



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๑ เรื่อง

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

Developing a strategy on a cultural basis of the Doi Chang coffee community enterprises in Mae Suai district, Chiang Rai.

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร กาแฟดอย

ช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

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

โดย

นายอรุณ สิทธิวงศ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765030



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๑ เรื่อง

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

Developing a strategy on a cultural basis of the Doi Chang coffee
community enterprises in Mae Suai district, Chiang Rai.

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร
กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

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

โดย

นายอรุณ สิทธิวงศ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765030

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Sub – Research Report 1

Developing a strategy on a cultural basis of the Doi Chang coffee community enterprises in Mae Suai district, Chiang Rai.

Under Research plane

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

BY

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

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศภาษาไทย.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
บทที่ ๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๓
๑.๓ ขอบเขตของการวิจัย.....	๓
๑.๔ นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย.....	๖
๑.๕ ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย.....	๗
บทที่ ๒ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๘
๒.๑ นโยบายการพัฒนาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔).....	๙
๒.๒ ยุทธศาสตร์การพัฒนาไทย.....	๑๑
๒.๓ ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงราย.....	๒๑
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มกาแฟในพื้นที่ตำบลลาววี่ อำเภอแม่สรวย.....	๒๔
๒.๕ แนวคิดเรื่องการตลาด.....	๒๖
๒.๖ พฤติกรรมผู้บริโภค.....	๓๐
๒.๗ แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด.....	๓๑
๒.๘ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	๓๗
๒.๙ ทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร (SWOT).....	๔๒
๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๔๕

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย.....	๕๑
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๕๑
๓.๒ พื้นที่ในการศึกษาวิจัย.....	๕๓
๓.๓ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูล.....	๕๔
๓.๔ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๕๕
๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการปฏิบัติการวิจัย.....	๖๐
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๖๕
๓.๗ การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	๖๗
๓.๘ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย.....	๖๗
๓.๙ สรุปกิจกรรมและขั้นตอนการวิจัย.....	๖๘
๓.๑๐ การพัฒนาดีเจิตัล.....	๖๙
๓.๑๑ การวิเคราะห์ผลการทดลอง.....	๗๕
บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	๑๒๐
๔.๑ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนกแพ ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.....	๑๒๑
๔.๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนกแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.....	๑๒๔
๔.๓ การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนกแพ ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย.....	๑๓๔
๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย.....	๑๓๘
บทที่ ๕ สรุป และผลศึกษา	๑๔๑
๕.๑ สรุปผลศึกษา.....	๑๔๒
๕.๒ อภิปรายผล.....	๑๔๔
๕.๓ ข้อเสนอแนะ.....	๑๔๕
บรรณานุกรม.....	๑๔๘

สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก.....	๑๕๑
ภาคผนวก ก หนังสือแนบ.....	๑๕๑
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์.....	๑๕๒
ภาคผนวก ค ภาพประกอบ	๑๕๓
ภาคผนวก ง สถิติ	๑๕๔
ภาคผนวก จ รายชื่อผู้ให้ข้อมูล.....	๑๕๕
ภาคผนวก ฉ ประวัติผู้วิจัย	๑๕๖



ชื่อรายงานการวิจัย : การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
การเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ผู้วิจัย : นายอรุณ สิทธิวงศ์

ส่วนงาน : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

ปีงบประมาณ : ๒๕๖๕

ทุนอุดหนุนการวิจัย : กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ พนักงาน ผู้บริหารส่วนท้องถิ่นและประชาชน การสัมภาษณ์ลงพื้นที่สังเกตการณ์จากสภาพจริงและเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างและเพื่อยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ผลจากการวิจัยพบว่า ๑. การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง นำไปใช้ประโยชน์เชิงสร้างสรรค์การจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต้องมีการพึ่งตนเอง และรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในเบื้องต้นแล้วอาศัยความร่วมมือหรือสื่อกลางจากองค์การบริหารส่วนตำบลวาวี ได้สนับสนุนและทำเป็นนโยบายเร่งด่วนเพื่อให้เกิดการจัดการเครือข่ายอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ๒. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง การใช้ประโยชน์ในเชิงสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย เพราะถ้ามีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ก็ทำให้ผู้ประกอบการมีที่พึ่งในการบริหารจัดการโดยอาศัยพลังของกลุ่มในการรักษาผลประโยชน์ที่ควรได้รับ ๓. การยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย การจัดทำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในท้องถิ่นอื่น ๆ ที่สามารถบริหารจัดการ ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีตัวอย่างหรือโมเดล

การดำเนินงานที่อาศัยความร่วมมือแรงร่วมใจของกลุ่มสมาชิกที่มีเป้าหมายในการดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

Research Title : Developing a strategy on a cultural basis of the Doi Chang coffee community enterprises in Mae Suai district, Chiang Rai.

Researchers : Mr.Aroon Sittiwong

Department : Mahachulalongkornrajavidyalaya University Chiang Rai Buddhist college

Fiscal Year : 2565/2021

Research scholarship Sponsor : Mahachulalongkornrajavidyalaya University

ABSTRACT

This research is a qualitative research study. By interviewing people involved with entrepreneurs, employees, local administrators and the public. An on-site interview with practical and practical observations on the development of cultural tourism strategies of Doi Chang Coffee Farming Community Enterprise, Mae Suai District, Chiang Rai Province. have a purpose To develop cultural tourism strategies of Doi Chang Coffee Community Enterprises To promote cultural tourism of Doi Chang Coffee Community Enterprise Group and to enhance cultural tourism of Doi Chaang Coffee Community Enterprise Group, Mae Suai District, Chiang Rai Province.

The results of the research were as follows: 1. The development of cultural tourism strategies of enterprises Doi Chaang Coffee Community Creative use of cultural tourism network management of community enterprises need to be self-reliant and

include a group of entrepreneurs in the beginning and then relying on cooperation or mediation from the Wawee Subdistrict Administrative Organization has supported and made an urgent policy for continuous and sustainable network management 2. Promotion of cultural tourism among Doi Chang Coffee Community Enterprises Taking advantage of network strengthening because if there is a network of community enterprises It makes entrepreneurs have reliance on business management by relying on the power of the group to maintain the benefits that should be received. 3. Upgrading cultural tourism of Doi Chang Coffee Community Enterprise Group, Mae Suai District, Chiang Rai Province Policy utilization Establishing a cultural tourism management model that can be applied in other areas that can be managed upgrading cultural tourism There are examples or operating models that rely on the cooperation of the members who have the same goal of operating in the same direction.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะได้รับความเมตตาอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่านด้วยกัน ผู้วิจัยมีความรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตาเป็นอย่างยิ่ง ใคร่ขอกราบขอบพระคุณและขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณพระพุทธิญาณมุนี รักษาการผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ที่ได้ให้กำลังใจสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยจนสำเร็จลุล่วง

ขอขอบพระคุณ พระสุธีรัตนบัณฑิต,รศ.ดร. (สุทิพย์ อาภากร) ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ ตลอดจนบุคลากรสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือในการพิจารณาทุนอุดหนุนการวิจัยแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ พระสุวรรณเมธาภรณ์,ผศ. รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ, รองศาสตราจารย์ ดร.โกนิฐ์ ศรีทอง, ดร.บุญช่วย คูใจ, คณะกรรมการ/ผู้ทรงคุณวุฒิ ทุกท่าน ตลอดจนพระมหาชุตีภัก อภินนโท และทีมงานเลขานุการ ที่ให้กำลังใจ ให้คำแนะนำและติดตามผลการวิจัยอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจที่จะทำการวิจัยจนสำเร็จ

ขอขอบพระคุณ พระครูศรีรัตนากร,ผศ.ดร.,พระครูกิตติพัฒนานุยุต,ผศ.ดร., ดร.กิจชัย วงศ์ราช, ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ เนเรศร์ บุญเลิศ ที่ให้คำแนะนำในการจัดทำวิจัยและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณบุคคลในครอบครัวของผู้วิจัยที่ได้ให้กำลังใจ สนับสนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ในการทำการวิจัยจนผู้วิจัยสามารถทำการวิจัยได้ผลสำเร็จ

คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ อันจะพึงมีจากงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบให้มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย นายอำเภอแม่สรวย ปลัดอำเภอแม่สรวยและวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย องค์การปกครองท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ผู้อำนวยการกองการศึกษาศาสนาและวัฒนธรรมตำบลลาวี นักพัฒนาชุมชนผู้บริหารกาแพดอยช้าง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามแนวทางแก้นิเวศนาภาครัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงราย ในการนำข้อมูลจากผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินการตามโครงการต่อไป

นายอรุณ สิทธิวงศ์ และคณะ

๑ สิงหาคม ๒๕๖๕



บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและมีการเติบโตสูงเป็นอันดับสอง สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาลทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จากรายงานประจำปีของ WTTC พบว่า ในปี พ.ศ.๒๕๕๙ การท่องเที่ยวและการเดินทางสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ถึงร้อยละ ๑๐.๒๐ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของเศรษฐกิจโลก และคาดการณ์ว่า จะมีสัดส่วนถึงร้อยละ ๑๑.๔๐ ของผลิตภัณฑ์มวลรวม ของเศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ. ๒๕๗๐ ศักยภาพและความสำคัญของการท่องเที่ยวนี้ สามารถสะท้อนให้เห็นได้จากการจ้างงาน ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมากถึงร้อยละ ๙.๖๐ ของการจ้างงานทั้งหมด^๑

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก และยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย เช่น ความหลากหลายของ ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ โดยในปี ๒๕๖๒ มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวนทั้งสิ้น ๑๖๖.๘๔ ล้านคน /ครั้ง มีรายได้จากการท่องเที่ยว ๑.๐๘ ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ ๑.๑๘ จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่าน ปัจจัยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเจริญเติบโตเนื่องมาจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว การ ยกเว้นค่าธรรมเนียมฯ VOA ส่งผลต่อการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภูมิภาคเอเชีย และ ความร่วมมือของภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสอดคล้องกับ แนวโน้มการท่องเที่ยวในปี ๒๕๖๓ ซึ่งการท่องเที่ยวที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อมมีโอกาสได้รับความนิยม มากยิ่งขึ้น^๒

๑ กรมการท่องเที่ยว, แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๖๔ ของกรมการท่องเที่ยว. (กรุงเทพฯ : วิไอพี ก๊อปปี้ปริ้น, ๒๕๖๑), หน้า ๑๔.

๒ กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนธันวาคม ๒๕๖๒, สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20200123132729.pdf

ในปี ๒๕๖๓ ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งมีรายได้หลักมาจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนตื่นตัวเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวและวางยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการสร้างความตระหนักถึงสำคัญในการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพื่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ (Responsible Tourism) ร่วมมือกับภาคเอกชนในการลดการใช้พลาสติกในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ลดลงร้อยละ ๕๐ ภายในปี ๒๕๖๓ ลดขยะพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-use plastics) อาทิเช่น หลอด ฝาครอบแก้ว ถัง กล่องอาหาร ทดแทนการใช้พลาสติกด้วยภาชนะที่สามารถใช้ซ้ำได้ เช่น การใช้ถุงผ้า กระบอกน้ำ กล่องข้าวพกพา หลอดดูดน้ำจากวัสดุธรรมชาติ การใช้ผ้าเช็ดหน้า เพื่อลดภาระในการกำจัดให้กับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนช่วยรักษาความสวยงามให้คงอยู่อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับบริษัทผู้ให้บริการสำรองห้องพักผ่านทางออนไลน์โอโกต้า (Agoda) คาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวต้องการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นอกจากนี้พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปและชัดเจนมากขึ้น คือ การหันมาวางแผนการท่องเที่ยวและเดินทางด้วยตนเอง ในกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT-Foreign Individual Tourism) อันเนื่องมาจากความสามารถในการเข้าถึงบริการและข้อมูลเพื่อใช้วางแผนการท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ด้วยตนเอง ส่งผลให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง^๓

จังหวัดเชียงราย มีที่ตั้งภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่น่าอยู่และมีทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและสปา เช่น น้ำพุร้อนในพื้นที่อำเภอแม่จัน อำเภอเมือง อำเภอเวียงป่าเป้า แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ เช่น โบราณสถานอำเภอเชียงแสน วัดพระแก้ว หมู่บ้านศิลปิน บ้านดำ วัดพระธาตุดอยตุง วัดร่องขุน หมู่บ้านชนเผ่าซึ่งอาศัยอยู่แบบดั้งเดิม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น หมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน และหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ที่หลากหลาย การล่องแพ อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า ดอยแม่สลอง ดอยตุง ล่องเรือในลำน้ำกก แหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ เช่น สนามกอล์ฟ นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เช่น การท่องเที่ยวตามเส้นทาง R๓A, R๓B และการท่องเที่ยวลำนํ้าโขง เป็นต้น จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมผ่านกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนแบบมีส่วนร่วม จังหวัดเชียงราย ได้กำหนด

๓ กรมการท่องเที่ยว, แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๖๔ ของกรมการท่องเที่ยว. (กรุงเทพฯ : วิไอพี ก๊อปปี้ปริ้น, ๒๕๖๑), หน้า ๑๔.

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงราย (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๖๔) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพ คือการพัฒนากระบวนการจัดการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์และบุคลากร พัฒนาปัจจัยด้านพื้นฐานท่องเที่ยวและทรัพยากร พัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยว พัฒนาธุรกิจบริการการท่องเที่ยว และพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการเพิ่มขีดความสามารถด้านแข่งขันการท่องเที่ยว สร้างสมดุลของระบบนิเวศและพัฒนาเมืองให้น่าอยู่เพื่อให้ประชาชนอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและมีคุณภาพ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น^๔

จะเห็นได้ว่า การพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย เป็นการนำระบบเทคโนโลยีสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตามแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงโดยประกอบไปด้วย ดังนี้คือ กลยุทธ์ที่ ๑ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การกำหนดนโยบาย การวางแผน และการตลาดองค์กรและกลุ่มคนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ของรัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว นักการเมืองท้องถิ่น นักการศึกษา คนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยในชุมชน ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว หอการค้า เจ้าของร้านค้าที่เกี่ยวข้อง นักอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น นักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้จัดการการขนส่งท้องถิ่นทั้งที่เป็นของภาครัฐและ เอกชน เกษตรกร ผู้จัดการประชุมและสัมมนาและผู้บริหารหรือผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว และ กลยุทธ์ที่ ๒ การวางแผนการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจและมีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน จะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอกพื้นที่ได้เข้ามามีบทบาท รวมทั้งเพิ่มความต้านทานต่อแรงกดดันหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการวางแผนเป็น กระบวนการในการสรรหาและกำหนดแนวทาง รวมทั้งวิธีการที่จะควบคุมและพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และการที่ทุกฝ่ายร่วมกันคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่าจะทำอะไร ทำเพื่ออะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อใด และใช้งบประมาณเท่าไร จะช่วยทำให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และมีทิศทางที่ชัดเจนและตรงกันในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวางแผนโดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

^๔ คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดเชียงราย. แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย พ.ศ.

๒๕๖๑-๒๕๖๔. (เชียงราย : สำนักงานจังหวัดเชียงราย, ๒๕๖๑), หน้า ๗.

กลยุทธ์ที่ ๓ การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงานตามแผน และติดตามผลการดำเนินงานโดยตลอด ความชัดเจนหลากหลาย และสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็จะก่อให้เกิดโอกาสสูงสุดที่จะบรรลุวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม^๕

ด้วยสาเหตุนี้ ผู้วิจัยสนใจในการที่จะศึกษาพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยชุมชนมีส่วนร่วม ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และการปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิตของชุมชนสนับสนุนในด้านความรู้และการส่งเสริมอย่างจริงจังและให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่สภาพแวดล้อมตามภูมิประเทศ วัฒนธรรม และประเพณี

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๒.๒ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๒.๓ เพื่อยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๓ ปัญหาการวิจัย

๑.๓.๑ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีความสำคัญอย่างไรบ้าง

๑.๓.๒ การส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการอย่างไรบ้าง

๑.๓.๓ การยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีประโยชน์และความสำคัญอย่างไรบ้าง

^๕ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน, กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊ค, ๒๕๕๙, หน้า ๑๑๕.

๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัย การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีการวิจัยเพื่อบูรณาการระหว่างหน่วยงาน การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย

๑.๔.๑ ขอบเขตเนื้อหา

๑) การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

- ด้านความเป็นอัตลักษณ์
- ด้านการขายแบรนด์
- ด้านการขายกิจกรรม
- ด้านการขายสภาพแวดล้อม

๒) การส่งเสริมพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วย

- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ
 - การวางแผน
 - การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- ทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงานตามแผน

๓) การยกระดับการพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ได้ทำการศึกษาจากในพื้นที่ วิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง 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. ผู้อำนวยการกองการศึกษาฯ และวัฒนธรรมตำบลาวี
๕. นักพัฒนาชุมชน

ค. ผู้บริหารกาแปดอยช้าง/กลุ่มวิสาหกิจ 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 แนวทางที่จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จ โดยสามารถนำมาพัฒนาคุณภาพพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๕.๒ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การนำระบบเทคโนโลยีสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง ตามแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงโดยประกอบไปด้วย ดังนี้ คือ

กลยุทธ์ที่ ๑ : การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

กลยุทธ์ที่ ๒ : การวางแผนการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจ

กลยุทธ์ที่ ๓ : การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๑.๕.๓ การส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การส่งเสริมกลยุทธ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง ในด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและ การวางแผน ตลอดจนถึงการกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงานตามแผน

๑.๕.๔ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง โดยใช้การมีส่วนร่วมของชุมชนและการมีจิตสำนึกรักบ้านเกิดแก่เยาวชนในท้องถิ่น ตลอดจนใช้การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการบริการอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวรองรับที่เป็นระบบรวมทั้งผู้บริหารท้องถิ่น ผู้นำชุมชน

๑.๕.๕ การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้างโดยใช้การมีส่วนร่วมของชุมชนและการมีจิตสำนึกรักบ้านเกิดแก่เยาวชนในท้องถิ่น ตลอดจนใช้การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการบริการอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวรองรับที่เป็นระบบรวมทั้งผู้บริหารท้องถิ่น ผู้นำชุมชน

๑.๕.๖ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง หมายถึง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแปดอยช้าง PIKO เลขที่ ๗๘๗ หมู่ที่ ๓ ถนน ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๕.๗ กาแปดอยช้าง หมายถึง หมู่บ้านดอยช้าง เป็นพื้นที่บนภูเขาสูง ตั้งอยู่ที่ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สูงกว่าระดับน้ำทะเล ๑,๒๐๐ ถึง ๑,๖๕๐ เมตร แต่เดิมอาชีพหลักของประชากรบนดอยช้าง คือ ปลูกฝิ่น และทำไร่ เลี้ยงนอกลอย พอมมาถึงปี พ.ศ. ๒๕๒๖ ชาวบ้านร่วมมือ

กันเล็กปลูกฝิ่น โดยได้รับการสนับสนุนจากกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้นำพันธุ์พืชไม้เมืองหนาวมาปลูกแทน เช่น บัวย ห้อ สาลี ถั่ว แมคคาเดเมีย และ กาแฟอาราบิก้า (Arabica) สายพันธุ์คาทูรา (Catura) คาติมอร์ (Catimor) มอนโด โนโว (Mondo Novo) และคาทูย (Catui) ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของแร่ธาตุอาหารในดิน และความชุ่มชื้นของพื้นที่ เพราะดอยช้างเป็นแหล่งของต้นลำธาร ประกอบกับภูมิอากาศที่ชุ่มชื้นและหนาวเย็นตลอดทั้งปี ทำให้พืชผลที่ปลูกมีผลผลิตที่ดีมากซึ่งรวมถึง กาแฟอาราบิก้า เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าระดับความสูงของพื้นที่ และภูมิอากาศมีผลต่อคุณภาพของกาแฟเป็นอย่างยิ่ง อุณหภูมิที่หนาวเย็นบนที่สูงจะทำให้กาแฟสร้างสารกาแฟที่มีคุณภาพที่ดีมากตลอดระยะเวลา ๒๐ ปี ที่ผ่านมา เราได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์การเพาะปลูก การบำรุงดูแลรักษาผล การผลิตของกาแฟ รวมถึงขั้นตอนต่าง ๆ โดยผ่านการควบคุมคุณภาพในการผลิตเอง ทุกเมล็ดนำมาคั่ว อบด้วยจิตวิญญาณ ของผู้ที่มีกาแฟอยู่ในสายเลือด เพื่อให้ท่านได้รับรสชาติที่แท้จริงของกาแฟอาราบิก้า ที่ปลูกในร่มเงาของแมกไม้บนยอดดอย ณ หุบเขาดอยช้างมีกาแฟที่เยี่ยมที่สุดให้แก่ท่านคือ

- 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 ประโยชน์ที่จะได้รับจากวิจัย

๑.๖.๑ ได้พัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๖.๒ มีการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑.๖.๓ มีการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

บทที่ ๒

แนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทที่ ๒ นี้ได้นำเสนอเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

๒.๑ แนวคิดการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๒.๕ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

๒.๕ ประวัติและความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒.๖ การส่งเสริมพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒.๗ การยกระดับการพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒.๘ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๙ กรอบแนวคิดของงานวิจัย

๒.๑ แนวคิดการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารในปัจจุบันสามารถ

ตอบสนองความต้องการของสังคมได้อย่างหลากหลาย และทุกขั้นตอนของการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสภาพของการแข่งขันในสังคมปัจจุบัน นำมาซึ่งกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของบุคลากรภายในองค์กร เพราะการเรียนรู้ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การจัดการความรู้จึงเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาบุคลากรให้ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลให้องค์กรมีการพัฒนา

อยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่ความเกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ เพราะ ประโยชน์ของการพัฒนานี้เองย่อมทำให้คนในชาติได้รู้ภูมิหลังและเห็นคุณค่าในอัตลักษณ์ของตน และการที่จะสามารถอนุรักษ์ รักษาทรัพยากรธรรมชาติไว้ ตลอดจนถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมเหล่านี้ให้แก่ชนรุ่นหลังสืบไป

๒.๑.๑ ความหมายของการจัดการความรู้

สำหรับความหมายของการจัดการความรู้ มีผู้เสนอความคิดเห็นที่น่าสนใจไว้

พรธิตา วิเชียรปัญญา^๖ กล่าวว่า การจัดการ ความรู้เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยงานต่างๆ จำนวนมากซึ่งมีการบริหารจัดการในลักษณะบูรณาการเพื่อก่อให้เกิดคุณประโยชน์ที่คาดหวังไว้การจัดการความรู้จึงเป็นแนวคิดองค์รวมที่จะบริหารจัดการทรัพยากรที่เป็นความรู้ในองค์กร

การจัดการ ความรู้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดกระบวนการของการสร้างความรู้ การจัดเก็บและ การแบ่งปันความรู้กล่าวโดยทั่วไปจะรวมถึงการระบุสภาพปัจจุบัน การกำหนดความต้องการ และการแก้ไขปรับปรุงกระบวนการที่จะส่งผลกระทบต่อการจัดการความรู้ให้ดีขึ้น เพื่อบรรลุถึงความต้องการ

การจัดการความรู้ว่าเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้

๑. การรวบรวม การจัดระเบียบ การจัดเก็บและการเข้าถึงข้อมูล เพื่อสร้างเป็นความรู้ และเมื่อมีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม สารสนเทศและเทคโนโลยีเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์จะสามารถสนับสนุนให้การจัดการความรู้มีอำนาจได้

๒. การแบ่งปันความรู้ เพราะถ้าปราศจากการแบ่งปันความรู้ ความพยายามในการจัดการความรู้ก็จะล้มเหลวในการแบ่งปันความรู้ที่ต้องอาศัยวัฒนธรรมองค์การเป็นสำคัญเพราะ มีอิทธิพลอย่างสูงต่อความสำเร็จ

๓. การอาศัยบุคคลที่มีความรู้หรือความเฉลียวฉลาด

๔. การเพิ่มประสิทธิผลขององค์การเพราะการบริหารความรู้เป็นสิ่งที่สนับสนุนให้องค์การต่าง ๆ อยู่รอดและประสบความสำเร็จได้

^๖ พรธิตา วิเชียรปัญญา, ความหมายของการจัดการความรู้, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์กรีนปัญญา, ๒๕๔๗), หน้า

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.)^๗ ได้ให้ความหมายของ การจัดการความรู้ คือ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ใน องค์การ ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์การสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด

นอกจากนี้ การจัดการความรู้ยังหมายถึง กระบวนการอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการ ประมวลผล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจน ประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างความรู้หรือนวัตกรรมและจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูล ที่สามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่ องค์การจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและ ถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่ก็จะ แพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์การอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิต และองค์การ

นงเยาว์ เปรมกมลเนตร^๘ หมายถึง แนวปฏิบัติที่องค์กรใช้ในการบ่งชี้ความรู้ที่จำเป็น ต้องการสร้างความรู้ใหม่ และเผยแพร่ความรู้เพื่อใช้ในการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อพัฒนา ประสิทธิภาพการทำงาน พัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างนวัตกรรมโดยกระบวนการ ของการจัดการความรู้ ต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์และ วัตถุประสงค์ขององค์กร การจัดการความรู้ เป็น กระบวนการในการนำความรู้ที่มีอยู่หรือเรียนรู้มาใช้ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร โดยผ่าน กระบวนการต่าง ๆ เช่น การสร้าง รวบรวม แลกเปลี่ยนและ ใช้ความรู้ เป็นต้น

จิตพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์^๙ กล่าวว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการระบุสภาพ ปัจจุบันและความต้องการ เพื่อวางแผนสร้างความรู้หรือนวัตกรรมด้วยการ รวบรวม การจัดระบบ การประยุกต์ใช้สารสนเทศด้วยช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อการสร้าง ประสิทธิภาพขององค์กร

สรุปว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประมวล ข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจน ประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูล ที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไป ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปัน

^๗ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.), ความหมายของการจัดการความรู้, (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๘), หน้า ๔.

^๘ นงเยาว์ เปรมกมลเนตร, การจัดการความรู้, (นนทบุรี : สมพรการพิมพ์, ๒๕๕๑), หน้า ๘๘.

^๙ จิตพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์, การจัดการความรู้, (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา, ๒๕๔๘), หน้า ๗๓.

และถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มี อยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการ พัฒนาผลผลิตและองค์กร การจัดการความรู้ ยังเป็นการยกระดับ ความรู้ขององค์กร เพื่อสร้างผลประโยชน์จากต้นทุนทางปัญญา โดยเป็นกิจกรรมที่ซับซ้อนและ กว้างขวาง ไม่สามารถให้นิยามด้วยถ้อยคำสั้น ๆ ได้ ต้องให้นิยามหลายข้อจึงจะครอบคลุม ความหมาย ดังนี้

๑. การจัดการความรู้ มีความหมายถึง การรวบรวม การจัดระบบ การจัดเก็บและ การ เข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างเป็นความรู้ เทคโนโลยีด้านข้อมูลและด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือช่วย เพิ่ม พลัง ในการจัดการความรู้ แต่เทคโนโลยีด้านข้อมูลและคอมพิวเตอร์โดยตัวของมันเองไม่ใช่ การ จัดการความรู้

๒. การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ ถ้าไม่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ แล้ว ความพยายามในการจัดการความรู้ก็จะไม่ประสบผลสำเร็จ พฤติกรรมภายในองค์กรเกี่ยวกับ วัฒนธรรม พลวัต และวิถีปฏิบัติมีผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมและ สังคมมีความสำคัญต่อการจัดการความรู้อย่างยิ่ง

๓. การจัดการความรู้ต้องอาศัยผู้รู้ ในการตีความและประยุกต์ใช้ความรู้ ในการสร้าง นวัตกรรมและเป็นผู้นำทางในองค์กร รวมทั้งต้องการผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่งแนะนำวิธี ประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ ดังนั้น กิจกรรมเกี่ยวกับคน ได้แก่ การดึงดูดคนดีและเก่ง การพัฒนา คน การติดตามความก้าวหน้าของคน และดึงดูดคนมีความรู้ไว้ในองค์กร ถือเป็นส่วนหนึ่ง ของการจัดการความรู้

๔. การจัดการความรู้เป็นเรื่องของการเพิ่มประสิทธิผลขององค์กร การจัดการความรู้ เกิดขึ้นเพราะมีความเชื่อว่าจะช่วยสร้างความมีชีวิตชีวาและความสำเร็จให้องค์กร ประเมินต้นทุน ทาง ปัญญา และผลสำเร็จของการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้เป็นดัชนีบอกว่าองค์กรมีการจัดการ

สรุปว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการความรู้ เป็นกระบวนการที่จะช่วย ให้มีการ สร้างรวบรวมจัดระบบเผยแพร่ ถ่ายโอนและเปลี่ยนความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ทันเวลาและทันเหตุการณ์ โดยใช้ระบบสารสนเทศเป็น เครื่องมือช่วยให้การ จัดการความรู้เกิดได้ง่ายและสะดวกขึ้นส่งผลให้การปฏิบัติงานของคนใน องค์กรมีคุณภาพ และมี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น องค์ประกอบของการจัดการความรู้ องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการความรู้ คือ คน เทคโนโลยี และกระบวนการความรู้ (Knowledge process) “คน” เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ที่สุดเพราะเป็นแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ ให้เกิดประโยชน์ “เทคโนโลยี” เป็นเครื่องมือที่

ช่วยค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน และนำความรู้ไปใช้ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น “กระบวนการความรู้ (Knowledge process)” เป็น การบริหารจัดการ เพื่อนำความรู้ จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้ เพื่อให้ เกิดการปรับปรุง และนวัตกรรม โดยองค์ประกอบทั้ง ๓ ส่วนนี้ ต้องเชื่อมโยงและบูรณาการเข้าด้วยกัน อย่างเหมาะสม การที่องค์กรได้นำวิธีการจัดการความรู้มา ใช้ในการพัฒนาคน พัฒนางาน และพัฒนา องค์กรแล้ว จะเห็นได้ว่าเกิดประโยชน์มากมาย ทั้งเป็นการเพิ่มคุณภาพและศักยภาพขององค์กร โดยมีการนำความรู้ที่มีอยู่เดิม (ความรู้เก่า) นำมาบูรณาการเป็นความรู้ใหม่ก็จะก่อให้เกิดเป็นความรู้ ใหม่ ๆ ขึ้นอีก และสามารถนำความรู้ไปใช้ ประโยชน์ได้มากขึ้น จนกลายเป็นวงจรแห่งการเรียนรู้ที่ เพิ่มขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

๒.๑.๒ แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ค่านิยม ความเชื่อ และแบบแผนทางพฤติกรรมที่ยอมรับและปฏิบัติ โดยสมาชิกขององค์กร เนื่องจาก องค์กรจะสร้างวัฒนธรรมที่พิเศษของพวกเขาเองขึ้นมาแม้แต่องค์กร ภายในอุตสาหกรรมเดียวกันจะ แสดงวิถีทางของการดำเนินงานที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมองค์กรที่ดี จะต้องปรับตัวเข้ากับการ เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นอุปสรรคต่อบริษัท เพื่อที่จะเผชิญกับการ คู่ความทางการแข่งขันหรือการรับเอาการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อม สามารถนำบริษัทไปสู่การ ชะงักและความล้มเหลวในที่สุดความสำเร็จของบริษัทอาจขึ้นอยู่กับความสามารถเข้าใจวัฒนธรรมของ พวกเขาและเปลี่ยนแปลงเมื่อจำเป็นเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม องค์กรทุกแห่งต่างมี วัฒนธรรมของพวกเขาเองแม้ว่าจะมีค่านิยมของวัฒนธรรมองค์กรอยู่หลายอย่างโดยทั่วไป วัฒนธรรมหมายถึงวิถีชีวิตขององค์กร วิถีทางที่เรากระทำ อยู่ ณ ที่หัวใจสำคัญของวัฒนธรรมคือ ค่านิยมร่วมที่ถูกสันนิษฐานว่า เป็นส่วนหนึ่งตามธรรมชาติขององค์กรวัฒนธรรมจะ นำไปสู่กฎของ พฤติกรรมที่อาจจะเขียนไว้เป็นหรือเป็นลายลักษณ์อักษรที่กระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพของ องค์กร ยิ่งกว่านั้นวัฒนธรรมจะมีผลกระทบโดยตรงต่อความสอดคล้องระหว่างพนักงานและ องค์กรด้วย ดังนั้น วัฒนธรรมจะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่กำหนดระดับความพอใจของพนักงาน องค์กรสามารถเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรของพวกเขา เพื่อที่จะสนับสนุนการคิดค้นสิ่งใหม่และ ความสามารถแข่งขันได้อย่างไร ประการแรกวัฒนธรรมที่ไม่เสริมสร้างจะต้องถูกยอมรับโดย ผู้บริหาร ระดับสูงว่าเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลงที่จำเป็น เมื่อปัญหาทางวัฒนธรรมได้ถูกยอมรับ แล้ว

สมยศ นาวิการ^{๑๐} ได้กล่าวถึงข้อเสนอแนะของโรเบิร์ต เอฟ.อัลเลน ว่าการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมจะมีอยู่ที่ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ ๑ วัฒนธรรมปัจจุบันจะถูกวิเคราะห์อย่างรอบคอบและอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลง จะต้องถูกระบุเราจะต้องพัฒนาแผนการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขึ้นมา โดยมุ่งที่เป้าหมายการสร้างความเป็นเลิศขององค์กร

ขั้นตอนที่ ๒ สมาชิกขององค์กรจะได้รับการแนะนำกระบวนการเปลี่ยนแปลงการประชุมเชิงปฏิบัติการและการฝึกอบรมจะถูกดำเนินการ เพื่อที่จะติดต่อดสื่อสารความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมและแถลงเป้าหมายใหม่ของบริษัทแก่พนักงาน

ตอนที่ ๓ การแปรสภาพองค์กรได้บรรลุความสำเร็จ นี่คือหัวใจของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม นโยบาย โครงการ และระเบียบวิธีปฏิบัติงานของบริษัทต้องถูกเปลี่ยนแปลงเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่ถูกกำหนดไว้ ณ ขั้นตอนที่๑ และถูกติดต่อดสื่อสาร ณ ขั้นตอนที่๒

ขั้นตอนที่ ๔ ผู้บริหารระดับสูงได้ข้อมูลป้อนกลับและประเมินวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่วัฒนธรรมเก่าอาจจะต้องดำเนินการปรับปรุงที่จำเป็น เพื่อที่จะสนับสนุนความมั่นคงและความต่อเนื่องของวัฒนธรรมแบบสิ่งมีชีวิตที่ต้องการวัฒนธรรม “ใหม่” จะต้องสนับสนุนการก่อร่างใหม่ขององค์กร เพื่อให้เป็นบริษัทที่ตระหนักถึงความต้องการของลูกค้า และปัจจัยสำคัญอย่างอื่นภายในสภาพแวดล้อม

๑) วิวัฒนาการของวัฒนธรรมองค์กร โดยทั่วไปเราสามารถกล่าวได้ว่ารากฐานของวัฒนธรรมองค์กรจะสะท้อนให้เห็นค่านิยม และ ความเชื่อของผู้ก่อตั้งของพวกเขาแต่วัฒนธรรมจะถูกปรับปรุงเมื่อสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมจะทำให้วัฒนธรรมองค์กรบางอย่างล้าสมัยไป และแม้แต่ไร้ประโยชน์ไปเลย รากฐานใหม่ของวัฒนธรรมจะต้องถูกเพิ่มเข้ามาเมื่อรากฐานเก่าถูกละทิ้งไปเพื่อที่จะรักษาความสำเร็จของพวกเขาเอาไว้

๒) ผลกระทบของวัฒนธรรมต่อกลยุทธ์ วัฒนธรรมองค์กรอาจสนับสนุนหรือขัดขวางการดำเนินกลยุทธ์ของบริษัทได้เพราะว่าวัฒนธรรมจะสะท้อนอดีต การปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กรจะต้องเกิดขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อม สิ่งที่สำคัญ คือ การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์จะต้องตามมาด้วยการเปลี่ยนแปลงทาง วัฒนธรรมที่สอดคล้องกันมิฉะนั้นแล้วกลยุทธ์จะล้มเหลว

๑๐ สมยศ นาวิการ, การบริหารเพื่อความเป็นเลิศ , (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๖) ,

สมยศ นาวิการ^{๑๑} ได้กล่าวถึงแนวคิดของเอ็ดการ์เฮช.ไชน์ นักวิจัย ทางการบริหาร ซึ่งชี้ให้เห็นว่าบริษัทที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมอาจจะกำหนดกลยุทธ์ขึ้นมาที่เหมาะสมบนพื้นฐานของการเงิน ผลผลิตภัณฑ์หรือการตลาด แต่กลยุทธ์จะไม่ถูกดำเนินการ เพราะว่ากลยุทธ์ต้องการ “สมมุติฐาน ค่านิยม และวิธีการทำงานใหม่” ที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรม องค์กรเดิม องค์กรสามารถเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์และโครงสร้างของพวกเขาได้แต่จะพบว่าพนักงานหัน กลับไปสู่วิธีการดำเนินงานก่อนหน้านี้ของพวกเขาได้ถ้าพวกเขาไม่ยอมเผชิญหน้ากับสมมุติฐาน รากฐานทางวัฒนธรรมของพวกเขา

๓) ประเภทวัฒนธรรมองค์กร วัฒนธรรมองค์กรนั้น จะมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กรโดยทั่วไป วัฒนธรรมจะมี ๒ แบบ คือ

๓.๑) วัฒนธรรมแข็งคือวัฒนธรรมองค์กรที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากสมาชิกในองค์กรเป็นวัฒนธรรมที่สมาชิกองค์กรยึดถือเป็นหลักอย่างเคร่งครัดและมีลักษณะที่ชัดเจน

๓.๒) วัฒนธรรมอ่อน คือองค์กรที่สมาชิกไม่ได้ยึดถือค่านิยมหลักอย่างเคร่งครัดและกว้างขวาง และไม่สามารถแยกแยะได้ว่า สิ่งไหนสำคัญกว่ากันได้มีนักวิชาการอีกหลายท่าน ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมองค์กรไว้หลายทัศนะ สามารถ สรุปได้ดังนี้

สุนทร วงศ์ไวยวรรณ^{๑๒} ได้ให้นิยามวัฒนธรรมองค์กรว่าเป็นสิ่งต่าง ๆ อัน ประกอบด้วย สิ่งประดิษฐ์แบบแผนพฤติกรรม บรรทัดฐาน ความเชื่อค่านิยม อุดมการณ์ความเข้าใจ และข้อสมมติพื้นฐานของคนจำนวนหนึ่งหรือส่วนใหญ่ภายในองค์กรจากองค์ประกอบของความหมายข้างต้นที่ได้กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า วัฒนธรรมองค์กร หมายถึงค่านิยม ความเชื่อ ความเข้าใจ และพฤติกรรมของสมาชิกภายในองค์กรที่ยึดถือปฏิบัติร่วมกันและมีการถ่ายทอดสู่สมาชิกใหม่ขององค์กร จากความหมายของวัฒนธรรมองค์กรที่ได้กล่าวมาแล้ว พบว่ามีผู้ให้นิยามแตกต่างกันออกไป ซึ่งโดยสรุปแล้วจะเห็นว่าในการให้นิยามวัฒนธรรมองค์กร โดยมากจะกล่าวถึงส่วนประกอบต่าง ๆ ดังนี้

๑. กล่าวถึงองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรเช่น เป็นวิถีชีวิต ความเชื่อ ทัศนคติค่านิยม ข้อ สมมติพื้นฐาน และความหมายร่วมกันเป็นต้น

๒. เป็นการยึดถือปฏิบัติร่วมกันภายในองค์กร

๑๑ อ้างแล้ว, สมยศ นาวิการ , การบริหารเพื่อความเป็นเลิศ., หน้า ๑๑๙-๑๓๕.

๑๒ สุนทร วงศ์ไวยวรรณ , วัฒนธรรมองค์กร : แนวคิดประสบการณ์งานวิจัย , (กรุงเทพมหานคร : โฟร์เพช , ๒๕๔๐) , หน้า ๑๑.

