือข่าย คือ การจัดการตามที่กลุ่มความร่วมมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้างที่มีเครือข่ายธรรมชาติ เช่น ครอบครัว ญาติมิตร เพื่อน คนรู้จัก สมาชิกที่ดำเนินธุรกิจผลิตเมล็ดกาแฟ โดยมีการประสานสัมพันธ์ร่วมกันและได้ร่วมจัดกิจกรรมที่เพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ตลอดจนมีที่พักค้างคืนหรือที่เรียกว่าโฮมสเตย์ มีมาตรฐาน ราคา ทั้งที่พักและที่ทำการผลิตคล้ายคลึงกัน

๒. การเสริมสร้างเครือข่าย คือ เป็นการร่วมตัวกันในกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง หน่วยงานทำการตรวจประเมินองค์กร แสดงหลักฐานสำคัญ เช่น งบการเงิน เอกสารทางบัญชี การแสดงรายละเอียดโครงสร้างองค์กร การจดทะเบียน องค์กร มีความประสงค์จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ทุกคนในชุมชนที่เป็นเจ้าของกิจการกาแฟและที่พักค้างคืนแบบโฮมสเตย์เป็นเจ้าของวิสาหกิจได้รับประโยชน์ร่วมกัน สามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์กาแฟด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพ่อค้าคนกลางได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐและเอกชน

๓. รูปแบบการสร้างเครือข่าย คือ รูปแบบเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจการเกษตรกาแพดอยช้าง เป็นรูปแบบเครือข่ายการท่องเที่ยวที่องค์กรต่าง ๆ สามารถนำรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง เช่น การสนับสนุนปัจจัยทุนให้กับเกษตรกรที่ยากไร้หรือด้อยโอกาส วิธีการช่วยเหลือเกษตรกรที่ด้อยโอกาสว่ามีกำหนัดเป็นระบบเป็นเงินกู้ของกลุ่ม ทุนส่วนหนึ่งจะเป็นเงินกู้ โดยที่อาจจะไม่มีดอกเบี้ย หรือว่าอาจจะมียอดดอกเบี้ยที่ต่ำเพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ด้อยโอกาสให้มีทุนเพียงพอ และสามารถดำเนินการผลิตกาแฟได้ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนสามารถนำรูปแบบในการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้างไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน

บทที่ ๕

สรุป และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแปดอยช้าง เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร กาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย” ดำเนินการวิจัยโดยวิธีวิเคราะห์เอกสารดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ลงพื้นที่สังเกตการณ์ต่าง ๆ จากสภาพจริงและเชิงปฏิบัติการหรือ Action research จัดสัมมนากลุ่มย่อยเพื่อนำความคิดเห็นและแนวทางในการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ภาครัฐ ๕ ท่าน คือ ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย นายอำเภอแม่สรวย ปลัดอำเภอแม่สรวยและวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย องค์การปกครองท้องถิ่น ๕ คน องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ผู้อำนวยการกองการศึกษาศาสนาและวัฒนธรรมตำบลลาวี นักพัฒนาชุมชน ผู้บริหารกาแปดอยช้าง กลุ่มวิสาหกิจ ๑๐ คน กลุ่มตัวแทนเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ ๑๐ คน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ๕ คน ผู้นำชุมชน ๕ คน และกลุ่มผู้แทนเครือข่าย ๕ คน รวมทั้งหมด จำนวน ๔๕ คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

การศึกษานี้ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแปดอยช้าง เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตร กาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นการศึกษาในภาคสนามทำการศึกษาเฉพาะโดยเน้นการสัมภาษณ์และสังเกต การหารูปแบบในการสนับสนุนให้เกิดเป็นรูปธรรมครอบคลุมพื้นที่บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งสรุปการศึกษาได้ ดังนี้

๕.๑ สรุปผลศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๕.๑.๑ ผลการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

จากการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีการเจาะจงตามการศึกษาวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานพบว่า การจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตกาแฟดอยช้าง เป็นการร่วมตัวกันในกลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง มีความประสงค์ที่จะจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนดอยช้างเป็นเจ้าของวิสาหกิจได้รับประโยชน์ร่วมกัน แต่ยังไม่ชัดเจนเนื่องจากการผลิตทำในภายในครอบครัวและเครือญาติ จึงไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่จะรวมตัวกันเป็นเครือข่ายที่ชัดเจน มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และกรรมวิธีในการผลิตกาแฟด้วยกัน จากการสัมภาษณ์และสังเกตพบว่า กลุ่มผู้ผลิตกาแฟมีเจตคติในการแบ่งปันประสบการณ์ในการผลิตและพัฒนาการตลาด แต่ยังสับสนความคิดในการรวมตัวกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อผลประโยชน์ในการปกป้องธุรกิจของตนและกลุ่มวิสาหกิจ พร้อมทั้งไม่ขอรับคำปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐเท่าที่ควร ปัญหาในการบริหารจัดการร่วมกันที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในองค์รวม สนับสนุนและการส่งเสริมของภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง การทำงานของเครือข่ายจึงไม่มีแรงขับเคลื่อนมากนัก การศึกษาสภาพปัญหาโดยภาพรวมในการจัดการปัญหาท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดเชียงราย เพื่อที่จะให้กับประชาชนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง แก้ปัญหา จึงส่งผลกระทบในการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนพัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็ง

๕.๑.๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง โดยการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนในการตัดสินใจและ มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน จะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอก พื้นที่ได้เข้ามามีบทบาท รวมทั้งเพิ่มความต้านทานต่อแรงกดดันหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการวางแผนเป็นกระบวนการในการสรรหาและกำหนดแนวทาง รวมทั้งวิธีการที่จะควบคุมและพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และการที่ทุกฝ่ายร่วมกันคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่าจะทำอะไร ทำเพื่ออะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อใด และใช้งบประมาณเท่าไร จะช่วยให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิด ขึ้นและมีทิศทางที่ชัดเจนและตรงกันในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวางแผน โดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่

สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วางแผน ผู้ปฏิบัติ หน่วยงานต่าง ๆ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในชุมชนจำเป็นต้องมาประชุมหรือทำการปรึกษา พิจารณาเพื่อแสดงความคิดเห็นและการยอมรับ รวมทั้งทำการตกลงและความเข้าใจร่วมกันภายใต้คำแนะนำ และคำปรึกษาของผู้เชี่ยวชาญ แม้ว่าแผนพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายละเอียดมากเพื่อนักปฏิบัติจะได้ดำเนินการตามที่นักวางแผนกำหนดไว้ได้อย่างถูกต้อง แต่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วม นั้นจำเป็นต้องเข้าใจได้ง่ายและอาจประกอบด้วยประเด็นเพียงไม่กี่ประเด็นแต่สำคัญและชัดเจนเพียงพอที่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถปฏิบัติตามได้ในทิศทางเดียวกัน ประเด็นในแผนอาจประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของชุมชน วัตถุประสงค์ของแผน นโยบายของแผน เครื่องมือในการพัฒนา การจัดหาและกำหนด งบประมาณ วิธีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

๕.๑.๓ การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย

การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง พบว่ามีการยกระดับด้านต่าง ๆ ดังนี้ ๑. ด้านการบริหารจัดการบทบาทการมีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ โดยภาพรวม คือการเข้าร่วม ประชุมเพื่อวางแผนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีส่วนร่วมในการจัดอบรมให้ความรู้กับชุมชน ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการร้านค้าจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึก สินค้าวิสาหกิจชุมชน มีการบริหารจัดการจัดเวรยามรักษาความปลอดภัย ความสงบเรียบร้อยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ๒. ด้านการวางแผน บทบาทการมีส่วนร่วมด้านการวางแผนโดยการร่วมประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวกับชุมชน วางแผนพัฒนาประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม วางแผนการจัดระเบียบร้านค้าชุมชน มีส่วนร่วมวางแผนการจัดงานประจำปี ๓. ด้านการดำเนินงานและการปฏิบัติ ชุมชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ เช่น มีการแต่งกายชุด พื้นเมืองเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ การละเล่นพื้นเมือง การฟ้อนรำ เล่นดนตรี ๔. ด้านการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดสรรงบประมาณเพื่อการบำรุงรักษาสถาน ที่ท่องเที่ยว มีการจัดหาจัดจ้างเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยว มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาความสะอาดบริเวณหน้าวัด และจัดระเบียบร้านค้าต่าง ๆ ให้อยู่ในบริเวณเดียวกันอย่างเป็น ระเบียบสวยงาม ๕. ด้านการคมนาคม มีส่วนร่วมในการแนะนำการคมนาคมที่สะดวกสบายปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว มีการจัดมัคคุเทศก์ ให้คำแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการจัดรถรับส่ง รถรับจ้าง ไปยังสถานที่

ท่องเที่ยว ๖. ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีร้านค้าแฟมมีการจัดแสดงสินค้า มีส่วนร่วมในการจัดระเบียบร้านค้า มีส่วนร่วมในการควบคุมราคาสินค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อถือ มีส่วนร่วม ในการส่งเสริมให้ชาวบ้านผลิตสินค้าพื้นเมืองจัดจำหน่าย สร้างรายได้ในครัวเรือน

๕.๒ เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกษตรกาแฟดอยช้าง

ผลจากการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ด้วยเว็บไซต์ตลอดจนการนำชุดความรู้มาปฏิบัติใช้งานในพื้นที่จริง กระบวนการพัฒนาการออกแบบเว็บไซต์ที่จะสามารถระดมความคิด ประสพการณ์ของโปรแกรมเมอร์ที่เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบเว็บไซต์ผสมผสานกับศาสตร์ในชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมด้านวิชาการที่จะมาเสริมด้านองค์ความรู้ในการเขียนเว็บไซต์ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในพื้นที่วิจัยและการนำเผยแพร่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นสัมฤทธิ์ผลในการปฏิบัติ