๓. มีการถ่ายทอดไปยังสมาชิกโดยวิธีต่าง ๆ รอบบิ้นส์ ให้ความหมายวัฒนธรรมองค์กรว่า หมายถึง ระบบของ ความหมายร่วมกันที่เกิดจากสมาชิกขององค์กร ทำให้สามารถแยกความแตกต่างขององค์กรหนึ่งออกจากองค์กรอื่น ๆ ได้ ฮอฟส์เฟดได้ให้นิยามวัฒนธรรมองค์กรว่าเป็นแบบแผน ความคิด ความรู้สึกของสมาชิกที่ได้รับการกำหนดร่วมกันภายในองค์กร ซึ่งมีผลให้สมาชิกขององค์กรนั้นแตกต่างไปจากสมาชิกขององค์กรอื่น

๔. หน้าที่ของวัฒนธรรมองค์กร หน้าที่วัฒนธรรมองค์กร มีดังนี้ ๑. เป็นตัวกำหนดรูปแบบองค์กร ๒. มีหน้าที่ควบคุมสังคม ๓. เป็นตัวกำหนดบทบาทความสำคัญ ๔. สร้างและจัดรูปแบบการประพุดติและการปฏิบัติงาน ๕.ทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายและสัญลักษณ์

๕. ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร วัฒนธรรมองค์กรเป็นเรื่องค่อนข้างจะเป็นนามธรรม เนื่องจากเกี่ยวข้องกับค่านิยม และความเชื่อของคนซึ่งเป็นสิ่งที่จะสังเกตเห็นได้ยาก จึงควรเข้าใจถึงคุณลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรเพื่อจะช่วยให้มองเห็นภาพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งนักวิชาการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของวัฒนธรรม องค์กรคือ

กอร์ดอน รอบบิ้นส์ เซอร์เมอร์ฮอร์น และคณะ ได้ศึกษาถึงคุณลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม องค์กรโดยให้ สมาชิกขององค์กรต่าง ๆ แสดงความเห็นสรุปว่าคุณลักษณะที่สำคัญมีอยู่หลายประการด้วยกัน คือ

๕.๑ การส่งเสริมนวัตกรรมและยอมรับความเสี่ยง (Innovation and Risk Talking) คือ การที่สมาชิกขององค์กรได้รับการกระตุ้นให้สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ กล้าเสี่ยงในการดำเนินการด้วยการแสวงหาโอกาส และยอมรับความคิดให้

๕.๒ การใส่ใจต่อรายละเอียด (Attention to Detail) คือระดับความคาดหวังที่สมาชิก องค์กร แสดงออกซึ่งความถูกต้องในการวิเคราะห์

๕.๓ การมุ่งผลผลิต (Outcome Orientation) คือระดับการบริหารมุ่งการปฏิบัติเพื่อ ผลลัพธ์หรือ ผลผลิตมากกว่าการใส่ใจต่อเทคนิคและวิธีการในการทำให้บรรลุผล

๕.๔ การให้ความสำคัญกับสมาชิก (People Orientation) คือการตัดสินใจทางการ บริหารที่ให้ความสำคัญในผลลัพธ์ที่จะกระทบต่อสมาชิกในองค์กร ผู้บริหารให้ความสำคัญยุทธธรรมเคารพใน สิทธิของ บุคคลให้การสนับสนุน และไม่สร้างแรงกดดัน

๕.๕ การทำงานเป็นทีม (Team Orientation) คือระดับที่กิจกรรมในงานต่าง ๆ จัดขึ้น เพื่อให้ความสำคัญกับงานต่าง ๆ เป็นทีมมากกว่าเน้นความสามารถของรายบุคคล

๕.๖ การมุ่งสู่ชัยชนะ (Aggressiveness) คือระดับ ที่สมาชิกในองค์กรแข่งขันกันทำงาน มากกว่า ทำงานสบาย

๕.๗ การมุ่งรักษาความมั่นคง (Stability) คือระดับที่กิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรมุ่งรักษา ไว้ ซึ่ง สถานภาพเดิมให้สามารถคาดการณ์สิ่งต่าง ๆ ได้ด้วยการยึดถือกฎระเบียบ

๕.๘ การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือระดับการติดต่อสื่อสารที่จำกัดอยู่เฉพาะ กับสายบังคับบัญชาอย่างเป็นทางการ

๕.๙ การฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development) คือ การให้ความสำคัญกับ การพัฒนา วิชาชีพตามระบบขั้นตอน ให้โอกาสในการฝึกอบรมให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

๕.๑๐ การให้รางวัลความชอบ (Performance-Reward) คือการให้รางวัลตาม ความสามารถของ ผู้ปฏิบัติงาน โดยมีบรรทัดฐานในการพิจารณาความดีความชอบ

๕.๑๑ การตัดสินใจ (Decision Making) คือการตัดสินใจและแก้ไขความขัดแย้ง

๕.๑๒ การวางแผน (Planning) ระดับการให้ความสำคัญกับการวางแผนระยะสั้นและ ระยะยาว การวางแผนเชิงรับ (Reactive) การวางแผนแบบริเริ่มเชิงรุก (Proactive) และการมีส่วนร่วม ในการ วางแผนจากสมาชิกองค์กร

๕.๑๓ การปฏิบัติทางการบริหาร (Management Practice) ความยุติธรรมและ สอดคล้องของนโยบายกับการปฏิบัติในการบริหาร การติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน การสร้าง สภาพแวดล้อมที่สะดวกสบาย ในการทำงาน การช่วยเหลือผู้ใต้บังคับบัญชา

๕.๑๔ การปฏิบัติงานตามสบาย (Easygoingness) เน้นสภาพของความสงบอดทน ใจ เย็นและ ความขัดแย้งต่ำ

๕.๑๕ การรักษาความอยู่รอด (Fortress) ให้ความสำคัญของการแข่งขันเพื่อความอยู่รอด ให้โอกาสปฏิบัติงานแก่สมาชิกแต่ไม่ประกันความมั่นคงในงาน

๕.๑๖ วัฒนธรรมสโมสร (Club) ให้ความสำคัญกับความจงรักภักดีละการทำงานเพื่อ ประโยชน์ ของกลุ่ม ยึดความอาวุโส ไม่มีโอกาสก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

๕.๑๗ การยึดความสามารถเฉพาะตัว (Baseball Team) ให้ความสำคัญกับความสามารถ เฉพาะตัวสูงให้รางวัลตอบแทนเป็นตัวแทนสูงจากผลงาน ความผูกพันในงานไม่สำคัญเท่ากับผลงาน

๕.๑๘ การให้ความอิสระแก่บุคคล (Individual Autonomy) คือระดับของความ รับผิดชอบอิสระ และโอกาสที่บุคคลในองค์กรได้รับการริเริ่มเพื่อดำเนินการต่าง ๆ

๕.๑๙ การยอมรับความขัดแย้ง (Conflict Tolerance) คือระดับที่มีความขัดแย้งแฝงอยู่ในความสัมพันธ์ระหว่างหมู่เพื่อนฝูงและกลุ่มทำงาน แต่ยังคงมีความเต็มใจข้อสัตย์ต่อกัน

๕.๒๐ การชี้แนะ (Direction) คือระดับองค์กรที่กำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน และความคาดหวัง ในผลการทำงาน

๕.๒๑ การแสดงตัว (Identify) คือระดับที่สมาชิกในองค์กรแสดงตัวว่าเป็นส่วนหนึ่งในองค์กร

๖. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow Hierarchy of needs.๑๙๗๐) ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) นี้เป็นทฤษฎีดั้งเดิม เกี่ยวกับการจูงใจที่อับราฮัม เอช มาสโลว์ (Abraham H. Maslow) ได้เสนอไว้จากกล่าวได้สาระสำคัญของ ทฤษฎีก็คือเน้นย้ำในเรื่องความต้องการของมนุษย์มนุษย์ทุกคนนั้น มีความต้องการอยู่ตลอดเวลาอย่างไม่มีที่สิ้นสุด และเป็นความต้องการที่เป็นกลุ่มเป็นชุดที่มีการจัดลำดับไว้เป็นขั้นความต้องการระดับ ขั้นที่ต่ำที่สุดคือ ความต้องการพื้นฐานทางกายภาพและชีวภาพ (Basic Physiological and Biological Needs) และระดับสูงสุดก็คือความต้องการที่จะประสบความสำเร็จหรือความต้องการ ประจักษ์ตน (Self-Fulfillment หรือ Self-Actualization Needs) ความต้องการต่าง ๆ จัดตามลำดับ ขั้นต่ำไปสู่ขั้นสูง

๖.๑ ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูงสุด (Self-Actualization Needs)

๖.๒ ความต้องการที่จะได้รับความยกย่องและเป็นที่ยอมรับ (Esteem, Recognition Needs)

๖.๓ ความต้องการในทางสังคม ความรักใคร่และความเป็นเจ้าของ (Social, Affiliative and Belonging Needs)

๖.๔ ความต้องการในความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety, Security Needs)

๖.๕ ความต้องการพื้นฐานทางกายภาพและชีวภาพ (Basic Physiological and Biological Needs)

มาสโลว์มีความเห็นว่าบุคคลที่พยายามที่จะตอบสนองความต้องการพื้นฐานให้มาก ก่อนที่จะเกิดพฤติกรรมมุ่งไปตอบสนองความต้องการขั้นเหนือขึ้นไปจนถึงขั้นความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูงสุดความต้องการขั้นตอน ต้องได้รับการตอบสนองก่อนที่ความต้องการขั้นสูงจะเข้ามา มีบทบาทต่อความรู้สึกลึกซึ้งของบุคคลนั้น ๆ ดังนั้น จุดสำคัญในความคิดของมาสโลว์คือ ความต้องการใดที่ได้รับการตอบสนองอันทำให้เกิดความพึงพอใจแล้วความต้องการนั้นก็จะไม่เป็นแรง

กระตุ้นอีกต่อไป แต่ความต้องการในระดับสูงกว่าจะกลายเป็นแรงขับเคลื่อนหรือจูงใจแทน อันจะเป็นเหตุทำให้บุคคลต้องสร้างพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนนั้นต่อไป ในส่วนของค่านิยมหรือวัฒนธรรมองค์กร สามารถศึกษาได้ ๔ ปัจจัย คือ

๑. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) ตามความหมายในด้านวัฒนธรรมองค์กรขององค์กร จะหมายถึงการตระหนักว่าพนักงาน คือ ทรัพย์สินที่มีค่าสุดขององค์กรการทำงาน ร่วมกันเพื่อสิ่งที่ถูกต้องแก่ลูกค้า เพื่อนร่วมงาน และพันธมิตรทางธุรกิจยินดีในความสำเร็จ ของเพื่อนร่วมงานและให้ความสำคัญกับการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ยาวนานกับคู่ค้า

๒. ด้านความน่าเชื่อถือ (Credible) ตามความหมายในด้านวัฒนธรรมองค์กรจะหมายถึง การ เคารพซึ่งกันและกัน การร่วมกันทำงานเพื่อความสำเร็จ การมีจรรยาบรรณ การรักษาผลประโยชน์ของบริษัท และรับผิดชอบต่อการกระทำ

๓. ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Constructive) ตามความหมายในด้านวัฒนธรรมองค์กรขององค์กรจะหมายถึงการแสวงหาแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อนำ เสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพแก่ ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในทีมงานเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการทำงาน ร่วมกัน

๔. ด้านความกล้าตัดสินใจ (Courageous) ตามความหมายในด้านวัฒนธรรมองค์กร จะหมายถึง ความปรารถนาที่จะเป็นผู้นำในตลาด การตัดสินใจและลงมือทำจากการเรียนรู้และ ประสบการณ์ตระหนักกว่าเมื่อมีโอกาส เมื่อนั้นมีความรับผิดชอบ โดยความรับผิดชอบต้อง มาพร้อมกับความรู้สึกรับผิดชอบเป็นเจ้าของในงานนั้น

๒.๑.๓ องค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้

องค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ (Knowledge process)^{๑๓} มี ๓ องค์ประกอบ คือ

๑. คนถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์

๒. เทคโนโลยี เป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้อย่างง่าย และรวดเร็วขึ้น

๑๓ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, องค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้,

(กรุงเทพ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๗), หน้า ๖๓.

๓. กระบวนการความรู้ นั้น เป็นการบริหารจัดการ เพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้ เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุง และนวัตกรรม องค์ประกอบทั้ง ๓ ส่วนนี้ จะต้องเชื่อมโยงและบูรณาการอย่างสมดุล การจัดการความรู้ ของกรมการปกครอง จากพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ กำหนดให้ส่วนราชการมีหน้าที่พัฒนาความรู้ในส่วนราชการ เพื่อให้มีลักษณะเป็น องค์การแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ โดยต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสามารถประมวลผลความรู้ใน ด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและเหมาะสมต่อ สถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริมและพัฒนาความรู้ความสามารถ สร้างวิสัยทัศน์ และปรับเปลี่ยน ทักษะของข้าราชการในสังกัดให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและมีการเรียนรู้ร่วมกัน ขอบเขต KM ที่ได้มีการพิจารณาแล้วเห็นว่ามีมีความสำคัญเร่งด่วนในขณะนี้ คือ การจัดการองค์ความรู้เพื่อ แก้ไขปัญหาความยากจนเชิงบูรณาการ และได้กำหนดเป้าหมาย (Desired state) ของ KM ที่จะ ดำเนินการในปี พ.ศ. ๒๕๔๙ คือ มุ่งเน้นให้อำเภอ/กิ่งอำเภอ เป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ เพื่อแก้ไข ปัญหาความยากจนเชิงบูรณาการในพื้นที่ที่เป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยมีหน่วยที่ วัดผลได้เป็นรูปธรรม คือ อำเภอ/ กิ่งอำเภอ มีข้อมูลผลสำเร็จ การแก้ไขปัญหาความยากจนเชิง บูรณาการในศูนย์ปฏิบัติการ ฯ ไม่น้อยกว่าศูนย์ละ ๑ เรื่อง และเพื่อให้เป้าหมายบรรลุผล ได้จัดให้ มีกิจกรรมกระบวนการจัดการความรู้ (KM process) และกิจกรรมกระบวนการเปลี่ยนแปลง (Change management process) ควบคู่กันไป โดยมีความคาดหวังว่าแผนการจัดการความรู้ นี้ จะเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญสู่การปฏิบัติราชการในขอบเขต KM และเป้าหมาย KM ในเรื่องอื่น ๆ และนำไปสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืนต่อไป^{๑๔}

๒.๑.๔ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์การ แนวคิดและทฤษฎีในการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การผู้วิจัยเลือกใช้ทฤษฎีของ Robbins ในการวิจัยครั้งนี้เพราะมีเนื้อความสอดคล้องและครอบคลุมกับบริษัทที่ใช้ในการศึกษามากที่สุด ซึ่ง Robbins ได้กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์การเป็นสิ่งที่สมาชิกในองค์กร ยึดถือ ซึ่งจะแสดงให้เห็นได้จากคุณลักษณะสำคัญ ๑๐ ประการ

๑. การริเริ่มส่วนบุคคล (Individual Initiative) ได้แก่ระดับของความรับผิดชอบ อิสระภาพทางความคิดของแต่ละคนและมีโอกาสในการแสดงความคิดสร้างสรรค์

๑๔ ศรีปราง สารค์ทรัพย์, การจัดการเรียนรู้, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์อักษร, ๒๕๔๘), หน้า ๙.

๒. ความอดทนต่อความเสี่ยง (Risk Tolerance) ได้แก่ ระดับที่พนักงานสามารถ อดทน ต่อความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงได้กล้ายอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น รวมถึงการแสวงหา โอกาสและทดลองสิ่งใหม่ๆ พนักงานรู้สึกว่าการกระทำในสิ่งที่ท้าทายอย่างเหมาะสม

๓. การกำหนดทิศทาง (Direction) ได้แก่ระดับที่องค์กรกำหนดวัตถุประสงค์และ ความคาดหวังในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน

๔. การร่วมมือ (Integration) ได้แก่ ระดับที่หน่วยงานต่างๆ ในองค์กรได้รับการกระตุ้น ให้เกิดพฤติกรรมประสานงานและร่วมมือกัน

๕. การสนับสนุนการจัดการ (Management Support) ได้แก่ระดับที่ผู้จัดการได้เตรียม หรือทำการติดต่อสื่อสารอย่างชัดเจน มีการให้การสนับสนุน และช่วยเหลือผู้ใต้บังคับบัญชา

๖. การควบคุม (Control) ได้แก่จำนวนกฎระเบียบ ปริมาณการควบคุมบังคับบัญชาโดย ตรงที่ใช้ในการดูแล และควบคุมพฤติกรรมของพนักงาน

๗. เอกลักษณ์ (Identity) ได้แก่ ระดับของสิ่งที่สมาชิกสร้างเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรใน แบบส่วนรวมมากกว่าแบบของกลุ่ม หรือความชำนาญด้านวิชาชีพ

๘. ระบบการให้รางวัล (Reward system) ได้แก่ ระดับของการกำหนดแนวทางการให้ รางวัล เช่น การขึ้นเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่งโดยจะอาศัยเกณฑ์ต่าง ๆ จากการปฏิบัติงานหรือ ความอาวุโส เป็นต้น

๙. ความอดทนต่อความขัดแย้ง (Conflict Tolerance) ได้แก่ ระดับของการที่พนักงาน ได้รับจากการกระตุ้นจากสิ่งที่ปรากฏของความขัดแย้ง และการวิพากษ์วิจารณ์โดยตรง โดย ผู้ปฏิบัติงานมั่นใจว่าสามารถทนต่อความขัดแย้งหรือความแตกต่างกันได้

๑๐. แบบของการสื่อสาร (Communication Patterns) ได้แก่ระดับของการสื่อสาร ในองค์กรที่ถูกจำกัด โดยระดับของคำสั่งตามสายงานอย่างเป็นทางการ รวมถึงประเภทของระบบ การ ติดต่อสื่อสาร

๒.๑.๕. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา วัฒนธรรมองค์การ ความหมายของ วัฒนธรรมองค์การวัฒนธรรมองค์การเป็นปรัชญาและความเชื่อร่วมกันขององค์กรที่สะท้อนค่านิยม และเจตคติร่วมกันขององค์กรที่มีความมั่นคงจะมีปรัชญาและความเชื่อเป็นขององค์กรที่สะท้อนค่านิยม หรือ การยอมรับสิ่งที่มีค่าและเจตคติสิ่งที่น่าพอใจร่วมกัน ปรัชญาคือ หลักการและแนวความคิดที่อยู่ เบื้องหลังการปฏิบัติต่าง ๆ จะเห็นได้ว่ามีผู้ให้ความหมายของวัฒนธรรมองค์การแตกต่างกัน

Robbins ได้กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์การ หมายถึง ระบบความหมายร่วมกัน ที่เกิดจากสมาชิกในองค์การทำให้สามารถแยกความแตกต่างของแต่ละองค์การได้

พิภพ วัชเงิน ^{๑๕} ได้กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์การ (Organization Culture) หมายถึง มรรคผล ที่เกิดจากแนวความคิดทัศนคติค่านิยม ความเชื่อ ปทัสถาน และการกระทำ จนเป็นที่ยอมรับของบุคคลในองค์การวัฒนธรรมองค์การเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์ในองค์การร่วมกันสร้างขึ้น และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมองค์การทั้งทางด้านกายภาพและทางด้านจิตวิทยาสังคม องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์การจะส่งผลในลักษณะร่วมกัน เพราะได้หล่อหลอม (Integrate) ผสมผสานเข้าด้วยกันจนกลายเป็นบุคลิกภาพขององค์การ (Organization of personality) เช่นเดียวกับบุคลิกภาพของบุคคลอันประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างของบุคคลผู้นั้นผสมผสานเข้าด้วยกันจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบุคคล

รังสรรค์ ประเสริฐศรี ^{๑๖} ได้กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์การ หมายถึง ระบบของการให้ความหมายร่วมกัน แบ่งลักษณะที่มีคุณค่าขององค์การอย่างใกล้ชิดและเป็นชุดขอความคิดเห็นหรือการกระทำ ของกลุ่มบุคคลในองค์การหนึ่งที่แตกต่างจากกลุ่มองค์การหนึ่งระบบของการให้ความหมายร่วมกัน ในการตรวจสอบกัน

ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ ^{๑๗} ได้กล่าวว่า วัฒนธรรมองค์การ หมายถึง ระบบความเข้าใจร่วมกัน (System of shared meaning) เป็นที่ยอมรับระหว่าง สมาชิกในองค์การซึ่งส่งผลให้ สามารถแยกแยะองค์การหนึ่งออกจากอีกองค์การหนึ่ง

วิรัช สงวนวงศ์วาน ^{๑๘} ได้กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) หมายถึง ค่านิยมและความเชื่อที่มีร่วมกันอย่างเป็นระบบที่เกิดขึ้นในองค์การ และใช้แนวทางในการ

๑๕ พิภพ วัชเงิน , พฤติกรรมองค์การ , (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ รวมสาส์น , ๒๕๔๗) , หน้า ๑๓๓.

๑๖ รังสรรค์ ประเสริฐศรี , พฤติกรรมองค์การ, (กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ , ๒๕๔๘) , หน้า ๑๗๙.

๑๗ ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ , พฤติกรรมองค์การ, (กรุงเทพมหานคร : ธนัชการพิมพ์ , ๒๕๕๐) , หน้า ๓๐๔.

๑๘ วิรัช สงวนวงศ์วาน , พฤติกรรมองค์การ, (กรุงเทพมหานคร : ธนัชการพิมพ์ , ๒๕๕๐.)

กำหนดพฤติกรรมของคนในองค์กรนั้นวัฒนธรรมองค์การจึงเป็นเสมือน “บุคลิกภาพ” (Personality) หรือ “จิตวิญญาณ” (Spirit) ขององค์การ

สิมาพร แจ่มบุญศรี^{๑๙} ได้กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์การ หมายถึงระบบของทุกๆ อย่างภายในองค์กรทางสังคมของกลุ่มคน ระเบียบแผน ความเชื่อ ค่านิยม ที่ส่งผลต่อการประพฤติ ปฏิบัติของสมาชิกในองค์กรอันจะทำให้แต่ละองค์การมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

อุษณีย์ พองคำ^{๒๐} ได้กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์การ หมายถึง สิ่งที่สร้างขึ้นในองค์กร ซึ่งมีทั้งสิ่งที่แสดงออกอย่างชัดเจนสามารถจับต้องได้และสิ่งที่ซ่อนอยู่ภายในวัฒนธรรมเป็นระบบ คุณค่าและความเชื่อร่วมกันขององค์การ ซึ่งจะกำหนดพฤติกรรมการเป็นสมาชิกในองค์กร ทั้งใน เรื่องการปรับตัวขององค์การต่อสภาพแวดล้อมและกระบวนการในการทำงานขององค์การ

ทองฟู ศิริวงศ์^{๒๑} ได้กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์การ หมายถึง ระบบแบ่งปันการกระทำ ค่านิยมและความเชื่อความเข้าใจซึ่งพัฒนาขึ้นในองค์กรและชี้นำ พฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร พื้นฐานของกลุ่มบุคคลที่รวมกัน เกี่ยวกับค่านิยมภายในองค์กรความเชื่อบรรทัดฐาน สัญลักษณ์ ภาษา พิธีการทางศาสนาและตำนานรวมถึงวิธีการปฏิบัติของสมาชิกในองค์กรนั้น ๆ องค์การสององค์การย่อมมีวัฒนธรรมองค์การที่แตกต่างกัน

นริศย์ จำปา^{๒๒} ได้กล่าวว่าวัฒนธรรมองค์การ หมายถึงค่านิยม ความเชื่อความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของคนในองค์กรที่เป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงานเป็นแบบแผนในการทำงานความรับผิดชอบร่วมกันจากความหมายของวัฒนธรรมองค์การที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยพอสรุปได้ว่าวัฒนธรรมองค์การหมายถึง ค่านิยม ความเชื่อ ที่ฝังามของบุคคลในองค์กรที่ได้เรียนรู้และปฏิบัติตามจนเกิดเป็น พฤติกรรมขององค์การส่งผลให้องค์การแต่ละองค์การมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ตามความเชื่อ

๑๙ สิมาพร แจ่มบุญศรี , “ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การกับ ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชน” ,วิทยานิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต , วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม , ๒๕๕๒.

๒๐ อุษณีย์ พองคำ , รูปแบบองค์การวัฒนธรรม , (กรุงเทพมหานคร : ธนัชการพิมพ์ , ๒๕๕๔)

๒๑ ทองฟู ศิริวงศ์ , พฤติกรรมองค์การ , (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการจัดการ , ๒๕๕๕) , หน้า ๖๒๖.

๒๒ นริศย์ จำปา , “วัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง” , วิทยานิพนธ์การศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต , (ระนอง : สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา , ๒๕๔๖.)

การ ปฏิบัติแบบแผนของแต่ละองค์การซึ่งยึดถือปฏิบัติตามกัน ซึ่งส่งผลให้สามารถแยกแยะความแตกต่างของแต่ละองค์การได้

๒.๑.๖. ทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การ จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการวิจัย พบว่าแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี วัฒนธรรมองค์การมีหลายแนวคิดแตกต่างกันออกไปดังนั้น Handy ได้กล่าวถึง รูปแบบวัฒนธรรมตามวิถีชีวิตและพฤติกรรมซึ่งสอดคล้องกับ คุณลักษณะต่าง ๆ ของเทพเจ้ากรีกโบราณ แบ่งเป็น ๔ รูปแบบ ได้แก่

๑. วัฒนธรรมที่เน้นบทบาท (Apollo or Role Culture) คือวัฒนธรรมมุ่งเน้นตำแหน่ง บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ โครงสร้างองค์การจะกำหนดไว้อย่างชัดเจน และมีกฎระเบียบ ข้อบังคับในการทำงาน ซึ่งเป็นวัฒนธรรมโดยทั่วไปขององค์การขนาดใหญ่

๒. วัฒนธรรมที่เน้นงาน (Athena or Task Oriented Culture) คือวัฒนธรรมที่เน้นการทำงาน เป็นทีม สนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานได้พัฒนาและได้ใช้ความรู้ ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่เพื่อผลงานและการพัฒนาที่มีการเริ่มใหม่อยู่เสมอ

๓. วัฒนธรรมที่เน้นอัตถิภาวนิยม (Dionysus or Existential) คือผู้ปฏิบัติงานในองค์การ กำหนดกฎเกณฑ์ของตนเองและมีความเป็นอิสระสูง มีความรู้ความสามารถที่หลากหลาย มีผลต่อประสิทธิภาพและชื่อเสียงขององค์การ

๔. วัฒนธรรมแบบเป็นผู้นำ (Zeus or Leader Culture) คือรูปแบบวัฒนธรรมที่ผู้นำมีกลุ่ม ผู้บริหารเป็นที่ปรึกษา เป็นผู้สนองรับหรือนำการตัดสินใจ นโยบาย แนวทางและแผนงานไปปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย

สมยศ นาวิการ^{๒๓} ได้กล่าวถึงแบบวัฒนธรรมตามพื้นฐานของค่านิยม ซึ่งการแบ่ง รูปแบบ วัฒนธรรมองค์การประเภทนี้เป็นการแบ่งค่านิยมขององค์การที่อยู่บนพื้นฐานของ จุดมุ่งหมายและแหล่งที่มา ซึ่งให้เห็นถึงวัฒนธรรมองค์การ สามารถแบ่งออกเป็น ๔ ประเภท ได้แก่

๑. วัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งที่มา ของค่านิยมร่วมอยู่ที่ผู้นำที่มีบาร์มีหรือผู้ก่อตั้งองค์การและเป็นค่านิยมมุ่งสู่หน้าที่คือ การสร้าง คุณค่าแก่ผู้ใช้บริการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ซึ่งวัฒนธรรมที่มุ่งผู้ประกอบการอาจไม่มั่นคงและเสี่ยงภัยเพราะเป็นวัฒนธรรมที่ขึ้นอยู่กับผู้ก่อตั้งเพียงคนเดียว

^{๒๓} สมยศ นาวิการ , การบริหารและพฤติกรรมองค์การ เรื่องการจูงใจจากแนวความคิดไปสู่การประยุกต์ใช้ , (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บรรณกิจ , ๒๕๔๐.)

๒. วัฒนธรรมที่มุ่งกลยุทธ์ (Strategic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มีแหล่งที่มาของค่านิยมร่วมที่มุ่งหน้าทีและได้กลายเป็นชนับธรรมเนียมและเปลี่ยนแปลงไปสู่ประเพณีขององค์การ เป็นค่านิยม ที่มั่นคงและมุ่งภายนอกระยะยาว

๓. วัฒนธรรมที่มุ่งตนเอง (Chauvinistic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงการมุ่งมั่นภายใน ความจงรักภักดีต่อการเป็นผู้นำองค์การ และให้ความสำคัญกับความเป็นเลิศของสถาบันวัฒนธรรมองค์การรูปแบบนี้อาจแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะทางพีชศาสตร์หลายอย่าง ความจงรักภักดีและความผูกพันต่อค่านิยมของผู้นำบารมีอย่างเข้มแข็งและการมุ่งภายใน มุ่งพวกเรา และมุ่งพวกเรา จะกระตุ้นความพยายามให้มุ่งที่การรักษาความเป็นเลิศของสถาบัน เอาไว้โดยไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่าย

๔. วัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรร (Exclusive Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มุ่งการเลือกสรรในฐานะที่คล้ายคลึงกับ สโมสรที่เลือกสรรสมาชิก ซึ่งภายในสถานการณ์บางอย่างการเลือกสรรจะเพิ่ม คุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์การ ซึ่งองค์การจะทุ่มเทอย่างหนักเพื่อสามารถสร้างภาพพจน์ขององค์การความเหนือกว่า และการเลือกสรรขึ้นมา

ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ^{๒๔} ได้กล่าวถึงองค์ประกอบ ๗ คุณลักษณะเบื้องต้นที่เป็นแก่นของวัฒนธรรมองค์การมีรายละเอียด คือ

๑. ความคิดสร้างสรรค์และความเสี่ยง (Innovation and risk taking) เป็นระดับของพนักงาน ที่ได้รับการกระตุ้นให้สร้างความคิดสร้างสรรค์และเผชิญความเสี่ยงในการทำงาน

๒. ความสนใจต่อรายละเอียด (attention to detail) เป็นระดับของพนักงานที่ได้รับการคาดหวังว่า จะถูกห้ามปฏิบัติและให้ความสนใจต่อรายละเอียด

๓. การมุ่งที่ผลลัพธ์ (Outcome orientation) เป็นระดับซึ่งฝ่ายบริหารมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์มากกว่า เทคนิคและกระบวนการที่ใช้เพื่อทำ ให้เกิดผลสำเร็จ

๔. การมุ่งที่บุคคล (People orientation) เป็นระดับ ซึ่งฝ่ายบริหารทำ การตัดสินใจเพื่อนำ ไปสู่ การพิจารณาผลลัพธ์ของบุคคลภายในองค์การ

๕. การมุ่งที่ทีม (Team orientation) เป็นระดับ ของงานกิจกรรม โดยมีการจัดองค์การใน ลักษณะการทำงานร่วมกัน เป็นทีมมากกว่า การทำ งานส่วนตัว

^{๒๔} ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ , พฤติกรรมองค์การ , (กรุงเทพมหานคร : ธนัชการพิมพ์ , ๒๕๕๐) ,
หน้า ๓๐๔-๓๐๕.

๖. การกระทำเชิงรุก (Aggressiveness) เป็นระดับซึ่งบุคคลมีการทำงานในลักษณะเชิงรุก และมีการแข่งขันมากกว่าทำไปเรื่อย ๆ

๗. ความคงที่ (Stability) เป็นระดับซึ่งกิจกรรมองค์การเน้นเกี่ยวกับการบำรุงรักษา สถานภาพซึ่งตรงข้ามกับการต้องเจริญเติบโต

ประเภทของวัฒนธรรมองค์การ (Type of corporate cultures)

ในการพิจารณาว่า ค่านิยมใดมีความสำคัญและเหมาะสมกับองค์การหรือไม่นั้น ผู้นำ จำเป็นต้องวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายนอก องค์การวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ของบริษัท ด้วยเหตุนี้ วัฒนธรรมของแต่ละองค์การจึงผิดแผกแตกต่างกัน ผู้นำที่สามารถในการจัดความสัมพันธ์ระหว่าง ค่านิยมที่เป็นวัฒนธรรม กลยุทธ์ขององค์การและบริบทแวดล้อมภายนอกได้ดีย่อมเกื้อหนุนต่อผล ของ การประกอบการขององค์การสูงขึ้น โดยสามารถแบ่งวัฒนธรรมองค์การได้ ๔ แบบ ดังนี้

๑. วัฒนธรรมแบบปรับตัว (Adaptability culture) วัฒนธรรมแบบปรับตัวเกิดขึ้นจาก การที่ผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic leader) มุ่งสร้างค่านิยมใหม่ขององค์การที่เอื้อต่อการเพิ่มขีด ความสามารถในการตีความหรือคาดการณ์ภาวะแวดล้อมภายนอกเพื่อให้เกิดพฤติกรรมในองค์การ ที่สามารถตอบสนองได้ตลอดเวลา พนักงานขององค์การจึงได้รับความอิสระในการตัดสินใจเอง โดยยึดค่านิยมในการสนองตอบต่อลูกค้าเป็นสำคัญผู้นำมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความ เปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับองค์การด้วยการกระตุ้นพนักงานให้กล้าเสี่ยงกล้าทดลองคิดทำในสิ่งใหม่และ เน้นการให้รางวัลผลตอบแทนแก่ผู้ที่ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นพิเศษ หลายบริษัทได้เปลี่ยนนโยบายใหม่ มาเน้นเรื่องการมอบหมายอำนาจในการตัดสินใจแก่พนักงาน (Employee empowerment) เน้นกลยุทธ์ความยืดหยุ่นและความสามารถ ตอบสนองได้รวดเร็วเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับยุคแห่ง การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

๒. วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (Achievement culture) คือการมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนของ เป้าหมายองค์การ ผู้นำมุ่งเห็นผลสำเร็จตามเป้าหมายเช่น ตัวเลขยอดขายเพิ่มขึ้นผลประกอบการมี กำไร หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งของตลาด (Market share) สูงขึ้นเป็นต้นองค์การมุ่งให้บริการลูกค้า พิเศษเฉพาะกลุ่มใน ภาวะแวดล้อมภายนอกแต่ไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องมีความยืดหยุ่นและ ต้อง เปลี่ยนแปลงรวดเร็วแต่อย่างใด องค์การที่ยึดวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ จึงเน้นค่านิยมแบบ แข่งขันเชิงรุก ความสามารถริเริ่มของบุคคล และพึงพอใจต่อการทำงานหนักในระยะยาวจนกว่าจะ บรรลุผลตามเป้าหมายค่านิยมที่มุ่งการเอาชนะจึงเป็นเสมือนกาวเชื่อมทุกคนในองค์การเข้าด้วยกัน

หลายบริษัทที่มีวัฒนธรรมมุ่งผลสำเร็จจะให้ความสำคัญการแข่งขันการเอาชนะ พนักงานที่มีผลงานดีจะได้ผลตอบแทนสูงในขณะที่ผู้ที่มีผลงานต่ำกว่าเป้าก็可能会被ไล่ออกจากงาน

๓. วัฒนธรรมแบบเครือญาติ (Clan culture) วัฒนธรรมแบบเครือญาติให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของพนักงานภายในองค์กรเพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองให้พร้อมที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เน้นความต้องการของพนักงานมากกว่าวัฒนธรรมแบบอื่น ดังนั้น องค์กรจึงมีบรรยากาศของมวลมิตรที่ร่วมกันทำงานคล้ายอยู่ในครอบครัวเดียวกัน ผู้นำมุ่งเน้น เรื่องความร่วมมือ การให้ความเอาใจใส่เอื้ออาทร ทั้งพนักงานและลูกค้า โดยพยายามหลีกเลี่ยงมิให้เกิด ความรู้สึกแตกต่างกัน ทางสถานะภาพ ผู้นำจะยึดมั่นในการให้ความสำคัญและ การปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาอย่างเคร่งครัด

๔. วัฒนธรรมแบบราชการ (Bureaucratic culture) เป็นวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญต่อภาวะแวดล้อมภายใน ความคงเส้นคงวาในการดำเนินการเพื่อให้เกิดความมั่นคงวัฒนธรรมแบบราชการ จะมุ่งเน้นด้านวิธีการความเป็นเหตุผลการมีระเบียบของการทำงานมุ่งเน้น เรื่องให้ยึดและปฏิบัติ ตามกฎระเบียบ ยึดหลักการประหยัด ความสำเร็จขององค์กรเกิด จากความสามารถในการบูรณาการและ ความมีประสิทธิภาพ

สรุปองค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ (Knowledge process)

๑. คน (People) : เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดเนื่องจากเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญขององค์กรรวมทั้งเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์

๒. เครื่องมือและเทคโนโลยี (Tool and technology): เป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นคว้า จัดเก็บแลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้ได้อย่างง่ายและรวดเร็ว

๓. กระบวนการความรู้ (Knowledge process) เป็นการบริหารจัดการเพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานและเกิดนวัตกรรม

๒.๑.๗ แนวคิดการจัดการความรู้

แนวคิดการจัดการความรู้ (Knowledge management) ได้เริ่มต้นและเป็นที่นิยมอย่างสูง ในช่วงปี ค.ศ. ๑๙๙๕-๑๙๙๖ หลังจากที่ Kujiro Nonaka และ Hirotaka Takeuchi ตีพิมพ์หนังสือที่ชื่อว่า “The knowledge creating company” ออกมาเผยแพร่ ซึ่งทั้งสองท่านได้เสนอแนวคิดที่เน้นเรื่องการสร้างและกระจายความรู้ในองค์กร ระหว่างความรู้ที่มีอยู่ในตัวคน/ ความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) กับความรู้ที่อยู่ในรูปแบบสื่อ/ เอกสาร/ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit

knowledge) โดยใช้โมเดล SECEI-knowledge conversion ในการอธิบาย ทำให้หนังสือดังกล่าว มีอิทธิพลอย่างสูงต่อการธุรกิจตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๙๗ เป็นต้นมาผู้นำทางธุรกิจมากมายต่างตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ อีกทั้งมีการตีพิมพ์หนังสือที่เกี่ยวกับแนวคิดนี้ออกเป็นจำนวนมาก และได้รับความนิยมต่อมา ได้แก่ Intellectual capital ของ Tom Stewart, The new organization wealth” ของ Karl Erik Sveiby และ “The ken awakening” ของ Debra Amotion ^{๒๕}

สำหรับประเทศไทย โดยเฉพาะองค์กรภาครัฐ ได้เริ่มนำการจัดการความรู้มาเป็น เครื่องมือทางการบริหาร เมื่อมีการประกาศใช้ พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ ซึ่งเนื้อหาของพระราชกฤษฎีกาฉบับนี้ ได้วางหลักเกณฑ์ เกี่ยวกับการบริหารความรู้ของส่วนราชการใน มาตรา ๑๑ โดยมีข้อความว่า “ส่วนราชการมีหน้าที่พัฒนาความรู้ในส่วนราชการ เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กร แห่งการเรียนรู้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและข้อมูลข่าวสารและสามารถประมวล ความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและเหมาะสม กับสถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริมและพัฒนาความรู้ความสามารถสร้างวิสัยทัศน์และปรับเปลี่ยน ทักษะคติของข้าราชการในสังกัดให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและมีการเรียนรู้ร่วมกัน

ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติราชการของส่วนราชการให้สอดคล้องกับการบริหารราชการให้ เกิดผลสัมฤทธิ์ตามพระราชกฤษฎีกานี้ และคู่มือการดำเนินการตามพระราชกฤษฎีกาดังกล่าวของสำนักงาน ก.พ.ร. ในหมวด ที่ ๓ แนวทางการพัฒนาส่วนราชการให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยกำหนดแผนปฏิบัติ ดังนี้

๑. สร้างระบบให้สามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง
๒. ประมวลผลความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

๓. ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ ความสามารถ สร้างวิสัยทัศน์และปรับเปลี่ยนทัศนคติ

ของข้าราชการ เพื่อให้เป็นผู้มีความรู้ในวิชาการสมัยใหม่ และปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดประสิทธิภาพและมีคุณธรรม

๔. สร้างความมีส่วนร่วม ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อพัฒนาในงาน ให้

เกิดประสิทธิภาพ ดังนั้น ในปัจจุบันทุกส่วนราชการ จึงได้นำแนวคิดการจัดการความรู้เป็นส่วนหนึ่ง ในการพัฒนาองค์การ และกำหนดไว้ในคำรับรองการปฏิบัติราชการของส่วนราชการที่เสนอทาง สำนักงาน ก.พ.ร. ทั้งนี้ เพื่อให้การพัฒนาองค์การเกิดผลสัมฤทธิ์และมีประสิทธิภาพสูงสุด

๒.๑.๘ กระบวนการจัดการความรู้

๑. การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge identification) เป็นการค้นหาความรู้ คือจะต้อง “รู้ เรา” ต้องรู้ว่าองค์กรมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายอะไรบ้าง และเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เราจำเป็นต้อง มีความรู้อะไร อาจจะใช้แผนที่ความรู้เพื่อหาขอบเขตความรู้ในองค์กร และทำให้เป็น ภาพรวมของ คลังความรู้ในองค์กร

๒. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge creation and acquisition) เป็นการ กำหนดเนื้อหาของความรู้ที่ต้องการและแสวงหาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ สิ่งสำคัญ คือ ต้องสร้าง บรรยากาศและวัฒนธรรมที่กระตุ้นให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดการสร้าง ความรู้ใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา

๓. การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge organization) คือ การจัดทำ สารบัญ และ เก็บรวบรวมความรู้เพื่อให้ง่ายและสะดวกในการใช้งาน การแบ่งประเภทความรู้ จะขึ้นอยู่กับการใช้ ความรู้นั้น ๆ

๔. การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge codification and refinement) เป็นการสร้างความรู้ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่าย ซึ่งอาจทำ ได้หลายวิธี ได้แก่

๔.๑ จัดทำมาตรฐานให้เป็นรูปแบบเดียวกันทั่วทั้งองค์กรเพื่อลดเวลาเพิ่ม ความ สะดวกรวดเร็วในการค้นหาข้อมูล

๔.๒ ใช้ “ภาษา” เดียวกันทั่วทั้งองค์กร เช่น จัดทำความหมายของคำต่าง ๆ ที่ แต่ละ หน่วยงานใช้ในการปฏิบัติงาน

๔.๓ เรียบเรียงและปรับปรุงเนื้อหาให้มีคุณภาพอยู่เสมอ เช่น เนื้อหาครบถ้วนตรง ตามความต้องการของผู้ใช้

๕. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge access) องค์กรต้องมีวิธีการจัดเก็บและกระจาย ความรู้ทั้งประเภท Tacit knowledge และ Explicit knowledge

๕.๑ ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้ง จึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม

๕.๒ ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอด ได้โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่า เป็นความรู้แบบรูปธรรม การกระจายความรู้ในองค์กร มี ๒ แบบคือ Push (การป้อนความรู้) และ Pull (ให้โอกาส เลือกใช้ความรู้) Push (การป้อนความรู้) คือการส่งความรู้ให้ผู้รับโดยไม่มีการร้องขอ หรือการกระจาย ความรู้แบบ Supply-based เช่น จดหมายเวียน การฝึกอบรม เป็นต้น Pull (ให้โอกาสเลือกใช้ความรู้) ผู้รับสามารถเลือกรับหรือใช้แต่ข้อมูลที่ต้องการเพื่อลด ปัญหาการรับข้อมูลที่มากเกินไปจนความจำเป็น การกระจายความรู้แบบ Demand-based เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ Web board เป็นต้น

๖. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge sharing) การแลกเปลี่ยน ความรู้ ประเภท Explicit knowledge ทำได้โดยการจัดทำเอกสาร ทำฐานข้อมูลความรู้ โดยนำเทคโนโลยี สารสนเทศมาช่วยให้เข้าถึงความรู้ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น สำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้ประเภท Tacit knowledge ทำได้หลายวิธี อาทิ ทีมข้ามสายงานชุมชนแห่งการเรียนรู้ (COPs) ระบบพี่เลี้ยง การสับเปลี่ยนงานและยืมตัวบุคลากรมาช่วยงาน รวมถึงเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนความรู้

๗. การเรียนรู้ (Learning) องค์กรจะต้องกระตุ้นและสร้างบรรยากาศให้ทุกคนกล้าคิด กล้าทำ โดยผู้บริหารต้องยอมรับผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องสอดคล้องกับทิศทางและค่านิยม ขององค์กร

๒.๑.๙ ปัจจัยที่เอื้อให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จ

๑. ผู้นำองค์กรให้การสนับสนุน และกำหนดทิศทางกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์กรเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งการชมเชยให้รางวัลเพื่อ โน้มน้าว ให้บุคลากรเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

๒. องค์กรต้องมีวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ เพื่อส่งผ่านความรู้ให้มี ประสิทธิภาพ

๓. เทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๔. การฝึกอบรมและการเรียนรู้ เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้

๕. วัสดุอยู่เสมอ จะช่วยให้องค์กรสามารถ พัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อให้ องค์กร บรรลุเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

๖. โครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม การแลกเปลี่ยนความรู้ของคนในองค์กรจะไม่สามารถ ราบรื่นได้ หากขาดโครงสร้างพื้นฐานที่ดี โครงสร้างนี้อาจหมายถึงสิ่งที่จับต้องได้ เช่น สถานที่ อุปกรณ์ต่าง ๆ สำหรับสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ระบบหรือกลไกที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยน ความรู้ เป็นต้น

๗. บุคลากรในองค์กร เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จที่สุดที่จะช่วยให้กระบวนการ จัดการความรู้เป็นไปได้อย่างดีและต่อเนื่อง

๒.๑.๑๐ แนวคิดการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

การศึกษาแนวคิดการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมเป็นการศึกษาแนวคิดและ ทฤษฎี เบื้องต้นวิธีการจัดการความรู้ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวัฒนธรรมเพื่อมา ประยุกต์ใช้กับ การจัดการความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมต่อไป การจัดการความรู้ หมายถึง การ จัดการความรู้ เป็นกระบวนการที่จะช่วยให้มีการสร้าง รวบรวมจัดระบบเผยแพร่ ถ่ายโอน และเปลี่ยนความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ ทันเวลาและทันเหตุการณ์ โดยใช้ระบบสารสนเทศเป็นเครื่องมือช่วยให้ การจัดการความรู้ เกิดได้ง่ายและสะดวกขึ้นส่งผลให้การปฏิบัติงานของคนในองค์กรมีคุณภาพ และมี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากแนวคิดการจัดการความรู้ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การจัดการ ความรู้เป็น กระบวนการที่ถูกสร้างขึ้นมารวบรวมและจัดเก็บความรู้ภายในชุมชนอย่าง เป็นระบบเพื่อที่จะนำมาใช้หรือถ่ายทอดต่อกันทำให้เกิดการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรม ในชุมชน ซึ่งความรู้ ดังกล่าวหากมีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบก็จะสามารถทำให้เกิดประโยชน์

ได้อย่างสูงสุดทั้งต่อ ผู้สืบทอดและชุมชน องค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม

กระบวนการจัดการความรู้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้กล่าวถึงกระบวนการจัดการ ความรู้ (Knowledge management process) เป็นกระบวนการแบบหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรเข้าใจ ถึงขั้นตอนที่ทำให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้หรือพัฒนาการของความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายใน องค์กร ประกอบด้วย ๗ ขั้นตอน ดังนี้

๑. การบ่งชี้ความรู้เช่นพิจารณาว่าวิสัยทัศน์พันธกิจเป้าหมายคืออะไรและเพื่อให้บรรลุ เป้าหมายเราจำเป็นต้องรู้อะไรขณะนี้เรามีความรู้อะไรบ้างอยู่ในรูปแบบโดยอยู่ที่ใคร
๒. การสร้างและแสวงหาความรู้เช่นการสร้างความรู้ใหม่แสวงหาความรู้จากภายนอก รักษาความรู้เก่ากำจัดความรู้ที่ใช้ไม่ได้แล้ว
๓. การจัดความรู้ให้เป็นระบบเป็นการวางโครงสร้างความรู้เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการ เก็บความรู้อย่างเป็นระบบในอนาคต
๔. การประมวลและกลั่นกรองความรู้เช่นปรับปรุงรูปแบบเอกสารให้เป็นมาตรฐานใช้ ภาษาเดียวกันปรับปรุงเนื้อหาให้สมบูรณ์
๕. การเข้าถึงความรู้เป็นการทำให้ผู้ใช้ความรู้นั้นเข้าถึงความรู้ที่ต้องการได้ ง่ายและ สะดวกเช่นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เว็บบอร์ดบอร์ดประชาสัมพันธ์เป็นต้น
๖. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ทำได้หลายวิธีการโดยกรณีเป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคล เช่นทักษะในการทำงานงานฝีมือหรือการคิดเชิงวิเคราะห์ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถถ่ายทอดได้โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกจัดทำเป็นเอกสารฐานความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศ
๗. การทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงานเช่นเกิดระบบการเรียนรู้จากการ สร้าง องค์ความรู้ นำความรู้ไปใช้จนเกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ หมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่อง

การจัดการความรู้ทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย

๑. แหล่งความรู้ในที่นี้หมายถึงรวมถึงคนผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมชุมชนวิถีชีวิต และ ศิลปวัฒนธรรมซึ่งมีกระบวนการวิเคราะห์และถอดองค์ความรู้ต่าง ๆ นำคุณค่าที่ได้มาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่คนและสังคมปัจจุบันซึ่งการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งเรียนรู้ นับเป็นวิธีการ ถ่ายทอดความรู้วิธีหนึ่ง

๒. กระบวนการมีส่วนร่วมเป็นการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงประสานคน ความรู้และ แหล่งความรู้เข้าไว้ด้วยกันโดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นแสดงถึงการมีส่วนร่วมของเจ้าของความรู้ ในการถ่ายทอดความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมซึ่งไม่มีวิธีการและ กำหนดเวลาที่ตายตัว

จากแนวคิดและทัศนะข้างต้นชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบสำคัญของการจัดการ ความรู้ทาง ศิลปวัฒนธรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกันระหว่างคนความรู้แหล่งความรู้และ กระบวนการมีส่วนร่วมที่ จะต้องเชื่อมโยงบูรณาการและขับเคลื่อนไปพร้อม ๆ กันเพื่อให้เกิด การถ่ายทอดความรู้และนำไปสู่ การอนุรักษ์ฟื้นฟูสืบทอดประเพณีและศิลปวัฒนธรรมใน ชุมชนซึ่งบทบาทหน้าที่การถ่ายทอด ความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมภายในชุมชนนั้นได้ถูก กำหนดให้เป็นหน้าที่ของเจ้าของทรัพยากรทาง วัฒนธรรมเป็นอันดับต้น

๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

๒.๒.๑ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

แนวคิดและทฤษฎีการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นกรอบการวิจัยที่แสดงให้เห็น วิธีการและหลักการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมซึ่งเป็นแนวคิดและทฤษฎีเบื้องต้นเพื่อ ประยุกต์ใช้ กับแนวคิดและทฤษฎีการจัดการความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมชุมชนต่อไป ความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรม การศึกษาแหล่งเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมในชุมชนมี ความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเข้าใจ ความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรมและประเภทของ วัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อให้ทราบถึง คุณค่าของงานศิลปวัฒนธรรมกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ ทรัพยากรวัฒนธรรมของตนเอง

๒.๒.๒ ความหมายของทรัพยากรวัฒนธรรม (Cultural resource)

อมรชัย คหกิจโกศล^{๒๖} ได้กล่าวถึงชื่อเรียกที่ แตกต่างเช่นสมบัติทางวัฒนธรรม (Cultural property) ทรัพย์สินทางวัฒนธรรม (Cultural asset) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage) และอธิบายความหมายของทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural resource) เกิดขึ้นในอเมริกาในช่วงทศวรรษที่ ๑๙๗๐ และได้สรุปความหมายว่าหมายถึง “ผลผลิตของวัฒนธรรมทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่มีค่าหรือเป็นตัวแทนหรือสามารถสื่อถึง วัฒนธรรม ต่างๆได้ดังนั้นทรัพยากรวัฒนธรรมจึงรวมถึงซากสิ่งของที่มนุษย์ทำขึ้นแหล่ง โบราณคดี

โบราณสถานศาสนสถานเสื้อผ้าอาภรณ์เอกสารทางประวัติศาสตร์จารึกภาษาศาสนา ประเพณี พิธีกรรมความเชื่อภูมิปัญญาพื้นบ้านต่างๆ ฯลฯ โดยสรุปมนุษย์สร้างวัฒนธรรม ขึ้นมาใช้เพื่อควบคุมสภาพแวดล้อมทั้งสภาพแวดล้อม ทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทาง สังคมเพื่อก่อให้เกิดผลดี ต่อการดำรงชีวิตและวัฒนธรรม ที่มนุษย์สร้างขึ้นมานั้นย่อมมาจากความคิดและสร้างสรรค์อันเกิดจากประสบการณ์และปัญญา ความรู้ในด้าน สังคมศาสตร์วัฒนธรรมจะมีความหมายกว้างขวางมากกล่าวคือวัฒนธรรมหมายถึง วิถีชีวิต (Way of life) ของมนุษย์ในสังคมและแบบแผนการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทุกอย่างรวมทั้ง บรรดาผลงานทั้งหมดที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นตลอดจนความคิดความเชื่อค่านิยมและความรู้ ต่างๆ เป็นต้น^{๒๗}

ประเภทของทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรวัฒนธรรมหลักๆ ทั้งชนิดที่เป็น มรดกและทรัพยากรวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ สร้างสรรค์และพัฒนาขึ้นใหม่สามารถพบเห็นและ ศึกษาในปัจจุบัน ๓ กลุ่ม^{๒๘} ได้แก่

๑. ทรัพยากรทางโบราณคดี (Archaeological resources)

๒. ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Homegrown knowledge หรือ Indigenous wisdom)

^{๒๖} อมรชัย คหกิจโกศล, ทรัพยากรวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์คุรุสภา, ๒๕๔๗), หน้า ๒-๓.

^{๒๗} กนกวรรณ ชูชาญ, ทรัพยากรวัฒนธรรม, (นครปฐม : ปริ้นท์พุดดิ้ง, ๒๕๕๒), หน้า ๓๖.

^{๒๘} สายันต์ไพเราะจิตร์, ประเภททรัพยากรวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : สุขใจ, ๒๕๕๐), หน้า ๓-๖.

๓. ทรัพยากรวัฒนธรรมที่แสดงออก (Expressive cultural resources) ได้แก่ ศิลปะ (Art) วรรณกรรม (Writing) ดนตรี (Music) การละเล่น (Play & entertainment) การแสดง (Performances) ปรัมปราคติ (Myths) นิทาน (Tales) ขนบธรรมเนียม (Customs) ประเพณี (Tradition) ความเชื่อ (Beliefs) พิธีกรรมตามความเชื่อ (Rites) ฯลฯ มรดกทางวัฒนธรรมคือวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าในฐานะที่เป็น เครื่องแสดงออกถึงรากฐานและความเป็นมาของชาติบ้านเมืองซึ่งสมควรที่จะช่วยกันดูแลรักษาไว้ให้เป็นมรดกของคนในชาติเพื่อนำมาใช้ประโยชน์และให้คนในโลกได้ชื่นชมดั่งนั้นคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมจึงไม่ได้อยู่ที่ลักษณะทางกายภาพเท่านั้นแต่อยู่ที่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับมรดกทาง วัฒนธรรมนั้นด้วยโดยเฉพาะความสัมพันธ์กับชุมชนในแง่ของจิตใจและจิตวิญญาณซึ่งอาจสรุปลักษณะสำคัญของสิ่งซึ่งสมควรได้รับการยกย่องว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมได้ดังนี้

๑. ให้คุณค่าทางประวัติศาสตร์วิชาการหรือศิลปะ
๒. แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาการของวิถีชีวิตของกลุ่มชนและสังคม ที่ได้มีการสืบทอดกันมา
๓. มีรูปแบบดั้งเดิมสามารถสืบค้นถึงที่มาในอดีตได้
๔. มีลักษณะบ่งบอกถึงความเป็นชุมชนหรือท้องถิ่น
๕. หากไม่มีการอนุรักษ์ไว้จะสูญหายไปที่สุดในที่สุด ประเภทของมรดกทางวัฒนธรรม การคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมนั้นองค์การยูเนสโก ได้แบ่งมรดกทางวัฒนธรรมออกเป็น ๒ ประเภท ได้แก่

๑. มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible cultural heritage) เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นได้ทางกายภาพโดยครอบคลุมทั้งมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุเคลื่อนที่ได้และที่เป็นวัตถุ เคลื่อนที่ไม่ได้เช่นโบราณสถานโบราณวัตถุอนุสาวรีย์เครื่องแต่งกายภาพจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม เป็นต้น

๒. มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible cultural heritage) องค์การยูเนสโก ได้อธิบายความหมายของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ว่าหมายถึง ความรู้ขนบธรรมเนียม ประเพณีหรือแนวปฏิบัติทุกรูปแบบทั้งที่เป็นสากลและของท้องถิ่นซึ่ง

ถูกสร้างขึ้นและถูกถ่ายทอด จากรุ่นสู่รุ่นไม่ว่าด้วยวาจาหรือวิธีการอื่นใดผ่านช่วงระยะเวลาหนึ่งมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลง ได้โดยกระบวนการสั่งสมความรู้และประยุกต์ใช้นอกจากนี้อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดก ทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ยังมีการกำหนดคุ้มครองสิ่งซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรมเช่นมุขปาฐะ การแสดงออกภาษาศิลปะการแสดงแนวปฏิบัติทางสังคมพิธีกรรมงานเทศกาลความรู้และการปฏิบัติต่างๆเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาลฝีมือช่างประเพณีมรดกทางวัฒนธรรม ที่จับต้องไม่ได้ยังเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นและถูกสร้างใหม่อยู่เรื่อย ๆโดยชุมชนเพื่อตอบสนองกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและประวัติศาสตร์ช่วยให้ชุมชนมีอัตลักษณ์และความต่อเนื่อง โดยความต่อเนื่องถือเป็นลักษณะสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

๒.๒.๓ ทรัพยากรวัฒนธรรม (Cultural resource)

มีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านให้ความหมายและแบ่งประเภทไว้ดังนี้^{๒๙} ให้ความหมายไว้ว่า“ทรัพยากรทางวัฒนธรรมมีทั้งของ ในอดีตคือมรดก (Heritage) และของที่เราสร้างขึ้นใหม่ (Creation) ไม่ได้มีแต่ของเก่าอย่างเดียว ประเภทมรดกมีทั้งรูปธรรมและจับต้องไม่ได้ เช่นแหล่งโบราณคดีอนุสาวรีย์โบราณสถานที่ ประวัติศาสตร์ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมศิลปะและศิลปหัตถกรรมแบบประเพณีประวัติศาสตร์บอกเล่ากวีนิพนธ์การทำคร้า ฯลฯ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการจัดการ (Objective of management) ไปในทางอนุรักษ์ (Conservation) และคุ้มครอง (Protect) ส่วนประเภทสร้างใหม่มีทั้งที่เป็นสิ่งก่อสร้างคือสถาปัตยกรรมการถ่ายภาพวรรณกรรมและหนังสือที่พิมพ์เผยแพร่คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ภาพยนตร์ดนตรีศิลปะการแสดงการจัดทำร ะ ฯลฯ นั้นมีวัตถุประสงค์ของการจัดการไปอีก

อย่างหนึ่งคือพัฒนา (Develop) และส่งเสริม (Promote)” อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลก ทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติพ.ศ. ๒๕๑๕ (Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage ๑๙๗๒)

^{๒๙} พิสิฐ เจริญวงศ์, ทรัพยากรวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : คงชัยการพิมพ์, ๒๕๔๒), หน้า ๑๑.

ตามมาตราที่ ๑ ได้กำหนดนิยามของคำว่า มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage) ไว้ว่ามีความหมายครอบคลุมสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

๑. อนุสรณ์สถานได้แก่ผลงานทางสถาปัตยกรรมประติมากรรมจิตรกรรม ส่วนประกอบ หรือโครงสร้างของแหล่งโบราณคดีจารึกถ้ำที่อยู่อาศัยรวมถึง ร่องรอยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ และวัตถุต่างๆ ข้างต้นที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปะและวิทยาศาสตร์ที่มีความโดดเด่น ในระดับประเทศ

๒. อาคารและสิ่งก่อสร้างได้แก่กลุ่มของอาคารสิ่งก่อสร้างที่แยกจากกันหรือ เชื่อมต่อกัน โดยลักษณะหรือแบบแผนทางสถาปัตยกรรมมีความสอดคล้อง กลมกลืนกันหรือโดยคุณลักษณะ ของภูมิประเทศที่ตั้งมีคุณค่าทางด้าน ประวัติศาสตร์ศิลปะและวิทยาศาสตร์โดดเด่น ในระดับประเทศ

๓. สถานที่และแหล่ง ได้แก่ ประดิษฐ์กรรมที่สร้างสรรค์ของมนุษย์หรือผลงานที่ ผสมผสานระหว่างธรรมชาติกับการสร้างสรรค์ของมนุษย์และแหล่งโบราณคดีที่มีคุณค่าโดดเด่น ในระดับประเทศทางด้านประวัติศาสตร์สุนทรียศาสตร์ชาติวงศ์วิทยา หรือมานุษยวิทยา King อ้างถึงใน ปรีดา พูลสิน ผู้เชี่ยวชาญกฎหมายทรัพยากรวัฒนธรรม ชาวอเมริกันระบุว่าทรัพยากรวัฒนธรรม (Cultural resources) ประกอบไปด้วยสิ่งต่างๆ ดังนี้^{๓๐}

๑. ทรัพย์สินทางประวัติศาสตร์ (Historic properties)

๒. โบราณวัตถุสิ่งประดิษฐ์ (Artifacts)

๓. เอกสารโบราณ (Documents/ archives)

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

๕. ค่านิยม (Values)

๓๐ ปรีดา พูลสิน, ทรัพยากรวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : ศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๔๕).

๖. ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible resources) ประกอบไปด้วยสิ่งต่างๆ 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)

จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญสามารถสรุปความหมายและประเภทของ ทรัพยากร ทางวัฒนธรรมคือผลผลิตที่เกิดขึ้นโดยมนุษย์จากในอดีตและเกิดขึ้น ในปัจจุบันโดยมีความหมาย ครอบคลุมทั้งทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible cultural resource) เช่น ผลงานศิลปะ ประติมากรรม ฯลฯ ส่วนทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับ ต้องไม่ได้ (Intangible cultural resource) เช่น ภูมิปัญญาขนบธรรมเนียม ประเพณี ฯลฯ ทรัพยากรวัฒนธรรมเหล่านี้จำเป็นต้องมีการศึกษาในคุณค่าของสิ่ง ต่าง ๆ ที่มี อยู่และสามารถนำมาพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่คนชุมชนสังคมประเทศผ่าน กระบวนการมีส่วนร่วม ร่วมของเจ้าของมรดกวัฒนธรรมมีการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่าง เหมาะสมหรือเรียกได้ว่า เป็นการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

๒.๒.๔ การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมหรือในภาษาอังกฤษเรียกว่า Cultural resource management (CRM) มีผู้เชี่ยวชาญให้ความหมายไว้ดังนี้ Levinson and Amber อ้างถึงใน ปรีดา พูลสิน^{๓๑} “การจัดการทรัพยากร ทางวัฒนธรรมหมายถึงการวางแผนงานและการ ส่งเสริมสนับสนุน ให้มีการอนุรักษ์ดูแลรักษาหรือ การจัดการข้อมูลสถานที่พื้นที่

^{๓๑} ปรีดา พูลสิน, การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม, (กรุงเทพฯ : ศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๔๕).

และการตรวจสอบเรื่องราวในอดีตของชาติหรือของกลุ่มชนเผ่าพันธุ์ ต่างๆ หรือสิ่งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของโลก”

ธนิช เลิศชาญฤทธ์^{๓๒} การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมประกอบด้วย ๒ คำหลัก คือ คำว่า “การจัดการ” (Management) หมายถึง การกระทำหรือศาสตร์และศิลป์และ การดำเนินการธรรมาอย่างหนึ่งอย่างใดและคำว่า “ทรัพยากร” หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่มีอยู่แล้ว และมีศักยภาพที่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ฉะนั้นการจัดการทรัพยากร (ไม่ว่า ทรัพยากรวัฒนธรรม หรือแม้แต่ทรัพยากรธรรมชาติ) ก็คือศาสตร์และศิลป์แห่งการดำเนินการเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง ที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์”

กล่าวสรุปได้ว่า การจัดการวัฒนธรรมคือกระบวนการเพื่อนำไปสู่การพัฒนางานศิลปวัฒนธรรมในด้านการศึกษานุรักษ์และส่งเสริมให้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible cultural resource) และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible cultural) ยังคงได้ใช้ประโยชน์ต่อไปได้อย่างเหมาะสมทั้งนี้กระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการงานศิลปวัฒนธรรมเป็นสำคัญ

๒.๒.๕ หลักการและกระบวนการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม

กระบวนการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นระบบการดูแลเพื่อรักษาคุณค่าของทรัพยากรที่มีและมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ร่วมกันของคนในปัจจุบันและคนรุ่นหลังเป็นการให้ ความสำคัญต่อการเข้าถึงทรัพยากรวัฒนธรรมของคนรุ่นปัจจุบันหลักการสำคัญที่ใช้กันอย่าง แพร่หลายในการรักษาทรัพยากรทางวัฒนธรรมคือการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการความรู้ ทางศิลปวัฒนธรรมของตนเองโดยมีองค์ประกอบของชุมชนได้แก่คนหรือเจ้าของวัฒนธรรมวิธีการ เทคโนโลยีและหน่วยงานรับผิดชอบเป็นผู้ขับเคลื่อนกระบวนการแต่ละขั้นตอนองค์ประกอบของ การจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมประกอบไปด้วย

๑. “คน” เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุดเพราะเป็นแหล่งที่อุดมด้วยความรู้ ประสบการณ์และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์กับชุมชนและเป็นกลไกสำคัญ

๓๒ ธนิช เลิศชาญฤทธ์, การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : วินัยการพิมพ์, ๒๕๕๑), หน้า ๓๑.

ที่ทำให้เกิด กระบวนการจัดการความรู้และกิจกรรมการเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมให้กับชุมชนเช่นประชาชน ในพื้นที่และบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการจัดการศิลปวัฒนธรรม

๒. “กระบวนการ” เป็นการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงประสานคนและความรู้เข้าไว้ด้วยกันโดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นเป็นการถ่ายทอดความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมผ่านการบอกเล่า พูดคุยจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งและคนฟังมีการนำความรู้มาปฏิบัติและบอกต่อหมุนเวียน เป็นวงจรความรู้ภายในชุมชนและขยายออกไปนอกชุมชนดังนั้นกระบวนการจึงไม่มีวิธีการและ กำหนดเวลาที่ตายตัว การพัฒนาศักยภาพของ “คน” และ “กระบวนการ” จึงเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่สำคัญ ในกระบวนการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเพราะคนในชุมชนคือเจ้าของทรัพยากรวัฒนธรรม โดยเฉพาะผู้นำด้านวัฒนธรรมในชุมชนซึ่งจำเป็นต้องมีความรู้ในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม พร้อมทั้งรู้วิธีการและกระบวนการทำงานที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการดำเนินงานด้าน ศิลปวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จผู้วิจัยจึงได้ทบทวนแนวคิดหลักการและกระบวนการจัดการ ทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในชุมชนต่อไป

กนกวรรณ ชูชาญ^{๓๓}

๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๒.๓.๑ ความหมายวัฒนธรรม

วัฒนธรรม ความหมาย มีผู้ให้ความหมายของวัฒนธรรมหลากหลายทัศนะสำนักงาน คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ^{๓๔} ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรม คือ ผลรวมของ ทุกสิ่งซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้นๆ ได้ทำไว้หรือได้สั่งสม

๓๓ กนกวรรณ ชูชาญ, การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม, (นครปฐม : ปรีณัฏฐ์, ๒๕๕๒), หน้า ๙.

๓๔ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, ความหมายของวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๓๕).

มาจนถึงปัจจุบัน วัฒนธรรม คือ ผลงานสร้างสรรค์ทางศิลปะ และพุทธปัญญาทุกแขนง และ วัฒนธรรม คือ สิ่งที่ดีมีค่าแสดงรสนิยม

ของผู้ดีหรือชนชั้นสูงที่มีการศึกษาและฐานะดีวัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตของ สังคม เป็นแบบแผนการประพฤติและ การแสดงออก ซึ่งความรู้สึกรู้สึกนึกคิดใน สถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิก ในสังคม เดียวกันสามารถเข้าใจ และซาบซึ้งร่วมกัน มนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อประโยชน์แห่ง การดำรงชีวิต และการสืบทอดเผ่าพันธุ์ ใน เมื่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นเรื่องที่กว้างใหญ่ และมีแง่มุมต่างๆ วัฒนธรรม หมายถึง วิถี ชีวิตของคนในชุมชน และในสังคมโดยรวม ซึ่งรวมถึงสังคมวัฒนธรรมและศิลปวัฒนธรรม วัฒนธรรมมิใช่เป็นนามธรรม และรูปธรรม ที่หยุดนิ่ง แต่เปลี่ยนแปลงมีพลวัตตลอดเวลาโดย วัฒนธรรมมุ่งความอยู่ดีมีสุข ของคน และสังคม โดยส่วนรวมวัฒนธรรม จึงต้องเชื่อมโยง ระหว่างสภาพในอดีตสู่ปัจจุบัน และสู่นาคตต้องเชื่อมโยงระหว่างคนในสังคม ซึ่งมีวัยต่างกัน ต้องเชื่อมโยงระหว่างสภาพตนเองต่อครอบครัว ชุมชน สังคม และสภาพรอบโลกต้อง เชื่อมโยงระหว่างความรู้ด้านต่างๆ ทั้งมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์และต้อง เชื่อมโยงระหว่างคนกับธรรมชาติ วัฒนธรรมจะพัฒนา งอกงามได้ต้องอาศัยความเชื่อมโยง และความเข้าใจในความหลากหลาย ความแตกต่างและจุดร่วม ของวัฒนธรรมท้องถิ่น วัฒนธรรมของชาติและวัฒนธรรมของโลก ซึ่งมีวิวัฒนาการและมีความ เปลี่ยนแปลงมีพลวัตร ที่ไม่หยุดนิ่ง การประสาน เชื่อมโยงและถักทอวิถีชีวิตของคน และชุมชน ต่างๆ รอบโลกและ กับธรรมชาติเท่านั้นที่จะทำให้การพัฒนายั่งยืนได้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ (ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๓๐)^{๓๕} ก็ได้นิยาม ความหมายของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

๑) สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ

๒) วิถีชีวิตของหมู่คณะ

๓) ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน

^{๓๕} ราชบัณฑิตยสถาน, ความหมายของวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์คุรุสภา, ๒๕๓๐).

๔) พฤติกรรม และสิ่งที่คนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกัน และกันและ
 ร่วมใช้อยู่ ในหมู่พวกของตนพระธรรมปิฎกเมื่อคราวแสดงปาฐกถา พิเศษ ๑๐๐
 ปีพระยาอนุนามราชชน เรื่อง “วัฒนธรรมกับการพัฒนา” ก็ได้อธิบาย
 ความหมายของ วัฒนธรรมไว้เป็นหลายนัยอย่างน่าพิจารณา ดังนี้วัฒนธรรม เป็นผลรวมของ
 การสั่งสมสิ่ง สร้างสรรค์และภูมิธรรม ภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกัน มาของสังคมนั้นๆ
 วัฒนธรรมเป็นการสั่งสม ประสบการณ์ความรู้ความสามารถ ภูมิธรรม ภูมิปัญญา
 ทั้งหมดที่ได้ช่วยให้มนุษย์ในสังคมนั้นๆ อยู่รอดและเจริญสืบต่อมาได้และเป็นอยู่อย่างที่เป็น
 วัฒนธรรม คือ ผลรวมของทุกสิ่ง ซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้นๆ ได้ทำไว้หรือได้สั่งสม
 มาจนถึงบัดนี้วัฒนธรรม เป็นทั้งสิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามสืบมา และเป็นเนื้อตัวของความ
 เจริญงอกงามที่มีอยู่ ซึ่งจะเป็พื้นฐานของความเจริญงอกงามต่อไป ตลอดจนเป็นเครื่องวัด
 ระดับความเจริญงอกงามของสังคมนั้นๆ จากความหมายของวัฒนธรรมที่กล่าวมาสรุปได้ว่า
 วัฒนธรรม หมายถึง สรรพสิ่งทุกอย่างที่ เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์ ทั้งในส่วนที่เป็นวัตถุ
 และไม่ใช่วัตถุที่เกิดขึ้น ในคนรุ่นหนึ่งแล้ว ถ่ายทอดไปอีกรุ่นหนึ่งโดยอาจมีการปรับเปลี่ยน
 และพัฒนาไปตามยุคสมัยให้สอดคล้อง กับวิถีชีวิต และบริบทของสังคมของกลุ่มชนนั้น ทั้งนี้
 เพื่อความอยู่รอด ของชีวิต ซึ่งต้องดำเนินไป ตามทฤษฎีนิเวศทางวัฒนธรรม และโครงสร้าง
 หน้าที่นั่นเอง ความสำคัญ ของชาติไทยเป็นชาติที่มีมรดกทางวัฒนธรรมอันแสดงถึงเอกลักษณ์
 ของชาติหลาย ประการที่ตกทอดจนถึงปัจจุบัน เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงศักดิ์ศรีของชาติ เป็น
 เครื่องมือ ที่ช่วยในการพัฒนาจิตใจ เศรษฐกิจ และสังคม อันจะเป็นผลให้เกิดการพัฒนา
 และความมั่น คง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศชาติ ฉะนั้น วัฒนธรรม
 จึงเป็นเรื่องที่ทุกคน ในชาติควรได้ร่วมมือกันทำนุบำรุงรักษา ส่งเสริม และเผยแพร่ให้ดำเนิน
 ไปอย่างได้ผล และมีประสิทธิภาพ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ^{๓๖} เพื่อให้
 วัฒนธรรมของชาติ ได้คงอยู่สืบไปอีกนานเท่านาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้ทรง
 พระราชทานพระบรมราโชวาท ไว้ว่า “งานด้านการศึกษา ศิลปะและวัฒนธรรมนั้น เป็นงาน
 สร้างสรรค์ความเจริญทางปัญญา และทางจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุและองค์ประกอบที่ขาด

๓๖ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, ความหมายของวัฒนธรรม, (กรุงเทพฯ : กระทรวง
 วัฒนธรรม, ๒๕๓๑).

ไม่ได้ของความเจริญด้านอื่นทั้งหมด และเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้เรารักษา และดำรงความเป็นไทยไว้ได้สืบไป”

ในแนวทางในการศึกษาส่งเสริม และพัฒนาวัฒนธรรม พ.ศ. ๒๕๓๙ ตามนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมไว้ ๓ ลักษณะ คือ ๑) วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐาน และเครื่องมือ สำหรับสร้างเสริมความสามัคคี กลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำ ให้คนประพฤติดี ปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกัน บนผืนแผ่นดินเดียวกันทั้งในยามสุข และยามทุกข์ ๒) วัฒนธรรมเป็นกรอบ และเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของสังคม ซึ่งอาจจะช่วยป้องกัน และแก้ไขปัญหา ตลอดจนตอบสนองความต้องการของสมาชิกและของสังคมได้ ๓) วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์เป็นลักษณะเด่นประจำชาติหรือประจำ หมู่คณะ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้บังเกิดความรักสามัคคีกัน และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะและดำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

ขอบข่ายของวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลสมัยเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบอันสำคัญ ในการทำให้สมาชิกในสังคมอยู่รวมกันเป็นปึกแผ่น สร้างสรรค์ให้เจริญก้าวหน้า ด้วยเหตุนี้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นฐานอัน สำคัญในการพัฒนา ประเทศโดยแยกเป็นอนุภาคต่างๆ ประกอบด้วย

๑) วัฒนธรรมประเพณีเผ่า พันธุ์และการดำรงชีวิต

๒) วัฒนธรรมประเพณีภาษา และวรรณกรรม

๓) วัฒนธรรมประเพณีศาสนา จริยธรรมคุณธรรม

๔) วัฒนธรรมประเพณีสุนทรียศาสตร์ศิลปะและกีฬาการเล่นของไทย

๕) วัฒนธรรมประเพณีครอบครัวเศรษฐกิจและการเมือง โดยวัฒนธรรมประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

๑) องค์วัตถุ (Instrumental and Symbolic Objects) คือ วัฒนธรรมวัตถุที่สามารถสัมผัส จับต้องได้และมีรูปร่าง เช่น เครื่องมือ เครื่องใช้ โรงเรียน โรงงาน ภาพเขียน

เครื่องจักร สถานมหรสพ สนามกีฬา โบสถ์วิหาร หอดูดาว และส่วนที่ไม่มีรูปร่าง เช่น ภาษา สัญลักษณ์ในการติดต่อสื่อความหมาย หลักวิชาคำนวณ (ตัวเลข) มาตรา ชั่ง ตวง วัด

๒) องค์การ (Association or Organization) หมายถึง กลุ่มที่มีการจัดเป็นระเบียบหรือมีโครงสร้างอย่างเป็นทางการ มีการวางกฎเกณฑ์มีระเบียบข้อบังคับและวัตถุประสงค์ไว้อย่างแน่นอนเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญที่สุดในสังคมที่ซับซ้อน เช่น ครอบครัว (กลุ่มเล็กที่สุด) สหพันธ์กรรมการลูกเสือ สภาภาษา วัด สหประชาชาติ ฯลฯ

๓) องค์กรพิธีการ (Usage) เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยอมรับกัน โดยทั่วไป เช่น พิธีกรรมต่างๆ ตั้งแต่เรื่องการเกิด หมั้น แต่งงาน บวชนาค ตาย ปลูกบ้าน ขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ซึ่งศาสนาก็มีอิทธิพลอย่างไม่น้อยรวมทั้งน้อยรวมตลอดถึงพิธีกรรมแต่งกายและรับประทานอาหาร

๔) องค์คติ (Concepts) หมายถึง ความเข้าใจความเชื่อความคิดเห็นอุดมการณ์ต่างๆ เช่น ความเชื่อกรรมเป็นเครื่องชี้เจตนา ความเชื่อในเรื่องการมีผัวเดียวเมียเดียว (Monogamy) ความเชื่อในเรื่องตายแล้วเกิดใหม่ ความเชื่อในเรื่องพระเจ้าองค์เดียว (Monotheism) หรือหลายองค์ (Polytheism) ตลอดจนอุดมการณ์ ทศนคติ การยอมรับว่าสิ่งใดถูกหรือผิด สมควรหรือไม่ ซึ่งแล้วแต่กลุ่มชนใดจะใช้มาตรฐานในการตัดสิน หรือเป็นเครื่องวัดในสภาพแวดล้อมของตน

นิคม มูลิกะคาม^{๓๓} ทุกสังคมต้องมีวัฒนธรรม และวัฒนธรรมของแต่ละสังคมย่อมมีลักษณะ เฉพาะที่แสดงออกให้ปรากฏจนทำให้บางท่านใช้ขอบเขตของวัฒนธรรมเป็นเครื่องแบ่งอาณาเขต ประเทศชาติได้ลักษณะของวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วย ๓ ประการ^{๓๔}

๑) เป็นสิ่งที่มนุษย์ สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสิ่งช่วยในการดำเนินชีวิต ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นล้วนเป็นวัฒนธรรม

๓๓) ๓ ประการ, วัฒนธรรม (เชียงใหม่ : ลานนาการพิมพ์, ๒๕๓๘), หน้า ๘.

๓๔) นิคม มูลิกะคามะ, วัฒนธรรม, (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๕).

๒) วัฒนธรรม เป็นผลรวมหลายสิ่งหลายอย่าง (Integrative) เช่น ความรู้ความเชื่อวิถี ในการดำเนินชีวิต สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ

๓) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมมิใช่เกิดขึ้นเอง โดยปราศจากการเรียนรู้มาก่อน และลักษณะข้อนี้เองที่ทำให้มนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์ กล่าวคือพฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์เกิดจากการเร้าของสัญชาตญาณ (Instinct) ส่วนมนุษย์นั้น มีสมองอัน ทรงคุณภาพจึงสามารถรู้จักคิดถ่ายทอดและเรียนรู้ กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้น จากการที่มีการติดต่อกับบุคคลอื่นในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นลักษณะ ที่สำคัญยิ่งของวัฒนธรรม

๔) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นมรดกของสังคมเป็นผลของการถ่ายทอด และการเรียนรู้ และเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการดังกล่าวก็คือการสื่อสารโดยสัญลักษณ์ (Symbolic Communication) ได้แก่การที่มนุษย์มีภาษาใช้ที่แน่นอน ซึ่งมีส่วนช่วยให้มีการถ่ายทอด วัฒนธรรม จากคนรุ่นก่อนๆ ดำเนินสืบเนื่องกันมามีขาดสาย ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีลักษณะเป็น “มรดกแห่ง สังคม” (Social Heritage)

๕) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็น Super Organic หมายถึง สิ่งที่เป็นปรากฏการณ์ อย่างเดียวกัน ในทางกายภาพหรือทางชีวภาพนั้นอาจเป็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกัน ไปในแง่ของวัฒนธรรม กล่าวคือของสิ่งหนึ่งอาจนำ มาใช้ในความหมายที่ต่างกัน ออกไปในแต่ละสังคม ทั้งที่ก็คือสิ่งเดียวกัน นั่นเอง ตัวอย่างเช่น ลิ้น เป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของทุกคนชาวทิเบต นำมาใช้แสดงออกซึ่ง ความเคารพนับถือด้วยการแลบลิ้นส่วนชาวไทยกลับถือเป็นการแสดงที่ไม่สุภาพ เป็นต้น

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

พัทยา สายหู^{๓๙} ได้กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมเป็นแบบอย่างการดำ รงชีวิตของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกเรียนรู้การถ่ายทอดไปด้วยการสั่งสอนทั้งทางตรง และทางอ้อม

๓๙ พัทยา สายหู, ความหมายของวัฒนธรรม, (นนทบุรี : โรงพิมพ์ศิริ, ๒๕๑๔).

๗) เป็นผลจากการช่วยกัน สร้างสรรค์ของมนุษย์และได้มีการปรับปรุง
ดัดแปลงสิ่งใดที่ ไม่ดีหรือล้าสมัยก็เลิกใช้ไป สิ่งใดที่ดีก็ยังคงเอาไว้ใช้ต่อไป เช่น
การเพาะปลูกเดิมใช้แรงสัตว์ ต่อมามองเห็นว่า เป็นวิธีที่ล่าช้าและล้าสมัย จึงประดิษฐ์หรือซื้อ
เครื่องมือเครื่องจักรมาใช้ในงานเพาะปลูกทำให้ผลผลิตมากขึ้น

๘) วัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลง (Change) และมีการปรับตัว (Adaptive)
ได้

๙) วัฒนธรรมมิใช่เป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่เป็นของส่วนรวมสิ่งที่จะถือว่าเป็น
วัฒนธรรมได้จะต้องเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับ ถือปฏิบัติ มิใช่เฉพาะคนใดคนหนึ่งยอมรับถือ
ปฏิบัติเท่านั้น ประเภทของวัฒนธรรม๔๐ ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

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

๒) วัฒนธรรมไม่เกี่ยวกับวัตถุ (Non Material Culture) หมายถึงอุดมการณ์
ค่านิยมแนวคิด ในเรื่องการแข่งขันอย่างมีเหตุผล ประเพณีการปฏิบัติสืบต่อกันมา และเป็นที่
ยอมรับกัน ในชนกลุ่ม ของตนว่า ดีงาม เหมาะสม เช่น ศาสนาความเชื่อความสนใจ ทักษะ
ความรู้ความสามารถ ซึ่งเป็น นามธรรม (Abstract) ที่มองเห็นไม่ได้

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยว เพื่อศึกษา และเรียนรู้ถึงวิถีทางการดำเนินชีวิต
ประวัติศาสตร์ศิลปะและเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ทั้งที่มีมานานแล้ว และที่จัดขึ้นเป็นการ
เฉพาะหรือเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้วัฒนธรรมเป็นวัตถุดิบ หรือใช้วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการ
ท่องเที่ยว

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ(๒๕๔๐)๔๑ ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ไว้ว่าเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยว ที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์เครือข่ายวัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อ การเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพัน ของสิ่งต่างๆ ในโลกที่มี ความเกี่ยวโยงพัวพัน ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ส่วนประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์งานหัตถกรรม กิจกรรมทางประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรีศาสนา สถาปัตยกรรมการศึกษา ลักษณะการแต่งกาย เทคโนโลยีของชุมชนท้องถิ่น และกิจกรรมยามว่าง การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำ ไปยังท้องถิ่นอื่นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการท่องเที่ยว การแสวงหา ประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัสการชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงาม ทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่าง

ทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์รูปแบบวิถีชีวิตภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ กระตุ้นให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น การสัมผัสโดยตรงระหว่างนักท่องเที่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ มีระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างน้อย ๒ ประเภท คือ

๑) ท่องเที่ยวเพื่อสัมผัส ชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างเต็มรูปแบบโดยนักท่องเที่ยว ไปพักอาศัยอยู่กับกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ เป็นระยะเวลาหนึ่ง และใช้ชีวิตเหมือนชนพื้นเมืองอาทิ การท่องเที่ยวพักค้างแรมแบบโฮมสเตย์

๔๑ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์คุรุสภา,

๒) การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นแบบมีการจัดการโดย นักทัศนอาจรไปทัศนศึกษาเยี่ยมชมกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ ในช่วงเวลาสั้นๆ ไม่พักค้าง โดย พยายามเรียนรู้เข้าใจวัฒนธรรมของชนเผ่า นั้นและแต่ไม่ได้ลองใช้ชีวิตในรูปแบบเดียวกับ ชน พื้นเมือง วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่ทุกคนในชาติควรได้ร่วมมือกัน รักษา ส่งเสริม และเผยแพร่ ให้ ดำเนินไปอย่างได้ผลและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้วัฒนธรรมของชาติได้คงอยู่สืบไปอีกนานเท่า นาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้ทรงพระราชทานพระบรมราโชวาทไว้ว่า “งานด้าน การศึกษา ศิลปะ และวัฒนธรรม นั้นเป็นงานสร้างสรรค์ความเจริญทางปัญญา และทางจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุและองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของความเจริญด้านอื่นทั้งหมด และเป็นปัจจัย ที่จะช่วยให้เรารักษาและดำรงความเป็น ไทยไว้ได้สืบไป”^{๔๒} ในแนวทางในการศึกษาส่งเสริม และพัฒนาวัฒนธรรม พ.ศ. ๒๕๓๙ ตามนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติได้กล่าวถึงความสำคัญ ของวัฒนธรรมไว้ ๓ ลักษณะคือ

๑) วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐาน และเครื่องมือสำหรับสร้างเสริมความสามัคคี กลมเกลียวและความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำให้คนประพฤติศีล ปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกันบนผืนแผ่นดินเดียวกัน ทั้งในยามสุขและยาม ทุกข์

๒) วัฒนธรรมเป็นกรอง และเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของ สังคม ซึ่งอาจจะช่วยป้องกัน และแก้ไขปัญหา ตลอดทั้งตอบสนองความต้องการของสมาชิก และของสังคมได้

๓) วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาติ หรือประจำหมู่คณะซึ่งมี ส่วนช่วย ให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้บังเกิดความรัก สามัคคีกัน และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะและธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ แนวคิดการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

^{๔๒} กรมศิลปากร, วัฒนธรรมในลักษณะต่างๆ, (กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร, ๒๕๓๑).

วัฒนธรรม ภูสวัสต์ สุขเลี้ยง^{๔๓} ได้ให้ แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมไว้ ๙ ประการ สรุปได้ดังนี้

๑) ส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อ
เศรษฐกิจ ในสังคม

๒) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความต้องการของ
ชุมชน ว่า จะต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด

๓) วิธีการ และความถี่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวควร
ได้รับความเห็นชอบจากประชาชนในท้องถิ่นเพราะจะเป็นเครื่องวัดความต้องการประเภท
และจำนวนนักท่องเที่ยวของท้องถิ่นนั้นๆ

๔) ควรมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพยายามที่จะทำให้
ท้องถิ่นเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพ

๕) ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ควรให้มีผลกระทบต่อประชาชนใน
ท้องถิ่น ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนจึงต้องมีความระมัดระวัง และต้อง
วางแผนรองรับในเรื่องนี้เอาไว้ด้วย เพื่อที่จะรักษาวัฒนธรรม และค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่

๖) เงินทุนและแรงงานรวมทั้งนักบริหารทางการท่องเที่ยวควรมาจากชุมชน
เจ้าของ ท้องถิ่นเพื่อที่ท้องถิ่นจะสามารถควบคุมการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปใน
ทิศทางที่ต้องการได้

๗) การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม และงานเทศกาลที่จัดขึ้น
เพื่อนักท่องเที่ยว

๘) เรื่องราวและงานเทศกาลที่จะขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึง
ประวัติศาสตร์วิถีชีวิต ความเป็นอยู่และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น

๙) ก่อนที่จะลงมือพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพยายามขจัดปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น
ใน ชุมชนให้เรียบร้อย องค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม The
European Center for Traditional and Regional Cultures หรือ ECTARC

^{๔๓} ภูสวัสต์ สุขเลี้ยง, แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์กรีนปัญญา, ๒๕๔๕).

Richards^{๔๔} ได้กล่าวไว้ถึงองค์ประกอบ ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ๘ ประการได้แก่

- ๑) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ
- ๒) สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมถึงซากปรักหักพังของสิ่งปลูกสร้างในอดีต
- ๓) ศิลปหัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ
- ๔) ความน่าสนใจในเรื่องของดนตรี ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของดนตรีคลาสสิก ดนตรีพื้นบ้านหรือดนตรีร่วมสมัย
- ๕) การแสดงละคร ภาพยนตร์มหรสพต่าง ๆ
- ๖) ภาษาและวรรณกรรม
- ๗) ประเพณีและความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา
- ๘) วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นแนวความคิด ที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกันที่สำคัญ ได้แก่ Nature Tourism, Bio Tourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)

ซึ่งจากการประชุม Globe ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้อง และสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วยการท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศด้วย” โดยมีลักษณะที่สำคัญ คือเป็นการท่องเที่ยวที่ดำเนินการภายใต้ข้อจำกัดความสามารถของธรรมชาติและต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่มี ต่อขบวน การท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชน

^{๔๔} Richard, The European Center for Traditional and Regional Cultures, (University of Newyork, ๑๙๙๕).

ทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้ นำภายใต้ความปรารถนาของ ประชาชนท้องถิ่นและชุมชน ในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้มีบุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์องค์ประกอบสำคัญ

๑) การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและระบบนิเวศ

๒) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

๓) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ต่อการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ท้องถิ่นในระยะยาวและขณะเดียวกันการท่องเที่ยว มีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติแวดล้อม ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะ ช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและ ทางอ้อมและทำให้ชุมชน ท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญ ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและ การเปลี่ยนแปลง ดังกล่าวนี้นี้มีสาเหตุสำคัญจากการตื่นตัวและให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

๑) เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นๆ

๒) มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว มากกว่า การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

๓) เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและ วัฒนธรรม ของแหล่งท่องเที่ยว

๔) ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อม ธรรมชาตินอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้วยังเป็นการสร้างเสริมประสบการณ์ด้าน สิ่งแวดล้อม

๕) เป็นการท่องเที่ยวที่คืบประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงทางอ้อม

๖) เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยทั่วไปนิยมจะมีจัดแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น ๒ ประเภท คือวัฒนธรรมทางวัตถุหรือวัฒนธรรมที่จับต้องได้วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุหรือ วัฒนธรรมที่ไม่อาจจับต้องได้

๑. วัฒนธรรมทางวัตถุที่เห็นได้ชัดก็คือ อุปกรณ์และสิ่งของเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องปัจจัย ๔ ได้แก่อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค

๑) อาหาร คนไทยจะกินข้าวเป็นหลัก สำหรับผู้ที่อาศัยอยู่ทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กินข้าวเหนียวเป็นของควา และใช้ข้าวเหนียวและข้าวเจ้าทำขนมหวาน คนไทยภาคกลางและภาคใต้นิยมกินข้าวเจ้าเป็นของควาและจะใช้ข้าวเหนียวทำขนมหวานชนิดต่าง ๆ มากพอ ๆ กับข้าวเจ้า การกินข้าวเจ้าส่วนใหญ่จะใช้วิธีหุงและวิธีนี้จะกินข้าวต้มก็แต่เฉพาะ เวลาป่วยไข้เชื้อเพลิงที่ใช้หุงต้ม มีทั้งฟืนและถ่าน เวลาปิ้งหรือย่างอาหารจะใช้ถ่านมากกว่า ฟืน ทั้งนี้เพื่อให้อาหารเหม็นควันไฟมากนัก อีกทั้งการใช้ถ่านยังสามารถควบคุมอุณหภูมิความร้อนได้ดีกว่าฟืน การหุงหาอาหารด้วยฟืนจะใช้เตาก้อนเส้าหรืออย่างที่เราเรียกว่าสามเส้า การใช้ฟืนกับเตาเชิงกรานก็เป็นที่แพร่หลายเช่นกัน ส่วนเชื้อเพลิงประเภทถ่านนั้น ดูเหมือนว่าจะเป็นของที่มีมาภายหลังจากการใช้ฟืนกล่าวกันว่าชาวไทยได้แบบอย่างของเตาอังโล่เพื่อการหุงต้ม ด้วยถ่านมาจาก ชาวจีน เตออังโล่ทำจากการใช้ดินปั้นผสมขี้เถ้าเคลือบในระยะแรก ๆ เตออังโล่จึงเป็นของที่มีใช้กันในชุมชนแถบลุ่มแม่น้ำมากกว่า หมู่บ้านตามป่าเขาในที่สูงผู้คนโดยทั่วไปจะกินอาหาร ๓ มื้อ มื้อเช้า เริ่มเวลา ๗ นาฬิกา มื้อกลางวันอาจเริ่มตั้งแต่หลังเวลาเพล (๑๑.๐๐ น.) เป็นต้น ราวประมาณ ๕-๖ โมงเย็นเป็นเวลาของอาหารค่ำ ในครอบครัวเล็กๆ ที่มีเพียงพ่อแม่และลูก ๆ จะกินอาหารพร้อมกัน แต่ถ้าเป็นครอบครัวใหญ่มักจะจัดสำรับให้เด็ก ๆ กินก่อนจากนั้นจึงถึงคราวของผู้ใหญ่จะร่วมวงกัน บางครอบครัวก็ให้ตั้งวงอาหารของเด็ก และวงของผู้ใหญ่พร้อมกันทีเดียว

๒) บ้านเรือน บ้านเรือนที่อยู่อาศัยนอกจากจะสร้างให้สัมพันธ์กับวิถีธรรมชาติ เช่น ให้ปลูกเรือนตามตะวัน โดยหันข้างเรือนไปทางทิศเหนือหรือทิศใต้ เพราะเหตุผลเรื่อง

ของแสง ความร้อน และการถ่ายเทของอากาศ ไม่หันหัวนอนไปทางทิศตะวันตกเพราะเชื่อว่าเป็นทิศแห่ง ความตกต่ำและความตายผู้คนบางท้องถิ่นจะไม่นอนขวางข้อเชื่อเชื่อว่าผีจะอำ (เพราะผีจะโหนข้อห้อย หัวลงมารบกวนได้) จึงนอนตามยาวของตัวเรือน ปลุกบ้านยกใต้ถุน เพื่อป้องกันน้ำท่วม ใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างใต้ถุนเรือน และให้อากาศบนตัวเรือนถ่ายเทได้สะดวก บ้านได้บ้านให้มีจำนวนชั้นเป็นเลขคู่ ถือว่าชั้นคู่เป็นบันไดของภูตผีจะมีพิธีกรรมอันใด ต้องเช่นไหว้เทวดาทั้ง ๔ ทิศ และวงสายสิญจน์รอบตัวบ้านเพื่อความเป็นสิริมงคลของผู้อยู่อาศัย ขณะอยู่บนบ้านต้องไม่ส่งเสียงอีกทีก เพราะบ้านมีผีบ้านผีเรือนและผีปู่ย่า ตายายอยู่ด้วย การเดินลงสั่นถือว่าไม่เคารพผีบรรพบุรุษ เชื่อว่าเงินทองโชคลาภจะอันตราย ด้านหน้าบ้านและหลังบ้านปลูกไม้ที่มีชื่อเป็นมงคล เช่น มะยม คูณ ขนุน ใบเงิน ใบทอง ใบนาคและ ใบหนาด เป็นต้น

๓) เครื่องนุ่งห่ม การนุ่งห่มด้วยอาภรณ์แพรพรรณที่ทำจากเส้นใยธรรมชาติเช่น ฝ้ายและไหม ซึ่งมีคุณสมบัติดูดซับดี น้ำหนักเบา และง่ายต่อการดูแลรักษานับเป็นการกระทำที่สอดคล้อง กับ เงื่อนไขอิทธิพลของมรสุมที่มีอากาศร้อนชื้นตลอดปีและการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลแต่ละฤดู ไม่แตกต่างกันมากเหมือนประเทศที่อบอุ่น สตรีในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ชื่อว่าเป็นผู้เข้าใจ วิถีธรรมชาติที่สุด การปลูกฝ้ายและปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เพื่อนำเส้นใยมาใช้ประโยชน์ เป็นงานที่ละเอียดอ่อนที่ต้องได้รับการฝึกฝน และมีความวิริยะอุตสาหะเป็นอย่างมาก นอกจากจะให้ความอบอุ่นแก่ร่างกายแล้ว เสื้อผ้ายังเป็นสิ่งที่บ่งบอกเอกลักษณ์ของเผ่าแต่ละกลุ่มสังคม มักมีรูปแบบลวดลาย สีสันท และการใช้สอยเครื่องนุ่งห่มแตกต่างกันออกไป ในบริบทบาทสังคม แล้วความแตกต่างของเพศและวัย สังเกตได้จากรูปแบบ ลวดลาย และสีสันทของอาภรณ์ที่ประดับกาย

ช่างทอผ้าบางพื้นที่อาจส่งสารสื่อสัญลักษณ์ผ่านลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้า เช่น ลายช้างหมายถึง พละกำลัง ลายพญานาค หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์และลายหงส์สะท้อนถึงความดีงาม เสื้อผ้าอาภรณ์มีความเกี่ยวข้องกับ วิถีการของชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย เช่น จะไม่ใช้ผ้าชิ้นทำผ้าอ้อม ระหว่างตั้งครรภ์จะไม่เย็บหมอน ที่นอน พูก หากจะต้องเตรียมของใช้เหล่านี้ก็จะไหว้วานคนอื่น เป็นผู้เย็บตะเข็บปิดปากหมอน ที่นอน พูก หากผ้าผืนจะ ทำให้คลอเคลียยาก เช่นเดียวกับการเย็บ ผ้าขาวม้าจะไม่ปิดชายผ้าทั้งสองข้างแต่จะเว้นเย็บ

ชายผ้าไม้เล็กน้อยเพื่อเป็นเคล็ดในการทำมาหากิน งานแต่งงานต้องมีผ้าสำหรับไหว้ญาติผู้ใหญ่ฝ่ายชาย เสื้อผ้าที่ใช้ในโอกาสนี้จะสะท้อนความเป็นแม่บ้านของฝ่ายหญิง ผ้าชิ้นใหม่มัดหมี่ หรือผ้าชิ้นดินจกเป็นสิ่งที่ทำ ได้ยากจะนุ่งห่มเฉพาะโอกาสสำคัญ ๆ เวลานุ่งจะมีผ้าผืนเก่าซ้อนอยู่เหมือนผ้าซับในใช้เสร็จก็พลิกกลับด้านในออกและนำผืนลมนานปีจึงจะนำมาซักทำความสะอาดทั้งนี้เพื่อให้มีอายุใช้งานอยู่ได้นาน และสวยงามอยู่เสมอ ขณะทำพิธีสะเดาะเคราะห์และสืบทอดจะมีเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของผู้ป่วยอยู่ด้วย วันพระและวันที่มีคนใกล้เคียงเสียชีวิตห้ามทอผ้าเชื่อว่าจะเป็นลางร้าย อย่าง เช่น ที่ชาวอีสานอธิบายผ่านนิทานพื้นบ้าน เรื่อง “ย่า กับ ปลิง” ผู้คนแถบลำนานจะปักตุ้ง (ธง) สีแดงหาง ๒ แฉก ตรงบริเวณที่ผู้ตาย เสียชีวิตและที่เชิงตะกอน เชื่อว่าเพื่อให้วิญญาณจะได้เกาะชายตุ้งขึ้นสวรรค์ ผู้หญิงเข้าถึงพระพุทธศาสนาได้น้อยและยากกว่าผู้ชายตลอดชีวิตจึงเพียรพยายามทำบุญทำทานในโอกาสต่าง ๆ โดยเฉพาะการทอตุ้งรูปปราสาทในเทศกาลสงกรานต์ เชื่อว่าเกิดชาติหน้าจะได้สุขสบายเหมือน เช่น ผู้ทอที่อยู่ปราสาทราชวัง

๔) ยารักษาโรค ความรู้เกี่ยวกับยารักษาโรคเป็นภูมิปัญญาที่บอกถึงความสัมพันธ์ระหว่าง คนไทยกับความเข้าใจในธรรมชาติแวดล้อมอย่างล้าลึก สมุนไพรมี ๓ ประเภทใหญ่ ๆ คือ ประเภท พืชวัตถุ สัตว์วัตถุ และธาตุวัตถุ พืชวัตถุแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท คือ

- (๑) ลำต้น
- (๒) เถาหรือเครือ
- (๓) หัวหรือเหง้า

รวมทั้งผักและหญ้านานาชนิด ประเภทสัตว์วัตถุอาจใช้ส่วนของเขา นอ เขี้ยว งา ฟัน กราม ดี หัว กีบ กระดูก เลือด เอ็น น้ำมัน เนื่อ ฯลฯ

ส่วนประกอบของธาตุวัตถุ ได้แก่ธาตุต่าง ๆ ที่นำมาปรุงยารักษาโรคเช่น กำมะถันแดง กำมะถันเหลือง ดินประสิว น้ำประสานทอง พรอท สารส้ม ดีเกลือ น้ำปูนใส น้ำส้มสายชูเกลือสินเธาว์ทองคำ หินฟันม้า เป็นต้น

เฉพาะพืชนั้นอาจกล่าวได้ว่า หมอกลางบ้านรู้จักพืชพรรณน้อยชนิดที่มีคุณสมบัติเป็นยารักษาความป่วยไข้ ได้ในบรรดาพืชพันธุ์เหล่านั้น ส่วนหนึ่งชาวบ้านจะกินเป็น

อาหารเป็นปกติอยู่แล้วจึงมีภูมิต้านทานกับโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ ได้ระดับหนึ่ง ความรู้เกี่ยวกับยารักษาโรคเป็นสิ่งที่เกิดจากการลองผิดลองถูก ใช้สมุนไพรอย่างนี้แล้วอาการป่วยไข้ยังไม่หายก็เปลี่ยนไปใช้สมุนไพรอย่างอื่นนอกจากนี้การรักษาโรคแบบพื้นบ้านยังอยู่ในลักษณะของ “ลางเนื้อชอบลางยา” คือโรคอย่างเดียวกัน รักษาด้วยยาชนิดนั้นชนิดนี้กับคนหนึ่งหาย แต่รักษากับอีกคนหนึ่งไม่ได้ผลจึงต้องเลือกยาชนิดใหม่มารักษาโรคแต่ละชนิดจึงมียาที่จะรักษาอยู่ หลายขนาน

วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุจากพัฒนาการของสังคมวัฒนธรรมไทยที่ผ่านมาอาจกล่าวได้ว่า โดยภาพรวมแล้วสังคมวัฒนธรรมไทยประกอบด้วย ๒ ส่วน คือ

๑) ส่วนที่เรียกว่าประเพณีหลวง ประเพณีหลวง คือ แบบแผนความเป็นอยู่ของ ชนชั้นผู้นำ เจ้านาย และขุนนาง ปัจจุบันประเพณีหลวงบางอย่างยังคงถือปฏิบัติอยู่ แต่ส่วนใหญ่ก็คลายความเข้มข้นลง เนื่องจากทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยว เป็นเรื่องราวประเพณีของสามัญชนจึงละเว้น ที่จะไม่กล่าวถึงรายละเอียดของประเพณีหลวงในที่นี้

๒) ส่วนที่เป็นประเพณีราษฎร์ ลักษณะสังคม และวัฒนธรรมไทยเกิดจากการผสมผสานระหว่างอิทธิพลของวัฒนธรรมอินเดีย จีน เขมร และลักษณะสังคมที่มีมาแต่ดั้งเดิมพิจารณาจากแง่มุมของการผลิต และรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมแล้วอาจกล่าวได้ว่าสังคมและวัฒนธรรมไทยในอดีตเป็นวิถีชีวิตแบบชาวนาชาวไร่เมื่อครั้งที่ยังไม่ค่อยได้ติดต่อกับสังคมภายนอกมากนักผู้คนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมแบบพออยู่พอกิน ควบคู่กันไปกับการหาอาหารจากป่า ด้วยการล่าจับสัตว์และสิ่งของอื่นๆ ที่มีอยู่ตามธรรมชาติคนไทยจะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติเช่น ป่าไม้ ที่ดิน น้ำ และแร่ธาตุ เป็นต้น เพียงเพื่อสนองความต้องการจำเป็นของชีวิตในด้านปัจจัย ๔ คืออาหารเครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค ที่กล่าวมาข้างต้นแต่ละชุมชนต่างก็พอสามารถสร้างสิ่งจำเป็นในชีวิตเหล่านั้นได้เองการค้าขายแลกเปลี่ยนจึงอยู่ในขอบเขตอันจำกัด และมักเป็นการนำเอาสิ่งที่มีมากเกินความต้องการของสมาชิกในครอบครัวไปแลกเปลี่ยนกับของกินของใช้ที่ยังขาดแคลนจากคนอื่น ๆ

สรุปวัฒนธรรมคือสิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะวิถีชีวิตของหมู่คณะลักษณะที่แสดง ถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมกลืน

ก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน พฤติกรรม และสิ่งที่คนในหมู่คณะผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่ของพวกตน การท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมได้ดังนี้ คือเป็นการศึกษาวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ รวมถึงประเพณี ความเชื่อ การแต่งกาย ภาษาที่ใช้สื่อสารการกินอยู่ให้วัฒนธรรมเหล่านี้สามารถเกิดการบริหารการท่องเที่ยว ที่ดีเพื่อที่จะสามารถใช้พื้นที่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติทั้งมนุษย์และสิ่งแวดล้อมโดยไม่ทำให้มันเสื่อมโทรมลงโดยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการศึกษาความหมายในหลากหลายมุมมองของนักคิดทั้งหลายรวมถึง สถาบันได้ให้ความหมายเกี่ยวกับคำว่า การท่องเที่ยวซึ่งสามารถนำเสนอความหมายได้ ดังนี้

แมคอินทอช และโกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner)^{๔๕} กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการรูปแบบหนึ่ง โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่ หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

สุรเชษฐ์ เชษฐมาส^{๔๖} กล่าวถึงการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางจาก ที่อยู่อาศัยภูมิลำเนาไปยังสถานที่อยู่ห่างไกล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือหาประสบการณ์แปลกใหม่ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวันในภูมิลำเนาของตนเอง ศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและองค์ประกอบต่างๆ ของสถานที่ที่เดินทางผ่าน หรือสถานที่ ที่ท่องเที่ยวที่เข้าไปและจะต้องทำการพักค้างแรมในสถานที่นั้น ๆ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเป็นการเดินทางด้วยความ สนุกพอใจและเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้เป็น กิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์

^{๔๕} McIntosh & Goeldner, Cultural, (New York : PTY, ๑๙๘๖).

^{๔๖} สุรเชษฐ์ เชษฐมาส, ความหมายของการท่องเที่ยว, (กรุงเทพ : โอเดียร์สโตร, ๒๕๔๑).

ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำและ เป็นการ
เดินทางที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทาง
นั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่รวมทั้งยังมีการให้คำจำกัดความเพิ่มไว้อีกด้วยว่า จุดมุ่งหมายของ
การ เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและไม่อยู่ประจำ แต่เป็นไป
เพื่อ วัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง การท่องเที่ยว ยังหมายถึง การ
เคลื่อนย้ายของผู้คนจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง ซึ่งรวมไปถึงการเดินทาง ภายในประเทศ
และการเดินทางระหว่างประเทศ นอกจากนี้การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษา
หาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องล้วนนับเป็นการ
ท่องเที่ยวทั้งสิ้น โดยในหลักเกณฑ์ความหมายกำหนดได้โดยเงื่อนไข ๓ ประการ ดังนี้

๑. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
๒. เดินทางด้วยความสมัครใจ
๓. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช^{๔๗} กล่าวว่า หากจะอธิบายคำว่า การ ท่องเที่ยวให้
ครอบคลุมที่สุด ต้องพิจารณา ๔ ประเด็นหลัก ต่อไปนี้คือ

๑. นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์
ทั้ง ประสบการณ์ที่สามารถรับได้ด้วยกายและทางจิตใจ ซึ่งจุดประสงค์ในการเดินทาง
ท่องเที่ยว ของ นักท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมและแหล่ง
ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไป

๒. ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนอง
ความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้ผลกำไรจากการขาย
สินค้า และบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

๓. ภาครัฐบาลที่ดูแลนักท่องเที่ยว คือ องค์กรที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นเพื่อควบคุมดูแลการ
ท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐวางไว้ รัฐบาลในหลายประเทศส่วนใหญ่มักจะให้
ความสำคัญกับ การท่องเที่ยวเพราะการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ

^{๔๗} มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, การท่องเที่ยว, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์ประชา, ๒๕๔๘), หน้า ๗๑.

ให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ที่ธุรกิจนออุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ๔. ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นพื้นที่สำหรับ การท่องเที่ยว โดยนอกจากจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวแล้ว ใน บางโอกาสยังเป็นหน่วยงานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เมื่อประชาชนเข้ามาทำงานเป็น พนักงานส่วนหนึ่งของธุรกิจนออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว^{๔๘} อธิบายว่าการท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ทั้งเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน

ประกอบกิจกรรมตามความสนใจ หรือเพื่อประกอบธุรกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานแต่ไม่ได้ เป็นการเดินทางเพื่อไปทำงานหรือประกอบอาชีพเป็นหลัก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา^{๔๙} ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ตามความหมายขององค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุง โรม เมื่อปีพ.ศ. ๒๕๐๖ ว่าด้วยการท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ ๓ ประการ คือ

๑. ต้องมีการเดินทาง
๒. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน
๓. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ให้ความหมาย ของการท่องเที่ยวว่า หมายถึงการเดินทางใดๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล ๓ ประการ ดังนี้

ประการที่ ๑ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็น การถาวร

ประการที่ ๒ การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

^{๔๘} สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, ความหมายของการท่องเที่ยว, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์คุรุสภา, ๒๕๔๖).

^{๔๙} กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ความหมายของการท่องเที่ยว, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์อักษร, ๒๕๔๖).

ประการที่ ๓ เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพ หรือหารายได้แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติ มิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเรีงรมย์เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อดูธุรกิจ ดังนั้นจึง

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางแบบชั่วคราวจากสถานที่หนึ่ง ไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้คอยบริการและเป็นการไปโดยความสมัครใจโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ออกกำลังกาย เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม การศึกษา ธุรกิจ ประชุมสัมมนา หรืออื่นใด ฉะนั้นการท่องเที่ยวจะนำมาซึ่งการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และ ประชาชนของประเทศรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสถานที่ที่น่าสนใจเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เห็นและเข้าใจถึงวัฒนธรรมประเพณีและนอกเหนือจากนั้นทำให้นักท่องเที่ยวได้ พักผ่อนมีประสบการณ์ สร้างความสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อผู้ร่วมเดินทางและเพื่อนมนุษย์อีกด้วย

๒.๔.๑ ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงในการนำเงินตรา ต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่งเมื่อ เทียบกับสินค้าส่งออกอื่น ๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม มีผู้กล่าวเกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

ฉัตรชัย ดัวงจาด^{๕๐} ได้กล่าวเกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยว ไว้ว่า

๑. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

๑.๑ เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ

๑.๒ ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน

๑.๓ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้

๑.๔ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น

^{๕๐} ฉัตรชัย ดัวงจาด, ความสำคัญของการท่องเที่ยว, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์คิดอ่าน, ๒๕๔๕), หน้า ๘.

๑.๕ ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต

๒. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศ

๒.๑ ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น

๒.๒ ช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่นช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟู วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

๒.๓ ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา

๒.๔ ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น

๒.๕ ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่าย

๒.๖ ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี

วิลาศวงศ์ พงศบุตร ๕๑ กล่าวว่า ความสำคัญของการท่องเที่ยว คือ ปัจจุบันถือได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีความร่วมมือระหว่างประเทศในอันที่จะสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น นิคม จารุมณี (๒๕๔๔) ได้สรุปบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ ๑. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๒๕ เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับ

๑ เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ

๒. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปเงินตราต่างประเทศนี้ มีส่วนช่วยใน การสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน

๓. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพมากมายและเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว

๕๑ วิลาศวงศ์ พงศบุตร, ความสำคัญของการท่องเที่ยว, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์เทียนไข, ๒๕๓๖).

๔. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างมากมาย และ กว้างขวางเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการโดยเฉพาะใน ธุรกิจ ทางตรง

๕. การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากร ของ ประเทศมาใช้ประโยชน์สูงสุด ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการผลิตหรือที่เรียกว่าผลของตัวทวีคูณ ทางการท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรือ อุตสาหกรรมอื่น ๆ

๖. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจ เรียกว่า เป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ

๗. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้า อากาศ เหมือนการเกษตรอื่น ๆ

๘. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี

๙. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาค ต่าง ๆ

๑๐. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความ มั่นคง ให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนา

๑๑. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพสัมพันธไมตรีและความ เข้าใจอันดีด้วย เป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมพบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน

๒.๔.๒ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวมีการพัฒนาขึ้นมาเป็นการบริหารจัดการและการ เพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ แต่ได้พัฒนา มาเป็น การหาความรู้ การทำหายศักยภาพทางร่างกายและจิตใจ รวมถึงการรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม ปัจจุบันการท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะสถานที่ที่มี ความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรและกิจกรรมที่มีมาตรฐานและเป็นที่ดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวถือเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ ความสำคัญต่อการพักผ่อน เป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีลักษณะพิเศษที่

นักท่องเที่ยวเข้าไปแล้วได้รับความ เพลิดเพลิน ตื่นเต้น ทำท่าย ผจญภัย และได้ประสบการณ์
แปลกใหม่ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการ หันมาให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยวมากขึ้น
โดยการท่องเที่ยวเหล่านี้ถูกพัฒนาขึ้นตามความ ต้องการของนักท่องเที่ยว การ
ท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

๑. การท่องเที่ยวเพื่อความสุขสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อ
เปลี่ยน บรรยากาศประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมวิถีชีวิตวัฒนธรรม ประเพณี
ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความ
สนุกสนาน เพลิดเพลิน บางครั้งเป็นการไปเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสถานที่พักอาศัย การ
ท่องเที่ยวแบบนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ฐานนิยมฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว
และสิ่งที่ดึงดูดความ สนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

๒. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและสุขภาพ เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกาย
และสมอง อาจรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วย โดยใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะ
ทำได้ สถานที่ไปพักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขา
ที่ห่างไกล จากความอึกทึกครึกโครม

๓. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่
จะศึกษา หาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการ
ท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาวินัย ความเป็นอยู่ทั้งในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชม
โบราณสถาน เป็นต้น

๔. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ หรือเป็น
การ ท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่ที่จะไป
เป็นสิ่งที่ ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล หรือการเดินป่าเพื่อынงก ตกปลา เป็นต้น

๕. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา การท่องเที่ยวประเภทนี้
มักจะ แบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จะเป็นปัจจัยดึงดูด
นักท่องเที่ยว คือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัย หรือ
โรงแรม และระบบการ คมนาคมที่ดีสะดวกรวดเร็ว

๖. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษา ดูงาน หรือวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย ฯลฯ

อุษณีย์ ศรีภูมิ^{๕๒} กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่ง ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่แตกต่างกัน ดังนี้

๑. ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป

๒. การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน เช่น การเล่นกีฬา การเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริการทางประวัติศาสตร์

๓. ความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การนมัสการศาสนสถาน การท่องเที่ยวไปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

๔. อาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจ ค้นหา การประชุม การสัมมนา การศึกษาเปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้

๕. อื่น ๆ ได้แก่ การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์นี้มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด วันเทศกาลต่างๆ

Douglas Foster^{๕๓} Travel and Tourism Management. กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจเป็นการชั่วคราว โดยมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ใดก็ได้ที่ ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้เป็น ๔ อย่าง คือ

๑. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) เป็นการ เดินทางในวันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร อันเป็นการขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการ ทำงานให้หมดไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมา สำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ บางคนอาจจะไปพักผ่อน เพราะป่วยไข้ มักจะถือเอาภาวะ

^{๕๒} อุษณีย์ ศรีภูมิ, การท่องเที่ยว, (นนทบุรี : เสริมปัญญา, ๒๕๔๔).

^{๕๓} Douglas Foster, Travel and Tourism Management, (UK : UTC, ๑๙๘๕).

อากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน เช่น สถานที่ชายทะเลที่มีลมพัดฉิวอยู่เป็นนิจ หรือสถานที่บนเขาที่อากาศหนาวเย็น หรืออาจรักษาโรคผิวหนังใกล้บริเวณบ่อน้ำร้อนเป็นต้น

๒. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะนาฏกรรมในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่าง ๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติศาสนากิจ เป็นต้น

๓. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัย หรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้น เป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่ประเทศอินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป ไปบรรยาย วิชาการท่องเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์ ไปฝึกอบรมระยะสั้นเกี่ยวกับวิชาการโรงแรมที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

๔. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น เช่น การชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาเขต การไปเล่นสกีในฤดูหนาว เป็นต้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกสนานบันเทิงใจ เช่น การเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ การชมทิวทัศน์ที่สวยงาม การไปชมการแสดงโอเปร่า การไปชมการแสดงโขน เป็นต้น

๕. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โครงกระดูกมนุษย์โบราณ เป็นต้น

๖. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น ไปวาดรูปบนภูเขา ไปขี่ม้าที่ชายหาด ไปเล่นสกี เป็นต้น

๗. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend / Relation) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรอันเป็นการสร้างสัมพันธภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น ไปเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศ อังกฤษ ไปเยี่ยมลูกที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

๘. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) ในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่ โดยเฉพาะ

ใน สหรัฐอเมริกา แคนาดา และสหราชอาณาจักร ประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลัก จึงเปรียบเสมือนว่าธุรกิจกับการเดินทางต้องอยู่คู่กันเสมอแม้ว่าการเดินทางเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มี วัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ก็จัดเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการเดินทาง ในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้กับจุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจไปเยือนและนักธุรกิจนั้นไม่ได้มี วัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่ ณ สถานที่นั้นเพื่อที่จะทำงานหารายได้อย่างเดียว หากต้องบริโภคสินค้าและ บริการต่าง ๆ ซึ่งหมายถึงการเข้าพักในโรงแรมการใช้บริการห้องประชุม ซื้อของฝากของที่ระลึกต่าง ๆ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น ๒ ประเภทใหญ่ ๆ คือ

๘.๑ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular Business Travel) หมายถึง การเดินทางไปติดต่อประสานงาน หรือเซ็นสัญญาเกี่ยวกับธุรกิจ โดยอาจมีระยะเวลาในการ หยุดพักผ่อน ๒-๓ วัน แทรกอยู่ในการเดินทางนั้น เช่น นักธุรกิจชาวอังกฤษเดินทางมาเซ็นสัญญา หุ่นส่วนโรงแรมในประเทศไทย หรือตัวแทนขายประกันเดินทางไปเยี่ยมลูกค้า

๘.๒ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการ ท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive, Conference / Convention / Congress and Exhibition : MICE) การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้กำลังได้รับความนิยมทั้งจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก โดย มีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้อย่างจริงจัง เนื่องจากเห็นความสำคัญถึง ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กล่าวคือ ผู้ที่เดินทางมาในลักษณะ ดังกล่าวมักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง และมีความสามารถในการใช้จ่ายมากกว่า นักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้ แม้ว่าผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์หลักในการ เดินทางที่เกี่ยวข้องในเชิงธุรกิจ แต่หากคนกลุ่มนี้มีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีต่อพื้นที่ที่ ได้ไปเยือนเป็นครั้ง

แรก อาจเดินทางกลับไปยังพื้นที่นั้นอีกครั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการหยุดพักผ่อนในรูปแบบอื่น ๆ อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นคนที่มีการศึกษาระดับสูงและมีผู้นำด้านความคิด หากเลือกที่จะมาแหล่งท่องเที่ยวโดยอ้อมจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยวนั้น สิ่งสำคัญที่นักธุรกิจแต่ละกลุ่มต้องการเหมือนกัน คือ ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง เนื่องจากบางครั้งอาจมีเวลาจำกัดในการติดต่อธุรกิจ และอาจต้องเดินทางหลายแห่งในคราวเดียวกัน รวมถึงความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ เช่น ในโรงแรม มักจะมีห้องติดต่อธุรกิจ (Business center) ซึ่งมีบริการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็น โทรสาร โทรศัพท์ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องถ่ายเอกสาร หรือแม้กระทั่ง ผู้ช่วยส่วนตัว ไว้รองรับกลุ่มลูกค้าดังกล่าว

๙. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยว อย่างน้อย ๑ ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนานักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ และเมืองใดที่เป็น สถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุมสัมมนา เช่น เมืองพัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เจนีวา ปารีส เป็นต้น สรุปได้ว่าวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับ วัตถุประสงค์เพื่อเดินทางเพื่อพักผ่อน ท่องเที่ยว พบสิ่งแปลกใหม่ ศึกษาหาความรู้และเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง

๔. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หากพิจารณาองค์ประกอบของการท่องเที่ยว จะพบว่า การท่องเที่ยวต้องอาศัย องค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันหลายปัจจัย จึงจะส่งผลให้การท่องเที่ยวนั้นประสบความสำเร็จสร้าง ความประทับใจและผลกำไร การจัดองค์ประกอบ การท่องเที่ยว จำแนกตามระบบการท่องเที่ยวออกเป็น ๓ ระบบ ได้แก่

ระบบที่ ๑ คือ ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource) ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวซึ่งทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ หมายถึง สภาพทางกายภาพของทรัพยากร ซึ่งอาจจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชนและท้องถิ่น

ระบบที่ ๒ คือการบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่การให้บริการ เพื่อ การท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยว ข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

ระบบที่ ๓ คือ การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นความต้องการใน การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมาย รวมถึง กิจกรรมรูปแบบ หรือกระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ฉลองศรีพิมลสมพงศ์ (๒๕๔๒) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในการวางแผนและพัฒนาตลาดการ ท่องเที่ยวประกอบ ด้วย ๕ องค์ประกอบ ได้แก่ นักท่องเที่ยว (Tourist) การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) การขนส่ง (Transportation) ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็คือการศึกษาค้นคว้าความรู้ในพื้นที่ หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราว ในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม องค์ความรู้และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อม อย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจาก ธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจจากทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและแอฟริกา รวมถึงชื่อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรจะครอบคลุมถึงเรื่องอะไรบ้าง บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ๕๔ ได้อธิบายไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย

๑. ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์
๒. โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์
๓. งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม
๔. ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก
๕. ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา
๖. ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์
๗. ภาษาและวรรณกรรม
๘. วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร
๙. ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ
๑๐. ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะถิ่น

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ^{๕๕} ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า หมายถึง วิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้น การพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและวิถีชีวิตผู้คนหรือ สามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและ ย้อนกลับมามองตนเอง อย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพา ไม่ สามารถแยกออกจากกันได้

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทุกแง่มุมของการท่องเที่ยวที่มนุษย์สามารถศึกษา ถึงวิถีชีวิตและความนึกคิดซึ่งกันและกัน การท่องเที่ยวที่มุ่งเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น และเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม เป็นการ ท่องเที่ยวในเชิงการให้ความรู้ และความภาคภูมิใจ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยังหมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อการ

๕๔ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : ไทยการพิมพ์, ๒๕๔๘).

๕๕ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : ไตรการพิมพ์, ๒๕๔๐), หน้า ๑-๑๐.

เรียนรู้ผู้อื่น และย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจ วัฒนธรรมกับมนุษย์มีความสัมพันธ์กัน
อย่างแยกไม่ออก เพราะวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตมนุษย์อยู่ตลอดเวลา

วาลิกา แสนคำ^{๕๖} ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง
การเคลื่อนไหวของผู้คนที่เกิดขึ้นจากปัจจัยกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น การเดินทางท่องเที่ยว
เพื่อ การศึกษา การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล การเข้า
เยี่ยมชมอนุสรณ์สถาน การเดินทางเพื่อศึกษาขนบธรรมเนียมความเชื่อที่สืบทอดกันมาของ
ชุมชนท้องถิ่น ตลอดจน ความเชื่อทางศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การ
ท่องเที่ยวที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาว
ต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม
มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคน
ใน ประเทศนั้น จากการทบทวนเอกสารดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ให้ความหมายการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัย
ประจำไปยังท้องถิ่นอื่น ในระยะเวลาหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายเช่น การท่องเที่ยว
เพื่อการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือการท่องเที่ยวเพื่อ
ประกอบการเรียนรู้ เป็นต้น ซึ่งในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมนั้นจะมีสิ่งดึงดูดใจ
นักท่องเที่ยว ได้แก่ การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงามทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่า
จะเป็นในด้านของ ศิลปะ สถาปัตยกรรมโบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและ คุณค่าทาง
ประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกายการบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีต
ประเพณี เป็นต้น

๒.๔.๓ ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

^{๕๖} วาลิกา แสนคำ, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : บุปผาการพิมพ์, ๒๕๔๐), หน้า ๑๓.

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้น โดยโครงการเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ กระทรวงวัฒนธรรม^{๕๗} ได้แบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ดังนี้

๑. มรดกโลก สิ่งที่ยังบอกถึงคุณค่าของสิ่งที่มนุษยชาติหรือธรรมชาติสร้างขึ้นมา ควรแก่การอนุรักษ์ปกป้อง ให้ตกทอดไปยังชนรุ่นหลังและเป็นสิ่งที่ทุกคนในโลกปัจจุบันนี้เป็นเจ้าของร่วมกัน แบ่งออกเป็น มรดก แห่งความทรงจำของโลก มรดกโลกทางวัฒนธรรม และมรดกโลกทางธรรมชาติ

๒. อุทยานประวัติศาสตร์ บริเวณที่มีหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์สมัยใดสมัยหนึ่ง ของประเทศ หลักฐานและ ความสำคัญดังกล่าวอาจเป็นทางวัฒนธรรม การเมือง และสังคมวิทยาได้

๓. พิพิธภัณฑ์ หน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไร เป็นสถาบันที่ถาวรในการรวบรวม สงวนรักษา ศึกษาวิจัย สื่อสาร และจัดแสดงนิทรรศการ ให้บริการแก่สังคมเพื่อการพัฒนา โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้า การศึกษา และความเพลิดเพลิน โดยแสดงหลักฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับมนุษย์และสภาพแวดล้อม สิ่งซึ่ง สงวนรักษาและจัดแสดงนั้นไม่ใช่เป็นเพียงวัตถุ แต่ได้รวมถึงสิ่งที่มีชีวิตด้วยโดยรวมไปถึง สวนสัตว์ สวนพฤกษชาติ วนอุทยาน สถานที่ สงวนสัตว์น้ำและสถานที่อันจัดเป็นเขตสงวนอื่น ๆ รวมทั้งโบราณสถานและแหล่งอนุสรณ์สถาน ศูนย์วิทยาศาสตร์และท้องฟ้าจำลอง

๔. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกับข้ามกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เมืองขนาดใหญ่ๆ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชม สิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน สถานที่ที่รัฐบาลก่อสร้างขึ้น เช่น พระราชวัง หรือ อาคารเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมาที่สำคัญ

๕. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เกิดจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ประกอบด้วย สภาพภูมิอากาศ (Climate) ทิวทัศน์ที่ สวยงาม (Scenery)

^{๕๗} กระทรวงวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, (กรุงเทพ : โรงพิมพ์คุรุสภา, ๒๕๕๕),

และสัตว์ป่า (Wildlife) นับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด แต่แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเหล่านี้จะต้องได้รับการดูแลและบำรุงรักษา เป็นอย่างดีจากทุก ๆ ฝ่าย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ อาจทำลายความสวยงามอัน ทรงคุณค่าเหล่านี้ลงได้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในแต่ละพื้นที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจาก วัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม ทำให้ในแต่ละพื้นที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงาม สภาพความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยที่ แตกต่างกันไป ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยว

บริบทพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทยนับเป็นการแสดงออกทางวัฒนธรรม ที่งดงามและ ทรงคุณค่า บ่งบอกถึงอารยธรรม ภูมิปัญญา ความเชื่อ ความรู้สึก และวิถีชีวิตประจำวันของคนในชาติ ได้อย่างชัดเจนนับตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งแต่ละภาคของประเทศไทยล้วนมีการแสดงออกทาง วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวกันทั้งสิ้น

๒.๕ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

เครือข่ายความร่วมมือเป็นกระบวนการของการเข้าร่วมมือกัน เพื่อพัฒนาหรือจัดกิจกรรมที่ กลุ่มบุคคลหรือองค์กรสนใจร่วมกัน เครือข่ายความร่วมมือจะนำไปสู่พลังในการจัดการกับปัญหา ทั้งในระดับท้องถิ่นและสังคมโดยรวม ความร่วมมือในลักษณะดังกล่าวนี้ได้ก่อตัวเคลื่อนไหว และพัฒนากว้างขวางออกไป เช่น เครือข่ายเกษตรกร เครือข่ายเอดส์ เครือข่ายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

๒.๕.๑ ลักษณะสำคัญของเครือข่ายความร่วมมือ มีลักษณะดังต่อไปนี้

- มีองค์กร กลุ่ม หรือบุคคลตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไปเข้าร่วมมือกัน เพื่อให้บรรลุประสงค์ที่มีร่วมกัน
- มีการปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน
 - จัดกระบวนการของความร่วมมือเพื่อให้สามารถนำเอาวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ที่มีร่วมกันไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุผล คุณลักษณะสำคัญดังกล่าวจะส่งเสริมให้องค์กรมีความเข้มแข็ง เพราะแทนที่จะคิด คนเดียว ทำกิจกรรมคนเดียว เครือข่ายจะทำให้เกิดการรวมกลุ่มกัน ทำกิจกรรมตามลักษณะความสนใจ เกิดการ

แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ สร้างความชำนาญในการทำงาน ระดมสรรพกำลัง จัดโครงสร้างองค์การความร่วมมือ และกระบวนการภายใต้ความร่วมมือ

จัดกิจกรรมการยาท เพื่อให้ความเคลื่อนไหวมีพลังสังคมมีการแลกเปลี่ยนทัศนะ สร้างโอกาส ในการเข้าถึง ข้อมูลข่าวสาร และการมีส่วนร่วม ซึ่งกระบวนการพัฒนาเช่นนี้ มีความจำ เป็นมากทั้งในปัจจุบัน และในอนาคต การสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญหนึ่งใน กระบวนการเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง ขบวนการ ประชาคม ประชาสังคม

ขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครือข่าย ดังนี้

ขั้นที่ ๑ การร่วมกันกำหนดจุดมุ่งหมายของเครือข่าย

ขั้นที่ ๒ การตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์

ขั้นที่ ๓ การสร้างและพัฒนาแผนปฏิบัติ

ขั้นที่ ๔ ส่งเสริมบทบาทและกระบวนการตัดสินใจของแต่ละกลุ่ม

ขั้นที่ ๕ พัฒนาระบบการติดต่อสื่อสาร

ขั้นที่ ๖ พัฒนาโครงสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

ขั้นที่ ๗ การพัฒนาทรัพยากรและแหล่งทุนของเครือข่าย

๒. องค์ประกอบที่สำคัญและมีผลต่อความสำเร็จเครือข่าย ผลจากการศึกษาและพัฒนาเครือข่ายนอกจากขั้นตอนที่สำคัญแล้ว องค์ประกอบอันเป็นปัจจัยทางการบริหารที่สำคัญและส่งผลต่อความสำเร็จเครือข่ายมีดังต่อไปนี้ กระบวนการติดต่อสื่อสาร จะต้องมีความสม่ำเสมอ ส่งเสริมให้เกิดการ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เทคนิค ประสบการณ์ ตลอดจนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีการสรุปความก้าวหน้าในผลการดำเนินกิจกรรมของสมาชิกและเครือข่าย การพิจารณาถึงความต้องการของมวลสมาชิกเครือข่าย การได้แลกเปลี่ยนทัศนะ มุมมอง ต่อการพัฒนาหรือเป้าหมายของกิจกรรมในความร่วมมือ ตลอดจน ขบวนการตัดสินใจร่วมใจในการกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ เพื่อให้สมาชิกสามารถแปลงไปสู่การปฏิบัติและประสานความร่วมมือได้

องค์กรความร่วมมือ และโครงสร้างเครือข่ายมีประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อการประสานความร่วมมือ โดยลักษณะขององค์กรความร่วมมือสามารถป้องกัน การแทรกแซง

จาก องค์กรใดองค์กรหนึ่ง และลดปัญหาความขัดแย้ง ตลอดจนสร้างการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและทั่วถึงได้

ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมบทบาทและการตัดสินใจขั้นดำเนินการของมวลสมาชิก เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ และสร้างบรรทัดฐานในความร่วมมือ

มีการพัฒนาและระดมทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนแผนในการพัฒนาและระดมทรัพยากรมีประสิทธิภาพ

มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทของเครือข่ายและมวลสมาชิกเพื่อระดมความร่วมมือและสร้างความเข้าใจในการดำเนินงานทั้งแก่มวลสมาชิกและประชาชนทั่วไป

การศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือสามารถนำไปใช้ ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กล่าวคือ จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการเรียนรู้ของชุมชน

สรุปได้ว่าเครือข่ายชุมชนมีลักษณะของการรวมกลุ่มกัน เพื่อดำเนินกิจกรรมร่วมกันของกลุ่ม มีการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ประสพการณ์ระหว่างกัน โดยมีรูปแบบที่ไม่ตายตัว สร้างเสริม กระบวนการมีส่วนร่วม และกลายเป็นพลังในการขับเคลื่อนให้เครือข่ายนั้น ๆ มีความเข้มแข็งต่อไป อันจะนำไปสู่การตอบคำถามการวิจัยของผู้ศึกษาที่ว่า การจัดการความรู้ของชุมชนตำบลอุโมงค์อย่างไร เป็นระบบนั้นจะสามารถนำไปสู่ความสำเร็จในการเป็นชุมชนตำบลน่าอยู่และเสนอแนะเป็นแนวทางสำหรับชุมชนหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ ต่อไป รวมถึงสามารถคาดคะเน แนวทางการพัฒนาเครือข่ายของชุมชนตำบลอุโมงค์ในอนาคตได้อีกด้วย

ความสำคัญของเครือข่ายในการจัดการศึกษา

ในการดำเนินของภาคีเครือข่ายของชุมชน ได้มีการทำงานร่วมกันในด้านต่าง ๆ ของชุมชน ซึ่งรวมไปกับการพัฒนาการศึกษาของคนในชุมชน อาจกล่าวได้ว่าการทำงานในชุมชนนั้นไม่อาจจะขาดทีมงานส่วนใดส่วนหนึ่งไปได้ เนื่องจากทุกส่วนมีความสำคัญในการทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนา ได้มีการกล่าวถึงความสำคัญของภาคีเครือข่าย ดังนี้

ประเวศ วะสี ๕๘ ยังได้กล่าวถึงความจำเป็นที่จะต้องให้ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วน ร่วมในการ พัฒนาการศึกษาว่า การศึกษาเป็นความหวังของสังคมและเป็นเหมือนต้นทางแห่งสภาพ จิตใจ ครอบครัว วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมเป็นกระบวนการทางการศึกษา จึงมี ความเคลื่อนไหวตลอดทุกเวลา เป็นกระบวนการที่เป็นกลางทุกคนสามารถเข้ามามีส่วน ร่วมได้

สำนักงานปฏิรูปการศึกษา ๕๙ ที่กล่าวถึง ภารกิจที่มุ่งให้ภาคีเครือข่าย เข้ามาส่วนร่วมใน การพัฒนาการศึกษาในทุกระดับและทุกประเภท สรุปได้ดังนี้

๑. การมีส่วนร่วมในทางวิชาการ แนวทางการพัฒนาการศึกษาในยุคปฏิรูปที่ยึดหลัก ให้ผู้เรียนสำคัญที่สุด เพื่อให้เป็นคนเก่ง คนดี มีปัญญา มีความสุข ความเป็นไทย และความ เป็นสากล โดยการสร้างผู้เรียนให้มีคุณลักษณะดังกล่าวนี้ กระทำได้โดยผ่านการพัฒนา หลักสูตร และกระบวนการเรียนรู้ซึ่งทุกฝ่ายในสังคมและชุมชนมีส่วนร่วมใน ด้านต่าง ๆ ได้แก่

๑.๑ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาหลักสูตรของสถานศึกษา ได้เปิดโอกาสให้ สถานศึกษา ขึ้นพื้นฐานในท้องถิ่นสามารถกำหนดสาระของหลักสูตร ส่วนที่เกี่ยวข้องกับสภาพ ปัญหาใน ชุมชนและสังคม ภูมิปัญญาท้องถิ่น คุณลักษณะอันพึงประสงค์ เพื่อให้เป็นสมาชิกที่ดี ของ ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ การพัฒนาหลักสูตรดังกล่าวนี้เป็นไปตามแนวคิด การให้ชุมชนเป็นฐานซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อยู่ในชุมชนจากประสบการณ์จริง ใน สถานการณ์จริง เรียนรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้รู้ ผู้มีประสบการณ์ และสถานการณ์ชุมชน ในฐานะเป็นที่รู้จักท้องถิ่นของตนเป็นอย่างดี จะเป็นผู้มีส่วนร่วมได้ดียิ่ง

๑.๒ การมีส่วนร่วมในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ จำเป็นต้องมีการจัดหาและ พัฒนา สื่อกระบวนการต่าง ๆ ทั้งนี้ ชุมชนสามารถใช้สื่อที่มีอยู่ในท้องถิ่น ใช้แหล่งเรียนรู้ โดย ประสานความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับพ่อแม่ ผู้ปกครอง และบุคคลในชุมชนทุกฝ่าย

๕๘ ประเวศ วะสี , สุขภาพในฐานะอุดมการณ์ของมนุษย์ , พิมพ์ครั้งที่ ๓ , นนทบุรี : สำนักงานปฏิรูปสุขภาพ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, ๒๕๔๓, หน้า ๙ -๑๐.