๑. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มเป้าหมายที่ได้คัดเลือกแบบเจาะจงที่อาศัยในพื้นที่ดอยช้าง ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า เป็นหญิง ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐ อายุ ๒๐-๗๔ ปี คิดเป็นร้อยละ ๕๐ การศึกษาประถมศึกษา ๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๘ สถานภาพสมรส ๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๙ ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท (เปรียบเทียบรายได้กับรายจ่าย) รายรับสูงกว่ารายจ่าย(เหลือเก็บ) คิดเป็นร้อยละ ๙๑

๒. การวิเคราะห์การสนทนากลุ่มการใช้ประโยชน์ของเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง สนทนากลุ่มย่อยในครั้งนี้มีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยวิธีการเจาะจงที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีการระดมความคิดเห็น ความต้องการของชุมชนที่จะพัฒนาสิ่งที่เป็นต้นทุนของชุมชนเพื่อการอยู่ได้ด้วยตนเองในเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในหลายทัศนะได้สรุปบทสัมภาษณ์ความคิดเห็น จุดแข็งของการบริหารจัดการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในภาพรวมแล้วโอกาสในการพัฒนาจะต้องมีส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำหนดนโยบาย แผนงาน ให้สอดคล้องกับการส่งเสริม สนับสนุนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว การจัดบ้านเรือนชุมชนให้เป็น

ระเบียบ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยุติกับคนทั่วไปแล้วจะต้องเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยว วนเกษตรวัฒนธรรม การปลูกจิตสำนึกประชาชนในชุมชน การปรับภูมิทัศน์ การรักษาป่าไม้ และสิ่งแวดล้อมจะต้องร่วมมือกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การจัดกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการลดปัญหาที่เกิดจากอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นจะต้องจากกฎหมายระหว่างประเทศที่มีข้อจำกัดในการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวน้อย การเสนอให้กับทางรัฐบาลในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อพิจารณาแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจึงจะต้องมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ต่อการบริหารจัดการทั้งแผนการท่องเที่ยว การสร้างรายได้ให้กับชุมชน การกระจายรายได้ให้ทั่วถึงทุกพื้นที่ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมบุคลากรในการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว การบริหารการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างซึ่งจะต้องร่วมมือกันทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ และเอกชนในด้านนโยบาย แผนงาน การจัดการทางด้านภูมิทัศน์จะต้องดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด การจัดการห้องห้องชุมชน สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สถานที่จอดรถนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สิน การจัดระเบียบตลาดชุมชนจะต้องมีระเบียบและสะอาด ถนนวัฒนธรรม การปรับปรุงสถานที่ประกอบการท่องเที่ยว

๓. การวิเคราะห์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง การบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะต้องร่วมมือกันทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ และเอกชนในด้านนโยบาย แผนงาน การจัดการทางด้านภูมิทัศน์จะต้องดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด การจัดการห้องห้องชุมชน สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สถานที่จอดรถนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สิน การจัดระเบียบตลาดชุมชนจะต้องมีระเบียบ และสะอาด การปรับปรุงสถานที่ประกอบการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างจะต้องมีความปลอดภัย มีความสงบร่มรื่น สถานที่ท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยี่ยมชม การสืบสานการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน ด้านภาษา อาหารพื้นบ้าน การแต่งกาย และนวัตวิถีชุมชนมีสภาพความสมบูรณ์และสวยงามเป็นธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เอกลักษณ์ที่คงสภาพไว้ดังเดิม การสร้างระเบียบห้องพัก ร้านค้าชุมชน การบริการให้กับนักท่องเที่ยวอย่างดี การบริหารจัดการของพื้นที่ชุมชนจะต้องเชิญชวนประชาชนได้พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส การให้บริการข้อมูล ข่าวสาร อนุรักษ์รักษากินฐานของตนเอง

๔. การวิเคราะห์แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า การจัดเรียงเนื้อหาการท่องเที่ยวเป็นหมวดหมู่ดี การใช้งานเว็บไซต์สะดวก และสามารถใช้ได้ทุกพื้นที่โดยไม่ใช้อินเตอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมา ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม หัวข้อใช้ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม ภาพโบราณสถานมีความเหมาะสม การใช้ภาพสีพื้นเว็บไซต์มีความสวยงาม การเรียนรู้เว็บไซต์สะดวก สามารถเลือกข้อมูลภายในได้ด้วยตนเอง และประสิทธิภาพโดยรวมแอปพลิเคชันเหมาะสม

๕. การวิเคราะห์การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง เป็นพื้นที่มีบรรยากาศที่ดีโดยเฉพาะปลายฝนต้นหนาว จึงเป็นจุดหนึ่งที่สามารถจะใช้เป็นจุดดึงดูดความน่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในดอยช้าง ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ๑. แหล่งท่องเที่ยววนเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างที่น่าสนใจ ๒. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ๓. แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม และประเพณี

๖. การวิเคราะห์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ๑. การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง มุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์ให้ด้านการให้ความรู้ ความสามารถ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะทำให้การท่องเที่ยววนเกษตร วัฒนธรรมได้มีการพัฒนาสอดคล้องความต้องการของนักท่องเที่ยว และประสบความสำเร็จของพื้นที่ ๒. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ในรูปแบบของการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการโดยมีชุมชนเข้าร่วมตลอดจนการจัดตั้งศูนย์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชนเพื่อการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว ๓. การมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาครัฐ และเอกชน ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง

๗. การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนกับการพัฒนาเศรษฐกิจกระแสใหม่ การบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนการร่วมมือร่วมใจของทุกภาคส่วนในการช่วยกันประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างพื้นที่ให้คงอยู่ยั่งยืน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ประชาชนในพื้นที่ทุกคนตลอดจนสถาบันการศึกษาในพื้นที่จะต้องเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ร่วมกัน พื้นที่ ที่สำคัญทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ที่มีมูลค่าทางด้านประเพณี วัฒนธรรม จะต้องดูแลรักษาให้ถูกต้อง การจัดระเบียบชุมชน

๕.๓ เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยววัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๕.๓.๑ สรุปผลศึกษาการพัฒนาบริบทของเครือข่ายธุรกิจกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

จากการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีการเจาะจงตามการศึกษาวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน การพัฒนาบริบทของเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยการสัมภาษณ์ การสังเกต การมีส่วนร่วมในการลงพื้นที่และวิเคราะห์จากสภาพจริงและเชิงปฏิบัติการหรือ Action research จัดสัมมนากลุ่มย่อยเพื่อนำความคิดเห็นและแนวทางในการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาที่มีความหลากหลายอย่างเหมาะสมกับสภาพของชุมชนในพื้นที่เป็นปัญหาของชุมชนอย่างมีระบบ ดังนี้ พบว่า การจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตกาแพดอยช้าง เป็นการร่วมตัวกันในกลุ่มผู้ปลูกกาแพดอยช้าง มีความประสงค์ที่จะจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนดอยช้างเป็นเจ้าของวิสาหกิจได้รับประโยชน์ร่วมกัน แต่ยังไม่ชัดเจนเนื่องจากการผลิตทำในภายในครอบครัวและเครือข่าย จึงไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่จะรวมตัวกันเป็นเครือข่ายที่ชัดเจน มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และกรรมวิธีในการผลิตกาแพดอยช้าง จากการสัมภาษณ์และสังเกตพบว่า กลุ่มผู้ผลิตกาแพมีเจตคติในการแบ่งปันประสบการณ์ในการผลิตและพัฒนาการตลาด แต่ยังสงวนความคิดในการรวมตัวกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อผลประโยชน์ในการปกป้องธุรกิจของตนและกลุ่มวิสาหกิจ พร้อมทั้งไม่ขอรับคำปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐเท่าที่ควร ปัญหาในการบริหารจัดการร่วมกันที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในองค์กรรวม สนับสนุนและการส่งเสริมของภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง การทำงานของเครือข่ายจึงไม่มีแรงขับเคลื่อนมากนัก การศึกษาสภาพปัญหาโดยภาพรวมในการจัดการปัญหาท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดเชียงราย เพื่อที่จะให้กับประชาชนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง แก้ปัญหา จึงส่งผลกระทบในการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนพัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็ง

๕.๓.๒ ศึกษาพัฒนารูปแบบการบริการท่องเที่ยวการเกษตรกาแพดอยช้างและการนำรูปแบบการบริหารจัดการเครือข่ายกาแพดอยช้างไปใช้ปฏิบัติในสภาพจริง

การนำเสนอรูปแบบเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การดำเนินการค้าอย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะราคาที่เป็นธรรมกับผู้ผลิตกาแพ โดยได้มีการสนับสนุนปัจจัยทุนให้กับเกษตรกรที่ยากไร้หรือด้อยโอกาส วิธีการช่วยเหลือเกษตรกรที่ด้อยโอกาสว่ามีการทำเป็น

ระบบเป็นเงินกู้ของกลุ่ม ทุนส่วนหนึ่งจะเป็นเงินกู้ โดยที่อาจจะไม่มีดอกเบี้ย หรือว่าอาจจะมียอดเบี้ย ที่ต่ำเพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ด้อยโอกาสให้มีทุนเพียงพอ นับว่าได้รูปแบบในการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสได้และคงความเป็นธรรมชาติและเป็นที่สนใจของผู้มาเยี่ยม เยียน และมีปัญหาในการพัฒนา ดังนี้

๕.๓.๒.๑ ปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ปัญหาของผู้ประกอบการที่ไม่มีรูปแบบ ที่ชัดเจน ทำให้ยากต่อการพัฒนา