๕๙ สำนักงานปฏิรูปการศึกษา ,แนวทางบริหารและการจัดการศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษา, กรุงเทพมหานคร : สำนักงานปฏิรูปการศึกษา, ๒๕๔๓, หน้า ๗๗ -๘๖.

เพื่อจัดการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ทุกสถานที่และทุกเวลา รวมถึงการเข้าไปมีส่วนช่วยรัฐกับสถานศึกษาจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตทุกรูปแบบ ในชุมชนให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่กับวิทยาการสากล ขณะที่ต้องพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ วิทยาการ สากลและใช้สื่อนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย การพัฒนาสาระและกระบวนการเรียนรู้ ควรเน้นไปที่การใช้ ประโยชน์จากผู้รู้ในท้องถิ่น ทั้งนี้ผู้นำชุมชนอาจร่วมเป็นวิทยากร หรือร่วมจัดกิจกรรมใน สถานศึกษาเพื่อจะได้นำประสบการณ์ ความรอบรู้ ความชำนาญ และ ภูมิปัญญาท้องถิ่นของบุคคล ดังกล่าวมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษา และยกย่องเชิดชูผู้ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษา รวมทั้งการสนับสนุนให้สถานศึกษาร่วมมือกับ ชุมชนในการพัฒนาสื่อการเรียน โดยใช้ภูมิปัญญาในชุมชนอีกด้วย

๑.๓ การมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดความรู้เพื่อพัฒนาชุมชน ในยุคการปฏิรูป การศึกษา เป้าหมายของการให้การศึกษาจะไม่จำกัดเฉพาะผู้เรียนหรือจำกัดแต่ภายในโรงเรียนแต่ยัง รวมไปถึงการให้ความรู้ ทักษะ การสร้างเจตคติและจิตสำนึกร่วมกันในการพัฒนาท้องถิ่นของตน ผู้นำชุมชนจึงต้องเป็นผู้ที่รู้จักประสานเชื่อมโยงกับแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ รวมทั้งสถานศึกษา โดยอาจ ขอความร่วมมือในการแนะนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มผลผลิตในชุมชน ขอ วิทยากรให้ความรู้ หรือขอความร่วมมือให้สถานศึกษาทำการค้นคว้าวิจัยในหัวข้อที่เป็น ปัญหาของชุมชน หรือเข้าไป ให้ความร่วมมือกับโครงการที่สถานศึกษา หรือหน่วยงานอื่นที่ จัดขึ้นเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดี ของชุมชน

๑.๔ การมีส่วนร่วมในการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เนื่องจาก การศึกษาต้อง เป็นกระบวนการต่อเนื่องตลอดชีวิต คนในชุมชนทุกคนควรที่จะมีโอกาสได้เรียนรู้ “ทักษะ การเรียนรู้” เพื่อที่จะได้พัฒนาตนเองและสังคมได้ ผู้นำชุมชนต้องมีบทบาทในการสร้าง “เครือข่ายการเรียนรู้ชุมชน” หรือ “ศูนย์การเรียนรู้ท้องถิ่น” ด้วยการเชื่อมโยงและ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างสถานศึกษา ท้องถิ่น และชุมชน

๒. การมีส่วนร่วมทางการบริหาร จากหลักการบริหารสถานศึกษาที่ใช้โรงเรียน เป็นฐาน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนการบริหารและการดำเนินงานในระดับท้องถิ่นจึงควร กำหนดให้การปฏิบัติเสร็จสิ้นที่สถานศึกษาให้มากที่สุด โดยคำนึงถึงควมมีอิสระ และ คล่องตัว เป็นสำคัญผู้นำชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นสามารถเข้าไปมีส่วนร่วม โดยทำ

หน้าที่เป็น กรรมการได้ ทั้งในระดับเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษา รวมทั้งเข้าไปมีส่วนร่วมทางอื่น ได้แก่

๒.๑ การมีส่วนร่วมในฐานะกรรมการตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ ได้กำหนดเรื่องคณะกรรมการสถานศึกษาที่มีหน้าที่ในการกำกับ ดูแล ส่งเสริม สนับสนุนการบริหารจัดการศึกษา โดยคำนึงถึงการบริหารและการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้นำชุมชนสามารถเข้าไปเป็นกรรมการได้ ทั้งในระดับเขตพื้นที่การศึกษา และระดับสถานศึกษา ซึ่งภาระหน้าที่ของคณะกรรมการ ทั้งสองระดับมีอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่การกำหนดแผน นโยบาย การดำเนินกิจกรรม ไปจนถึงการติดตาม ตรวจสอบ และ ประเมินผล รวมทั้งเป็นผู้สะท้อนปัญหา และความต้องการของท้องถิ่นตลอดจนประสาน ประโยชน์ในการจัดการศึกษาในสถานศึกษานั้น ๆ สามารถพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพได้มากที่สุด

๒.๒ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ตรวจสอบคุณภาพการศึกษา การประกันคุณภาพ ภายในสถานศึกษา เป็นวิธีที่ทำให้การศึกษามีมาตรฐานและถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ บริหารการศึกษาที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยสถานศึกษาจะต้องจัดทำรายงาน ประจำปี เสนอต่อหน่วยงานต้นสังกัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจะต้องเปิดเผย รายงานการประกันคุณภาพ ภายในสถานศึกษาประจำปีต่อสาธารณชนซึ่งในการตรวจสอบ คุณภาพการศึกษา สถานศึกษา จะต้องให้ข้อมูลเพิ่มเติมรวมทั้งเชิญ ผู้ปกครองและผู้ที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับสถานศึกษาร่วมให้ข้อมูล การจัดการศึกษา ผู้นำชุมชนจึงมีบทบาท สำคัญยิ่งทั้ง ในด้านการให้ข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับ การประเมินภายนอกและติดตามรายงานผลการประเมิน คุณภาพทั้งรายงานประจำปีของสถานศึกษา และรายงานการตรวจสอบคุณภาพทุกห้าปี

๒.๓ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้สนับสนุนการศึกษาทางเลือกผู้นำชุมชนมีหน้าที่ดูแลให้ สมาชิกในชุมชนทุกคนได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และให้ความสำคัญเป็นพิเศษแก่คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส และผู้มีความสามารถพิเศษ โดยที่การศึกษาจะเป็นในรูปแบบการศึกษาใน ระบบการศึกษานอกระบบ หรือการศึกษาตามอัธยาศัย และอนุญาตให้มีการเทียบโอน ระหว่างกันได้ ขณะเดียวกันพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ ก็เปิดโอกาสให้ บุคคล ครอบครัว องค์กร ชุมชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถาน

ประกอบการ และสถาบัน สังคมอื่นมีสิทธิจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานใน “ศูนย์การเรียนรู้” และได้รับสิทธิประโยชน์บางประการ จากรัฐผู้นำชุมชนจึงมีหน้าที่ในการให้การสนับสนุน ครอบครัว หรือองค์กรในชุมชนที่ต้องการจัด การศึกษาทางเลือกนี้โดยที่การจัดการศึกษาในลักษณะดังกล่าวจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ ประกาศในกฎกระทรวงและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

๒.๔ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้สร้างแรงจูงใจเพื่อการศึกษา ภาศิเครือข่ายอาจทำ หน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูล ให้คำแนะนำ ประสานงานกับหน่วยงานเพื่อหาทางช่วยเหลือ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการสนับสนุนให้ผู้เรียนที่มีความต้องการเป็นพิเศษ ได้แก่ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาส และผู้ที่มี นอกจากนี้ผู้นำชุมชนจะต้องเป็นผู้ส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิต ให้แก่สมาชิกในชุมชนด้วย เช่น แนะนำแหล่งเรียนรู้ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่หน่วยงาน สถาบันทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน จัดขึ้น อันจะเป็นประโยชน์สำหรับการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลและสังคมท้องถิ่น

๓. การมีส่วนร่วมทางการเงินและการลงทุนเพื่อการศึกษา ภาศิเครือข่ายมีส่วนร่วม ด้านต่าง ๆ ได้แก่

๓.๑ เป็นผู้ร่วมระดมทุนเพื่อการศึกษา การปฏิรูปการศึกษาจำเป็นต้องอาศัย ทรัพยากร และสรรพกำลังทั้งปวงจากท้องถิ่น ผู้นำชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการช่วยระดมทุน เพื่อการศึกษา โดยเป็นผู้จัดและมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา บริจาคทรัพย์สินและทรัพยากรอื่น ให้แก่สถานศึกษา และมีส่วนร่วมรับภาระค่าใช้จ่ายทางการศึกษาตามความเหมาะสมและความจำเป็น

๓.๒ เป็นผู้ริเริ่มและสนับสนุนการจัดตั้งกองทุนเพื่อการศึกษาของชุมชน จัดการศึกษาให้สมาชิกทุกคนได้รับสิทธิเสมอภาค และได้รับโอกาสศึกษาต่อตามกำลังความสามารถได้อย่างสูงสุด ไม่จำเป็นต้องใช้จ่ายมาก ปัจจุบันรัฐได้ให้การสนับสนุนเป็นพิเศษ ด้านการเงิน และอุปกรณ์สำหรับผู้เรียนที่พิการและได้จัดกองทุนสำหรับผู้ด้อยโอกาส กองทุนเพื่อโครงการอาหารกลางวันในสถานศึกษา แต่การขอความช่วยเหลือจากรัฐแต่เพียงฝ่ายเดียวย่อมไม่ เพียงพอผู้นำชุมชนอาจใช้วิธีต่าง ๆ ในการระดมทุนเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดความร่วมมือ ร่วมใจ จากชุมชน สถานประกอบการ และภาคเอกชน โดยจัดตั้ง “กองทุนเพื่อ

การศึกษาของชุมชน” ขึ้นเอง กองทุนดังกล่าวควรมีวัตถุประสงค์ที่จะช่วยเหลือแก่สมาชิกชุมชน ในด้านการศึกษาให้ชัดเจน

๓.๓ ร่วมติดตามการใช้เงินกองทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการร่วมระดมทุนให้สถานศึกษาได้มีเงินสนับสนุนการดำเนินงานด้านการศึกษาเป็นบทบาทที่สำคัญ ขณะเดียวกัน ภายหลังการร่วมระดมทุนให้สถานศึกษาแล้ว ผู้นำชุมชนก็สามารถมีส่วนร่วมในการเสนอและติดตามให้การใช้จ่ายเงินดังกล่าวเป็นไปอย่างโปร่งใสและเกิดประโยชน์สูงสุด

จินตนา สัจจามันท์ ๖๐ กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็น กระบวนการดำเนินงานรวมพลังประชาชนกับองค์กรของรัฐหรือองค์กรเอกชนเพื่อประโยชน์ใน การพัฒนาหรือแก้ปัญหาของชุมชน โดยให้สมาชิกเข้ามาร่วมวางแผน ปฏิบัติและประเมินงาน เพื่อแก้ปัญหาของชุมชน และยังให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วม และประเภทของการมีส่วนร่วม ของประชาชน ดังนี้ คือ

๑. ช่วยให้ประชาชนยอมรับโครงการมากขึ้น เนื่องจากเป็นโครงการที่ตรงกับ ปัญหา และความต้องการของประชาชน

๒. ประชาชนมีความรู้สึกผูกพัน รู้สึกเป็นเจ้าของโครงการมากขึ้น

๓. การดำเนินงานของโครงการได้รับความร่วมมือจากประชาชนมากขึ้น

๔. โครงการให้ประโยชน์แก่ประชาชนมากขึ้น และมีการระดมทรัพยากร เพื่อ การพัฒนามากขึ้น

๕. ช่วยพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนมากขึ้น

จิระวิทย์ มั่นคงวัฒนะ ๖๑ ได้กล่าวว่า สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้น พื้นฐาน ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการศึกษา โดยเน้นการพัฒนาและยกระดับ คุณภาพ การศึกษา รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้มีเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระดับต่าง ๆ ตาม

๖๐ จินตนา สัจจามันท์ , การศึกษาและการพัฒนาชุมชน, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๙ , หน้า ๔๘ -๔๙.

๖๑ จิระวิทย์ มั่นคงวัฒนะ , การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา , พิษณุโลก: โรงพิมพ์รัตนสุวรรณ, ๒๕๕๗ , หน้า ๑.

แนวคิดพื้นฐาน การพัฒนาแบบเครือข่ายมีส่วนร่วมจึงได้มีนโยบายจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายซึ่งประกอบด้วย

๑. กลุ่มเครือข่ายส่งเสริมประสิทธิภาพ การจัดการศึกษาปฐมวัย
๒. กลุ่มเครือข่ายส่งเสริมประสิทธิภาพ การประถมศึกษาและศูนย์พัฒนากลุ่มสาระการเรียนรู้
๓. กลุ่มเครือข่ายส่งเสริมประสิทธิภาพ การมัธยมศึกษาตอนต้นและศูนย์พัฒนากลุ่มสาระการเรียนรู้
๔. กลุ่มเครือข่ายส่งเสริมประสิทธิภาพ การมัธยมศึกษาตอนปลายและศูนย์พัฒนากลุ่มสาระการเรียนรู้ตัวชี้วัดความเข้มแข็งของภาคีเครือข่าย

๑. มีเป้าหมายร่วมกันชัดเจน
๒. มีระบบบริหารจัดการที่ดี
๓. มีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง
๔. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน
๕. มีการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง
๖. มีนวัตกรรมที่เกิดจากการทำงานเครือข่าย
๗. มีการสรุปบทเรียนร่วมกัน (เพื่อจัดทำแผนปีต่อไป)

นอกจากนี้ในการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่นในลักษณะของเครือข่าย ย่อมขึ้นอยู่กับระดับของความร่วมมือคือ

๑. การประสานงาน (Coordination) หมายถึง วิธีซึ่งคนจำนวนมาก มาร่วมกันทำงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตกลงกันไว้ โดยกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ออกเป็นหมวดหมู่ เพื่อ มอบหมายให้ผู้รับผิดชอบปฏิบัติด้วยความสามัคคี สมานฉันท์ และมีประสิทธิภาพที่สุด หรืออาจ กล่าวได้ว่า การประสานงาน หมายถึงการจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ร่วมมือ ปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อให้ งานหรือกิจกรรมดำเนินไปอย่างราบรื่นสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร นั้นอย่างสมานฉันท์และ

๒. ความร่วมมือ (Cooperatoin) หมายถึง ความเต็มใจของแต่ละคนในการช่วยเหลือซึ่ง กันและกัน เพื่อไปสู่เป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง ตามเป้าหมายขององค์การหรือหน่วยงาน ความร่วมมือ จะเป็นการที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเป็น “เจ้าของหรือเจ้าภาพ” งานหรือกิจกรรมนั้น ๆ แล้ว ขอให้ฝ่ายอื่นเข้ามาร่วม มีลักษณะเกิดขึ้นเป็นครั้ง ๆ ไป ไม่มุ่งความต่อเนื่องและการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างผู้เข้าร่วมกิจกรรม แต่มุ่งจะให้กิจกรรมนั้น ๆ แล้วเสร็จตามความต้องการของฝ่าย เจ้าของงาน ความร่วมมือเป็นการช่วยเหลือด้วยความสมัครใจ แม้จะไม่มีหน้าที่โดยตรง อาจจะทำ เรื่องเดียวกันในเวลาเดียวกันหรือต่างเวลาก็ได้ แม้กระทั่งอาจให้ความร่วมมือทำบางเรื่องบางเวลา

๓. การทำงานร่วมกัน (Collaboration) หมายถึง การที่บุคคล ตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป หรือ องค์กรตั้งแต่ ๒ องค์กรขึ้นไปมาทำงานร่วมกัน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกลุ่ม และรับรู้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มตามโครงสร้างที่มีอยู่ในองค์กร รวมทั้งเข้าใจวัตถุประสงค์ของการทำงาน ร่วมกัน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ และ ผู้ปฏิบัติงาน ต่างก็เกิด ความพอใจในการทำงานนั้น

๔. การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การที่สมาชิกทุกคนของหน่วยงาน หรือ องค์กร ร่วมกันดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีลักษณะของกระบวนการ (Process) มีขั้นตอนที่ มุ่งหมายจะให้เกิดการเรียนรู้ (Learning) อย่างต่อเนื่อง มีพลวัต (Dynamic) กล่าวคือ มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีการแก้ปัญหา การร่วมกัน กำหนดแผนงาน ใหม่ ๆ เพื่อสร้างความยั่งยืนในความสัมพันธ์ของทุกฝ่ายที่เข้าร่วมดำเนินการ การมีส่วนร่วมก่อให้เกิดผลต่อการขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่าย ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมย่อมเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร และที่สำคัญผู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย ความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนเครือข่ายที่ดีที่สุด

จากที่กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวกับความสำคัญการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในการจัดการศึกษา สรุปได้ว่าความสำคัญการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย คือ การเข้ามามีส่วนร่วมของ ภาคีเครือข่ายในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการศึกษา รวมทั้งส่งเสริม สนับสนุนให้มีเวที แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระดับต่าง ๆ การมีส่วนร่วมในการพัฒนากระบวนการ

เรียนรู้ จำเป็นต้องมี การจัดหาและพัฒนาสื่อกระบวนการต่าง ๆ รวมทั้งทรัพยากร
ทางการศึกษาอีกด้วย

องค์ประกอบของภาคีเครือข่าย

องค์ประกอบของภาคีเครือข่ายความร่วมมือมีองค์ประกอบหลายอย่างที่สำคัญ ซึ่งได้
มี นักการศึกษา นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงองค์ประกอบของเครือข่าย
ความร่วมมือไว้ ดังนี้

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ ๖๒ กล่าวว่า มีจุดร่วมที่สำคัญ ๕ ประการที่เป็นองค์
ประกอบที่สำคัญของความเป็นเครือข่าย ได้แก่

๑. หน่วยชีวิตหรือสมาชิก
๒. จุดมุ่งหมาย
๓. การทำหน้าที่อย่างมีจิตสำนึก
๔. การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยน
๕. ระบบความสัมพันธ์

คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ๖๓ กล่าวถึง องค์ประกอบของการสร้าง
เครือข่ายและการมีส่วนร่วมว่าควรมีองค์ประกอบ ๕ องค์ประกอบ คือ

๑. วัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย
๒. สมาชิก
๓. ผู้ประสานงานและคณะกรรมการ
๔. กิจกรรม

๖๒ พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (อบอ่น), นวัตกรรมการเรียนรู้ : คน ชุมชน และการพัฒนา, กรุงเทพมหานคร :
โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.), ๒๕๔๘ , หน้า ๑๓๑.

๖๓ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ,
การควบคุมการวัดประเมิน และ การจัดการความรู้, กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓,
หน้า ๓๓.

๕. ทฤษฎีการดำเนินการให้เกิดประสิทธิภาพของเครือข่ายสถานศึกษา
เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (๒๕๕๕ : ๑๙๗) ได้นำ เสนอองค์ประกอบสำคัญของเครือข่ายไว้
๗ องค์ประกอบ คือ

๑. การรับรู้มุมมองร่วมกัน (Common perception)
๒. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision)
๓. การมีผลประโยชน์ และความสนใจร่วมกัน (Mutual Interests/ Benefits)
๔. การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (All stakeholder participation)

๕. การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary relationship)
๖. การพึ่งพาอิงร่วมกัน (Interdependence)
๗. การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Interaction)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า องค์ประกอบหลักที่สำคัญของเครือข่าย
ร่วมมือ ได้แก่ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน สมาชิกและโครงสร้างของเครือข่าย การมีส่วนร่วม
ของสมาชิก เครือข่าย การทำหน้าที่อย่างมีจิตสำนึก กิจกรรมของกลุ่มเครือข่าย
การเรียนรู้และการพัฒนา บุคลากรเครือข่าย

แนวความคิดของการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในการจัดการศึกษา

แนวความคิดการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย เป็นการทำงานร่วมกันมีการ
ช่วยเหลือซึ่งกัน และกันในกลุ่ม ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้แนวความคิดของการมี
ส่วนร่วมของ ภาคีเครือข่าย ไว้หลายแนวคิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมด้านการศึกษา
ดังนี้

หน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและตามอัธยาศัย

๖๔ ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่าการที่สมาชิกทุกคนของหน่วยงานหรือองค์กร มาร่วม
ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยการดำเนินการนั้นมีลักษณะของกระบวนการ (Process) มี
ขั้นตอนที่มุ่งหมายจะให้เกิดการเรียนรู้ (Learning) อย่างต่อเนื่องมีพลวัต (Dynamic)

กล่าวคือ มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีการแก้ปัญหาการร่วมกันกำหนดแผนงานใหม่ ๆ เพื่อสร้างความยั่งยืนในความสัมพันธ์ทุกฝ่ายที่เข้าร่วมดำเนินการมีส่วนร่วมก่อให้เกิด ผลดีต่อการขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่าย เพราะมีผลในทางจิตวิทยาเป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือผู้ที่เข้า มามีส่วนร่วมย่อมเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร ความคิดเห็น ถูกรับฟังและ นำไปปฏิบัติเพื่อการพัฒนาเครือข่าย และที่สำคัญผู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย ความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเป็นพลังในการขับเคลื่อนเครือข่ายที่ดีที่สุด

หน่วยศึกษานิเทศก์ ได้สรุปว่า เครือข่ายการเรียนรู้ คือการประสานแหล่งความรู้ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อรับและส่งหรือถ่ายทอดความรู้ประเภทต่าง ๆ ไปยังประชาชนอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และเครือข่ายการเรียนรู้คือ การจัดและเชื่อมโยงแหล่งการเรียนรู้ให้เป็นระบบ เพื่อให้ประชาชน มาถึงความโอกาสได้เรียนรู้อย่างกว้างขวางและต่อเนื่องตลอดชีวิต โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมา ใช้เพื่อขยายบริการการศึกษา แลกเปลี่ยน และกระจายความรู้ ข้อมูลข่าวสารไปสู่กว้างได้อย่าง รวดเร็ว และการถ่ายทอดแลกเปลี่ยน และการกระจายความรู้ทั้งที่เป็นภูมิปัญญา และองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้กับชุมชน

หน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ยังได้กล่าวถึงการจัดการความรู้ว่า คือกระบวนการรวบรวมการจัดระบบ การแลกเปลี่ยน และการประยุกต์ใช้ความรู้ในองค์กร โดยการพัฒนาจากระบบข้อมูลไปสู่สารสนเทศ เพื่อก่อให้เกิดความรู้และปัญญา ซึ่งจะทำให้ทุกคนในองค์กร โดยการพัฒนาจากระบบ ข้อมูลไปสู่สารสนเทศ เพื่อก่อให้เกิดความรู้และปัญญา ซึ่งจะทำให้ทุกคนในองค์กร มีความสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ สามารถนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้การคิดวิเคราะห์และการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ไพบุลย์ วัฒนาศิริธรรม ๖๕ ได้เสนอแนวคิดของการมีส่วนร่วมของชุมชนไว้ว่า เกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เพื่อให้เกิดผลต่อความต้องการของกลุ่มคนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม ทั้งนี้ในการที่จะให้ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงนั้น

การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมต้องคำนึงถึงวิถีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณี ทัศนคติของบุคคล เพื่อให้เกิดความสมัครใจเข้าร่วมกิจกรรม เพราะกลุ่มคน ในชุมชนมีความแตกต่างกัน ในลักษณะ ส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจ และการได้รับข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้การมีส่วนร่วมของชุมชนโดย สรุปมีทั้งสิ้น ๕ ขั้นตอนคือ ๑) การวิเคราะห์ – สังเคราะห์ปัญหาของชุมชน ๒) การวางแผนที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีชีวิต ๓) การกำหนดกิจกรรม ๔) ความสำคัญโดยใช้ชุมชนเป็น ศูนย์กลาง ๕) การประเมินผลกิจกรรม ซึ่งเป็นขั้นตอนของการเข้ามามีส่วนร่วมที่ให้ความสำคัญ โดยใช้ชุมชนเป็นศูนย์กลางโดยมีหน่วยงานภาครัฐ คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำหรืออำนวยความสะดวก

จากที่กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวกับแนวความคิดการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในการจัดการศึกษาสรุปได้ว่า แนวความคิดการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่ ๒ ขึ้นไป หรือองค์กรตั้งแต่ ๒ องค์กรขึ้นไป มาทำงานร่วมกันมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกลุ่ม และรับรู้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มตามโครงสร้างที่มีอยู่ในองค์กร รวมทั้งเข้าใจวัตถุประสงค์ของ การทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ และผู้ปฏิบัติงานต่างเกิด ความพึงพอใจในการทำงานนั้น ทางด้านการทำงานของภาคีเครือข่ายนั้นจะสำเร็จได้ต้องอาศัย ความร่วมมือของทุกฝ่าย ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมาทำงานร่วมกันเพื่อดำเนินการ หรือดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้ถึงเป้าหมาย ที่กำหนดไว้ถึงจะสามารถจะทำให้การทำงานร่วมกันสามารถขับเคลื่อนไป ได้ด้วยดี

ลักษณะของการมีส่วนร่วมในความร่วมมือของเครือข่าย

ธนาภรณ์ เมทณีสฤติ ได้กล่าวถึงลักษณะแนวทางของการมีส่วนร่วม ดังนี้ การร่วมคิด หมายถึง การมีส่วนร่วมในการประชุมปรึกษาหารือในการ วางโครงการวิธีการติดตามผล การตรวจสอบและการดูแลรักษา เพื่อให้กิจกรรมโครงการสำเร็จผล ตามวัตถุประสงค์ การร่วมตัดสินใจ หมายถึง เมื่อมีการประชุมปรึกษาหารือเรียบร้อยแล้ว ต่อมาจะต้อง ร่วมกันตัดสินใจเลือกกิจกรรมหรือแนวทางที่เห็นว่าดีที่สุดหรือเหมาะสมที่สุด

๒. การร่วมปฏิบัติตามโครงการ หมายถึง การเข้าร่วมในการดำเนินงานตามโครงการต่าง ๆ เช่น ร่วมออกแรง ร่วมบริจาคทรัพย์ เป็นต้น

๓. การร่วมติดตามและประเมินผลโครงการ หมายถึง เมื่อโครงการเสร็จสิ้นแล้ว ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจตราดูแลรักษาและประเมินผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ

มณฑล จันท์แจมใส ได้กล่าวถึงลักษณะของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมของบุคคลจะต้องมีและเกิดขึ้นมาโดยตลอด ทั้งนี้ เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการมีส่วนร่วมในการวางแผนโครงการ การบริหารจัดการดำเนินงานตามแผน การเสียสละกำลัง แรงงานของบุคคลตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ กำลังเงินหรือทรัพยากรที่มีอยู่

ประชุม สุวดีธิ ได้กล่าวถึงลักษณะเงื่อนไขพื้นฐานของการมีส่วนร่วม ของบุคคล
เกิดจากพื้นฐาน ๔ ประการ คือ

๑. เป็นบุคคลที่จะต้องมีความสามารถที่จะเข้าร่วม กล่าวคือ จะต้องเป็นผู้มีศักยภาพที่จะเข้าร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น จะต้องมีความสามารถในการ ค้นหาความต้องการ วางแผนการบริหารจัดการ การบริการองค์การตลอดจนการใช้ ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

๒. เป็นบุคคลที่มีความพร้อมที่จะเข้ามามีส่วนร่วม กล่าวคือ ผู้นั้นจะต้องมีสภาพทางเศรษฐกิจวัฒนธรรม และ ภายภาพที่เปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมได้

๓. เป็นบุคคลที่มีความประสงค์จะเข้าร่วม กล่าวคือ เป็นผู้ที่มีความเต็มใจสมัครใจ ที่จะเข้าร่วมเล็งเห็นผลประโยชน์ของการเข้าร่วม จะต้องไม่เป็นการบังคับ หรือ ผลักดันให้เข้าร่วม โดยที่ตนเองไม่ประสงค์จะเข้าร่วม

๔. เป็นบุคคลที่ต้องมีความเป็นไปได้ที่จะเข้าร่วม กล่าวคือ เป็นผู้มีโอกาสที่จะเข้าร่วม ซึ่งถือว่าเป็นการกระจายอำนาจให้กับบุคคลในการตัดสินใจ และกำหนด กิจกรรมที่ตนเองต้องการ ในระดับที่เหมาะสม บุคคลจะต้องมีโอกาสและมีความเป็นไปได้ที่จะจัดการด้วยตนเอง

สำหรับลักษณะการมีส่วนร่วมของบุคคลโดยทั่วไปแล้ว ยังมีปัจจัยอีกหลายอย่าง ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคม อาชีพและรายได้ เป็นต้น

แอนดรูว์ และสตีเฟล (Andrew & Stiefel) ได้กล่าวถึงลักษณะของการมีส่วนร่วมไว้ ๔ ประการ คือ

๑. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
๒. การมีส่วนร่วมในขั้นปฏิบัติการ
๓. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์
๔. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

อิระวัชร จันทรประเสริฐ ได้กล่าวไว้คือ

๑. การมีส่วนร่วมในลักษณะตัวบุคคล ให้ความสำคัญกับปัจเจกบุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ

๒. การมีส่วนร่วมในลักษณะของกลุ่มขบวนการ ที่มุ่งสร้างพื้นฐานอำนาจจากการสร้าง กลุ่มและโครงสร้างภายในหน่วยงาน

๓. การมีส่วนร่วมในลักษณะโครงการ ให้ความสำคัญที่การจัดโครงการอันก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมที่ดี เน้นกลุ่มเป้าหมาย การถ่ายทอดระบบเทคนิค ความรู้ การกระจายอำนาจสู่ ประชาชน

๔. การมีส่วนร่วมในลักษณะสถาบัน ให้ความสำคัญในแง่ของการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสถาบัน มีการถ่ายทอดหรือขยายโครงสร้างอำนาจของกลุ่มผลประโยชน์และ ชนชั้นทางสังคม

๕. การมีส่วนร่วมในลักษณะนโยบาย เน้นเรื่องหลักการยอมรับการมีส่วนร่วมของ ประชาชนและผู้เสียเปรียบในสังคม และนำมากำหนดนโยบายและแผนงานระดับชาติ

ได้แบ่งรูปแบบของการมีส่วนร่วมออกเป็น ๑๐ แบบ ดังนี้

๑. การมีส่วนร่วมประชุม
๒. การมีส่วนร่วมออกเงิน
๓. การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ
๔. การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ
๕. การมีส่วนร่วมสัมภาษณ์
๖. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ชักชวน

๗. การมีส่วนร่วมเป็นผู้บริโภค
๘. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ประกอบการ
๙. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ใช้แรงงาน
๑๐. การมีส่วนร่วมออกวัสดุอุปกรณ์

แชพิน (Chapin) ได้ทำการศึกษาแบบของการมีส่วนร่วมและแบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น ๔ แบบ ดังนี้

๑. การมีส่วนร่วมร่วมประชุม
๒. การมีส่วนร่วมออกเงิน
๓. การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ
๔. การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ

โคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff) ได้อธิบายและวิเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมโดยสามารถแบ่งออกเป็น ๔ รูปแบบ คือ

๑. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย ๓ ขั้นตอน คือ ริเริ่ม ตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจและตัดสินใจลงมือปฏิบัติการ
๒. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบไปด้วยการสนับสนุน ทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหารและการประสานขอความร่วมมือ
๓. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ทางด้านต่าง ๆ ประกอบไปด้วยผลประโยชน์ทางด้านวัสดุ ผลประโยชน์ทางสังคมและผลประโยชน์ส่วนบุคคล
๔. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เกี่ยวกับการควบคุมและการตรวจสอบ การดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนที่โคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff, ๑๙๗๗) ที่แสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในขั้นการตัดสินใจมีความสำคัญมากสาเหตุว่าการตัดสินใจจะส่งผลต่อการปฏิบัติการ และการปฏิบัติการจึงมีผลต่อไป ยังการรับผลประโยชน์และการประเมินผลในขณะเดียวกัน เพราะฉะนั้นการตัดสินใจจะมีผล โดยตรงต่อการรับผลประโยชน์และการประเมินผลด้วย

รูปแบบและขั้นตอนของการมีส่วนร่วม

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ ได้ให้ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนี้

๑. การค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา และพิจารณาแนวทางแก้ไข
๒. การตัดสินใจเลือกแนวทางแก้ไข และวางแผนหรือโครงการแก้ไขปัญหา
๓. การปฏิบัติการแก้ไขปัญหตามแผนและโครงการที่วางไว้
๔. การรับประโยชน์จากโครงการ
๕. การประเมินผลโครงการ

ฉ้อวัน วุฒิกรมรักษา ได้จำแนกการมีส่วนร่วมไว้ ๕ ขั้นตอน คือ

๑. ขั้นกำหนดความต้องการ
๒. ขั้นวางแผนดำเนินการ
๓. ขั้นตัดสินใจ
๔. ขั้นดำเนินการ
๕. ขั้นติดตามผลงาน

นอกจากนี้ ยังได้แบ่งลักษณะการเข้าร่วมไว้อีก เป็นการร่วมประชุม ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจ ร่วมออกแรง ร่วมออกเงิน วัสดุ อุปกรณ์ ร่วมเป็นกรรมการ

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง ได้แบ่งขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ เป็น ๔ ขั้นตอน คือ

๑. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา
๒. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม
๓. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน
๔. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

จอห์น และอัลฮอฟ ได้แบ่งชนิดของการมีส่วนร่วมออกเป็น ๔ ชนิด คือ

๑. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ว่าควรทำอะไร)
๒. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วยการ

สนับสนุนด้าน ทรัพยากรการบริหารและการประสานขอความร่วมมือ

๓. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ทางด้าน
วัตถุ ผลประโยชน์ทางสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล

๔. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

ติน ปรัชญาพฤทธิ์ (๒๕๔๒, หน้า ๕๐) กล่าวว่า ทฤษฎีพัฒนาองค์การ
(Organization Development) หรือโอดี (OD) มีวัตถุประสงค์ทั่ว ๆ ไปเพื่อที่จะเพิ่ม
ความสามารถขององค์การใน การแก้ไขปัญหาที่เป็นอยู่ โดยเน้นการปรับปรุงและปรับ
พฤติกรรมให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ เน้นการร่วมแรงร่วมใจ ซึ่งการพัฒนาองค์การ มี
ขั้นตอน ๔ ขั้นตอน คือ

๑. ค้นหาสาเหตุของปัญหา (Diagnostic)

๒. ขึ้นวางแผนการดำเนินงาน (Action -Planning)

๓. การปฏิบัติการให้เป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางไว้ (Implementing)

๔. ขึ้นประเมินผล (Evaluating)

มงคล จันทร์ส่อง (๒๕๔๔) ได้กำหนดรูปแบบและขั้นตอนของการมีส่วนร่วม
ของบุคคล ไว้ว่าองค์ประกอบรูปแบบของการมีส่วนร่วม มีอยู่ ๓ ด้าน ดังนี้

๑. การมีส่วนร่วมจะต้องมีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน การให้บุคคล
เข้าร่วมกิจกรรมจะต้องมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนว่า จะทำกิจกรรมนั้น ๆ ไป เพื่อ
อะไร ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะได้ตัดสินใจแล้วว่าควรจะเข้าร่วมหรือไม่

๒. การมีส่วนร่วมจะต้องมีกิจกรรมเป้าหมาย การให้บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมใน
กิจกรรมจะต้องระบุลักษณะของกิจกรรมว่ามีรูปแบบและลักษณะอย่างไร เพื่อให้ ผู้เข้าร่วม
กิจกรรมสามารถตัดสินใจได้ว่าจะเข้าร่วมกิจกรรมหรือไม่

๓. การเข้าร่วมจะต้องมีบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมายการที่จะให้บุคคลเข้ามามีส่วน
ในร่วมกิจกรรมนั้นจะต้องระบุกลุ่มเป้าหมายด้วย อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปบุคคลกลุ่มเป้าหมาย
มักถูกจำกัด โดยกิจกรรมและวัตถุประสงค์ของการมีส่วนร่วมอยู่แล้วเป็นพื้นฐาน

ศิริชัย กาญจนวาสี ได้กำหนดรูปแบบและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม
ของบุคคลในองค์กร ดังนี้

๑. การมีส่วนร่วมในการประชุม

๒. การมีส่วนร่วมในการเสนอปัญหา
๓. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร
๔. การมีส่วนร่วมตัดสินใจในการเลือกแนวทางในการแก้ไขปัญหา
๕. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลในกิจกรรมต่าง ๆ
๖. การมีส่วนร่วมในการได้รับประโยชน์

วรรณ วรชวานิช ได้กำหนดรูปแบบของการมีส่วนร่วมของบุคคลไว้ เป็นลักษณะ ดังนี้ คือ

๑. การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง คือ รูปแบบที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม หรือ เข้ามาเกี่ยวข้องร่วมตัดสินใจในการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน จนกว่าการดำเนินงานจะบรรลุผลเสร็จสมบูรณ์
๒. การมีส่วนร่วมที่ไม่แท้จริง คือ รูปแบบที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม หรือเข้ามาเกี่ยวข้องในลักษณะหนึ่งลักษณะใด หรือในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง เท่านั้น โดยแท้จริงแล้วกระบวนการมีส่วนร่วมไม่อาจสามารถกระทำได้ในทุกประเด็น แต่การมีส่วนร่วมของบุคคลจะมีอยู่ในเกือบทุกกิจกรรมของสังคม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจและประเด็น การพิจารณาที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขพื้นฐานการมีส่วนร่วมว่า จะต้องมีความเหมาะสม มีความสามารถในการเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้การมีส่วนร่วมดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีความร่วมมือทางสังคม

ทฤษฎีการกระทำทางสังคม (The Theory of Social Action) **เยอวมาลย์ จ้อยจุฬี** ได้อธิบายถึงการกระทำทางของมนุษย์ (Action of Human) ในลักษณะที่สามารถนำไปปรับใช้ทางสังคมทั่วไป กล่าวคือ การกระทำใด ๆ ของมนุษย์จะขึ้นอยู่กับความสนใจ และระบบค่านิยมของบุคคล

๑. บุคลิกภาพของแต่ละบุคคล (Personality)
๒. ระบบสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่ (Social System)

๓. วัฒนธรรม (Culture) ในสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่และวัฒนธรรมนี้จะเป็นตัว กำหนดเกี่ยวกับความคิด ความเชื่อถือ (Idea of Believes) ความสนใจ (Primary of Interest) และ ระบบค่านิยมของบุคคล (System of Value Orientation)

จางง อติพัฒนสิทธิ์ ได้ศึกษาเรื่องการกระทำของมนุษย์ (Human Action) โดยให้กำหนด ความการกระทำว่าเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งที่เป็นแบบเปิดและลึกลับ ซึ่งบุคคลผู้ทำ กำหนดให้มีความหมายเป็นส่วนตัว ความเข้าใจในระบบความหมายเกิดขึ้นได้ ๒ ประการ กล่าวคือ

๑. ความหมายส่วนตัวจากการกระทำของบุคคลหนึ่งสามารถเข้าใจได้จากการสังเกต โดยตรง
๒. มีการเข้าใจสิ่งเร้า เราสามารถแสดงความรู้สึกรู้สึกออกมาด้วยตัวเราเองในการให้เหตุผลซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของผู้นำหรือถ้าการกระทำของบุคคลไม่มีเหตุผลแล้วอาจจะเข้าใจใน ส่วนประกอบ แห่งอารมณ์ที่มีการกระทำเกิดขึ้น โดยอาศัยการเข้าไปมีส่วนร่วมที่มีความเห็นอกเห็นใจต่อมนุษย์ ผู้สังเกตไม่จำเป็น ต้องเห็นด้วยกับแนวทฤษฎีหรือ จดมุ่งหมายขั้นสูงสุดหรือค่านิยมของผู้นำ แต่โดย สติปัญญาแล้วเราอาจเข้าใจสถานการณ์ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง อีกนัยหนึ่งการกระทำบางอย่าง เกิดขึ้นจากแรงกระตุ้นสามารถถือ ได้ว่าการอธิบายที่แท้จริงของการกระทำเพราะแรงกระตุ้นจะมีอยู่ ในส่วนลึกของจิตใจ ผู้กระทำและสำหรับผู้สังเกตนั้น แรงกระตุ้นเป็นพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับ การศึกษาพฤติกรรม และเวเบอร์ได้กล่าวว่า การกระทำทางสังคม ๔ ชั้น คือ

๒.๑ การกระทำที่มีเหตุผลเป็นการกระทำที่ใช้วิธีการอันเหมาะสมในอันที่จะบรรลุ วัตถุประสงค์ที่เลือกไว้อย่างมีเหตุผล การกระทำดังกล่าวมุ่งไปในด้านการเมือง เศรษฐกิจและ สังคม

๒.๒ การกระทำที่เกี่ยวกับค่านิยม เป็นการกระทำเช่นนี้มุ่งไปในด้านจริยธรรมและ ศีลธรรมอย่างอื่น เพื่อดำรงไว้ซึ่งความเป็นระเบียบในชีวิตทางสังคม

๒.๓ การกระทำตามประเพณี เป็นการกระทำที่ไม่เปลี่ยนแปลง โดยยึดแบบอย่าง ที่ทำกันมาในอดีตเป็นหลัก พฤติกรรมการกระทำตามประเพณีที่ไม่คำนึงถึงเหตุผล

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม

รีดเดอร์ ได้สรุปปัจจัย ต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรักษาการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ ๑๑ ประการ ดังนี้

๑. การปฏิบัติตนให้สอดคล้องตามความเชื่อถือพื้นฐาน กล่าวคือ บุคคลและกลุ่มบุคคล เหมือนจะเลือกแบบวิธีการปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องและคล้ายคลึงกับความเชื่อพื้นฐานของตนเอง

๒. มาตรฐานคุณค่า บุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะปฏิบัติในลักษณะที่สอดคล้องกับ มาตรฐานคุณค่าของตนเอง

๓. เป้าหมาย บุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะส่งเสริมป้องกันและรักษาเป้าหมายตน

๔. ประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา พฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลบางครั้งมี รากฐานมาจากประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา

๕. ความคาดหวัง บุคคลและกลุ่มบุคคลจะประพฤติตามแบบที่ตนคาดหวังว่าจะต้อง ประพฤติในสถานการณ์เช่นนั้น ทั้งยังชอบปฏิบัติต่อผู้อื่นในลักษณะที่ตนคาดหวังจากผู้อื่น ด้วย เช่นกัน

๖. การมองแต่ตนเอง บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่าง ๆ ซึ่งคิดว่าตนเองสมควร กระทำเช่นนั้น

๗. การบีบบังคับ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยความรู้สึกว่าตนถูกบังคับ ให้ทำ

๘. นิสัยและประเพณี บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเรานิสัยชอบกระทำอยู่ ในสถานการณ์นั้น ๆ

๙. โอกาส บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบการปฏิบัติของสังคม โดยเฉพาะในทางที่เกี่ยวข้องกับจำนวนและชนิดของโอกาส ซึ่งโครงการของสังคมเอื้ออำนวย เข้ามา มีส่วนร่วมกันในการกระทำเช่นนั้นเท่าที่พวกเขาได้รับรู้ ๑๖

๑๐. ความสามารถ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมกันในกิจกรรมบางอย่างที่ ตนเห็นว่าสามารถทำในสิ่งที่ต้องการให้เขาทำในสถานการณ์เช่นนั้น

๑๑. การสนับสนุน บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเริ่มปฏิบัติเมื่อเขารู้สึกว่าเขา รับ การสนับสนุนที่ดีพอให้กระทำการเช่นนั้น

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization) เสนอปัจจัยพื้นฐานในการระดมการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ

๑. ปัจจัยของสิ่งจูงใจจากสภาพความเป็นจริงชาวบ้านที่จะเข้าร่วมกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งทั้งในแง่การร่วมแรง ร่วมทรัพยากร หรืออื่น ๆ นั้น มีเหตุผลอยู่ ๒ ประการ คือ

๑.๑ การมองเห็นว่าตนจะได้ประโยชน์ตอบแทนในสิ่งที่ตนทำไป ซึ่งถือเป็นเรื่อง การกระตุ้นให้เกิดมีสิ่งจูงใจ

๑.๒ การได้รับคำบอกกล่าวหรือชักชวนจากเพื่อนบ้านให้เข้าร่วม โดยมีสิ่งจูงใจเป็น ตัวนำ ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องของการก่อให้เกิดมีสิ่งจูงใจ

๒. ปัจจัยโครงสร้างของช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วม แม้ว่าชาวชนบทเป็นจำนวนมาก จะเห็นประโยชน์ของการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาแต่ก็ไม่อาจเข้าร่วมกิจกรรมได้ เนื่องจากไม่เห็นช่องทางของการมีส่วนร่วม หรือเข้าร่วมแล้วก็ไม่ได้รับดังที่คาดหวังเอาไว้ เนื่องจาก การเข้ามามีส่วนร่วมนั้นมิได้จัดรูปแบบความสัมพันธ์ที่เหมาะสม เช่น ภาวะผู้นำ ลักษณะการทำงาน กฎระเบียบ แบบแผน เป็นต้น ดังนั้น ปัจจัยพื้นฐานทางด้านโครงสร้างของช่องทางในการเข้ามามี ส่วนร่วมจึงควรมีลักษณะ

๒.๑ เปิดโอกาสให้ทุกคนและทุกกลุ่มในชุมชนมีโอกาสเข้าร่วมในการพัฒนารูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง โดยการเข้าร่วมอาจอยู่ในรูปของการมีส่วนร่วมโดยตรงหรือโดยมีตัวแทนก็ได้

๒.๒ ควรมีกำหนดเวลาที่แน่ชัด เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถกำหนดเงื่อนไข ของตนเองได้

๒.๓ กำหนดลักษณะกิจกรรมที่แน่นอน

๓. ปัจจัยอำนาจในการส่งเสริมกิจกรรมของการมีส่วนร่วม โดยปกติที่ผ่านมา ในกิจกรรมหนึ่ง ๆ แม้ว่าประชาชนจะเห็นด้วยและมีโอกาสเข้าร่วม แต่ไม่อาจกำหนด เป้าหมาย วิธีการหรือ ผลประโยชน์ของกิจกรรม เพราะสิ่งเหล่านี้เจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นผู้กระทำ ได้แก่

๑. ความศรัทธาที่มีต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ประชาชน มี ส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การลงแขก การบำเพ็ญประโยชน์ การสร้างโบสถ์วิหาร

๒. ความเกรงใจที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือหรือมีเกียรติยศ ตำแหน่ง ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมทั้ง ๆ ที่ยังไม่มีวาทะหรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ เช่น ผู้ใหญ่ ออก ปากขอแรงผู้น้อยก็ช่วยแรง

๓. อำนาจบังคับที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า ทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่าง ๆ เช่น บีบบังคับให้ทำงานเยี่ยงทาส ฯลฯ

๒.๖ ประวัติและความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

จุดเริ่มต้นของธุรกิจกาแฟดอยช้าง ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านดอยช้าง เป็นพื้นที่บนภูเขาสูง ตั้งอยู่ที่ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สูงกว่าระดับน้ำทะเล แต่เดิมอาชีพหลักของประชากรบนดอยช้างก่อนจะก้าว เข้าสู่กระบวนการปลูกและผลิตกาแฟ ชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ทางภาคเหนือของไทยรวมถึงที่ดอยช้างเคยปลูกฝิ่น ซึ่งถือเป็นพืชเศรษฐกิจในช่วงนั้น การปลูกฝิ่นทำให้เกิดการแผ้วถางป่าอย่างมหาศาลรวมทั้งทำลายต้นน้ำอันสมบูรณ์ของประเทศ ในปี พ.ศ.๒๕๒๖ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไทยภูเขา โดยทรงริเริ่มโครงการตามพระราชดำริด้วยการพระราชทานพันธุ์พืชที่ทรงคิดว่าจะเป็นพืชเศรษฐกิจมาทดแทนและลดการปลูกฝิ่น พร้อมทั้งลดการแผ้วถางป่า

จากพระราชดำริของพระองค์ท่าน ทางรัฐบาลไทยและองค์การสหประชาชาติ ได้ให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ ชาวบ้านดอยช้างได้รับแจกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าชั้นดี เพื่อนำมาปลูก และได้รับการ สนับสนุนทางด้านเทคนิคต่างๆอย่างดีมาโดยตลอด ๒๐ กว่าปีที่ผ่านมากเกษตรกร ชาวดอยช้างปลูกกาแฟแต่ขายได้ราคาต่ำ เนื่องจากต้องขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งจะคอยกดราคาเกษตรกรทำให้ได้ราคาต่ำ เพราะเห็นว่าเกษตรกรไม่สามารถนำไปขายเองได้ภายหลังเมื่อทุกคนรวมตัวกันสร้างบริษัทกาแฟขึ้นมา กลับพบว่าสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดและขายได้ราคาดี ทุกคนจึงช่วยกันพัฒนาคุณภาพของกาแฟให้ดีขึ้น อีกทั้งส่งไปทดสอบคุณภาพกาแฟในต่างประเทศ เพื่อที่จะได้นำมาพัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้นตามความต้องการของตลาดต่อไป ทุกคนจึงมีความภาคภูมิใจที่ได้ผลิตกาแฟไทย ที่มี

คุณภาพยอดเยี่ยมระดับโลก ส่งไปจำหน่ายทั่วโลก ปัจจุบันเราส่งออกกาแฟดอยช้างไปหลายประเทศทั่วโลก นอกจากนี้เรายังได้จดทะเบียนการลงทุนร่วมกับ นักธุรกิจจากประเทศแคนาดา ซึ่งมีประสบการณ์การทำธุรกิจ ตลอดจนธุรกิจระหว่างประเทศอื่น ๆ และประสบความสำเร็จอย่างสูง^{๖๖}

บ้านดอยช้าง อำเภอแม่สรวย แหล่งผลิตกาแฟชั้นยอด ของเชียงราย พื้นที่กว่า ๑,๐๐๐ ไร่ ของการปลูกกาแฟบนดอยช้าง ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่ปลูกกาแฟของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าบ้านดอยช้าง ที่มีสมาชิกจำนวน ๖๔ คน ระยะเวลาการก่อตั้งกลุ่มถึงปัจจุบัน ๗ ปี มีแนวทางการผลิตกาแฟแบบอินทรีย์ งดเว้นการใช้สารเคมีทุกชนิด เพื่อให้ได้กาแฟปลอดสารและนำไปสู่การผลิตแบบอินทรีย์ ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าบ้านดอยช้างกลุ่มนี้ ได้รับการันตีว่า เป็นกาแฟอินทรีย์ไปเรียบร้อยแล้ว โดยบริษัทที่รับซื้อกาแฟของกลุ่ม ส่งเจ้าหน้าที่ของบริษัทเข้ามาตรวจสอบและรับรองมาตรฐานอินทรีย์ให้ผลผลิตทั้งหมดของกลุ่มวิสาหกิจอินทรีย์ฯ แห่งนี้ ถูกตีตราแบรนด์ขายทั้งในและต่างประเทศ จึงเป็นเครื่องการันตีได้ว่า กาแฟจากแหล่งนี้มีคุณภาพที่ดี

คุณภาณุมิ แลเณอู่ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าบ้านดอยช้าง มีหน้าที่ดูแลสมาชิกกว่า ๒๐๐ ครอบครัว เล่าว่าเกษตรกรที่ปลูกกาแฟเกือบทั้งหมดเป็นชาวเขาเผ่าอาข่า การประกอบอาชีพ แม้จะทำการเกษตร ก็จะต้องปลูกพืชในพื้นที่เดิมไม่เกิน ๑๐ ปี จากนั้นจะย้ายพื้นที่ปลูกไปถางพื้นที่ใหม่ ในลักษณะที่เรียกว่า การทำไร่เลื่อนลอย เมื่อมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาส่งเสริมการปลูกพืชแบบยั่งยืน เพื่อลดปัญหาดังกล่าว ก็เริ่มมีเกษตรกรปรับตัวตามและปัจจุบันปัญหาดังกล่าวหมดไป แต่สิ่งที่เกษตรกรชาวเขายังประสบอยู่คือการทำการตลาด เพื่อส่งเสริมผลผลิตที่ผลิตได้

การขุดหลุมปลูก ขนาดหลุมกว้าง ๕๐ เซนติเมตร ลึก ๔๐ เซนติเมตร เพราะทั้งรากแก้วและรากฝอยของกาแฟชอบไชไปได้ไม่เกิน ๕๐ เซนติเมตร จากผิวดิน จากนั้นรากแก้วจะหยุดที่

๖๖ วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, กาแฟดอยช้าง, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒, เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม

๕๐ เซนติเมตร ส่วนรากฝอยจะชอนไชย้อนกลับขึ้นมาหาอาหารบริเวณผิวดิน ดังนั้น เมื่อลงปลูกต้นกาแฟแล้ว จะต้องพอกโคนต้นให้พูนขึ้น การให้ปุ๋ย ใช้ปุ๋ย ๑ กำมือ ต่อต้น

ในอดีต การให้ปุ๋ยใช้สารเคมี เมื่อรวมกลุ่มเพื่อการผลิตกาแฟอินทรีย์ เพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต จึงจำเป็นต้องซื้อปุ๋ยหมัก และมีต้นทุนปุ๋ยหมักราคากระสอบละ ๓๒๐ บาท น้ำหนักปุ๋ยกระสอบละ ๑๕ กิโลกรัม เฉลี่ยราคาปุ๋ยหมักกิโลกรัมละ ๖.๒๐ บาท หรือในบางปีที่ราคาปุ๋ยหมักขึ้นสูง อาจมีต้นทุนปุ๋ยหมักมากถึงกิโลกรัมละ ๙-๑๐ บาท ที่เดียว ด้วยเหตุนี้ กลุ่มจึงผลิตปุ๋ยหมักเอง โดยนำเปลือกกาแฟสด (เชอรี่) ที่ต้องปอกออกก่อนนำเข้าเครื่องอบ

จากเดิมที่ปอกเปลือกแล้วนำไปทิ้งในปริมาณมาก ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมในเรื่องของกลิ่นเปลือกกาแฟ และทำให้เกิดน้ำเสียที่ปลายทาง เมื่อกลุ่มเห็นว่าเปลือกกาแฟสามารถนำมาเป็นวัตถุดิบในการหมักใช้แทนปุ๋ยหมักได้ จึงนำกากน้ำตาล ชีวูและสารตั้งต้นสำหรับผลิตปุ๋ยหมักมาผสม ผลิตเป็นปุ๋ยหมัก ใช้เวลาหมักอย่างน้อย ๒ เดือน และนำมาใช้แทนปุ๋ยหมักที่สั่งซื้อมา ซึ่งทุกปีใช้ปุ๋ยหมักเกือบ ๒๐ ตัน หากผลิตปุ๋ยหมักเองได้ จะสามารถลดต้นทุนได้เกินกว่าครึ่ง ทั้งยังช่วยกำจัดของเสียที่เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย กาแฟ เมื่ออายุ ๑ ปี จะเริ่มออกดอกในฤดูร้อนของทุกปี ระหว่างเดือนเมษายนถึงปลายเดือนพฤษภาคม จากนั้นจะเริ่มติดผลเล็ก ๆ และสามารถเก็บเมล็ดกาแฟสดได้ตั้งแต่เดือนตุลาคม เป็นต้นไป

การใส่ปุ๋ย เริ่มให้ต้นเดือนพฤษภาคม ต้นละ ๑ กำมือ ประมาณ ๑ กิโลกรัม ต่อต้น ไม่ต้องรดน้ำ เพราะการปลูกกาแฟบนที่สูง อาศัยน้ำฝนตามฤดูกาลเท่านั้น จากนั้นใส่ปุ๋ยครั้งที่ ๒ ในช่วงเดือนกันยายน การใส่ปุ๋ยช่วงนี้ เป็นการช่วยไม่ให้ต้นโทรมและควรตัดแต่งกิ่งไปพร้อมกัน อย่างไรก็ตาม การตัดแต่งกิ่งไม่จำเป็นต้องตัดแต่งกิ่งทุกปี อาจจะเว้น ๒-๓ ปี ต่อครั้งได้ แต่หากไม่ตัดแต่งกิ่งเลย จะทำให้ต้นกาแฟสูงชะลูดขึ้นไปข้างบน การแตกกิ่งมีน้อย ซึ่งมีผลต่อการติดเมล็ดของกาแฟที่ออกตามกิ่ง

การเก็บเมล็ดกาแฟสดจากต้น สีของผลจะต้องจัด หากเป็นสีเหลืองก็ต้องเหลืองจัดจนส้ม หรือหากเมล็ดแดงก็ต้องเป็นสีแดงเข้มมาก ในช่วงที่เมล็ดกาแฟสุกจัด สามารถเก็บได้ อาจมีฝน ถ้าฝนตกการเก็บเมล็ดกาแฟจะทำได้ยาก เพราะเมื่อเก็บมาแล้วไม่มีเครื่องอบ ทำให้เมล็ดกาแฟขึ้น อาจทำให้เมล็ดกาแฟเน่า ปัญหานี้เกษตรกรบนดอยาวาวีจึงประสบอยู่ ซึ่งการ

แก้ปัญหาสามารถทำได้โดยการนำเมล็ดกาแฟที่เก็บมาได้เข้าเครื่องอบ แต่เครื่องอบมีราคาแพง จึงจำเป็นต้องทำให้เมล็ดกาแฟแห้งโดยการตาก อายุของต้นกาแฟ หากดูแลรักษาดี อาจมีอายุยาวนาน ๓๐-๕๐ ปี โดยไม่จำเป็นต้องรื้อแปลงปลูกใหม่ หากต้นมีอายุมาก จะให้ผลผลิตค่อนข้างดีกว่า โรคและแมลงในกาแฟ พบได้น้อย เพราะปัจจุบันมีการ

พัฒนาสายพันธุ์กาแฟให้ทนทานต่อโรค จึงพบโรคที่ก่อให้เกิดปัญหาในแปลงค่อนข้างน้อย การเก็บผลผลิตกาแฟต่อต้น โดยทั่วไปเฉลี่ยต้นละ ๑ กิโลกรัม การเก็บ จำเป็นต้องเก็บเมล็ดกาแฟในตอนเช้า เก็บตลอดทั้งวันแล้วนำมาส่งที่โรงตากกาแฟไม่เกินเวลา ๒๒.๐๐ น. ของวันนั้น ๆ และเริ่มสีเมล็ดกาแฟในตอนเช้าของวันรุ่งขึ้น

การรับซื้อเมล็ดกาแฟ ราคาซื้อเมื่อยังเป็นผลสด (เชอรี่) ราคา กิโลกรัมละ ๑๕-๒๐ บาท เมื่อนำผลสด (เชอรี่) มาปอกเปลือกตากแห้ง เรียกว่า กะลา ความชื้นไม่น้อยกว่า ๘ เปอร์เซ็นต์ ขายได้ราคากิโลกรัมละ ๑๒๐ บาท แต่ปริมาณผลสด (เชอรี่) ๕ กิโลกรัม เมื่อปอกเปลือกตากแห้งแล้วได้กะลา ๑ กิโลกรัม เมื่อเปรียบเทียบราคาขายแล้ว ได้กำไร กิโลกรัมละ ๒๐ บาท แต่หากนำกาแฟในรูปแบบของกะลามาสีเป็นสาร จะขายได้ราคากิโลกรัมละ ๑๘๐-๒๐๐ บาท หากนำกะลาที่สีเป็นสาร ไปคั่วให้ได้เมล็ดกาแฟสด จะขายได้ราคากิโลกรัมละ ๕๐๐-๑,๐๐๐ บาท

แม้ว่าทุกขั้นตอนจะมองดูเหมือนสามารถแปรรูป เพื่อให้ได้มูลค่าของกาแฟที่เพิ่มขึ้น แต่ก็ติดในแต่ละขั้นตอนที่เหมือนกัน คือ อุปกรณ์หรือเครื่องที่จะสี สาร คั่ว เมล็ดกาแฟ ไม่ใช่ทำด้วยมือได้ แต่ต้องใช้เครื่อง ซึ่งมูลค่าเครื่องหลักล้านบาท เกษตรกรทั่วไปไม่มีทุนก็ไม่สามารถทำได้ จึงทำให้เกษตรกรต้องขายเมล็ดกาแฟสด (เชอรี่) หรือเมล็ดกาแฟสด (เชอรี่) ที่ผ่านการตากแห้งเป็นกะลาแล้วเท่านั้น

ตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าบ้านดอยช้าง มีกาแฟดอยช้าง มารับซื้อเมล็ดกาแฟสด (เชอรี่) แล้วนำไปสี ทำกะลา อบ คั่ว ทำแบรนด์ดอยช้างเอง ส่วนอีกบริษัทรับซื้อ ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์ แล้วนำไปทำแบรนด์เอง ขายทั้งในประเทศและต่างประเทศเพราะคุณภาพเมล็ดกาแฟอินทรีย์ที่ผลิตได้ ทำให้มีบริษัทของไต้หวันติดต่อเข้ามาขอซื้อกาแฟคั่วเดือนละ ๕๐๐ กิโลกรัม แต่ติดปัญหาที่กลุ่มยังไม่มีเครื่องคั่วเมล็ดกาแฟ จึงต้องชะลอการ

ส่งซื้อออกไปอีก ปริมาณผลผลิตแต่ละปี มากถึงปีละไม่ต่ำกว่า ๑ ล้านกิโลกรัม ก็ขายหมดไม่เหลือ

คุณพรศักดิ์ นันตะรัตน์ เกษตรจังหวัดเชียงราย ให้ข้อมูลเพิ่มเติมด้วยว่า เชียงรายเป็นพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับว่า เป็นแหล่งปลูกกาแฟที่ดีที่สุดแหล่งหนึ่งของโลก เพราะตั้งอยู่ในแนวองศาเหนือและองศาใต้ที่โลกให้การยอมรับว่า เป็นพื้นที่ปลูกกาแฟรสชาติดี แต่ปัญหาที่เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟจะพบคือ การทะลักเข้ามาของกาแฟเพื่อนบ้านในราคาที่ถูกลง ทำให้ลูกค้าหันไปซื้อกาแฟจากประเทศเพื่อนบ้านแทน แม้ว่าจะคุณภาพด้อยกว่าของประเทศไทย แต่ด้วยต้นทุนที่ถูกลง และนำมาปนในขั้นตอนของการคั่วเมล็ดกาแฟ ก็ทำให้ผู้บริโภคไม่รู้ ผู้ผลิตกาแฟก็ได้ประโยชน์จากต้นทุนที่ถูกลง^{๖๗}

กระบวนการผลิตกาแฟดอยช้าง

พื้นที่ของดอยช้างตั้งอยู่ที่ความสูงระหว่าง ๑,๐๐๐-๑,๗๐๐ เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง มีความอุดม สมบูรณ์ด้วยทรัพยากรทางดิน และมีอากาศเย็นสบาย จึงเหมาะกับการปลูกกาแฟสายพันธุ์ราบิ๊กว่า โดยกาแฟแบรนด์ดอยช้างนั้นจะเป็นกาแฟราบิ๊กว่าชนิดพิเศษคุณภาพสูง จากแหล่งผลิตเฉพาะบริเวณดอยช้างแห่งเดียวเท่านั้น ซึ่งได้รับการรับรองการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสหภาพยุโรป ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ.๒๕๕๘ ซึ่งมี กระบวนการผลิต ดังนี้

๑) การปลูกกาแฟ สำหรับขั้นตอนการผลิตกาแฟดอยช้างนั้นเริ่มตั้งแต่การปลูกต้นกาแฟบนดอยช้าง ซึ่งกาแฟ ของที่นี่จะเป็นสายพันธุ์ราบิ๊กว่า หากเดินทางขึ้นมาที่หมู่บ้านดอยช้างก็จะเห็นต้นกาแฟอยู่ตามข้างทางรอบ ๆ บ้านและในป่า โดยวิธีการปลูกต้นกาแฟของที่นี่จะปลูกอยู่ใต้ร่มเงาไม้แซมอยู่กับต้นไม้ที่มีอยู่เดิม และปลูกต้นไม้เพิ่มเติมในทุกปีต้นกาแฟจะให้ผลผลิตปีละครั้ง ช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์

๒) การเก็บเกี่ยว เลือกเก็บเกี่ยวเฉพาะผลกาแฟที่สุกแล้ว ความโดดเด่นของกาแฟดอยช้างอยู่ที่การเป็นกาแฟ ชนิดพิเศษคุณภาพสูง เมล็ดกาแฟมีขนาดใหญ่พิเศษ มีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ คือ ตั้งแต่ขั้นตอนการปลูก การเก็บเกี่ยวผลผลิต

๖๗ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าบ้านดอยช้าง, (ออนไลน์), สืบค้นเมื่อ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๔ จาก

กระบวนการผลิต ไปจนถึงขั้นตอนการชงกาแฟ โดยจะเลือกเก็บผลกาแฟที่สุกแล้ว ผลเป็นสีแดงแก่คล้ายสีของผลเชอร์รี่ วิธีเก็บจะต้องใช้กำลังคนเลือกเก็บด้วยมือที่ละ ผล เนื่องจากผลกาแฟไม่ได้สุกพร้อมกันทั้งต้น เมื่อรวบรวมผลกาแฟที่เก็บมาทั้งวันแล้ว ในช่วงเย็นชาวบ้านจะนำผลกาแฟที่ได้มาขายที่โรงงาน

๓) การล้างและคัดแยกเมล็ดกาแฟ เมื่อผลกาแฟมาถึงโรงงานก็จะถูกเทลงในบ่อน้ำเพื่อล้างทำความสะอาด และแยกเอาเฉพาะผลสมบูรณ์ที่จมน้ำ ส่วนผลไม่สมบูรณ์ที่ลอยน้ำอยู่ก็จะถูกคัดแยกออกไป จากนั้นก็นำ ผลกาแฟมาเข้าเครื่องกะเทาะเปลือกกาแฟภายใน ๒๔ ชั่วโมง หลังการเก็บเกี่ยว

๔) การหมัก กาแฟกะลาเปียกที่ได้จะถูกนำมาหมักแห้งเป็นระยะเวลา ๒๔ ชั่วโมง และนำไปหมักเปียกอีก ๒๔ ชั่วโมง เพื่อช่วยขจัดเมือกเคลือบออกจากกาแฟกะลา จากนั้นจะแช่พักเมล็ดที่ผ่านการหมักในน้ำสะอาด อีกประมาณ ๒๔ ชั่วโมง เพื่อให้กาแฟมีกลิ่นและรสชาติสะอาดขึ้น เสร็จแล้วจึงขนส่งลงมาที่ด้านล่างเพื่อตาก

๕) การตากจะตากบนลานตากกาแฟ ตากด้วยแสงอาทิตย์ ใช้เวลาประมาณ ๗-๘ วัน ระหว่างนั้นก็พลิกกลับ กาแฟเป็นครั้งคราว

๖) การเก็บรักษา เมื่อได้ความชื้นในระดับที่ต้องการ ก็จะบรรจุกาแฟกะลาในกระสอบแล้วนำไปเก็บรักษาใน คลังที่มีการควบคุมระดับอุณหภูมิที่เหมาะสม เก็บไว้ประมาณ ๘ เดือน เพื่อเป็นการบ่มเมล็ดกาแฟให้ รสชาติดีขึ้น

๗) การผลิตกาแฟ มาถึงขั้นตอนการผลิตกาแฟสาร จะขนส่งเมล็ดกาแฟจากคลังกลับขึ้นมาบนดอยช้างเพื่อ เข้าสู่โรงงาน โดยจะนำกาแฟกะลามาเข้าเครื่องสีส่วนของกะลาแห้ง จากนั้นจะส่งเข้าเครื่องคัดแยกขนาด และคุณภาพของเมล็ดกาแฟ แล้วจึงคัดแยกคุณภาพเมล็ดกาแฟด้วยแรงงานคนอีกครั้งหนึ่ง

๘) การคั่วกาแฟ กาแฟสารที่ได้เป็นกาแฟที่พร้อมนำมาคั่ว เมื่อถูกนำเข้าเครื่องคั่วกาแฟ คั่วด้วยอุณหภูมิและ ระยะเวลาตามที่กำหนดแล้ว นำออกมาพักให้คลายความร้อนลง จากนั้นก็จะผ่านการคัดคุณภาพด้วย แรงงานคนอีกครั้ง ก่อนจะนำลงบรรจุถุงพร้อมส่ง^{๖๘}

๖๘ การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, การจัดการสิ่งแวดล้อม, คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๖๓.

๒.๗ การส่งเสริมพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟ ดอยช้าง อำเภอแม่สรวยจังหวัดเชียงราย

มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชนพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ทรงให้แนวทางสายกลางในการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้นปัญหาและสามารถดำรงอยู่ได้ อย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยสรุปออกมาได้เป็น ๓ ห่วง ๒ เงื่อนไข ได้แก่ ห่วง ๓ ห่วง คือ มีความเชื่อมโยงกันของความพอประมาณ การมีเหตุผล และการมีระบบภูมิคุ้มกัน เพื่อป้องกันผลกระทบอันเกิดจากความผันผวนเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน โดยอยู่ภายใต้ ๒ เงื่อนไข คือ ๑. ความรู้ หมายถึง ความรอบรู้ รอบคอบ และระมัดระวังในการนำความรู้มาใช้และ ๒. คุณธรรม หมายถึง ความซื่อสัตย์ สุจริต ขยันอดทน และแบ่งปัน ทรงมีพระบรมราชวินิจฉัยในปัญหาสาเหตุ และแนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม และมีประสิทธิผลต่อการพัฒนาประเทศอย่าง ยั่งยืน นำไปสู่การพระราชทานแนวพระราชดำริที่รู้จักกันดีภายใต้ที่ชื่อว่า เศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้

ประการแรก การพัฒนาต้องเอาคนเป็นตัวตั้งยึดหลักประโยชน์สุขของประชาชน และการมีส่วนร่วมตัดสินใจของประชาชน โดยใน การดำเนินโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริทุกโครงการ ทรงยึดหลักประชาชนทุกคนต้องได้รับประโยชน์จากโครงการ และคนส่วนใหญ่ ต้องเสียสละดูแลช่วยเหลือคนส่วนน้อย ยึดหลักคุ้มคามากกว่าคุ้มทุน หรือขาดทุนคือกำไร คือ เน้นการให้และการเสียสละ เพื่อผลแห่งความ อยู่ดีมีสุขของประชาชน และต้องให้ประชาชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการตั้งแต่ตอนก่อนเริ่มต้นโครงการ แล้วจึงให้ข้าราชการที่เกี่ยวข้องดำเนินการร่วมกันต่อไป

ประการที่สอง ยึดหลักภูมิสังคมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคและท้องถิ่น ดังจะเห็นได้ว่า การพัฒนาตามแนวพระราชดำริ จะเน้นกระบวนการศึกษาและวางแผนที่สอดคล้องกับภูมิสังคมหรือลักษณะภูมิประเทศทางภูมิศาสตร์ สภาพธรรมชาติแวดล้อมรอบ ๆ ตัว คน คำนึงถึงการดำเนินวิถีชีวิตของคนในสังคมที่จะเข้าไปพัฒนา ตามลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อและศาสนา ประเพณี ที่ต่างกัน นอกจากนี้ยังทรงให้ความสำคัญกับการใช้หลักวิชาในการศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบและพัฒนาคน โดยสร้างความรู้ ความเข้าใจ ของคนในพื้นที่ต่อหลักการและประโยชน์จากการพัฒนา ก่อนส่งเสริมให้

ข้าราชการทุกคนยึดหลัก เข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา คือ ต้องมีความ รู้ ความเข้าใจในสภาพ ภูมิสังคมของคนในพื้นที่นั้น ๆ ว่ามีปัญหาเช่นไรและมีความต้องการอะไร ทั้งนี้ก็เพื่อให้การ วางแผนและดำเนินโครงการ อันเนื่องมาจากพระราชดำริช่วยแก้ปัญหาและตรงกับ ความ ต้องการของคนในพื้นที่มากที่สุด

ประการที่สาม การพัฒนาต้องเริ่มต้นจากการพึ่งตนเองให้ได้ก่อน รู้จัก ประมาณตน รู้ศักยภาพของตนและดำเนินการด้วยความ รอบคอบ ระมัดระวัง และทำตามลา ดับชั้น สร้างพื้นฐานความเป็นอยู่ของประชาชนและครอบครัวให้พอมิ พอกิน พอใช้ก่อน โดย วิธีการที่ ประหยัดและถูกต้องตามหลักวิชาการ เมื่อพัฒนาตนเองให้เข้มแข็งและเป็นอิสระ แล้ว จึงค่อยพัฒนาขึ้นมาเป็นการแลกเปลี่ยน การรวมกลุ่ม พึ่งพากันและร่วมกันพัฒนาชุมชน ให้เข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้แล้ว จึงขยายเครือข่ายเชื่อมสู่สังคมภายนอก ดังที่ ทรงใช้คำว่า “ระเบิดจาก ข้างใน” จากหลักการทรงงานข้างต้นจะเห็นว่าพระองค์ทรงให้ ความสำคัญกับการพัฒนาคน โดยทรงให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึก ในศีลธรรมแก่ ประชาชน ให้รู้จักประมาณตน ไม่โลภ เสียดสีมีคุณธรรมและความเพียรและซื่อสัตย์สุจริต อยู่เสมอ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ ว่าการพัฒนาคนตามแนวพระราชดำรินั้นจึงเป็นการ เสริมสร้างศักยภาพของคนในทุกมิติ ทั้งทาง ด้านร่างกายและจิตใจที่สำนึกในคุณธรรม มี ความเพียรและจริยธรรมในการดำเนินชีวิต อันจะเป็นการขยายโอกาสและทางเลือกให้แก่ ประชาชนในการดำเนินวิถีชีวิตได้อย่างมั่นคง ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศให้ยั่งยืนตาม ไปด้วย จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและได้ทำการวิเคราะห์พบว่า เศรษฐกิจพอเพียงมีการ พัฒนาจากหลักของการพึ่งตนเองให้เข้มแข็ง แล้วจึงพัฒนาขึ้นเป็นการแลกเปลี่ยน การ รวมกลุ่มช่วยเหลือกัน จนนำไปสู่การสังเคราะห์เกื้อกูลและการร่วมมือกัน เพื่อการดำเนิน กิจการใด กิจการหนึ่งให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งสามารถประสานกับชุมชน สังคมอื่นได้อย่าง ดี จะเห็นว่าปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงมีพระบรม ราชวินิจฉัยและทรงพระราชทานพระบรมราชนุญาตให้นำไปเผยแพร่เพื่อเป็นแนวทาง ปฏิบัติของทุกฝ่ายและ ประชาชนโดยทั่วไป เพื่อให้ประชาชนและประเทศชาติ สามารถก้าว ทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์และเพื่อให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอย่าง รวดเร็วทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี และเพื่อให้เกิดความสมดุล

ในทุกมิติ คือ มิติด้านทุน มนุษย์ มิติด้านทุนสังคม มิติด้านทุนสิ่งแวดล้อม และมิติด้านกายภาพ

ดังนั้น ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมุ่งเน้นให้ผู้ผู้นำนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ เพื่อสามารถใช้ความรู้และคุณธรรมที่มีอยู่พิจารณาอย่างรอบด้านมีความรอบรู้ รอบคอบระมัดระวังในการดำเนิน กิจกรรมเพื่อให้มีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรน้อมนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ คือ

๑. หลักความพอประมาณทางธุรกิจในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง ความเหมาะสมของการดำเนินงาน ทั้งในแง่ของขนาดที่ไม่เล็กเกินไปหรือไม่ใหญ่จนเกินไป แต่เป็นไปตามอัตภาพ และสภาพแวดล้อม และในแง่ของจังหวะเวลาที่ไม่เร็วเกินไปหรือไม่ช้าจนเกินไป

๒. หลักความมีเหตุผล ที่หมายถึง การพิจารณาที่จะดำเนินงาน ด้วยความถี่ถ้วนรอบคอบ ไม่ย่อท้อ ไร้อคติ คำนึงถึงเหตุและปัจจัยแวดล้อมทั้งหมด

๓. การมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี เป็นคุณลักษณะที่สามในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือการจัดองค์ประกอบของการดำเนินงาน ให้มีสภาพพร้อมรองรับต่อผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในได้เป็นอย่างดี

๔. นำเอาความรู้มาใช้ให้เป็นประโยชน์แท้จริงได้นั้น จำต้องมีคุณธรรมเป็นเครื่องกลั่นกรอง อันประกอบด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต สำหรับรองรับสนับสนุนวิชาความรู้ เพื่อนำพาไปสู่เป้าหมาย ได้อย่างถูกต้องเที่ยงตรง ความอดทน มีความเพียร และสามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายสามประการด้วยกัน คือ ความสมดุล การพร้อมรับ ต่อการเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กระบวนการปฏิบัติงานของวิสาหกิจชุมชน ดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการดำเนินงานภายใต้ แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย

๑. ด้านการตลาด หมายถึง การวางแผนการตลาด ความต่อเนื่องของตลาด การกำหนดลูกค้า วิธีการหาลูกค้า การกำหนดผลิตภัณฑ์ กำหนดราคา การกำหนดช่องทาง การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

๒. ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการวางแผนการจัดการ การกำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน การแบ่งงานและหน้าที่ ความรับผิดชอบ การควบคุมและติดตามการทำงาน การทบทวนและปรับปรุงแผนงาน

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

๔. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เอกลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ 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 กิจกรรมด้านการ ประหยัด กิจกรรมด้านการเรียนรู้ กิจกรรมด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมด้านจิตใจ และกิจกรรมด้านเทคโนโลยี

กลยุทธ์การตลาดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับวิสาหกิจก้าแพดอยช้าง จังหวัดเชียงราย มุ่งเน้นให้เข้าถึงความพอเพียงเป็นหลักใหญ่ โดยไม่เน้นที่ยอดขายหรือส่วนแบ่งตลาด การวางแผนกลยุทธ์การตลาดตามแนวทางนี้ได้จะต้อง อาศัยความเข้าใจและรายละเอียดในเรื่อง การสร้างความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้องใน

เรื่องของแนวคิดการจัดการการตลาดตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การจัดสรรทรัพยากรของ
ธุรกิจความสำคัญของการตลาดแบบเศรษฐกิจพอเพียง การวางแผน
การตลาดของธุรกิจแต่ละธุรกิจ และ การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย
วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ประเด็นกลยุทธ์ กลยุทธ์ มาตรการ และตัวชี้วัด ดังนี้

๑. วิสัยทัศน์ หมายถึง ภาพในอนาคตของการตลาดวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง
จังหวัดเชียงราย ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กับเป้าหมายขององค์การกำหนดและ
นำไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน

๒. พันธกิจ หมายถึง กรอบหรือขอบเขตของการดำเนินงานการตลาดวิสาหกิจ
กาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ที่
กำหนดไว้

๓. เป้าประสงค์ หมายถึง เป้าหมายของวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย
ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในอนาคต เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจที่กำหนดไว้

องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนมี ๗ ประการ คือ

๑. ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการเองอาจมีคนอื่นมีส่วนร่วมให้ความ
ช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่หุ้นส่วนใหญ่ที่มีอำนาจตัดสินใจ

๒. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชนเน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มาก
ที่สุด ซึ่งอาจนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้

๓. ริเริ่มสร้างสรรค์โดยชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนเองผ่าน
กระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม ทำให้มีความเชื่อมั่นในตนเอง

๔. สามารถริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยไม่เลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จ
ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากล

๕. ดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงหลายๆกิจกรรม ประสานผนึกพลังและ
เกื้อกูลกัน

๖. การเรียนรู้เป็นหัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

๗. การพึ่งตนเองเป็นเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน

ทั้งนี้ การประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เน้นเพื่อกำไรสูงสุด แต่จะเน้นที่การลดค่าใช้จ่าย การสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกและคนใน ชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนนั้นเป็นเรื่องเก่าแต่นำมาคิดใหม่ มีการทำอย่างมีแบบแผน มีระบบ มีขั้นตอน เริ่มต้นจาก การเรียนรู้ การคิดก่อนแล้วค่อยลงมือทำ วิสาหกิจชุมชนเน้นความร่วมมือในการทำกิจกรรมเพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ แตกต่างจาก อุตสาหกรรมชุมชนและธุรกิจชุมชน ซึ่งเน้นที่กระบวนการผลิต การแปรรูป การบริหารจัดการที่มุ่งสู่ตลาดใหญ่ วิสาหกิจชุมชนเป็นระบบที่มี ความหลากหลายของกิจกรรม เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน เป็นการประกอบการบนพื้นฐานของการใช้ ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยมุ่งประโยชน์ทางสังคมแก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด และมุ่งต่อการรักษาระบบนิเวศน์ของสังคมโดยรวม ถ้าเปรียบกับอุตสาหกรรม ชุมชนและธุรกิจชุมชนกับการทำการเกษตรคล้ายกับการปลูกพืชเชิงเดี่ยว ขณะที่วิสาหกิจชุมชนจะคล้ายกับการปลูกพืชผสมผสาน นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนจะเน้นในเรื่องของวิถีคิดและกระบวนการเรียนรู้มากที่สุด ปัญหาที่ผ่านมาของชุมชนนั้นเป็นปัญหาวิธี คิดมากกว่าวิธีทำ ชุมชนสามารถผลิตได้มากมาย แต่ขายไม่ออก ขาดทุน หาดตลาดไม่ได้ เพราะเริ่มต้นจากวิธีทำ จากสูตรสำเร็จจากการเลียน แบบ การทำวิสาหกิจชุมชนนั้น จึงควรเริ่มต้นจัดทำเพื่อให้พอกินพอใช้ก่อนแล้วค่อยพัฒนาไปสู่การจัดการเชิงธุรกิจ เมื่อพอเพียงและพึ่งตนเอง ได้ก็สามารถผลิตให้เหลือเพื่อตลาดได้ และการคิดจะนำผลผลิตออกสู่ตลาดนั้นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่มาจากการรู้จักใช้ ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพหรือทรัพยากรในท้องถิ่นบวกกับความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสม โดยควร เริ่มจากเล็กไปหาใหญ่ เพื่อที่จะสร้างรากฐานเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งก่อน ทำกินทำใช้ก่อนทำทดแทนสิ่งที่จะต้องซื้อให้ได้มากที่สุด หาก ต้องการที่จะนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ก็ควรเรียนรู้การจัดการ และกลไกทางการตลาดให้ดี ไม่หวังพึ่งพาตลาดเป็นหลัก แต่ควรพึ่งตนเองและพึ่งพากันเองให้ได้มากที่สุด