๕.๓.๒.๒ การสัมภาษณ์กลุ่มหรือผู้นำชุมชนในการแก้ไขปัญหาในอนาคตที่เป็นกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนการเกษตร ไม่มีความรู้ในการจัดการเครือข่ายคือทำเฉพาะของตนเองไม่พึ่งพากัน จึง ทำให้ธุรกิจไม่เติบโตเท่าที่ควร

๕.๓.๒.๓ ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นตำบลยังจะต้องมีการให้ความรู้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่และประสานงานทั้งภาครัฐและเอกชน

๕.๓.๓ วิเคราะห์การเสริมสร้างสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร กาแพดอยช้าง การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตกาแพดอยช้าง เป็นการร่วมกันในกลุ่มผู้ปลูกกาแพ หน่วยงานทำการตรวจประเมินองค์กร แสดงหลักฐานสำคัญ เช่น งบการเงิน เอกสารทางบัญชี การ แสดงรายละเอียดโครงสร้างองค์กร การจดทะเบียน องค์กร มีความประสงค์ที่จะจดทะเบียนวิสาหกิจ ชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนดอยช้าง เป็นเจ้าของวิสาหกิจ ได้รับประโยชน์ร่วมกัน สามารถกำหนด ราคาผลิตภัณฑ์กาแพด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพ่อค้าคนกลาง อันจะนำมาซึ่งความยั่งยืนของธุรกิจ กาแพที่คำนึงถึงคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคในอนาคต

๕.๓.๓.๑ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายจะ มีหลายประการที่จะต้องทำการแก้ไขปรับปรุง ทั้งด้านขององค์การบริหารส่วนตำบลเอง บุคลากรใน การให้บริการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีสัดส่วนที่ไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ รับผิดชอบส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งระดับอำเภอและจังหวัด ยังขาดความรู้ความเข้าใจใน เรื่องของระเบียบ กฎหมาย เท่าที่ควร กระบวนการตัดสินใจในการส่งเสริมและให้ความรู้ในด้านการ ท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแพและที่พักแบบโฮมสเตย์ ความ ตลอดถึงเข้าใจกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ

๕.๓.๓.๒ ปัญหาที่เกิดจากนอกจังหวัดเชียงราย ในเรื่องของการสร้างเครือข่ายของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน การร่วมมือกันในการบริหารจัดการที่มีความเกี่ยวข้อง หรือสอดคล้องกันเพื่อให้เกิด

ประโยชน์สูงสุดต่อกลุ่มผู้ประกอบการ จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจประสานงานเฉพาะกิจหรือการจัดศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม องค์กรทุกภาคส่วนในการเข้าร่วมมือกันในการร่วมกิจกรรมหรือโครงการร่วม การพัฒนาทุกขั้นตอนจะต้องเป็นการต้องการของคนในพื้นที่ ที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรร่วมกัน

๕.๔ อภิปรายผล

๕.๔.๑ การนำเสนอรูปแบบการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย กลุ่มผู้ผลิตกาแฟ มีเจตคติในการแบ่งปันประสบการณ์ในการผลิตและพัฒนาการตลาด แต่ยังสงวนความคิดในการรวมตัวกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อผลประโยชน์ในการปกป้องธุรกิจของตนและกลุ่มวิสาหกิจ พร้อมทั้งไม่ขอรับคำปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐเท่าที่ควร ปัญหาในการบริหารจัดการร่วมกันที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในองค์กรรวม สนับสนุนและการส่งเสริมของภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง การทำงานของเครือข่ายจึงไม่มีแรงขับเคลื่อนมากนัก การศึกษาสภาพปัญหาโดยภาพรวมในการจัดการปัญหาท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดเชียงราย เพื่อที่จะให้กับประชาชนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียงแก้ปัญหา จึงส่งผลกระทบในการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนพัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็ง โดยเริ่มต้นจากการส่งเสริมการตลาด คือ รูปแบบกิจกรรมที่ส่งเสริมการขาย ซึ่งกิจกรรมในระยะสั้นที่ใช้ส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขายหรือผู้ให้บริการสามารถกระตุ้นความสนใจซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงกับความรู้สึกลูกค้าของนักท่องเที่ยว บุคลากรที่ให้บริการต้องพิจารณาถึงคุณภาพในการให้บริการ ต้องมีความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว มีความสามารถในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ความเป็นมิตรและจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว พนักงานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาทั้งบุคลากรภาครัฐ และประชาชนในท้องถิ่น

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง และการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การดำเนินงานต้องพิจารณาการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ เหมาะสมและเกิดความประทับใจ คำนึงถึงความสามารถหรือศักยภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ต้องฝึกอบรมทักษะด้านต่าง ๆ ให้มีความเชี่ยวชาญ ผลักดันให้มีการศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการทำงาน รวมถึงการให้ความสำคัญ

กับประชาชนในท้องถิ่นในฐานะที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวด้วยการสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการทางสังคมและการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมร่วมกัน ดังนี้

๑. ปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่บ้านดอยช้าง เป็นปัญหาของผู้ประกอบการที่ไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน ทำให้ยากต่อการพัฒนา

๒. กลุ่มผู้นำชุมชนไม่เข้าใจบทบาทในการแก้ไขปัญหาในอนาคตที่มีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร ไม่มีความรู้ในกลยุทธ์ในการพัฒนา คือทำเฉพาะของในครัวเรือน โดยไม่พึ่งพากลุ่มวิสาหกิจชุมชน จึงทำให้ธุรกิจไม่เติบโตเท่าที่ควร

๓. ปัญหาที่เกิดขึ้นขาดการมีส่วนร่วม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง

๕.๔.๒ จากผลการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ได้ทราบถึงศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอแม่สรวยอย่างยั่งยืน โดยการเน้นในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ด้านบริการ การผลิต ด้านการตลาด ด้านการบริหารการเงิน และการบริหารจัดการองค์กร การที่รู้ขีดความสามารถ ศักยภาพของชุมชนจะได้รับประโยชน์ในการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชนพื้นที่ ทำให้มีการพัฒนาด้านสังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพ การบริหารการท่องเที่ยวที่พึ่งแนวคิดสร้างสรรค์ชุมชน บทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน

ความคิดรวบยอด หลักการ วิธีการ ที่อยู่ในการ ดำเนินงาน อยู่ในห้องสมุด ซึ่งอยู่ภายนอกตัวของบุคคล ที่สั่งสมกันมา เพื่อให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้ โครงสร้างความรู้ ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล ที่เกิดจากการเรียนรู้ของบุคคลนั้นๆ ซึ่งไม่ได้ลอกเลียนมาจากองค์ความรู้ แต่ผู้เรียนต้องสร้างขึ้นมาจากตนเอง เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ เมื่อพัฒนาโครงสร้างความรู้ต่อไปก็สามารถสร้างผลงานเป็นองค์ความรู้ให้คนอื่นค้นคว้า องค์ความรู้ เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดจากประสบการณ์ หรือ จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล โดยความรู้เกิดขึ้นนั้นผู้รับสามารถนำไปใช้ได้โดยตรง หรือสามารถนำมาปรับใช้ได้ เพื่อให้เหมาะกับการท่องเที่ยวชุมชนเป็นความรู้ที่เกิดขึ้น โดยความรู้ที่เกิดขึ้นนั้นผู้รับสามารถนำไปใช้ในลักษณะเป็นรูปธรรมการจัดการองค์ความรู้ เป็นการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการชิงพาณิชย์ซึ่งแบ่งออก ๒ ประเภท คือ

๑. ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้เป็นความรู้แบบนามธรรม

๒. ความรู้ที่ชัดแจ้ง เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎีคู่มือต่าง ๆ ชุดความรู้ที่เป็นความรู้แบบรูปธรรม

รูปแบบการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงรายด้วยเว็บไซต์ ชุดความรู้และการรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มผู้เป้าหมายที่เลือกจำนวน ๔๐ คน ประกอบด้วย ประชาชนและนักท่องเที่ยว จำนวน ๓๐ คน เลือกแบบเจาะจง ผู้นำท้องถิ่น จำนวน ๕ คน และผู้ที่เกี่ยวข้องของภาครัฐและเอกชน จำนวน ๕ คน ตามการศึกษาวิจัย

๕.๕ ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

๕.๕.๑ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ ๑ พบว่า การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย นำไปใช้ประโยชน์เชิงสร้างสรรค์การจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต้องมีการพึ่งตนเอง และรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในเบื้องต้น แล้วอาศัยความร่วมมือหรือสื่อกลางจากองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ได้สนับสนุนและทำเป็นนโยบายเร่งด่วนเพื่อให้เกิดการจัดการเครือข่ายอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ ๒ พบว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การใช้ประโยชน์ในเชิงสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย เพราะถ้ามีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ก็ทำให้ผู้ประกอบการมีที่พึ่งในการบริหารกิจการโดยอาศัยพลังของกลุ่มในการรักษาผลประโยชน์ที่ควรได้รับ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ ๓ พบว่า การยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบายการจัดทำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในท้องถิ่นอื่น ๆ ที่สามารถบริหารจัดการ ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีตัวอย่างหรือโมเดลการดำเนินงานที่อาศัยความร่วมมือร่วมใจของกลุ่มสมาชิกที่มีเป้าหมายในการดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

๕.๓.๒ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

๑. คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้นำชุมชนควรให้ความตระหนักในการร่วมกันพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้คนในท้องถิ่นเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมของตนเองอย่างมีระบบ พัฒนาดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางแผนไว้ในแผนขององค์การบริหารส่วนตำบล

๒. การส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างแพร่หลาย และมีการจัดกิจกรรมนำเสนอต่อเนื่องทุกปีงบประมาณ

๓. รวบรวมองค์กร เครือข่ายและกลุ่มธุรกิจเครือข่ายใกล้เคียงในการจัดกิจกรรมร่วมกันในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด

๕.๓.๓ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑. จัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน
๒. จัดสรรงบประมาณร่วมกัน
๓. ประชุมร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการวางแผนร่วมปฏิบัติ
๔. ประชุมจัดตั้งกลุ่มหรือสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยว ประสานงานเพื่อสะดวกในการประสานร่วมกันในทุกด้านรวมถึงการผลิต แหล่งทุนสนับสนุนและพัฒนาไปพร้อมกัน

๕.๓.๔ การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

๑. ให้โอกาสในการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน

๒. จัดโครงการหรือกิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อม
๓. เปิดเวทีการแสดงความคิดเห็นการดำเนินกิจกรรม และการตัดสินใจ

สรุปได้ว่าการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ถือเป็นการส่งเสริมและการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารจัดการภาครัฐ โดยความร่วมมือกับภาคเอกชน เพื่อนำเทคนิควิธีการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกัน

๕.๕.๕ ปัญหาและอุปสรรคการใช้เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเฉพาะผู้นำในชุมชนที่จะให้ความสนใจ ผู้ที่ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการรณรงค์

ในชุมชนจึงได้นำผลวิจัยในครั้งนี้ พบว่า การจัดการระบบฐานข้อมูลด้วยเว็บไซต์สามารถทำให้ผู้ที่เข้าร่วมโครงการดีขึ้นสามารถนำเอาผลการศึกษาได้ไปใช้ในการปรับปรุงประยุกต์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงรายอย่างยั่งยืน ในระยะยาวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการเชื่อมโยงในการเป็นภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายทั้งหมด ผู้วิจัยและคณะมีข้อเสนอแนะในลงพื้นที่วิจัยในครั้งนี้ คือ

๑. การจัดกลุ่มเพื่อเป็นกลุ่มผู้ที่สนใจจะเป็นรูปแบบของชมรมการท่องเที่ยวการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่จะต้องมีหน้าที่ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นต้นทุนให้กับชุมชนตนเองและชุมชนใกล้เคียง

๒. ให้สนับสนุนการวิจัยศึกษาแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการทำหน้าที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการบันทึกและถอดบทเรียน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในประเด็นการให้ความรู้กับบุคลากรในพื้นที่

๓. การสร้างคลังความรู้ในกลุ่มการท่องเที่ยวกระแสเศรษฐกิจใหม่ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ตามผลของการศึกษาวิจัย

๔. การกำหนดแผนปฏิบัติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับชุมชนที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้างให้เกิดประโยชน์กับชุมชน

๕. การบริหารจัดการกิจกรรมสร้างสรรค์อย่างเหมาะสมไม่ทำลายภูมิทัศน์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมชุมชน

๖. การสร้างเครือข่ายในความร่วมมือการท่องเที่ยวเศรษฐกิจกระแสใหม่กับอำเภอใกล้เคียง

๗. การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๘. ส่งเสริมสนับสนุน การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยววิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

๙. การพัฒนาบุคลากรในพื้นที่ในด้านความรู้ที่สำคัญที่เกี่ยวข้กับนำทุนทางปัญญาพัฒนา

ศักยภาพการท่องเที่ยววิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

๕.๕.๖ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ ๑ พบว่าการใช้ประโยชน์เชิงสร้างสรรค์การจัดการเครือข่าย

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต้องมีการพึ่งตนเอง และรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในเบื้องต้น แล้วอาศัยความร่วมมือหรือสื่อกลางจากองค์การบริหารส่วนตำบลฯ ได้สนับสนุนและทำเป็นนโยบายเร่งด่วนเพื่อให้เกิดการจัดการเครือข่ายอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ ๒ พบว่า การใช้ประโยชน์ในเชิงสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย เพราะถ้ามีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ก็ทำให้ผู้ประกอบการมีที่พึ่งในการบริหารกิจการโดยอาศัยพลังของกลุ่มในการรักษาผลประโยชน์ที่ควรได้รับ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ ๓ พบว่า การใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย การจัดทำรูปแบบการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในท้องถิ่นอื่น ๆ ที่สามารถบริหารจัดการ เครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีตัวอย่างหรือโมเดลการดำเนินงานที่อาศัยความร่วมมือร่วมใจของกลุ่มสมาชิกที่มีเป้าหมายในการดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ คือ กลุ่มผู้ผลิตกาแฟรายย่อย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย วัฒนธรรมจังหวัดเชียงรายและมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประสานความร่วมมือกันให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถทำให้เกิดความเข้มแข็งให้กลุ่มสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอนาคตต่อไป

๕.๕.๗ บทบาทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

๑. คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้นำชุมชนควรให้ความตระหนักในเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้คนในท้องถิ่นเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมของตนเองอย่างมีระบบ พัฒนาคำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางแผนไว้ในแผนขององค์การบริหารส่วนตำบล

๒. การส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างแพร่หลาย และมีการจัดกิจกรรมนำเสนอต่อเนื่องทุกปีงบประมาณ

๓. รวบรวมองค์กร เครือข่ายและกลุ่มธุรกิจเครือข่ายใกล้เคียงในการจัดกิจกรรมร่วมกันในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด

๕.๕.๘ การมีส่วนร่วมวางแผนและประสานงานองค์กรรัฐและเอกชนที่ดำเนินงานในพื้นที่

๑. จัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

๒. จัดสรรงบประมาณร่วมกัน

๓. ประชุมร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการวางแผนร่วมปฏิบัติ

๔. ประชุมจัดตั้งกลุ่มหรือสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยว ประสานงานเพื่อสะดวกในการประสานร่วมกันในทุกด้านรวมถึงการผลิต แหล่งทุนสนับสนุนและพัฒนาไปพร้อมกัน

๕.๕.๙ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่

๑. ให้โอกาสในการมีส่วนร่วมในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจร่วมกัน
๒. จัดโครงการหรือกิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อม
๓. เปิดเวทีการแสดงความคิดเห็นการดำเนินกิจกรรม และการตัดสินใจ

๕.๖ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง และการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง จัดเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวิชาการ กระบวนการเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ความรู้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ และ องค์ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีจำนวนมากขึ้นในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านการพัฒนา กลยุทธ์การท่องเที่ยวชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างและการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสร้างนวัตกรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตรที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวัฒนธรรมชุมชน โดยควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปจะทำการวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

๕.๖.๑ จากผลการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เชิงเอกสาร และเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลาวี ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ดังนี้

๑. ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การตลาดในการพัฒนาเพื่อเป็นรูปธรรม
๒. ให้มีการศึกษาหลากหลายกลุ่มที่จะทำให้มีความน่าเชื่อถือทางข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการตลาดมากขึ้น
๓. ควรมีการนำข้อมูลสารสนเทศในการจัดการเรียนรู้ไปเผยแพร่ใน Website ใหม่อยู่เสมอ

๔. การศึกษาการท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่จะสนับสนุนในการตัดสินใจจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการ และช่วยในการส่งเสริมการตลาดให้โดดเด่น

๕. การสนับสนุนให้ศึกษาในประเด็นของกลไกที่จะนำมาปฏิบัติ การท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ สอดคล้องกับปัจจุบัน

๖. การศึกษาวนเกษตรจากแหล่งข้อมูลหลักฐานจากประเทศต่างๆ

๗. การศึกษาการเปลี่ยนแปลงกลไกการตลาดการท่องเที่ยววนเกษตรเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์มากขึ้น

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง เป็นการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง จัดเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวิชาการ กระบวนการเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ความรู้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ และองค์ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีจำนวนมากขึ้นในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การสร้างเครือข่าย การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว การสร้างนวัตกรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตรที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวัฒนธรรมชุมชน โดยควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปจะทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่ามีปัญหาด้านความรู้ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจกาแพและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมจากผลการศึกษาครั้งนี้ จึงมีข้อเสนอแนะในระดับต่าง ๆ ดังนี้

๕.๖.๒ ข้อเสนอแนะในระดับนโยบาย

๑. จากการศึกษาพบว่า การกำหนดนโยบายองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเน้นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจกาแพในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจของตนเอง

๒. จากผลการวิจัย พบว่ามีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการในชุมชนเข้ามาบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนของตนเองอย่างเต็มที่ภายใต้การร่วมมือจากหลายภาคส่วนที่ให้การสนับสนุน

๓. ควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องพึ่งพาผู้รู้ และสร้างความสนใจให้กับคนในชุมชนของตนเองให้มีการตื่นตัวอยู่ตลอดเวลากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภายนอกของชุมชน

๔. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการร่วมกัน

๕.๖.๓ ข้อเสนอแนะในระดับองค์กรและชุมชน

๑. จากการศึกษาพบว่าองค์กรและชุมชนสามารถบริหารจัดการธุรกิจของตนเองและของกลุ่มวิสาหกิจ ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

๒. องค์กรส่วนท้องถิ่นควรมีการพัฒนาศักยภาพการบริการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน การเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีการประสานงานทุกภาคส่วนในการเข้ามาบริหารจัดการร่วมกัน

๓. องค์กรส่วนท้องถิ่นจะต้องมีการวางแผน การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

๔. องค์กรส่วนท้องถิ่นและชุมชนควรวางแผนระยะยาวในการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พัฒนาสู่ระดับภูมิภาคอาเซียน

๕.๖.๔ ข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการ

๑. ควรมีการปรับปรุงการจัดการการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยอิงเทคโนโลยีให้มากขึ้น

๒. ควรศึกษาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับบริบทชุมชน

๓. ควรมีการศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟอย่าง

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

๑.๑ หนังสือ

กุลธิดา สามะพุทธิ.การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : ทางเลือกใหม่ของการเดินทาง. สารคดี, ๒๕๔๐.

เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร, คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงเกษตร, ลำปาง : จิตวัฒนาการพิมพ์, ๒๕๕๐.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์.การคิดเชิงสังเคราะห์. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ลักษณ์, ๒๕๔๖.

เชาว์ โรจนแสง. การผลิตภัณฑืราคม. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๖.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๗.

เทิดชาย ช่วยบำรุง, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย, กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ลักษณ์, ๒๕๕๓.

นืออน ศรีสมยง, การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในชนบทและทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร, กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา, ๒๕๕๒.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์ ดีไซน์, ๒๕๔๘.

“ ” การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์, ๒๕๔๘.

“ ” การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์, ๒๕๕๒.

ปรกรณ์ ปรียาก, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.กรุงเทพมหานคร : ๒๕๓๘.

ปรีชา แดงโรจน์, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๔.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔.

พระราชกิจจานุเบกษา ร.ศ. ๑๒๔. เล่มที่ ๒๒ หน้า ๙๕๐-๙๕๑.

พระราชวรณูณี. การพัฒนาที่ยั่งยืน,กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโกลด์คิมทอง, ๒๕๒๓.

ยศ สันตสมบัติ, การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์พริ้นท์ติ้ง, ๒๕๔๐.

ยุพาวรรณ วรณวณิชย์. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ลักษณ์, ๒๕๕๖.

รสิกา อังกูร, การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๙.

ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ, การจัดการท่องเที่ยวชุมชนยั่งยืน. เชียงใหม่ : นพบุรีการพิมพ์,
๒๕๔๔.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : อีระฟิล์ม, ๒๕๕๐.

สมบัติ กาญจนกิจ, นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๔.

สามพร มณีไมตรีจิต. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
๒๕๓๙.

เสถียร จิรรังสีมันต์. ความรู้เกี่ยวกับองค์กรเครือข่าย. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
๒๕๔๙.

เสรี พงศ์พิศ. แผนชีวิตเศรษฐกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ภูมิปัญญาไทย, ๒๕๔๖.

Paresh V, Joshi and Milind B, Bhujbal, **Agro-Tourism A Specialized Rural
Tourism: Innovative Product Of Rural Market.** International Journal
of Business and Management Tomorrow, ๒๐๑๒.

Gowdy, J. Economic concepts of sustainability: relocating economic activity
within society& environment. In E. Becker,&T. Jahn (Eds.),
Sustainability & the Social Sciences. Germany: Hamburger. ๑๙๙๙.

Junhasobhaga, Jumnian, **A Participatory Community Capacity Reinforcement
Model for Sustainable Tourism Development in Lower Central Thailand,**
Doctor of Philosophy (Sociology), Ramkhamhaeng University, ๒๐๑๐.

Nijkhamharn, **Community Enterprise Management : Case of King Amphur
Pusang,** Phayao. Master's Thesis, National Institute of Development
Administration ๒๐๐๖.

Greg Richards, creating a New Tourism ? In tourism I Culture : Debats del
Congres de Turisme Cultural, Interarts Foundation, Barcelona. H.Lobinson.
2001.

Reisinger, Y. 1994. Tour-Host, contact at part of cultural tourism. World Leisure and Recreation.

Greenwood, J. Davydd. Cultural by the Pound : An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization Philadelphia : University of Pennsylvania, ๑๙๘๒.

Smith. L. valene. Hosts and Guests : Anthropological Perspective on Tourism 2nd ed Philadelphia : University of Pennsylvania Press, ๑๙๘๙.

Rigam, J. ๑๙๙๓. Planning for tourism in rural areas : bridging the policy implementation gap, In Pearce and Butler (Eds.) Tourism Research : Critiques and Challenges London : Routledge.

๑.๒ รายงานการวิจัย

กาญจนา-ศรัณยา แสงลิ้มสุวรรณ. การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน, รายงานวิจัย, ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๑.

ขวัญกมล ดอนขวา และคณะ. การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการวิจัย, นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, ๒๕๕๕, หน้าบทคัดย่อ.

เขมิกา อีรพงษ์. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการออกแบบประสบการณ์, รายงานการวิจัย. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๖๔.

ชนัญญา ศรีลลิตา. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร, รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ๒๕๕๑.

พนารัช ปรีดาภรณ์และสุภาวดี เหล่าฤทธิรัตน์. การสร้างเครือข่ายธุรกิจที่มีศักยภาพ : กรณีศึกษาเครือข่ายเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าในต่างประเทศ. รายงานการวิจัย, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ๒๕๖๓.

ปริญญ์ นวลขาว. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลพฤติกรรมการใช้บริการที่ร้านดอยช้างในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. รายงานการวิจัย. (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสยาม, ๒๕๕๙,

ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์และเสรี วงษ์มณฑา. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ

- จังหวัดน่าน. วารสารสมาคมนักวิจัย ปีที่ ๒๖ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๔.
- สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร, รายงานวิจัย, กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, ๒๕๕๑.
- กมลรัตน์ โรจน์เรืองรัตน์. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟพรีเมียมบนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๐.
- ชุติมา กุลวัฒน์. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, ๒๕๔๖.
- เดชา ไต้งสูงเนิน, “การบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่อิง จังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัยมานุษยวิทยา, ๒๕๔๓, บทคัดย่อ
- นันทนภัส ทรัพย์โชคชนกุล, “ธุรกิจกาแฟออร์แกนิกภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๑, บทคัดย่อ.
- เนตรชนก นันท์, “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนวัดพระบาทหัวด้อม อำเภอสี จังหวัดลำพูน”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๔๔, บทคัดย่อ.
- ปาน กิมปี, “การพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียน เพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน”, วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๐, บทคัดย่อ.
- พรทิพย์ เกียรติภาคภูมิ. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคกาแฟสตาร์บัคส์ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๑.
- มณีนรัตน์ นิ่มนวล. ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อกาแฟในวันของผู้บริโภควัยทำงานที่ทำงานย่านถนนสีลม. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๑.
- มธุรส ปราบไพร, “ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว:กรณีศึกษา ชุมชนไทยทรงดำ

- บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, วิชาเอกพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๓, บทคัดย่อ.
- วรารณ ระหงส์. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมซื้อสินค้าในธุรกิจขายตรงแอมเวย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ๒๕๕๐.
- วรารุณ เวศวินิจ. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองนครสวรรค์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๒.
- อุดมศักดิ์ วงศ์พันธุ์, “ศักยภาพของชุมชนชนบทในการพึ่งพาตนเองด้าน เศรษฐกิจ”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๔๑, บทคัดย่อ.
- อัจฉริยา เทศสีหา. การตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการซื้อกาแฟสดของร้านคอฟฟี่ โรด โฮมโปร สาขาประชาชื่น จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ๒๕๕๐.

๑.๓ วารสาร/ จุลสาร

- นิตยสารเส้นขอบฟ้า ในเครือกั๊ฟฟารีน ประจำเดือนตุลาคม ๒๕๖๔
- คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วารสารสังคมและมนุษยศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ปีที่ ๒๙ ม.ค.-มี.ย. ๒๕๔๖.

๑.๔ เอกสารประกอบ/ประชาสัมพันธ์

- สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ ๑-๑๒, กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. เอกสารงานวิชาการองค์ความรู้ (KM) การบริหารจัดการเครือข่าย. ๒๕๔๗.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, เอกสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ๒๕๕๓.
- เอกสารประชาสัมพันธ์. กองการต่างประเทศ, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

๑.๕ เอกสารอัดสำเนา

- สุรศักดิ์ นานานุกูล. การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ทางอยู่รอดของธุรกิจขนาดย่อม.

เอกสารอัดสำเนา, บรรยาย ณ เมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สิบสองปันนา ประเทศ
สาธารณรัฐประชาชนจีน ๒๖ กรกฎาคม ๒๕๕๕.

๑.๖ สื่ออิเล็กทรอนิกส์

<https://www.tatreviewmagazine.com/article/cbt-thailand/> วันที่ ๒๔ มกราคม ๒๕๖๕

<http://ophbgo.blogspot.com/> ค้นคว้าเมื่อวันที่ ๒๑ ตุลาคม ๒๕๖๔

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร.

สืบค้นเมื่อ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๔, จาก <http://thai.tourismthailand.org/about-tat/annual-report>.

www.nupress.grad.nu.ac.th/ ค้นเมื่อวันที่ ๓ มกราคม ๒๕๖๕.

<https://www.marketingoops.com/news/case-study-๗-eleven/>

ค้นเมื่อวันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๔.

www.finance-rumour.com/investment/mlm-network-marketing/ เข้าถึงข้อมูล

วันที่ ๑๙ ตุลาคม ๒๕๖๔

www.alisio.com เข้าถึงข้อมูล วันที่ ๑๙ ตุลาคม ๒๕๖๔

<http://www.dsdcw2016.dsdcw.go.th/> ค้นคว้าเมื่อวันที่ ๑๖ ตุลาคม ๒๕๖๔.

reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/

เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๖๔.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

หนังสือ
บทความการวิจัย



ที่ พิเศษ/๒๕๖๕

วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นางวิภา พัทธกุลทอง อาชาวีว

ด้วย นายอรุณ สิทธิวงศ์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวีว ตำบลลาววี่ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ สิทธิวงศ์)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ผศ.ประกอบ อยู่ชมบุญ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ผศ.ดำเนิน ปัญญาผ่องใส

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการฯ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕ วิทยาลัยสงฆ์



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

นมัสการ พระมหาธีรวัฒน์ เสด็จปฎิญาณ ผศ.