ในการทำกาแฟดอยช้างนั้น เป็นการอาศัยแรงงานและจิตอาสาจากชาวบ้านบนดอย
ทุกคนไม่มีเงินเดือน ต่างมาช่วยกันทำงานด้วยใจ ภายใต้แนวคิดหลัก

คือการอยู่ร่วมกันและการรู้จักเพื่อแม่ บริษัทนั้น ไม่ได้เป็นของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เกษตรกรทั้งหมดบนดอยเป็นเจ้าของร่วมกัน ตั้งแต่การปลูกไปจนถึง การตลาด ผลกำไรที่ได้มาในอนาคตนั้มนำมาเพื่อเอามาพัฒนาชุมชน ทั้งนี้จำเป็นต้องอาศัยความวิริยะอุตสาหะ และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของเกษตรกรในชุมชนจึงจะประสบผลสำเร็จได้

เป้าหมายในการทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตนั้น คือการมุ่งสร้างคนในชุมชนเป็นลำดับแรก และ การพัฒนาธุรกิจชุมชนเป็นสิ่งที่รองลงมา นั่นคือเป็นการสร้างคนเพื่อมาพัฒนาธุรกิจ และพัฒนาชุมชน ให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง ที่สามารถพึ่งตนเอง และช่วยเหลือตนเองได้ ในปัจจุบันนี้ ดอยช้างยังได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่คือ กาแฟชีวะมด ซึ่งเป็นกาแฟที่ถ่ายออกมาจากตัวชะมด เป็นกาแฟเกรดเอ และกำลังได้รับความนิยมไปทั่วโลก จำหน่ายในราคากิโลกรัมละหลายหมื่นบาทเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำได้น้อยมาก ซึ่งมีการเปิดให้ชิม เพื่อนำรายได้ให้แก่ชาวเขาบนดอย

นอกจากนั้นยังเป็นการปลูกจิตสำนึกให้กับชาวเขาบนดอยให้มีการอนุรักษ์ผืนป่า และมีการจัดการ ทรัพยากรผืนป่าได้อย่างยั่งยืน เพื่อที่จะปกป้องคุ้มครองรักษาป่า และสัตว์ป่าให้คงอยู่ต่อไป สำหรับผลกำไรที่ได้มาจากการปลูกกาแฟนั้น คนในชุมชนได้นำมาเพื่อปรับปรุง และพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง โรงเรียน หรือการสร้างโรงพยาบาล ดังนั้น เมื่อชุมชนมีการพัฒนาที่ดีขึ้น จึงส่งผลให้คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ ของคนในชุมชนดีขึ้นตามไปด้วย จึงอาจพูดได้ว่าการปลูกกาแฟนั้นช่วยให้ประชาชนบนดอยช้างมีความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

๒.๘ การยกระดับการพัฒนาเกษตรเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กาแฟดอยช้างอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การดำเนินงาน วิสาหกิจกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่น กับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไรและส่งเสริม อาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชน โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

๑. การกำหนดประสิทธิผลของเป้าหมายและ ผลที่เกิดจากการร่วมมือภายใต้วัตถุประสงค์เดียวกัน

๒. การกำหนดกระบวนการจัดการในกิจกรรม โดยอาศัยพื้นฐานการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนท้องถิ่น เป็นหลักในลักษณะข้อกำหนด นโยบายจากภาครัฐและเอกชน

๓. การบริหารจัดการโดยชุมชนตนเอง มีการตั้ง คณะกรรมการและกำหนดรูปแบบองค์กร

๔. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเชื่อมโยง เครือข่ายระหว่างสมาชิก ชุมชนและระหว่างวิสาหกิจ ชุมชน

๕. การจัดสรรทรัพยากรอย่างสอดคล้องกับ วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นภายใต้ทุนทางสังคมชุมชนที่มีความจุดเด่นของตนเอง

๖. การสร้างคุณค่าทางสังคมในรูปแบบ เครือข่ายและการเชื่อมโยงจากค่านิยมทางสังคมร่วมกัน

๗. การดำเนินงานอย่างมีภาวะผู้นำ สามารถ ชี้นำและชักนำ กล้าตัดสินใจ กระจายข้อมูลข่าวสาร เสี่ยงละมีความคิดสร้างสรรค์เชิงพัฒนาเพื่อสร้างการมี ส่วนร่วมได้ในวิสาหกิจชุมชน

๘. มีความรับผิดชอบต่อสังคมการดำเนินงาน ระหว่างวิสาหกิจชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมและ สังคมท้องถิ่นกับวิสาหกิจชุมชนที่มีมุ่งแสวงหาผลกำไร และส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสมาชิกในชุมชนจาก การวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมขึ้นทั้งจากข้อมูลปฐม ภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วย ข้อมูลจากการเฝ้า ติดตามสังเกตการณ์การทำงานขององค์กรชุมชน และจากการ สัมภาษณ์ผู้นำและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน

ทำให้ได้ข้อสรุปว่าวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงรายมีบทบาท และความเข้มแข็งในการทำงานและมีผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน วิสาหกิจชุมชนทั้งสองประเภทไม่มี ความแตกต่างกันในเรื่องความเข้มแข็งและความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อส่วนรวมซึ่งพบได้จาก ดังนี้

๑) ความร่วมมือร่วมใจกัน ทั้งระหว่างสมาชิกของวิสาหกิจ ชุมชนชุมชน และกับประชาชนทั่วไปภายในชุมชนเป็นอย่างดีเนื่องจากพื้นฐานและโครงสร้างทางสังคมที่มีความสัมพันธ์ ในลักษณะเครือญาติและสร้างแรงยึดเหนี่ยวเชิงวัฒนธรรม ทางสังคม ทำให้เกิดความไว้วางใจกัน อีกทั้งก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในระดับชุมชนอีกด้วย

๒) สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนมีค่านิยมทางสังคม ร่วมกัน ได้แก่ มีความเอื้ออาทรต่อกัน ความเป็นอิสระทาง ความคิดภายใต้หลักความเสมอภาคในการทำงาน บนพื้นฐาน ของเป้าหมายเดียวกัน ลักษณะดังกล่าวทำให้เกิด ประสิทธิภาพในการสื่อสารของ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

๓) โครงสร้างวิสาหกิจชุมชนและรูปแบบวิถี ดำเนินงานมีลักษณะไม่เป็นทางการ เนื่องอิทธิพลของ วัฒนธรรมในลักษณะเครือข่ายญาติดังที่กล่าวข้างต้นและวิถีชีวิตของคนใน ชุมชนและท้องถิ่น สำหรับการทำงาน ของคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนแต่ละคนนั้นยังสามารถ ดำเนินการภายใต้กรอบของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีลักษณะ เป็นธรรมชาติและ สอดคล้องกับบริบททางสังคมและ วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย

๔) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการปรับตัวต่อการ เปลี่ยนแปลงจากภายนอกใน หลายด้าน โดยเฉพาะ ด้านความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้าน นโยบายของ รัฐบาล เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทั้ง ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่นส่งผลให้ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนเกิดโอกาสที่ดีในการร่วม พัฒนาวิสาหกิจชุมชน

๕) วิสาหกิจชุมชนทั้งสองประเภทมีรูปแบบการ ดำเนินงานที่แตกต่างกัน แต่ด้วย บริบท ของชุมชนและ สภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดโครงสร้างทางสังคมและ ค่านิยมทางสังคม ส่งผลให้กิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนทั้ง สองประเภทมีองค์ประกอบด้าน สังคมท้องถิ่นและ วัฒนธรรมร่วมอยู่ตลอดเวลา จึงต้องคำนึงถึงการตอบสนองด้านความพึง พอใจและคุณภาพชีวิตที่ดีของคน ในชุมชน

๖) โครงสร้างและรูปแบบการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนมีลักษณะโครงสร้าง ที่ไม่เป็นทางการอยู่ ภายใต้โครงสร้างที่เป็นทางการ ทำให้วิสาหกิจชุมชน สามารถคงไว้ซึ่ง ค่านิยมทางสังคมและค่านิยมทาง วัฒนธรรมของชุมชนสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยยังคงสามารถรักษารูปแบบการดำเนินงานแบบเป็น ทางการไว้ควบคู่กันได้

๗) การปฏิบัติงานตามแผนดำเนินงาน มุ่งที่กระบวนการก่อให้เกิดความสำเร็จ ของเป้าหมายและผลลัพธ์ ที่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการเป็นหลัก ดังนั้น การวางแผน จึงเริ่มมีแนวทางที่ชัดเจน การปฏิบัติงานตาม แผนอาศัยทักษะการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และ

หน้าที่ รับผิดชอบหรือในรูปแบบจิตอาสาเข้ามา ดังนั้น การดำเนินงานไปสู่เป้าหมายและเกิดผลลัพธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จึงเป็น ตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินงาน

๘) ประธานวิสาหกิจชุมชนมีภาวะความเป็นผู้นำสูง และมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือทั้งภายใน และภายนอกวิสาหกิจชุมชน ชี้ให้เห็นได้จากการที่ผู้นำ สร้างกลไกความร่วมมือให้แก่สมาชิกทุกคน ส่งเสริมและ สนับสนุนการทำงานร่วมกัน รวมทั้งผู้นำ คอยเชื่อม ประสานประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชนกับหน่วยงานภาค นอกทั้งภาครัฐและเอกชน อยู่ตลอดเวลา

๙) การดำเนินการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๑๐) มีผู้นำที่ประสานเชื่อมโยงด้านผลประโยชน์และ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับองค์กรภายนอก นอกจากนี้ยัง พบว่า ผู้นำของวิสาหกิจชุมชนเป็นผู้มีอุดมการณ์ที่มั่นคง มีความมุ่งมั่น มีความเสียสละต่อการทำหน้าที่ จึงได้รับ การยอมรับจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวมทั้งคนในชุมชน ส่วนหนึ่งเกิดจากคุณสมบัติความสามารถเป็นผู้นำ มีประสบการณ์ทางสังคม ความเป็นผู้มีจริยธรรม และความสามารถความเหมาะสมและสอดคล้องในด้าน การดำเนินงานของประธานวิสาหกิจชุมชนให้เป็นไปตาม สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น

๑๑) การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนใช้ทุนทาง สังคมของชุมชนท้องถิ่น เป็น การลดการพึ่งพาทรัพยากร ภายนอก ส่วนการรับรู้และความเข้าใจในศักยภาพของ ตนเอง และความเป็นธรรมชาติของวิสาหกิจชุมชน ทำให้ วิสาหกิจชุมชนกำหนดกรอบดำเนินงาน ให้แก่สมาชิกกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพ เศรษฐกิจของชุมชน และเหมาะสมกับทุนทางสังคมที่มีด้วยกรรมวิธีการผลิตเฉพาะของกาแฟดอยช้างที่เริ่มตั้งแต่ แหล่งเพาะปลูก การเก็บด้วยมือที่ละเอียด และนำมาแยกเปลือกภายใน ๒๔ ชั่วโมง ผ่าน กระบวนการทำสารกาแฟแบบเปียก ตากด้วยแสงอาทิตย์ เก็บและบ่มในโกดังบนที่สูงอย่างน้อย ๖-๘ เดือน คัดเฉพาะเมล็ดกาแฟที่ได้มาตรฐานนำมาคั่วด้วยเครื่องกาแฟคุณภาพ ระดับโลก “BRAMBATI” โดยผู้ชำนาญการคั่วและบรรจุในถุง พรอยด์คุณภาพสูง พร้อมวาล์วทางเดียวส่งผลให้ กาแฟดอยช้างได้รับการรับรองจากสถาบัน Bioagricert ว่าเป็นกาแฟออร์แกนิก

นิก มีขบวนการผลิตที่ปราศจากการ ใช้สารเคมีใด ๆ ได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาแห่งสหรัฐอเมริกา ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ Doi Chaang Decaf ใช้ ขบวนการสกัดสารคาเฟอีน ที่เรียกว่า “Swiss Water Process” โดย ปราศจากการใช้ สารเคมีใด ๆ เมื่อสกัดสารคาเฟอีนออกไปจะยังคงความเป็นรสชาติของกาแฟอย่างเต็มเปี่ยม จน เป็นที่ยอมรับและเป็นอันดับ ๑ ของโลก

นอกจากนั้นแล้ว กาแฟดอยช้างยังได้รับการรับรองตราสินค้า Fairtrade ที่สื่อถึง การที่สินค้าดังกล่าวมี การผลิตบนพื้นฐานของการค้าที่เป็นธรรม โดยยึดหลักการจ้างงานที่ เป็นธรรมและมีการประกันราคาซื้อขายสินค้า จากเกษตรกรหรือผู้ผลิตในอัตราที่สูงกว่าราคา ตลาด โดยมีเงื่อนไขว่าเกษตรกรหรือผู้ผลิตจะต้องนำกำไรส่วนหนึ่ง กลับไปพัฒนาสังคมและ ชุมชนของตนในด้านต่าง ๆ ให้มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น เช่น ด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข เป็นต้น กาแฟดอยช้างได้รับการรับรองตราสัญลักษณ์ Fairtrade จากหลายๆองค์กร ได้แก่ International Fair Trade Mark Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) เป็นองค์กรที่ให้การรับรอง ดูแล และประชาสัมพันธ์

เรื่องการติดฉลากสินค้าแฟร์เทรด โดยจะมีการตรวจสอบการผลิตสินค้าว่าได้มาตรฐานการค้า โดย ชอบธรรมหรือไม่ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มั่นใจว่าการบริโภคสินค้าดังกล่าว จะทำให้ผู้ผลิตใน ทุกลำดับขั้นได้รับ ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมจริง โดยแฟร์เทรดมีวัตถุประสงค์หลัก ดังต่อไปนี้

๑. ปรับปรุงสภาวะการทำงานของคนงาน
๒. การพัฒนาองค์กรของผู้ผลิตที่ด้อยโอกาส (โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่ สาม)
๓. หลีกเลี่ยงการเลือกปฏิบัติและเงื่อนไขการรับประกันอย่างเท่าเทียมกันของ คนงาน
๔. หลีกเลี่ยงการใช้แรงงานเด็กเล็ก ปกป้องเด็กและสตรี
๕. สร้างความสัมพันธ์ทางการค้าในระยะยาวและเท่าเทียมกันในการที่ผู้ผลิตจะ ได้รับเงินสำหรับ สินค้าพรีเมียมของพวกเขาสำหรับการค้าที่เป็นธรรม
๖. ใช้การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและพลังงานทดแทน

ตราสินค้า Fairtrade ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความเป็นธรรมในสังคมของ
กาแฟดอยช้าง ดังนี้

๑. กาแฟกลายเป็นพืชที่นำรายได้เข้ามาหล่อเลี้ยงชุมชน สร้างงานสร้างอาชีพ
ให้กับชาวเขา และ ช่วยยกระดับชีวิตของชาวบ้านให้ดีขึ้น

๒. ชุมชนมีความเข้มแข็ง เนื่องจากการทำธุรกิจภายใต้แนวคิดการอยู่ร่วมกัน
และการ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ทำให้วิถีชีวิตของคนชุมชนยังคงอยู่ อีกทั้งสายสัมพันธ์ก็แนบแน่น
มากขึ้น

๓. ในอนาคตจะมีการสร้างโรงเรียนและโรงพยาบาล เพื่อให้เด็กได้รับการศึกษาที่
มีคุณภาพ และทุกคนในชุมชนมีสุขภาพที่ดี

๔. การนำความรู้ไปแบ่งปันกับชุมชนชาวเขาอื่น ๆ เพื่อให้เขาสามารถทำเกษตร
อุตสาหกรรม และนำรายได้มาสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีเช่นเดียวกับชุมชนดอยช้าง

๕. การจัดประชุมชาวอีโก้จากหลากหลายชุมชน รวมทั้งชาวอีโก้ในประเทศ
เพื่อนบ้านอย่าง ประเทศพม่าและประเทศลาว เพื่อสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้และ
วัฒนธรรมอีโก้ที่ แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่นและภูมิภาค

๖. กาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าที่ปลูกนั้นเติบโตได้ดีได้ร่มเงาของไม้ใหญ่ การปลูก
กาแฟจึงส่งผลให้ ได้ป่ากลับคืนมา และสภาพแวดล้อมบนดอยช้างเริ่มฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์
ขึ้นอีก

๗. ชาวบ้านเกิดความภาคภูมิใจ และได้สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทย^{๖๙}

การวางแผนกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด

มีองค์ประกอบคือส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) (ฉัตรชัย อินทสังข์.
๒๕๕๔) หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า ๔P's ซึ่งต้องมีแนวทางการคิดทางการสื่อสาร
การตลาด (IMC) โดยอาศัยเครื่องมือการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคแบบสมัยใหม่ ซึ่งเน้นการ
สร้างผลกำไรสูงสุดบน ความพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจระยะยาว (Long-
Term Business) พร้อมกับ พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคสมัยใหม่ ตามสิ่งแวดล้อมต่าง

^{๖๙} วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, กาแฟดอยช้าง, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒, เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม
๒๕๕๗, หน้า ๑๓๓๔-๑๓๓๕.

ๆ โดยเฉพาะการแบ่งส่วน การตลาด ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค การเจาะลึกข้อมูลเพื่อแบ่งส่วน การตลาดต่อไป

๑. แนวคิดทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยใช้ ๕ P's ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

๑.๑ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์(Product Strategy)

๑.๒ กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)

๑.๓ กลยุทธ์การจัดจำหน่าย (Place Strategy)

๑.๔ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

๑.๕ กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy)

ซึ่งสามารถอธิบายเพื่อให้เข้าใจง่าย ๆ ดังนี้

๒. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์นั้น จะเกี่ยวข้องกับ กระบวนการตัดสินใจ เกี่ยวกับ

๑. คุณสมบัติผลิตภัณฑ์(Product attribute)

๒. ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product mix)

๓. สายผลิตภัณฑ์ (Product lines)

สิ่งที่ต้องพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

๑. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ (Product Concept) เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ต้องมีความชัดเจนในตัวผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

๒.คุณสมบัติผลิตภัณฑ์(Product Attribute) จะต้องทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นผลิตมาจากอะไร มีคุณสมบัติอย่างไร ลักษณะทางกายภาพ ฟังก์ชัน เคมี ชีวะ ขนาด ความดี ความงาม ความคงทนทาน ด้านรูปร่าง รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตัวของมันเอง

๓. ลักษณะเด่นของสินค้า (Product Feature) การนำสินค้าของบริษัทไปเปรียบเทียบกับ สินค้าของคู่แข่งแล้วมีคุณสมบัติแตกต่างกัน และจะต้องรู้ว่าสินค้าเรามีอะไรเด่นกว่า เช่น ลักษณะเด่นของ Dior คือเป็นผลิตภัณฑ์ชั้นนำจากปารีส

๔. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Benefit) พิจารณาว่าสินค้ามีลักษณะเด่นอย่างไร บ้างและสินค้าให้ประโยชน์อะไรกับลูกค้าบ้าง ระหว่างการให้สัญญากับลูกค้า กับ การพิสูจน์ด้วย ลักษณะเด่นของสินค้า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แบ่งออกได้เป็น ๖ ขั้นตอน ดังนี้

๑. การแสวงหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Exploration)

๒. การกลั่นกรองความคิด (Idea Screening)

๓. การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ (Business Analysis)

๔. การพัฒนาผลิตภัณฑ์(Product Development)

๕. การทดสอบตลาด (Market Testing)

๖. การวางตลาดสินค้า (Commercialization)

๑. การแสวงหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Exploration) การพัฒนาสินค้าใหม่ขั้นต้นได้จะเริ่มต้นจากความคิด (Idea) โดยต้องแสวงหาความคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาให้ได้มากที่สุด การได้มาซึ่งความคิดใหม่ ๆ ไม่จำเป็นต้องจัดทำอย่างมีระเบียบ

แบบแผนหรือเป็นทางการเสมอไปได้ หากความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถเสาะหาจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

๑.๑. ลูกค้า ถือเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุด เนื่องจากความต้องการของลูกค้าจะถูกแปรสภาพมาเป็น ผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ คำติชม ข้อเสนอแนะของลูกค้าล้วนแต่เป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

๑.๒. สมาชิกในช่องทางการจำหน่าย ร้านค้าต่าง ๆ ที่จัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ผลิตถือเป็นสื่อกลางใน การถ่ายทอดความต้องการของลูกค้ามาสู่ผู้ผลิตสินค้า โดยปกติ ผู้บริโภคจะระบายความรู้สึก ปัญหา ต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ตลอดจนข้อเสนอแนะใด ๆ ให้กับผู้จัดจำหน่าย ดังนั้น ร้านค้าหรือ ตัวแทนคนกลาง จะเป็นแหล่งสะสมข้อมูลจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี

๑.๓. คู่แข่งขัน เมื่อคู่แข่งชั้นนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด แต่บังเอิญสินค้ามีข้อบกพร่อง ไม่ประสบ ความสำเร็จผู้ผลิตสามารถนำข้อผิดพลาดดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของตน

๑.๔. แหล่งความคิดภายในกิจการกิจการธุรกิจ ที่ให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน การเปิดโอกาสให้พนักงานในระดับต่าง ๆ ได้แสดงเสนอความคิดใหม่ ๆ อาจจะได้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าใหม่ โรงงานผลิตได้ความคิดจากเจ้าหน้าที่หรือพนักงาน ในโรงงานเป็นส่วนใหญ่ในการดัดแปลงคิดค้นทดลองจากงานประจำที่แต่ละคนปฏิบัติอยู่

๑.๕. แหล่งความคิดอื่น ๆ เช่น งานวิจัย บทความ ของนักวิชาการ ของสถาบันการศึกษา สามารถเป็นแหล่งความคิดแก่ผู้ผลิตในการผลิตสินค้าใหม่ สมาคมการค้าก็สามารถเป็นแหล่งที่จะให้แนวความคิดได้ เช่นกัน

การกลั่นกรองแนวความคิด (Idea Screening) ความคิดที่ระดมเสาะหาจากแหล่งต่าง ๆ จะต้องนำมากลั่นกรองให้รอบคอบโดยการ กลั่นกรองให้เหลือเฉพาะแนวคิดที่มีความเป็นไปได้ คัดเลือกเฉพาะความคิดที่จะมีโอกาสประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่จะนำมาประกอบการกลั่นกรองความคิด ได้แก่

๑) ภาพลักษณ์ของกิจการ (Image) ความคิดใหม่ที่จะนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องไม่ทำลาย ภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการ เช่น หากบริษัทพยายามรักษาภาพลักษณ์ในการเป็นผู้ผลิตที่ใส่ใจต่อ สิ่งแวดล้อม ดังนั้น แนวความคิดที่ผ่านขั้นนี้ ไปจะต้องมีความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่บริษัท พยายามสร้างขึ้นมา

๒) วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (Objective and Policy) แต่ละกิจการจะมีเป้าหมายและ วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานธุรกิจที่ตั้งไว้ล่วงหน้า ผู้บริหารจะมีการกำหนดนโยบายไว้เป็น แนวทางปฏิบัติ ดังนั้น การคัดเลือกความคิดจะต้องพิจารณาความเหมาะสมไม่ขัดกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการแนวความคิดนั้น จึงจะสามารถนำไปปฏิบัติได้

๓) ความพร้อมของทรัพยากร (Resources) ความคิดในการผลิตสินค้าใหม่ย่อมนำไปสู่การลงทุนใหม่ ภาระทางการเงิน อุปกรณ์และแรงงาน ดังนั้น จะต้องพิจารณาแต่ละความคิดว่าต้องใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เหล่านี้อย่างไร ปริมาณเท่าไร กิจการมีอุปกรณ์อยู่พร้อมมีแรงงานเหลือ มีผู้ชำนาญการผลิตหรือ สามารถจัดหาได้ มีเงินทุนเพียงพอ แก่การลงทุนใหม่

หรือจัดหาได้อย่างไร หากกิจการไม่พร้อมใน ทรัพยากรต่าง ๆ แม้ความคิดจะดี แต่โอกาสในการพัฒนาจะยากขึ้น

๔) การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ (Business Analysis) การกลั่นกรองความคิดเป็นการพิจารณาความเหมาะสม ในการนำความคิดไปปฏิบัติ โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกิจการ ขั้นตอนต่อมา คือ การนำความคิดที่ผ่านการ กลั่นกรองมาพิจารณาความเป็นไปได้ในการผลิตออกจำหน่าย ด้วยการวิเคราะห์ถึงอุปสงค์ในตลาด ต้นทุนสินค้าที่จะผลิต และผลตอบแทนที่จะได้รับ อุปสงค์ในตลาดที่มีน้อยเกินไปย่อมไม่คุ้มกับการลงทุน และอาจทำให้ต้นทุนการผลิตสูงมาก ซึ่งจะกระทบต่อราคาจำหน่ายที่สูงเกินกว่าผู้ซื้อจะ ยอมรับได้ หากเป็นเช่นนี้ ความคิดที่ผ่านการกลั่นกรองมาจากขั้นที่ ๒ จะถูกปฏิเสธในขั้นตอนการ วิเคราะห์เชิงธุรกิจอย่างไรก็ตาม เมื่อผ่านขั้นนี้ ไปจะคงเหลือเฉพาะแนวความคิดที่ทำให้บริษัทมีกำไรจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๕) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญ เนื่องจากการเปลี่ยนความคิดให้เป็นตัวผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะเกี่ยวข้องกับการหากรรมวิธีการผลิต การเลือกวัตถุดิบ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ สูตรในการผลิต วิธีการผลิตให้ได้คุณภาพ ประสิทธิภาพ รูปแบบ สี สัน ขนาดต่าง ๆ ตามความต้องการของตลาด หลายต่อหลายครั้งที่ความคิดที่ผ่านการ กลั่นกรองไม่ สามารถผลิตเป็นสินค้ามีตัวตนได้ เนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูงมากจนไม่คุ้ม หรือ ต้องใช้เวลาในการ ผลิตนานเกินไปไม่ทันกับความต้องการของตลาด ดังนั้น เมื่อแนวคิดผ่าน ขั้นตอนนี้ ไปย่อมหมายถึงกิจการมีผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่ในมือเพื่อรอการ จัดจำหน่าย เพียงแต่ ปริมาณสินค้าที่ผลิตขึ้นมามีจำนวนน้อย เนื่องจากยังไม่มี ความมั่นใจต่อการตอบรับของ ตลาดมากนัก

๖) การทดสอบตลาด (Market Testing) เมื่อผลิตภัณฑ์ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อการ จำหน่าย ผู้ผลิตอาจจะตัดสินใจนำสินค้าเข้าสู่ตลาดเลยก็ได้ หากมีความมั่นใจว่าจะเป็นที่ยอมรับของลูกค้าย่างแน่นอน ซึ่งย่อมมีความเสี่ยงอยู่บ้าง หากผู้ผลิตต้องการลดความเสี่ยง จากความไม่แน่นอนของลูกค้า สามารถทำได้ด้วยการทดสอบตลาด โดยการทดลองนำ ผลิตภัณฑ์จำนวนน้อย ๆ ไปวางจำหน่ายในตลาดเล็ก ๆ เพื่อดูปฏิกิริยาการตอบรับของลูกค้า

หากผลการทดสอบตลาดพบว่าลูกค้าตอบรับเป็นอย่างดี จึงค่อยตัดสินใจผลิตจำนวนมากเพื่อวางจำหน่าย แต่ถ้าลูกค้ามีข้อตำหนิบางประการ ให้ปรับปรุงหรือแก้ไขข้อตำหนิแล้วจึงวางจำหน่ายอย่างกว้างขวาง ถ้าลูกค้าไม่ยอมรับหรือปฏิเสธสินค้าอย่างสิ้นเชิง บริษัทอาจจะต้องยุติในการทำ ตลาด ทั้งนี้ เพราะจะไม่คุ้มกับการลงทุน

๗) การวางตลาดสินค้า (Commercialization) การนำสินค้าเข้าสู่ตลาดอย่างแท้จริง จะต้องพิจารณาปัจจัยดังต่อไปนี้

๗.๑) ความต้องการเงินทุนจำนวนมากเพื่อจัดให้มีอุปกรณ์และสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่จะใช้ในการผลิต

๗.๒) วิธีการที่จะจัดหาอุปกรณ์ในการผลิต ตัวอย่างโรงงานต่าง ๆ จำเป็นต้องใช้แนวทางที่ก่อให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุด

๗.๓) กำลังการผลิต จะต้องพิจารณากำลังการผลิตในปัจจุบันและการขยายต่อไปในอนาคต

๗.๔) จังหวะเวลาที่จะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกวางตลาด การเลือกเวลาหรือโอกาสที่เหมาะสม จะส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์เก้าอี้สมัยใหม่เป็นที่นิยมแล้ว การปล่อยผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกสู่ตลาดจะเป็นการแจ้งเกิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือนำออกจำหน่ายในฤดูกาลการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้า นั้น จะทำให้โอกาสที่จะจำหน่ายได้มีสูงขึ้น

๗.๕) ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการวางตลาดครั้งแรก กิจการอาจมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่หลายกลุ่ม แต่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มแรกที่กิจการหวังไว้ในการเปิดตลาด จำเป็นต้องมีศักยภาพ มีความไวต่อการซื้อสินค้าใหม่ หากกำหนดกลุ่มเป้าหมายผิดพลาด โอกาสในการประสบความสำเร็จจะลดลงทันที ผู้บริหารต้องตัดสินใจที่จะเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะช่วยให้ได้ยอดขายในช่วงแรกนี้ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย พนักงานขาย ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น ผู้ถือหุ้น เป็นต้น

๗.๖) ขอบเขตของตลาดที่จะวางตลาดครั้งแรกเป็นการกำหนดขอบเขตการกระจายตามสภาพภูมิศาสตร์ จะวางสินค้าออกสู่ตลาดพร้อมกันทั้งประเทศหรือเลือกเพียงบางพื้นที่ ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงข้อจำกัด ในด้านกำลังการผลิต กำลังคน กำลังเงินทุน

นอกจากนั้นการกำหนดเขตที่จะวางตลาดยังต้อง สอดคล้องกับลูกค้าเป้าหมายกลุ่มแรกที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายด้วย

๒. กลยุทธ์ราคา (Price Strategy) เป็นการกำหนดว่าเราจะตั้งราคาแบบใด กลยุทธ์ราคาสูงหรือราคาต่ำ สิ่งที่จะต้องตระหนักคือ ราคาที่ได้กำหนดไว้นั้นเหมาะสมในการแข่งขัน หรือสอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้านั้น หรือไม่ ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคามีประเด็นสำคัญที่จะต้องพิจารณาดังนี้

๒.๑. ตั้งราคาตามตลาด (Ongoing price) หรือตั้งราคาตามความพอใจ (Leading price)

๒.๒ ตั้งราคาตามตลาด (Ongoing price) เหมาะสำหรับสินค้าที่สร้างความแตกต่าง ได้ยาก จึงไม่สามารถจะตั้งราคาให้แตกต่างจากตลาดคู่แข่งขึ้นได้นั้น คือ การตั้งราคาตามคู่แข่ง ตั้งราคาตามความพอใจ (Leading price) เป็นการตั้งราคาตามความพอใจ โดยไม่คำนึงถึงคู่แข่ง เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างในตราสินค้า สินค้าที่มีเอกลักษณ์ ส่วนตัวมีภาพพจน์ที่ดีจะตั้งราคาเท่าไรก็ไม่มีใครเปรียบเทียบ

๒.๓ สินค้าจะออกเป็นแบบราคาสูง (Premium price) เมื่อแน่ใจในคุณภาพที่เหนือกว่า และการยอมรับในราคาของลูกค้าหรือราคามาตรฐาน (Standard) เมื่อใช้การตั้งราคาโดยพิจารณาจากราคาของคู่แข่ง หรือตราสินค้าเพื่อการแข่งขัน (Fighting brand) เป็นสินค้าด้อยคุณภาพกว่า คู่แข่งขันเล็กน้อยจะลงตลาดล่าง

๒.๔.การตั้งราคาเท่ากันหมด (One pricing) คือสินค้าหลายอย่างที่มีราคาติดอยู่บนกล่อง หมายถึงไม่ว่าจะขายอยู่ที่ใดดูหุนาวหรือดูรู้นราคาก็เท่ากันหมด หรือราคาแตกต่างกัน (Discriminate price) ข้อดี คือสามารถเรียกราคาได้หลายราคาแต่ข้อเสียก็คือเราต้องหาเหตุผลใน การตั้งราคาหลายอย่าง เพื่อให้คนยอมรับได้

๒.๕ การขยายสายผลิตภัณฑ์ (Line extension) ในกรณีนี้การนำเสนอสินค้าเริ่มต้นด้วยราคา หนึ่งแล้วมีกลยุทธ์เผยแพร่ความนิยมไปยังตลาดบนหรือตลาดล่าง

๒.๖ การขยับซื้อสูงขึ้น (Trading up) เป็นการปรับราคาสูงขึ้นทำให้ได้กำไรมากขึ้น จึงพยายามขายให้ปริมาณมากขึ้นหรือการขยับซื้อต่ำลง (Trading down) เป็นการผลิตสินค้าที่

มีราคาแพงให้มีคุณภาพกว่าสินค้าที่ราคาถูกเล็กน้อยแต่ตั้งราคาสูงกว่า เพื่อให้คนซื้อสินที่
รองลงมา

๒.๗ การใช้กลยุทธ์ด้านขนาด (Size) คือไม่ทำขนาดเท่ากับผู้ผลิตรายอื่น ๆ

๓. กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) การจัดจำหน่ายจะต้อง
พิจารณาถึง

๓.๑ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) เป็นเส้นทางที่สินค้า
เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ซึ่งอาจจะผ่านคนกลาง หรือไม่ผ่านคน
กลางก็ได้

๓.๒ ประเภทของร้านค้า (Outlets) ในทุกวันนี้จะพบได้ว่าวิวัฒนาการของการจัดจำหน่าย
นั้น เป็นสิ่งที่เจริญเติบโตรวดเร็วมากประเภทของร้านค้ามีมากมาย จนแทบจะตามไม่ทัน
จะขอเรียงลำดับประเภทของร้านค้าจากใหญ่ไปหาเล็ก

(๑) ร้านค้าส่ง (Wholesale store) เป็นร้านค้าที่ขายสินค้าในปริมาณมากลูกค้าส่วนใหญ่
เป็นคนกลาง

(๒) ร้านค้าขายของถูก (Discount store) เป็นร้านค้าที่ขายสินค้าราคาพิเศษ

(๓) ร้านห้างสรรพสินค้า (Department store)

(๔) ซูเปอร์มาร์เก็ตที่อยู่เดี่ยว ๆ (Standalone supermarket) เป็นร้านที่มีทำเลเดี่ยวไม่
ติดกับร้านค้าใด ๆ

(๕) ชอปปีงชุมชน (Community mall) เป็นร้านค้าที่อยู่ในย่านชุมชน

(๖) Minimart จะเห็นได้จากร้านค้าเล็กๆ ตามตึกอาคารสูงๆ

(๗) ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience store) เป็นร้านค้าที่ขายสินค้าอุปโภคบริโภค หรือ
สินค้าสะดวกซื้อ บางร้านจะเปิดบริการ ๒๔ ชั่วโมง

(๘) ร้านค้าในปั๊มน้ำมัน

(๙) ซุ้มขายของ (Kiosk) เป็นร้านที่จัดเป็นซุ้มขายของ บางครั้งจัดเป็นบูท

(๑๐) เครื่องขายอัตโนมัติ (Vending machine) เป็นการขายสินค้าผ่านเครื่องจักร
อัตโนมัติ

(๑๑) การขายทางไปรษณีย์ (Mail order) เป็นการขายสินค้าซึ่งใช้จดหมายส่งไปยังลูกค้า มีการลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสารถ้าพอใจก็สั่งซื้อความสั่งซื้อทางไปรษณีย์

(๑๒) ขายโดยแคตตาล็อก (Catalog sales)

(๑๓) ขายทางโทรทัศน์ (T.V. Sales)

(๑๔) ขายตรง (Direct sales) การขายโดยใช้พนักงานขายออกเสนอขายตามบ้าน

(๑๕) ร้านค้าสวัสดิการ เป็นร้านค้าที่ตั้งขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกกับพนักงานตาม ๑๙ หน่วยงานราชการต่าง ๆ ของบริษัท หรือสำนักงานต่าง ๆ

(๑๖) ร้านค้าสหกรณ์เป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่ตามมหาวิทยาลัยและโรงเรียนต่าง ๆ

๓. จำนวนคนกลางในช่องทาง (Number of intermediaries) หรือความหนาแน่นของคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย (Intensity of distribution) ในการพิจารณาเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย จะมีกระบวนการ ๓ ขั้นตอน ดังนี้

(๑) การพิจารณาเลือกลูกค้ากลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใคร

(๒) พฤติกรรมในการซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ซื้อเงินสดหรือเครดิต ต้องจัดส่งหรือไม่ ซื้อมั้ย่อยเพียงใด

(๓) การพิจารณาที่ตั้งของลูกค้าตามสภาพภูมิศาสตร์

๔. การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าเข้าสู่ตลาด (Market logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต และตัวสินค้าจากแหล่งปัจจัยการผลิตผ่านโรงงานของผู้ผลิตแล้ว กระจายไปยังผู้บริโภค

๕. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดจะต้องประสานกับแผนการตลาดโดยรวมและควรกำหนด แผนการส่งเสริมการตลาดที่เฉพาะเจาะจง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด คือ กระบวนการทางด้านการติดต่อสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลชักจูงใจ หรือตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และตราหือ รวมทั้งเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความเชื่อทัศนคติ ความรู้สึกและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) เป็นเครื่องมือพื้นฐาน ที่ใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ในการติดต่อสื่อสารทางการตลาดของ องค์การ ประกอบด้วย

๕.๑ การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด โดยไม่ใช้บุคคล และมีการระบุผู้อุปถัมภ์

๕.๒ การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมที่กระตุ้นยอดขาย ของสินค้าหรือบริการ โดยการจัดกิจกรรมการตลาดและส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การเสนอของ แคม การแสดงสินค้าและการจัดวางสินค้า การลดราคา การตลาดทางไกล การตลาดทางไปรษณีย์และวิธีการอื่น ๆ เพื่อช่วยกระตุ้นยอดขาย การส่งเสริมการขาย เป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยอาจทำการส่งเสริมการขายโดยตรงสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย (กลยุทธ์ Pull) หรือการส่งเสริมการขายไปยังช่องทางกระจายสินค้าต่าง ๆ (กลยุทธ์ Push) ก็ได้

๕.๓ การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) หมายถึง การวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมโปรแกรมการขายโดยบุคคลที่ถูกออกแบบมา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการขายของบริษัท

๕.๔ การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าว (Publicity)

- เป็นการให้ข่าวโดยสื่อมวลชน
- เป็นเครื่องมือที่ต้องจ่ายเงินหรือไม่ต้องจ่ายเงินก็ได้
- เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์กรในรูปของสุนทรพจน์หรือการให้สัมภาษณ์ หรือการให้ข่าวผ่านสื่อต่าง ๆ
- สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้สูง
- เป็นกลยุทธ์ในระยะสั้น
- มีทั้งข้อมูลที่เป็นด้านบวกและด้านลบ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
- เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติความน่าเชื่อถือ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดแก่องค์กรกับกลุ่มต่าง ๆ
- เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มต่าง ๆ
- เป็นกลยุทธ์ในระยะยาว
- ให้ข้อมูลด้านบวกเกี่ยวกับธุรกิจ

๕.๕ การตลาดทางตรง (Direct Marketing) หมายถึง การทำการตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคโดยตรง โดยอาศัยสื่อใดสื่อหนึ่งที่สามารถเข้าถึง ผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมาย ให้โอกาสในการตอบกลับ อีกทั้งจะต้องมีการพัฒนาฐานข้อมูล ของลูกค้า (Customer Database) ขึ้นมา ด้วยกลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy) การตัดสินใจเลือกรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ และประเภทวัสดุของบรรจุภัณฑ์มักจะใช้กับสินค้าอุปโภคบริโภคที่พัฒนาใหม่หรือเมื่อมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้าใหม่ กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์มีหลักในการพิจารณา ดังนี้

- ๑) บรรจุภัณฑ์นั้นเหมาะสมที่จะบรรจุสินค้า (Put in) หรือไม่
- ๒) สินค้าเมื่อวางบนชั้นแล้วได้เปรียบ (เด่น) (Put up) หรือไม่
- ๓) สินค้าเมื่อนำเอามาใช้แล้วเก็บสะดวก (Put away) หรือไม่
- ๔) บรรจุภัณฑ์สวยงาม (Prettiness) หรือไม่
- ๕) สามารถเชิญชวนให้ใช้ (Pleading) ได้หรือไม่
- ๖) บรรจุภัณฑ์สามารถสะท้อนตำแหน่งครองใจของสินค้า (Positioning) ได้หรือไม่
- ๗) บรรจุภัณฑ์สามารถสะท้อนบุคลิกภาพของสินค้า (Personality) ได้หรือไม่
- ๘) บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องสินค้า (Protection) ได้หรือไม่
- ๙) บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกต่อการใช้งาน (Practicality) หรือไม่
- ๑๐) บรรจุภัณฑ์ที่เลือกนั้นสามารถทำกำไรได้มากขึ้น (Profitability) ได้หรือไม่
 - ๑๑) บรรจุภัณฑ์นั้นสามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้หรือไม่
 - ๑๒) เป็นการบอกถึงวิธีการใช้สินค้า (Preaching) ได้หรือไม่
 - ๑๓) สามารถดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (Preservation) ได้หรือไม่ ถ้านำสิ่งเหล่านี้ มาพิจารณาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของบริษัท จะเป็นโลโก้ตัวหนังสือ ตัวอักษร การเลือกเป็นกระดาษ เป็นโฟม เป็นพลาสติก หรือเครื่องหมายสีล้นต่าง ๆ บริษัทก็จะได้บรรจุภัณฑ์ที่ดี

๒.๙ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งพบว่าม้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งพบว่าม้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ศูนย์วิจัยป่าไม้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์^{๗๐} ได้ศึกษาแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบบชุมชนมีส่วนร่วม บริเวณเขานอจู้จี้ จังหวัดกระบี่ ผลการศึกษาด้านกลยุทธ์การส่งเสริม การตลาดการท่องเที่ยวพบว่ากลยุทธ์ด้านการตลาดที่ควรนำมาใช้จะต้องอยู่บนพื้นฐานของการ จัดการที่มีคุณภาพ ก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างปริมาณความต้องการ และความสามารถในการ รองรับของพื้นที่เป็นหลักเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างปริมาณนักท่องเที่ยว กับการรองรับของพื้นที่ และยังพบอีกว่า การประชาสัมพันธ์ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งด้านการตลาดจะต้องมีการดำเนินการที่ก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และต้องมีการตรวจสอบข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นประจำ เพื่อติดตามความเคลื่อนไหว ซึ่งจะได้นำมาประเมินผล และนำมาปรับปรุงแผนการตลาด ของพื้นที่ต่อไป

พุทธทรัพย์ สวนเมืองตุลาพันธ์^{๗๑} ศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนมีทัศนคติที่ไม่ดีกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เนื่องจากชุมชนเชื่อว่าการท่องเที่ยวที่ผ่านมาทำลายความเข้มแข็งและวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้ รัฐยังเข้ามามีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวแทนประชาชน ชุมชนโดยส่วนใหญ่ไม่รู้จักรูปแบบที่ยั่งยืนแต่ก็คาดหวังการท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนจะช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ ถ้าชุมชนจะจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง วัตถุประสงค์อันดับแรกที่ชุมชนต้องการคือการสร้างรายได้และ พัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน อันดับที่สองคือการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น ส่วนการเผยแพร่ของดีของชุมชนและการศึกษาร่วมกันของชุมชนเป้าหมายกับนักท่องเที่ยวเป็นวัตถุประสงค์ อันดับรองลงมา

กันยา นวลละออง^{๗๒} ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานีได้ทำการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ศึกษาปัญหาข้อจำกัดของแหล่ง ศิลปวัฒนธรรม ศึกษาการตลาดท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม และเสนอแนวทางการพัฒนาและปรับปรุง แหล่งศิลปวัฒนธรรม การสำรวจพบว่ากลุ่มวัดและชุมชนริมน้ำ มีอุปสงค์การท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือกลุ่มแหล่งโบราณคดี กลุ่มวัฒนธรรมมอญสามโคก และกลุ่มเมืองปทุมธานี ด้านความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมสูงสุดพบว่า เมืองปทุมธานีมีความพร้อมด้าน

๗๐ ศูนย์วิจัยป่าไม้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, “แผนการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต”, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๔๒, บทคัดย่อ.