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการฯ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายวิรุจน์ สุวรรณทา

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักวิจัยดังกล่าว ทดลองใช้เครื่องมือในการทำวิจัยกับองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง และเพื่อการนำเสนอรูปแบบการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แจกผู้ประกอบการกาแฟดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายวิศ มันทาวลี

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักวิจัยดังกล่าว ทดลองใช้เครื่องมือในการทำวิจัยกับเกษตรกรกาแฟพลังงานแสงอาทิตย์บ้านดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง และเพื่อการนำเสนอรูปแบบการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการกาแฟดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕ วิทยาลัยสงฆ์



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักวิจัยดังกล่าว ทดลองใช้เครื่องมือในการทำวิจัยกับสหกรณ์ปลูกกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง และเพื่อการนำเสนอรูปแบบการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการกาแฟดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายภาคภูมิ แลเมอู่

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักวิจัยดังกล่าว ทดลองใช้เครื่องมือในการทำวิจัยกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแพอินทรีย์ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง และเพื่อการนำเสนอรูปแบบการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแพ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน พระครูโกศลวรรคศิลป์ เจ้าคณะตำบลสันมะค่า

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวิเว ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณา ก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน พระครูวาปีทิสสนสุนทร เจ้าอาวาสวัดหนองต๋ม

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาศือสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาศือสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน พระครูวาปีธรรมภาณี เจ้าอาวาสพุทธอุทยานฯ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน พระอธิการอภิชาติ พุทธิโก เจ้าอาวาสสบกก

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน พระโสภณ โสภโณ เจ้าอาวาสพระธาตุดอยยาวี

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาศือสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาศือสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นางวิภา พัทธกุลทอง อาชาวิวิ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวิวิ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายวิศ มันทาวลี เกษตรกรกาแฟพลังงานแสงอาทิตย์

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายสมพงษ์ จันทรโท

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนากลุ่มสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนากลุ่มสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายภาคภูมิ แลเมอภู่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟอินทรีย์

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายกิตติพงษ์ จุฬะ อาชาวี

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนตร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนตร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนากลุ่มสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนากลุ่มสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นางสาวสุพัฒนา พัทธกุลทอง บ้านแสนเจริญ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นางมยุรี จูเปาะ บ้านแสนเจริญ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนตร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนตร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายศิลปะชัย ตามมาอ้าย สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ห้วยไคร้

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาชาวี ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕, ๐๕๒-๐๒๐๔๒๐

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตเข้าพื้นที่เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน นายกองค้การบริหารส่วนตำบลลาวี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยกระผม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัย เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างและเพื่อการนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ดังรายการที่แนบมา

จึงเรียนมาเพื่อทราบและพิจารณาอนุญาตตามแต่จะเห็นสมควร

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดำเนิน ปัญญาผ่องใส)

อาจารย์ประจำและนักวิจัย

ผู้ประสานงาน ๐๘๘-๔๐๔๓๕๖๗

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕ วิทยาลัยสงฆ์



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕, ๐๕๒-๐๒๐๔๒๐

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตเข้าพื้นที่เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ท่านตำบลลาวี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยกระผม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัย เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างและเพื่อการนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ดังรายการที่แนบมา

จึงเรียนมาเพื่อทราบและพิจารณาอนุญาตตามแต่จะเห็นสมควร

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดำเนิน ปัญญาผ่องใส)

อาจารย์ประจำและนักวิจัย

ผู้ประสานงาน ๐๘๘-๔๐๔๓๕๖๗

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕ วิทยาลัยสงฆ์



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕, ๐๕๒-๐๒๐๔๒๐

๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตเข้าพื้นที่เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ท่านตำบลวาปี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยกระผม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัย เรื่อง “การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างและเพื่อการนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลวาปี ในวันที่ ๑ มกราคม - ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลวาปี ดังรายการที่แนบมา

จึงเรียนมาเพื่อทราบและพิจารณาอนุญาตตามแต่จะเห็นสมควร

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดำเนิน ปัญญาผ่องใส)

อาจารย์ประจำและนักวิจัย

ผู้ประสานงาน ๐๘๘-๔๐๔๓๕๖๗

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นางสาวสิริสาสน์ พันธุ์มณี

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทางและยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาข่าวิว ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายศิลปะชัย ตามมาอ้าย สมาชิกสภา อบต.ลาวี บ.ห้วยไคร้

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ในวันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อ. ข่าว ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายวิศ มันทาวลี

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักวิจัยดังกล่าว ทดลองใช้เครื่องมือในการทำวิจัยกับเกษตรกรกาแพพลังงานแสงอาทิตย์บ้านดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง และเพื่อการนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแพ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดำเนิน ปัญญาผ่องใส)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักวิจัยดังกล่าว ทดลองใช้เครื่องมือในการทำวิจัยกับสหกรณ์ปลูกกาแปดอยช้าง ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแปดอยช้าง และเพื่อการนำเสนอรูปแบบการเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแปดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลวาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการกาแปดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลวาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายภาคภูมิ แลเมอภู

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดำเนิน ปัญญาผ่องใส นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักวิจัยดังกล่าว ทดลองใช้เครื่องมือในการทำวิจัยกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแพอินทรีย์ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง และเพื่อการนำเสนอรูปแบบการเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแพ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดำเนิน ปัญญาผ่องใส)

หัวหน้าโครงการ















สถาบันวิจัยมนุษยศาสตร์, วิทยาลัยเทคโนโลยีตราข, วิทยาลัยเทคโนโลยี
และวิทยาลัยเทคโนโลยีศรีนครินทร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ผศ.ดำเนิน ปัญญาฟองใส และคณะ

ได้ผ่านการคัดเลือกและนำเสนอความเรื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ในการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๑

เรื่องการแข่งขันประกวดโครงงานวิทยาศาสตร์ทางพระพุทธศาสนาไปโลกไร้พรมแดน

ณ วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๗ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕



(พระพุทธิญาณมุนี)
 ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย



(พระธรรมวัชรบัณฑิต, ศ.ดร.)
 อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



(พระสุธีรัตนบัณฑิต, ศ.ดร.)
 ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์

ภาคผนวก ค

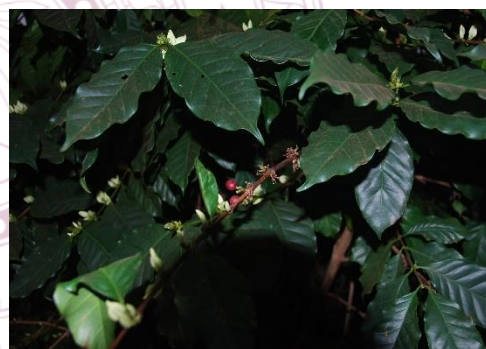
ภาพประกอบ



ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจสถานที่ในการลงพื้นที่ต่าง ๆ เบื้องต้น ดังนี้



สำรวจพื้นที่ บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย



ดอกกาแฟ และเมล็ดกาแฟ



สำรวจพื้นที่หมักกาแฟ บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย



เครื่องกะเทาะเปลือกกาแฟ



ลานตากกาแฟ



สัมภาษณ์ผู้ผลิตกาแฟ และผู้ประกอบการร้านกาแฟ



ภาคผนวก ง

รายชื่อผู้ให้ข้อมูล

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม
เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร
กาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ที่อยู่ปัจจุบัน/ทำงาน
๑	พระครูโกศลวรศิลป์	เจ้าคณะตำบลสันมะค่า	วัดสันมะค่า
๒	พระครูวาปีทัตสนสุนทร	เจ้าอาวาส	วัดหนองต๋ม
๓	พระครูวาปีธรรมาภีรต	เจ้าอาวาส	พุทธอุทยานฯ
๔	พระอธิการอภิชาติ พุทธิโก	เจ้าอาวาสวัดสบกก	วัดสบกก
๕	พระกฤษฏา กิตติญาโณ	เลขานุการ	สำนักสงฆ์ฯ
๖	พระสงกรานต์ ฐิตปสาโท	เลขานุการ	วัดหนองต๋ม
๗	พระโสภณ โสภโณ	เจ้าอาวาส	พระธาตุดอยวาวี
๘	นายวิรุจน์ สุวรรณทา	ปลัด อบต.วาวี	อบต.วาวี
๙	นายธนากร ภูสว่างวงศ์	ประธานสภาฯ	๐๘๐-๖๗๓๘๔๒๕
๑๐	นายสมเกียรติ มานะ	รองประธานสภาฯ	๐๘๕-๖๙๕๘๑๖๘
๑๑	นายทรงเดช คำเมือง	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.วาวี	๐๘๐-๑๓๒๖๕๒๒
๑๒	นายเมธี สุขนภาสวัสดิ์	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ปางก๊ว	๐๘๔-๙๔๑๙๔๒๖
๑๓	นายพิชิต ศิริคามสุข	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ดอยช้าง	๐๘๕-๗๐๕๖๖๑๑
๑๔	นายวรพล สวัสดิ์ชัยกุล	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ดอยลาน	๐๘๙-๕๕๒๗๔๕๖
๑๕	นายอานนท์ หน่อคำ	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ห้วยขี้เหล็กเก่า	๐๘๑-๑๖๗๓๙๙๖
๑๖	นายสุเขต สุวิมลตระกูล	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.แสนเจริญ	๐๘๐-๗๖๙๗๒๗๖
๑๗	นายสิปปวิชญ์ จูเปาะ	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.แสนเจริญ	๐๘๘-๔๑๒๕๓๒๐
๑๘	นายศิลปะชัย ตามมาอ้าย	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ห้วยไคร้	๐๘๕-๖๒๗๖๘๗๙
๑๙	นางวิภา พัทธกุลทอง	บ้านแสนเจริญ	ประชาชน
๒๐	นายวิริศ มันทาวลี	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๑	นายฐิติกัลป์ มันทาวลี	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๒	นายสุพจน์ วินิจวงษ์พนา	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๓	นายพิกข์ พิสัยเลิศ	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๔	นายวิชา พรหมยงค์	บ้านดอยช้าง	ประชาชน

๒๕	นายปณชัย พิสัยเลิศ	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๖	นายพิษณุชัย แก้วพิชัย	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๗	นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล	สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง	๐๘๕-๒๙๕๑๐๗๔
๒๘	นายสมพงษ์ จันทร์โท	บ้านห้วยไคร้	ประชาชน
๒๙	นายกิตติพงษ์ จูเปาะ	บ้านแสนเจริญ	ประชาชน
๓๐	นางสาวสุพรรณ พัทธกุลทอง	บ้านแสนเจริญ	ประชาชน
๓๑	นางมยุรี จูเปาะ	บ้านแสนเจริญ	ประชาชน
๓๒	นางปะภาดา ต้องสู้ศรี	บ้านแสนเจริญ	ประชาชน
๓๓	นางสาวอริสา ศรีราชา	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๓๔	นายภาคภูมิ แลเมอภู	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟอินทรีย์	ประชาชน
๓๕	นายพินิจ พิทักษ์วาวี	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๓๖	นางคำมูล จิตรา	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๓๗	นางแจ่มจันทร์ แก้วสิทธิ์	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๓๘	นางมะลิ สุวรรณมณีแก้ว	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๓๙	นางสมหมาย มหาวงค์	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๔๐	นายสำรวจ สุวรรณจักร	บ้านดอยช้าง	ประชาชน

กลุ่มที่ ๒

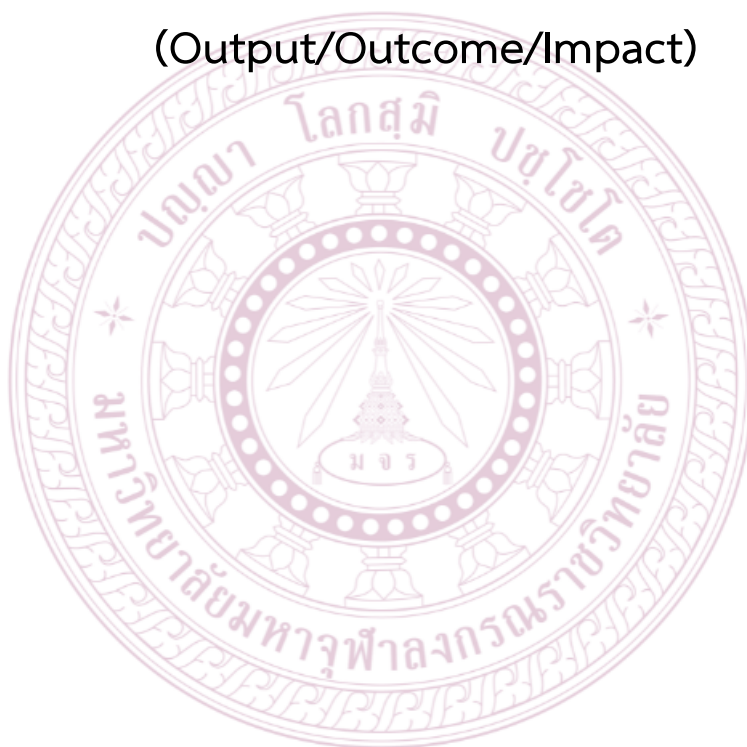
ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน
๑	นายภาสกร บุญลักษณ์	ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย
๒	นายคฑาสีทธิ์ เนื่องหล้า	นายอำเภอแม่สรวย
๓	นางสาวชนิษฐา แจ่มน่าน	นักวิชาการ/ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย
๔	นายพิสันต์ จันทร์ศิลป์	วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย
๕	นายเอกชัย แก้วประภา	ท่องเที่ยวอำเภอแม่สรวย
๖	นางสาวสิริสาสน์ พันธมณี	นักวิชาการท่องเที่ยว/อบต.วาวี
๗	นายจิตติวิทย์ เบเช	สมาชิก อบต.วาวี
๘	นายภาคภูมิ แลเมอภู	ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
๙	นายสุพจน์ วิจิตรวงษ์พนา	ผู้แทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลิ้นจี่แม่คาคาเดเมีย
๑๐	นางวิภา พัทธกุลทอง	ผู้ประกอบการร้านอาหารวาวี

๑๑	นางสาวอริสา ศรีราชา	ผู้ประกอบการ อาจาคอฟฟี่
----	---------------------	-------------------------

ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน
๑๒	นายวิศ มั่นดาวลี	ผู้ประกอบการ เฮราโมน
๑๓	นายเครพ วงศ์กระสินธุ์	ผู้ประกอบการ กาแฟบ้านดอยช้าง
๑๔	นายภูมินทร์ หน่อคำ	ผู้ประกอบการ กาแฟอแกนิก
๑๕	นายสมพงษ์ จันทรีโท	ผู้ประกอบการ เลมอนห้วยไคร้
๑๖	นายศุภสิทธิ์ แบทู	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๑๗	นายอาทู พิสัยเลิศ	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๑๘	นายอะไ้ด่ แบทู	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๑๙	น.ส.อุมาพร แบลูกู่	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๒๐	นายอาชา คณานันท์สิน	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๒๑	นางหมีจุ้ แบทู	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๒๒	นายนิพนธ์ ดอนมูล	นักท่องเที่ยว
๒๓	นายธนเดช กิตติรัตน์	นักท่องเที่ยว
๒๔	นายณณนาท แสงจัน	นักท่องเที่ยว
๒๕	นายพรสวรรค์ เจือกน้ำ	นักท่องเที่ยว

ภาคผนวก จ

ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย
(Output/Outcome/Impact)



๑. ด้านการจัดการเรียนการสอน

๑.๑ อาจารย์วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ตำบลเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย สามารถนำกิจกรรมด้านการศึกษา กิจกรรมการเข้าร่วมเพื่อชุมชน กิจกรรมนันทนาการ และกิจกรรมเข้าร่วมด้านบริหารวิชาการกับสังคม และการท่องเที่ยววนเกษตร ประกอบการเรียนการสอนสู่การปฏิบัติรายวิชาพื้นฐานคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัล รายวิชานวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา และคณิตศาสตร์และสถิติการวิจัย

๑.๒ นำรูปแบบการร่วมกลุ่มการมีส่วนร่วมของผู้นำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนที่ตนเองอยู่ เพื่อเพิ่มคุณค่าเทคโนโลยีสารสนเทศ สร้างอาชีพ รายได้ให้กับประชาชน และสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง

๑.๓ ผู้นำชุดความรู้ที่ได้จากการชุดความรู้บทเรียนชุมชน จัดอบรมวิชาการให้กับชุมชน และผู้ที่สนใจตลอดทั้งเครือข่าย และการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมในภาพรวม

๒. ด้านพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา

๒.๑ กลุ่มประชาชนสามารถพัฒนารูปแบบแหล่งท่องเที่ยววนเกษตร และสถานที่จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยว

๒.๒ ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชน ผู้สนใจ และเครือข่ายสามารถนำไปพัฒนาเพื่อ สร้างการท่องเที่ยววิถีที่ดีให้กับชุมชน

๒.๓ การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์กับการสร้างความเข้มแข็งชุมชนเพื่อจะให้ชุมชนได้เรียนรู้ว่าต้นทุนทางภูมิปัญญาท้องถิ่นมีอะไรบ้าง ที่มีอยู่ในพื้นที่ในการเป็นศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้กับผู้ที่สนใจ และชุมชนใกล้เคียง โดยการอิงเทคโนโลยี

ผลผลิต (Output)

ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดของผลผลิต	จำนวนนับ						หน่วยนับ	ระดับความสำเร็จ
		ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	รวม		
1. ต้นแบบผลิตภัณฑ์ โดยระบุ ดังนี้									
1.1 ระดับอุตสาหกรรม	แหล่งท่องเที่ยวด้านการเกษตร	-	-	✓	-	-	๙	ต้นแบบ	Goal Result
1.2 ระดับกึ่งอุตสาหกรรม	ด้านศิลปวัฒนธรรม	-	✓	-	-	-	๙	ต้นแบบ	Intermediate Result
1.3 ระดับภาคสนาม	ด้านศิลปวัฒนธรรม	-	✓	-	-	-	๙	ต้นแบบ	Intermediate Result
1.4 ระดับห้องปฏิบัติการ	ด้านศิลปวัฒนธรรม	-	✓	-	-	-	๙	ต้นแบบ	Primary Result
2.ต้นแบบเทคโนโลยี โดยระบุ ดังนี้									
2.1 ระดับอุตสาหกรรม	เว็บไซต์	-	-	✓	-	-	๑	ต้นแบบ	Goal Result
2.2 ระดับกึ่งอุตสาหกรรม	เว็บไซต์	-	✓	-	-	-	๑	ต้นแบบ	Intermediate Result
2.3 ระดับภาคสนาม	เว็บไซต์	-	✓	-	-	-	๑	ต้นแบบ	Intermediate Result
2.4 ระดับห้องปฏิบัติการ	เว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกาแฟดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	ต้นแบบ	Primary Result
3.กระบวนการใหม่ โดยระบุ ดังนี้									
3.1 ระดับอุตสาหกรรม	ศิลปวัฒนธรรม	-	-	✓	-	-	๑	กระบวนการ	Goal Result

ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดของผลผลิต	จำนวนนับ						หน่วยนับ	ระดับความสำเร็จ
		ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	รวม		
3.2 ระดับกิ่งอุตสาหกรรม	ศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรม	-	✓	-	-	-	๑	กระบวนการ	Goal Result
3.3 ระดับภาคสนาม	กิจกรรมอบรมเทคโนโลยีสารสนเทศให้กลุ่มเป้าหมาย	-	✓	-	-	-	๑	กระบวนการ	Goal Result
3.4 ระดับห้องปฏิบัติการ	กิจกรรมอบรมเทคโนโลยีสารสนเทศให้กลุ่มเป้าหมาย	-	✓	-	-	-	๑	กระบวนการ	Goal Result
4.องค์ความรู้ (โปรตรุ่น)									
๔.๑ เป็นแนวทางในการเลือกส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแต่ละชุมชน	นวัตกรรมการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การเกษตรกาแพดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	เรื่อง	Goal Result
๔.๒ การเลือกใช้ระบบดิจิทัลในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองเชียงแสน	แอปพลิเคชันประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การเกษตรกาแพดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	เรื่อง	Goal Result
๔.๓ การใช้ระบบเครือข่ายในชีวิตประจำวัน	อินเทอร์เน็ตแหล่งท่องเที่ยว การเกษตรกาแพดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	เรื่อง	Goal Result

ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดของผลผลิต	จำนวนนับ						หน่วยนับ	ระดับความสำเร็จ
		ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	รวม		
๘.๑ ลิขสิทธิ์	เว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกาแฟดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	เรื่อง	Goal Result
๘.๒ ลิขสิทธิ์	ชุดความรู้แหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกาแฟดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	เรื่อง	Goal Result
๘.๓								เรื่อง	Primary Result
9. บทความทางวิชาการ									
9.1 วารสารระดับชาติ	การพัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกาแฟดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	เรื่อง	Goal Result
9.2วารสารระดับนานาชาติ								เรื่อง	Primary Result
10. การประชุม/สัมมนาระดับชาติ									
10.1 นำเสนอแบบปากเปล่า								ครั้ง	Primary Result
10.2 นำเสนอแบบโปสเตอร์	การพัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกาแฟดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	ครั้ง	Goal Result

ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดของผลผลิต	จำนวนนับ						หน่วยนับ	ระดับ	
		ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	รวม		ความ	สำเร็จ
11. การประชุม/สัมมนาระดับนานาชาติ										
11.1 นำเสนอแบบปากเปล่า								ครั้ง	Primary Result	
11.2 นำเสนอแบบโปสเตอร์									ครั้ง	Primary Result

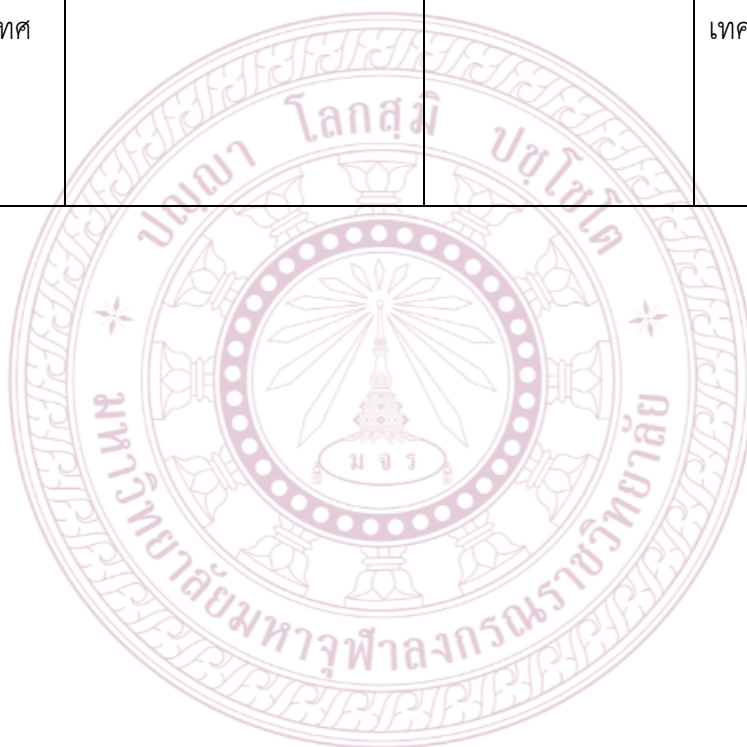
ผลลัพธ์ (Outcome)

ชื่อผลลัพธ์	ประเภท	ปริมาณ	รายละเอียด
คู่มือฝึกอบรมเทคโนโลยีสารสนเทศการท่องเที่ยวการเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง	เชิงปริมาณ	๑	ชุดฝึกอบรมประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองเชียงใหม่
ผลสัมฤทธิ์จากการใช้ชุดความรู้การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง	เชิงปริมาณ	๑๐๐	ชุดฝึกความรู้แอ่วเมืองเหนือ
เว็บไซต์การพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง	เชิงปริมาณ	๑	การใช้เว็บไซต์การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

ผลกระทบ (Impact)

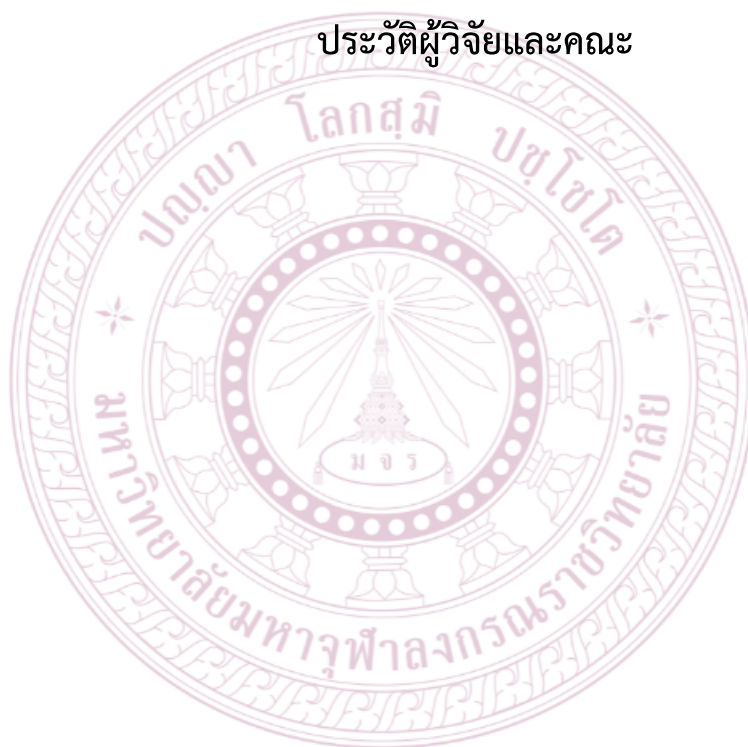
ชื่อผลงาน	ลักษณะผลงาน	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ใช้ประโยชน์	ผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับ
เว็บไซต์การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	ประชาชน	การเข้าถึงระบบเครือข่าย สะดวก รวดเร็ว และสามารถเลือกการท่องเที่ยวตามต้องการได้

การเกษตรกลุ่ม วิสาหกิจกาแฟดอยช้าง			
ชุดความรู้การเกษตร กลุ่มวิสาหกิจกาแฟ ดอยช้าง	เอกสารการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม	ประชาชน	ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว เมืองศิลปวัฒนธรรมได้ด้วยตนเอง
คู่มือฝึกอบรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม	คู่มือเอกสารการฝึกอบรม	ประชาชน	เป็นการท่องเที่ยวโดยการอิง เทคโนโลยีสารสนเทศร่วมสมัย



ภาคผนวก ฉ

ประวัติผู้วิจัยและคณะ



๑. หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดำเนิน ปัญญาผ่องใส

ตำแหน่งปัจจุบัน

อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

อาจารย์ประจำหลักสูตรการสอนศีลธรรม

หน่วยงาน

วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ถนนฤทธิประสารณ์ ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ๕๗๐๐๐

ที่อยู่ปัจจุบัน

๔๑๒/๕๓ บ้านฟ้าใส ๕ หมู่ ๑ ตำบลริมกก อำเภอเมือง

จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๐๐ โทร. ๐๘๓-๗๖๕๖๕๘๕

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ	สาขา	สถาบัน	พ.ศ.
พุทธศาสตรบัณฑิต	พร.บ.	รัฐศาสตร์	ม.มจร.	๒๕๓๘
การศึกษามหาบัณฑิต	กศ.ม.	การบริหาร การศึกษา	ม.นเรศวร	๒๕๔๓
	ป.ธ.๔		กรมการ ศาสนา	๒๕๓๘

๒: ประวัติผู้วิจัยร่วมโครงการวิจัย คนที่ ๑

ชื่อ ผศ.นเรศร์ บุญเลิศ

ตำแหน่งปัจจุบัน

อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย
 อาจารย์ประจำหลักสูตรการสอนศีลธรรมในโรงเรียน

หน่วยงาน

วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ถนนฤทธิประสาธน์ ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ๕๗๐๐๐

ที่อยู่ปัจจุบัน

วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 ถนนฤทธิประสาธน์ ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ๕๗๐๐๐
 โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๙๓-๑๙๔๙๐๕๕
 โทรสาร ๐๕๓-๗๑๕๘๗๖ E-mail. nares_boon@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ	สาขา	สถาบัน	พ.ศ.
วิทยาศาสตรบัณฑิต	วท.ม.	เทคโนโลยีและสื่อสาร การศึกษา	ม.ราชภัฏ เชียงราย	๒๕๔๘
วิทยาศาสตรบัณฑิต	วท.บ.	วิทยาการ คอมพิวเตอร์	ม.ราชภัฏ เชียงราย	๒๕๔๕

๓ : ประวัติผู้วิจัยร่วมโครงการวิจัย คนที่ ๒

ชื่อ นายอรุณ สิทธิวงศ์

ตำแหน่งปัจจุบัน

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาพระพุทธศาสนา

หน่วยงาน

วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ถนนฤทธิประสาธน์ ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ๕๗๐๐๐

ที่อยู่ปัจจุบัน

๒๓ หมู่ที่ ๕ ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๐๐ โทร.๐๘๑๙๙๓๙๙๐๐

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ	สาขา	สถาบัน	พ.ศ.
ปริญญาตรี	ค.บ.	อุตสาหกรรมศิลป์	ม.ราชภัฏ เชียงราย	๒๕๓๓
พุทธศาสตร มหาบัณฑิต	พธ.ม.	พระพุทธศาสนา	มจร.	๒๕๕๘