๗๑ พุทธทรัพย์ สวนเมืองตุลาพันธ์, “รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๔๖, บทคัดย่อ.

๗๒ กันยา นวลละออง, “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, สาขาวิชาการจัดการศิลปะและวัฒนธรรม, ๒๕๔๖, บทคัดย่อ.

โครงสร้าง พื้นฐานสูง ปัญหาคือแหล่งคมนาคมทางน้ำไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอรองลงมาคือกลุ่มสามโคกซึ่งมี ศิลปวัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตของชุมชนมอญเป็นจุดแข็ง ปัญหาคือโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ ผลการศึกษาศักยภาพของตลาดท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานีมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยองค์ประกอบต่าง ๆ คือ ด้านการเข้าถึง ด้านแหล่งศิลปวัฒนธรรม ด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวและด้านจินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ศรชัย ไทรชมพู^{๗๓} ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนวิถีชีวิตวัฒนธรรมไทยและมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ได้ศึกษาศักยภาพของ ทรัพยากรท่องเที่ยววัฒนธรรมไทยและมอญในพื้นที่ศึกษามีศักยภาพทั้งทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์มีความเก่าแก่ ด้านธรรมชาติมีเอกลักษณ์ดึงดูดใจ และเหมาะสมกับการจัด กิจกรรมเหล่านี้น่ามากที่สุด สามารถจัดรูปแบบการท่องเที่ยวทางจักรยานได้อย่างเหมาะสมกับพื้นที่มาก เนื่องจากมีความร่มรื่น มีวัฒนธรรมของท้องถิ่นและมีจุดบริการที่แวะพัก ป้ายบอกทาง ทั้งนี้ในส่วน องค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอและจังหวัด ควรให้การสนับสนุนชมรมจักรยานในท้องถิ่นและสนับสนุนเรื่องเส้นทางจักรยาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังขาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว วัฒนธรรมไทยและมอญให้คนรุ่นหลังต่อไปได้ศึกษา

มธุรส ปราบไพร^{๗๔} ได้ศึกษาศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี พบว่าชาวไทยทรงดำมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว โดยพบว่าศักยภาพของชุมชนคือ การรวมกลุ่มการทำงานของ สมาชิกโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยว โดยมีผู้นำชุมชนอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการที่มี ศักยภาพ ความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่สะท้อนถึงความเป็นชุมชนเดียวกัน ความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม ชุมชนที่สามารถเกิดการสืบทอดและถ่ายทอด โดยเฉพาะระบบอุดมการณ์ของชุมชน การดำเนิน รูปแบบเศรษฐกิจแบบวิถีชีวิต และการเปิดโอกาสให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วม เพื่อตัดสินใจ ร่วมกัน อย่างสมัครใจและยุติธรรม นอกจากนี้ชุมชนยังประกอบไปด้วยศักยภาพด้านลักษณะ ภูมิประเทศ การคมนาคม วัฒนธรรม สิ่งปลูกสร้าง และสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ที่สามารถพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้ ส่วนปัจจัยที่มีผลในการทำให้ชุมชนเกิดศักยภาพ ประกอบด้วย ๓ ปัจจัย ได้แก่ ๑) วัฒนธรรมชุมชนที่มีความเข้มแข็งโดยได้รับการสืบทอดอย่าง ต่อเนื่องและมีผลต่อความเป็นชุมชนไทยทรงดำและระบบเครือญาติ ๒) การพึ่งตนเองของชุมชน โดยการจัดปัจจัยภายในชุมชนที่มีอาชีพและรายได้โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวคืออาชีพเสริมจึง

^{๗๓} ศรชัย ไทรชมพู, “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนวิถี ชีวิตวัฒนธรรมไทยและมอญ อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ”วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬารามราชวิทยาลัย, บัณฑิตวิทยาลัย, ๒๕๔๘, บทคัดย่อ.

^{๗๔} มธุรส ปราบไพร, “ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว:กรณีศึกษา ชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, วิชาเอกพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๓, บทคัดย่อ.

ไม่เกิด การพึ่งพาการท่องเที่ยว การมีผู้อาวุโส ผู้นำอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการที่ได้รับความเคารพ นับถือ จากชุมชนและเป็นผู้ที่มีความรู้ จึงทำให้ชุมชนต่างมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันซึ่งเป็นปัจจัย สนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน และ ๓) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ตั้งแต่ระดับของการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร จนถึงการรับประโยชน์ร่วมกันของสมาชิกโครงการซึ่งเป็น ปัจจัยสนับสนุนทำให้เกิดการยอมรับต่อการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

เนตรชนก นันท์^{๗๕} ศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนวัดพระบาทห้วยต้ม อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน พบว่าด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ของ ชุมชนวัดพระบาทห้วยต้มในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้ง ๓ ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แต่มีจุดอ่อนอยู่ ๒ จุดในองค์ประกอบสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การให้บริการ อาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย และการขาดการให้บริการด้านข้อมูล ส่วนแนวทางการจัดการที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ ร่วมกันวางแผนแนวทางการจัดการไว้ ๔ ด้าน คือ การจัดการด้านการจัดการโครงสร้างองค์กร การท่องเที่ยวการจัดการด้านบุคลากร การจัดการระบบ การดำเนินงานและการจัดรายการนำเที่ยว แต่พบว่ามีข้อจำกัดคือ ยังไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวใน ชุมชนแห่งนี้ เพราะยังไม่มี การประชาสัมพันธ์เพียงพอส่งผลให้ชุมชนยังไม่มีโอกาสฝึกทักษะใน การลงมือปฏิบัติการ

รัฐทิติยา หิรัณยหา^{๗๖} แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรม เพื่อ การท่องเที่ยว : กรณีศึกษากองหมู่บ้านหนองขาว อำเภอด่านช้าง จังหวัดกาญจนบุรี ได้เสนอเลือกแนว ทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของบ้านหนองขาวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม โดยได้ เลือกแนวคิดทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เลือกรูปแบบชุมชน บริหารจัดการเองโดยมีองค์กร ภายนอกสนับสนุนให้คำปรึกษาและได้มีการวางแผนทางการ

^{๗๕} เนตรชนก นันท์, “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนวัดพระบาทห้วยต้ม อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๕๔, บทคัดย่อ.

^{๗๖} รัฐทิติยา หิรัณยหา, “แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อ การท่องเที่ยว : กรณีศึกษากองหมู่บ้านหนองขาว อำเภอด่านช้าง จังหวัดกาญจนบุรี”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๕๔, บทคัดย่อ.

พัฒนาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ยังมีการวางแผนทางพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และกำหนดแนวทางการบริหารจัดการในลักษณะของการเลือกตั้งคณะกรรมการเพื่อดูแลการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

สุทธิชัย อบอุ่น^{๗๗} ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชียงอนุรักษ์ พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายในชุมชน และปัจจัยด้านสถานการณ์แวดล้อม และพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ มีการบริหารและการมีส่วนร่วม ระหว่างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวกับชุมชนและรัฐ มีศักยภาพมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีความรู้ความ เข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ขาดการบริหาร ขาดการวางแผนรองรับการท่องเที่ยวและไม่ได้ มีส่วนร่วมระหว่างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวทั้งจากชุมชนและรัฐ

ทับทิม สุวรรณประภา^{๗๘} ทำการศึกษาเกี่ยวกับการคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าสภาพของแหล่งท่องเที่ยวยังประสบปัญหาที่ไม่รุนแรง จึงยังไม่ต้องการให้มีการพัฒนา ฟื้นฟูสภาพถ้ำเชียงดาว ซึ่งอาจเป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาแล้วจะส่งผลให้ตนไม่มีงานทำ แต่ถ้าหากจะมีการพัฒนาประชาชนก็มีความต้องการเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยว

^{๗๗} สุทธิชัย อบอุ่น, “ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชียงอนุรักษ์”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, สาขาพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๐, บทคัดย่อ.

^{๗๘} ทับทิม สุวรรณประภา, “การคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, สาขาพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๑, บทคัดย่อ.

วีระชัย มงคลพันธ์^{๗๙} ได้ศึกษาความต้องการและความพร้อมของประชาชนท้องถิ่นในการเข้าร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ปิง อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน พบว่า ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีความต้องการเป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวธรรมชาติ มีความรู้ ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่ต้องการให้บริการด้านพาหนะรับ-ส่ง ไม่ต้องการให้บริการที่พัก ไม่ต้องการจัดบริการขายอาหารและเครื่องดื่ม ขาดความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในเขตอุทยาน แห่งชาติแม่ปิง ขาดความพร้อมด้านเงินทุนและทรัพยากรที่ใช้ประกอบการให้บริการด้านการ ท่องเที่ยว และไม่มีใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว

อุดมศักดิ์ วงศ์พันธุ์^{๘๐} ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนชนบทในการพึ่งพาตนเองด้านเศรษฐกิจ พบว่าเกิดจากกลไกและเงื่อนไขการพึ่งตนเองทางสังคม ได้แก่ เครือญาติ กลุ่มของเพื่อน บ้านและผู้นำ ทางวัฒนธรรมได้กระบบความเชื่อ ภูมิปัญญาของชุมชนและกลไกด้านการศึกษา ได้แก่ พ่อแม่ ผู้อาวุโส ครูและเพื่อนที่ทำหน้าที่ทำให้เกิดการสืบทอดและการแลกเปลี่ยนความรู้ คุณค่าและความเชื่อ เงื่อนไขได้แก่ ความเป็นเครือญาติ เพื่อนบ้าน ความเชื่อและภูมิปัญญา การพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชนเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมชุมชนและวัฒนธรรม ทุนนิยม

เดชา ไต้สูงเนิน^{๘๑} ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตรกรรมศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า มีการ ท่องเที่ยวเกิดขึ้นใน ๓ พื้นที่คือ บริเวณศูนย์ท่องเที่ยวเกษตรม่วงคำ บริเวณถนนเชื่อมต่อระหว่าง ม่วงคำกับบ้านโป่งแยงใน และบริเวณบ้านผานกกก ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดใน

๗๙ วีระชัย มงคลพันธ์, “ความต้องการและความพร้อมของประชาชน ท้องถิ่นในการเข้าร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ปิง อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๒, บทคัดย่อ.

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

๘๑ เดชา ไต้สูงเนิน, “การบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตรกรรมศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย มานุษยวิทยา, ๒๕๕๓, บทคัดย่อ

การบริหาร การจัดการการท่องเที่ยว มีสาเหตุมาจาก การมอบหมายอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารงาน ด้านการท่องเที่ยวไม่ชัดเจน เจ้าหน้าที่และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเกษตรบ้านม่วงคำ ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการบริหารงาน ด้านการท่องเที่ยว ขาดงบประมาณ ขาดบุคลากร ขาดการประสานงานและความร่วมมือระหว่างองค์กร และเกิดความขัดแย้งภายในและภายนอก ชุมชน ดังนั้น สิ่งที่จะต้องดำเนินการโดยเร่งด่วน คือ การประสานความร่วมมือระหว่างชุมชนใน ท้องถิ่นและองค์กรภายนอกอย่างต่อเนื่อง ลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้น แต่ต้องเร่งสร้างความสามัคคี เพื่อเพิ่มการต่อรองทางการตลาดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรให้มากยิ่งขึ้น

นันท์ภัส ทรัพย์โชคธนกุล^{๘๒} ได้ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม โดยศึกษาถึงการดำเนินธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม และคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ประกอบการ ไร่กาแฟ ๔ ด้าน ได้แก่ ด้านของผลตอบแทน ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย ด้านการ พัฒนาความรู้ความสามารถ และด้านการเป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการ ไร่กาแฟ ดอยช้าง อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจและการกำหนดกลยุทธ์ ที่เหมาะสม เพราะปัจจัยเหล่านี้ย่อมเป็นสิ่งที่สร้างทั้งโอกาสและความท้าทายต่อผู้ประกอบการธุรกิจของประเทศ ไทยสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยจุดเริ่มต้นของธุรกิจกาแฟดอยช้างมาจากเกษตรกรชาวเขาที่อาศัยอยู่บนดอยช้างที่มีอาชีพปลูกฝิ่นมาก่อน และเปลี่ยนมาปลูกกาแฟตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เพื่อลด การแผ้วถางป่าจากการปลูกฝิ่นและพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไทยภูเขาให้ดีขึ้น ชาวบ้านดอยช้างได้รับแจกกาแฟ พันธุ์อาราบิก้าเพื่อนำมาปลูก แต่ถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา ภายหลังทุกคนจึงรวมตัวกันเพื่อสร้างบริษัทของตนเอง ขึ้นมา มีการควบคุมคุณภาพของเมล็ดกาแฟจนกระทั่งเป็นที่ต้องการของตลาดและขายได้ราคาดี ด้วยกรรมวิธีการ ผลิตเฉพาะของกาแฟดอยช้าง ส่งผลให้กาแฟดอยช้างเป็นที่ยอมรับและเป็นกาแฟอันดับ ๑ ของโลก บริษัทกาแฟ ดอยช้างมีลักษณะการทำงานโดยอาศัยแรงงานและจิตอาสาจากชาวบ้าน

^{๘๒} นันท์ภัส ทรัพย์โชคธนกุล, “ธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๑, บทคัดย่อ.

เป็นสำคัญ เน้นสร้างคนเพื่อพัฒนารัฐกิจ และชุมชนให้เข้มแข็งจนกระทั่งสามารถช่วยเหลือตนเองได้

โอกาส นนทบุรี การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ ตำบลดอนคา อำเภอดู่ตอง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่มีวิถีชีวิตแบบลาวเวียงให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวตำบลดอนคา ได้พัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวประเภทประเพณีวัฒนธรรมเช่น ประเพณีบุญตักบาตเทโว ประเพณีบุญบั้งไฟ ประเพณีบุญข้าวจีการอนุรักษ์โบราณสถานและวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นไว้อย่างยั่งยืนโดยใช้การมีส่วนร่วมของชุมชนและการมีจิตสำนึกรักบ้านเกิดแก่เยาวชนในท้องถิ่น ตลอดจนใช้ การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการบริการอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลดอนคา มีแผนการ รองรับที่เป็นระบบรวมทั้งผู้บริหารท้องถิ่น ผู้นำ ชุมชน ประชาชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์วิถีชีวิต แบบชุมชนลาวเวียงให้คงอยู่คู่กับท้องถิ่น จึงได้มีการจัดทำ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมเพื่อใช้เป็น แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวรวมทั้งการดูแลรักษาให้แหล่งท่องเที่ยว เชิง วัฒนธรรมของตำบลดอนคาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นสมบัติอันล้ำค่าสำหรับให้ชนรุ่นหลังได้ใช้ ประโยชน์ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่อไป

เกียรติศักดิ์ วรรณศรี ได้ศึกษารูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในร้านกาแฟบน ถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคล กิจกรรมที่ทำความ สนใจ ความคิดเห็น ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟและปัญหาที่ ผู้บริโภค พบในการใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน ๓๐๐ คน ใช้ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่มียอายุ ระหว่าง ๑๕-๒๕ ปี (เกิดระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๒๖ – พ.ศ. ๒๕๓๕) จำนวน ๒๔๔ คน (ร้อยละ ๘๑.๓) โดยผู้ศึกษาได้แบ่งผู้บริโภคที่ใช้บริการ ร้านกาแฟบนถนนนิมมานเหมินท์ จังหวัดเชียงใหม่ ด้วย เครื่องมือ K-Mean Cluster

Analysis ออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มคนทำงาน ซึ่งจากการศึกษา รูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มในร้านกาแฟ พบว่า กลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีจำนวน ๒๔๔ คน อายุระหว่าง ๑๕-๒๕ ปี รายได้ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท ซึ่งได้มาจากพ่อแม่ หรือ ผู้ปกครองพักอาศัยอยู่ที่หอพัก ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะ เวลาว่างชอบเล่นเกมส์ และอินเทอร์เน็ต ใช้บริการร้านกาแฟเพื่อนัดพบกับเพื่อน ชอบดื่มกาแฟเย็น ร้านที่สนใจใช้บริการเป็น สโตร์วัยรุ่นและโมเดิร์น ส่วนกลุ่มคนทำงาน มีจำนวน ๕๖ คน ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และพนักงานรัฐวิสาหกิจ อายุมากกว่า ๒๐ ปี รายได้สูงกว่า ๘,๐๐๐ บาท โดยรายได้หลักมาจากงานประจำ มีบ้านเป็นของตนเอง ใช้รถยนต์เป็นพาหนะ เวลาว่างชอบดูโทรทัศน์ ใช้บริการร้านกาแฟ เพราะอยากดื่มกาแฟ ชอบดื่มกาแฟร้อน ร้านที่สนใจใช้บริการเป็นร้านสโตร์โมเดิร์นและมีโซน ส่วนสำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญมาก คือด้านบุคลากร ด้านบริการและด้านราคา ส่วนปัญหาที่พบขณะใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่จอดรถไม่สะดวก และไม่เพียงพอและขั้นตอนการบริการที่ยุ้งยากซับซ้อนสำหรับข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ และด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟน้อย ส่วนปัญหาที่ผู้บริโภคมักพบในการใช้บริการส่วนใหญ่เป็น ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการและด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

สุภารัตน์ พุทธวงศ์ ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในเขตนิมมานเหมินท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคกาแฟในเขตถนนนิมมานเหมินท์และเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ในเขตถนนนิมมานเหมินท์ โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้านกาแฟในเขตถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน ๖ ร้าน ได้แก่ ร้านกาแฟคอฟฟี่ ร้านกาแฟสตาร์บัค ร้านกาแฟคาเฟ่เนโร ร้านกาแฟวาวิ ร้านกาแฟแฮปปี้ ฮัท และร้านกาแฟดอยช้าง ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๐ จำนวน ๒๕๒ คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยการสุ่มตัวอย่างและกำหนดสัดส่วน สำหรับ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม

ข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบความตรงในเนื้อหา และทดสอบความเที่ยงแล้วเก็บรวบรวมข้อมูล นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ ถอดรหัส จัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งเพศหญิงและเพศชายมีจำนวนเท่ากับ อายุเฉลี่ย ๒๗ ปี มากกว่าครึ่ง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และอยู่ระหว่างการศึกษามีรายได้เฉลี่ย ๒๑,๘๕๕.๒๔ บาท ต่อเดือน สำหรับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการร้านกาแฟพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดเพียงด้านเดียว ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการและด้าน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟในระดับปานกลาง

บุญทริกา อุบลรัมย์ ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัด เชียงใหม่ ซึ่งมุ่งศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการรวม ๗ ด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่อง ทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ หลักฐานทางกายภาพที่เป็นสิ่ง กระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค โดยแบ่งเป็นลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยเก็บ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สอบถามนักศึกษาที่เคยใช้บริการร้านกาแฟสดภายใน มหาวิทยาลัย จำนวน ๔๐๐ คน จาก ๗ สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตภาคพายัพ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยฟาอีสเทอร์น มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ ๕๖.๘) มี รายได้ ๒,๐๐๑ – ๔,๐๐๐ บาท (ร้อยละ ๕๒.๗) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง ๗ ด้าน โดยรวมมีความสำคัญต่อการใช้บริการร้านกาแฟอยู่ในระดับมากมี ๖ ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้าน

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดย ปัจจัยย่อยเรื่องความสะอาดของร้านและบริเวณร้าน บรรยากาศภายในร้านการมีที่นั่งสะดวกสบาย และการจัดวางโต๊ะ เป็นระเบียบมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีผล ในระดับปานกลาง สำหรับพฤติกรรม การใช้บริการส่วนใหญ่พบว่า มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ' เพื่อดื่มกาแฟและเครื่องดื่มอื่น ๆ (ร้อยละ ๔๗.๕) มีความถี่ในการใช้บริการแบบนาน ๆ ครั้ง (ร้อยละ ๕๒.๕) นิยมนำเครื่องดื่มออกไปรับประทานนอกร้าน (ร้อยละ ๕๗.๐) ใช้เวลาที่ร้านครั้งละ ๑๕-๓๐ นาที (ร้อยละ ๔๕.๐) นอกจากนั้นยังใช้ร้านกาแฟเพื่อพบปะพูดคุยกับเพื่อน (ร้อยละ ๖๔.๓) ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อกาแฟเอง (ร้อยละ ๖๘.๒) นิยมดื่มชาเย็น (ร้อยละ ๑๗.๕) นอกจากเครื่องดื่มแล้วยังบริโภคขนมปังด้วย (ร้อยละ ๒๔.๘) มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ในช่วง ๓๑ - ๖๐ บาท (ร้อยละ ๕๐.๕) สำหรับปัญหาของการใช้บริการได้แก่ รสชาติไม่สม่ำเสมอ ราคาไม่เหมาะสม ที่นั่งสำหรับดื่มไม่พอ ไม่มีการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาล พนักงานมีอัธยาศัยที่ไม่ดี และให้บริการช้า

เอกยุทธ ภมรกุล ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสารการตลาดของร้านกาแฟ Specialty กับรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ พฤติกรรมการใช้บริการและทัศนคติของกลุ่ม ผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดของร้านกาแฟ Specialty กับรูปแบบ การดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ พฤติกรรมการใช้บริการและทัศนคติของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่ง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการ สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการหรือผู้จัดการร้านกาแฟ Specialty ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด ๓ ร้าน ได้แก่ร้าน One Ounce For Onion ร้าน Amatissimo Caffe และร้าน Ink & Lion นอกจากนี้ยังใช้การสังเกตการณ์ของผู้ศึกษาในการศึกษาสภาพแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความชอบและมีความรู้ความเข้าใจในกาแฟ เมล็ดกาแฟที่นำมาใช้มีการคัดสรรเป็นอย่างดี รูปแบบร้านกาแฟ Specialty มีลักษณะเป็น Stand alone ที่มีตั้งแต่ขนาดใหญ่ไปจนถึงขนาดเล็ก ใช้หลักส่วนประสมทางการตลาด (๔P) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่และการส่งเสริม การตลาด ส่วนด้านการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ศึกษาได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเกณฑ์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ที่มีอายุระหว่าง ๑๘-๓๕ ปี ซึ่งใช้บริการหรือเคยใช้บริการร้านกาแฟ Specialty

จำนวน ๔๐๐ คน เพื่อวัดรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ พฤติกรรมการใช้บริการและทัศนคติ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง ๒๗-๒๙ ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด สำหรับจุดประสงค์ของการใช้บริการร้านกาแฟคือ เพื่อนั่งพักผ่อนมากที่สุด รองลงมาคือ นัดพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ผูกและดื่มกาแฟโดยเฉพาะ โดยจุดประสงค์เพื่อการถ่ายรูปและเช็คอินมีน้อยที่สุด สำหรับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างแบบออกได้เป็น ๑๒ กลุ่ม มีการเปิดรับสื่อ Facebook เป็นจำนวน มากที่สุด วัตถุประสงค์ของการเปิดรับสื่อเพื่อต้องการหาข้อมูล พฤติกรรมในการไปใช้บริการร้าน กาแฟเพื่อนั่งพักผ่อนมากที่สุด ความถี่ในการใช้บริการ ๑ ครั้งต่อสัปดาห์ บุคคลที่ไปด้วยคือ เพื่อน นิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล ส่วนระดับทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านกาแฟ พบว่า ด้านการบริการการส่งเสริมการตลาดและด้านสถานที่ อยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและบรรยากาศ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๐๑ ซึ่ง เป็นไปตามมาตรฐาน

ปริญญญา ศรีสายเชื้อ ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการตลาดสำหรับรูปแบบธุรกิจร้าน กาแฟสดสำหรับ GEN Y ในเขต อ.เมือง จ.เชียงราย โดยเป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางการตลาดสำหรับธุรกิจร้านกาแฟสด สำหรับกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ในปัจจุบัน โดยประชากรของการค้นคว้าอิสระนี้คือกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ที่มีอายุระหว่าง ๑๘ - ๓๗ ปี ที่มาท่องเที่ยว อาศัยอยู่หรือประกอบอาชีพในตัวอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามและเก็บตัวอย่างแบบสุ่มตาม สะดวก ตามบริเวณร้านกาแฟต่าง ๆ จำนวน ๔๐๐ ชุด ช่วงเดือนมกราคม ๒๕๖๑-มีนาคม ๒๕๖๑ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์สถิติทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรม ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยการใช้

การแจกแจงความถี่ คำนวณหาค่าร้อยละ ส่วนคำถามด้านความคิดเห็นของ กลุ่มเป้าหมาย ใช้สถิติด้านค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง โดยมีอายุระหว่าง ๒๘-๓๒ ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่มี อาชีพเป็นพนักงานทั่วไปหรือพนักงานประจำ ที่มีรายได้ไม่เกิน ๒๐,๐๐๐ บาทต่อเดือน วัตถุประสงค์ของการใช้บริการร้านกาแฟคือ ส่วนใหญ่คือดื่มกาแฟ นั่งเล่นและมาเจอเพื่อน นิยมดื่มกาแฟ ประเภทเย็น และควรมีเครื่องดื่มที่มีความแปลกใหม่เสริมเข้ามาด้วย เช่น เครื่องดื่มที่เป็นเอกลักษณ์ ของร้านหรือเครื่องดื่มแปลกใหม่ตามฤดูกาลและราคาควรอยู่ที่ ๕๐-๑๐๐ บาทต่อแก้ว โดยเงินเนอเรชั่นวาย ชอบโปรโมชั่นส่วนลด สำหรับเครื่องดื่มหรือการสมัครบัตรสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษด้านต่าง ๆ จากทางร้านกาแฟ และหากพนักงานที่ร้านมีบริการที่ดียิ้มแย้มแจ่มใสก็เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัย หนึ่งเช่นเดียวกัน ที่ทำให้กลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ทั้งนี้เงินเนอเรชั่นวาย ชอบรูปแบบร้านที่เปิด บริการ ๒๔ ชั่วโมง หรือร้านที่เป็นร้านกาแฟในเวลากลางวันเป็นคาเฟ่ ในเวลากลางคืน ชอบสไตล์ การตกแต่งร้านที่เป็นธรรมชาติ มีต้นไม้เยอะ ๆ มากที่สุด รองลงมาคือสไตล์โมเดิร์นทันสมัย สไตล์ ปูนเปลือย และสไตล์แนวโบราณย้อนยุค ตามลำดับ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนสถานที่ตั้งชอบร้านกาแฟที่ตั้งอยู่ไม่ไกลเกินไปนัก มีเส้นทางการเดินทางไปร้านสะดวกและ มีที่จอดรถเพียงพอ เงินเนอเรชั่นวาย มีพฤติกรรมชื่นชอบการเล่นอินเทอร์เน็ต หรือสื่อสังคมออนไลน์ เพราะฉะนั้นหากต้องการโปรโมตร้าน หรือสร้างความสัมพันธ์กับคนกลุ่มนี้ ควรทำการ โปรโมตผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook หรือ Instagram เป็นต้น ซึ่งสามารถสื่อถึงเป้าหมายได้ อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็วและมีต้นทุนในการโฆษณาที่ถูกกว่าด้านอื่น ๆ สำหรับข้อเสนอแนะ เพิ่มเติมของการศึกษานี้คือ ผู้ประกอบการร้านกาแฟควรศึกษาและคอย อัปเดตความต้องการของ ลูกค้า ผู้ประกอบการต้องศึกษาวิธีการทำงานตลาดออนไลน์อย่างละเอียดมากขึ้น เพราะการทำการตลาดออนไลน์สามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว รวมถึงมีต้นทุนที่ต่ำกว่าและมีประสิทธิภาพมากกว่าแบบทั่วไป

ลินจง โพชารี ได้ทำการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างมีส่วนร่วม บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นภาคตะวันออก ออกเสียงเหนือของไทย พบว่าการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่ผ่านมา ขาดการวางแผนที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ

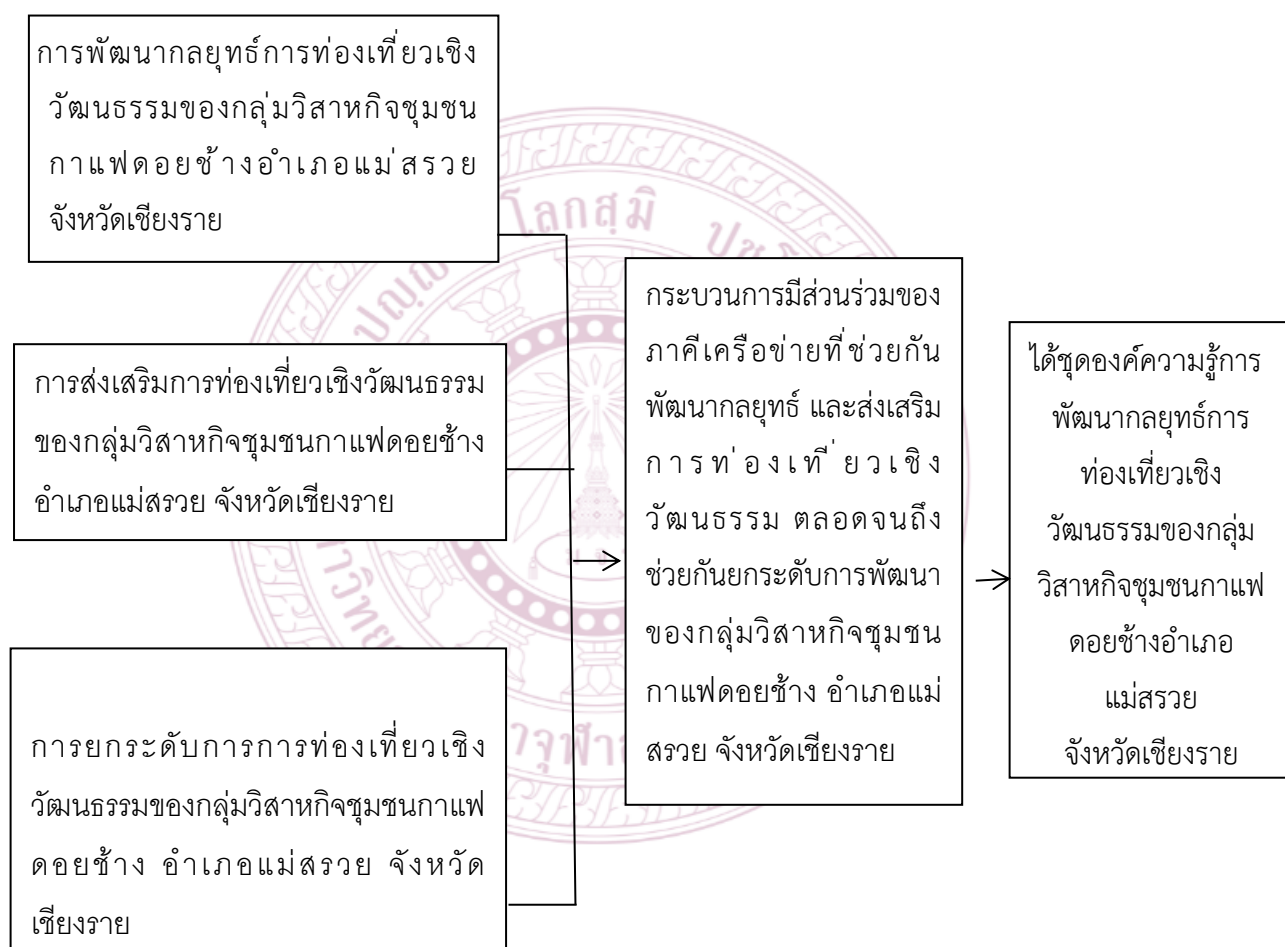
สิ่งแวดล้อม รวมถึงระบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานการบริการและการเพิ่มคุณภาพ นักท่องเที่ยว การใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยชุมชน ท้องถิ่น สามารถเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Activity Process) ที่สำคัญในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ในด้านการผลิตและระบบการผลิตทางการเกษตร โดยนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมมากขึ้น การรักและหวงแหนท้องถิ่นและการผลดังนี้ ให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสามารถสร้างรายได้สร้างฐานะให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้

ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต และคณะ ได้ทำการศึกษากระบวนการนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่า บริษัท ฟาร์มโชคชัย จำกัดได้จัดให้มีสายงานธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรและการท่องเที่ยวขึ้นจากสายงาน ๕ แขนงข้างต้น และภายในสายงานประกอบด้วย ๓ ส่วน คือ ส่วน พัฒนาธุรกิจการเกษตร ส่วนสายงานบริหารและด้านเทคโนโลยีการเกษตร ซึ่งสายงานดังกล่าวได้ ให้ความสำคัญ ต่อธุรกิจเกษตร ๓ ด้าน คือ การท่องเที่ยวและโรงงานผลิตนม การตลาดและ อุตสาหกรรมบริการ และธุรกิจค้าปลีกจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนหนึ่ง มาจากความต้องการของลูกค้าที่ต้องการซื้อพันธุ์วัว ต้องการเข้าชมกระบวนการทำงานและกระบวนการการผลิตทุกขั้นตอน ทำให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นโอกาสในการต่อยอดธุรกิจไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเน้นกลุ่มลูกค้าในประเทศให้เข้ามาใช้บริการไกด์นำเที่ยว บริการรถรับส่งเพื่อทำให้คนมาเที่ยวได้รับ ความรู้และความเพลิดเพลิน โดยสามารถมาเที่ยวเข้าชมได้ทุกวัน ทำการฟาร์มโชคชัยมีกลุ่มลูกค้า ๓ กลุ่มหลัก คือ คนไทย (ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์และเทศกาล) ลูกค้ากลุ่มสัมมนาของบริษัท เพื่อมาเข้าแคมป์และลูกค้าครอบครัวจะมีจำนวนมากในช่วงปิดเทอม เมื่อปีพ.ศ. ๒๕๕๒ ฟาร์มโชคชัยได้กำไรจากบัตรเข้าชมฟาร์ม อาหาร และของฝาก เฉลี่ยตามรายหัว ลูกค้าประมาณ ๑,๒๐๐ บาทต่อหัว ลูกค้าส่วนใหญ่ร้อยละ ๔๐ มาเป็นครอบครัว ร้อยละ ๖๐ เป็น องค์กรเอกชน โรงเรียนและบริษัททัวร์ซึ่งบริษัททัวร์ที่พานักท่องเที่ยวต่างประเทศมา มีประมาณ ร้อยละ ๖-๗ เท่านั้น ฟาร์มโชคชัยให้ความสำคัญลูกค้าภายในประเทศ สำหรับลูกค้าเดิมที่เคยมาแล้ว แต่กลับมาเที่ยวอีกมีประมาณร้อยละ ๒๐-๓๐

ห้วงหาญ ทวีแสง ได้ทำการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ศูนย์กลางเศรษฐกิจในเทศบาลนครยะลา พบว่า (๑) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศูนย์กลางเศรษฐกิจในเทศบาลนครยะลา มีศักยภาพและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยผู้นำนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้นำสมาคมกเขาชาวเสียงภาคใต้ให้ความสำคัญ กับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสังคมและผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงนกเขาชาวเสียงให้ ให้ความสำคัญกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ (๒) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของ ผู้นำนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้นำสมาคมกเขาชาวเสียงภาคใต้ให้ความสำคัญการมี ส่วนร่วมในการวางแผนมากที่สุด รองลงมาคือการร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์และการ ติดตามและประเมินผล ส่วนผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงนกเขาชาวเสียง ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการวางแผนมากที่สุด รองลงมาคือการร่วมรับผลประโยชน์การร่วมดำเนินการ และ การติดตามและประเมินผล (๓) ภาพรวมของสิ่งกระตุ้น ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้ง ๗ ด้าน มีผลอยู่ในระดับมาก สามารถเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านบุคลากรมีกระบวนการให้บริการผลิตภัณฑ์ช่องทางการจัดจำหน่ายลักษณะทางกายภาพ และการส่งเสริมการตลาด และ (๔) การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรสร้างสรรค์บุคลากรอย่างมีคุณภาพ มาตรฐานระดับสากล เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนยกระดับมาตรฐาน กระบวนการให้บริการ พัฒนาผลิตภัณฑ์คิดแปลก แตกต่างอย่างสร้างสรรค์บูรณาการเทคโนโลยี ช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พัฒนา ลักษณะทางกายภาพเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และพัฒนากระบวนการส่งเสริมการตลาดอย่างสร้างสรรค์

๒.๑๐ กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีกรอบแนวคิด ดังนี้คือ



บทที่ ๓

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคสนาม ภาคเอกสารเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนภาคสนาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ จากภาครัฐ องค์กรปกครองท้องถิ่น ผู้บริหารกาแฟดอยช้าง/กลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มตัวแทนเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ ประชาชน/นักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน จำนวนทั้งหมด ๔๕ คน เพื่อให้ได้ซึ่งการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓.๒ พื้นที่การวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้ได้ทำการศึกษาจาก พื้นที่การวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้คือ

๓.๒.๑ ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ได้ทำการศึกษาจากในพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อนำกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ที่ ๑ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ กลยุทธ์ที่ ๒ การวางแผนการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจ กลยุทธ์ที่ ๓ การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีประชากร และ ผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้คือ

๓.๒.๒ ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลในการวิจัย ได้แก่

ก. ภาครัฐ	จำนวน	๕	ค น
๑. ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย			
๒. นายอำเภอแม่สรวย			
๓. ปลัดอำเภอแม่สรวย			

๔. วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย

๕. การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย

ข. องค์การปกครองท้องถิ่น จำนวน ๕ คน

๑. องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

๒. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลาวี

๓. รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลาวี

๔. ผู้อำนวยการกองการศึกษาฯและวัฒนธรรมตำบลาวี

๕. นักพัฒนาชุมชน

ค. ผู้บริหารกาแพดอยช้าง/กลุ่มวิสาหกิจ จำนวน ๑๐

คน

ง. กลุ่มตัวแทนเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ จำนวน ๑๐

คน

จ. ประชาชน/นักท่องเที่ยว จำนวน ๑๐

คน

ฉ. ผู้นำชุมชน จำนวน ๕

คน

รวมทั้งหมด จำนวน ๔๕ คน

๓.๓ เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วยดังนี้ คือ

๓.๓.๑ เครื่องที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย

๑. แบบสัมภาษณ์

- ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
- กำหนดประเด็นที่ต้องการทราบ เช่น

๑) การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีความสำคัญอย่างไรบ้าง

- บริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัด เชียงราย มีประวัติและความเป็นมาอย่างไรบ้าง

- กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- ผลที่ได้จากการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

๒) การส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการอย่างไรบ้าง

- สภาพปัญหาของการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- รูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอย ช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- กระบวนการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- เทคนิค และวิธีการ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟ ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- ผลที่ได้จากการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟ ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

๓) การยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีประโยชน์และความสำคัญอย่างไรบ้าง

- การยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีความจำเป็นมากน้อยขนาดไหน อย่างไรบ้าง

- รูปแบบและกระบวนการเกี่ยวกับการยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- เทคนิคและวิธีการยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิช่วยตรวจสอบความเที่ยงตรง ของเนื้อหา เพื่อให้เกิดความถูกต้อง และตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

- ทดลองใช้เครื่องมือ เพื่อให้รู้ว่าผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ได้ตอบคำถามตรงประเด็นหรือไม่อย่างไรบ้าง
- ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์

๒. สนทนากลุ่ม

- กำหนดประเด็นที่ต้องการสนทนา เช่น
 - ๑) การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีความสำคัญอย่างไรบ้าง
 - บริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีประวัติและความเป็นมาอย่างไรบ้าง
 - กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง
 - ผลที่ได้จากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง
 - ๒) การส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการอย่างไรบ้าง
 - สภาพปัญหาของการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง
 - รูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง
 - กระบวนการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง
 - เทคนิค และวิธีการ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง
 - ผลที่ได้จากการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

๓) การยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย มีประโยชน์และความสำคัญอย่างไรบ้าง

- การยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย มีความจำเป็นมากน้อยขนาดไหน อย่างไรบ้าง

- รูปแบบและกระบวนการเกี่ยวกับการยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- เทคนิคและวิธีการยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- แนวคำถามที่จะต้องกำหนดไว้ล่วงหน้า

- การคัดเลือกผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ต้องมีความรู้และความสามารถตรงกับงานวิจัย

- บุคลากรที่จะดำเนินการสนทนากลุ่ม เช่น ผู้ให้ข้อมูลในภาครัฐ องค์กรปกครองท้องถิ่น พระสงฆ์ เครือข่าย

- อุปกรณ์ที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม เช่น คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และ โปรเจคเตอร์

๓.๓.๒ ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured or guided interviews) โดยมีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

๑) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒) ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย

๓) กำหนดข้อคำถามการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และร่างข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยแบ่งออกเป็น ๓ ข้อคำถาม ประกอบด้วย

คำถามข้อที่ ๑ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย มีความสำคัญอย่างไรบ้าง

คำถามข้อที่ ๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการอย่างไรบ้าง

- คำถามข้อที่ ๓ การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีประโยชน์และความสำคัญอย่างไรบ้าง
- ๔) นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๓ คน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา ผลการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์
- ๕) แก้ไขการพิมพ์ผิดและปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและนำไปใช้จริง

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บข้อมูลในการศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและสัมภาษณ์ ภาคเอกสารเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนภาคสนาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ 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 และนำส่งรายงานความก้าวหน้า จำนวน ๔ บท ต่อสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และกรอกข้อมูลลงในระบบ Nriis

๕) ในเดือนมีนาคม-เมษายน ๒๕๖๕ แกะไขงานวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้คำแนะนำ 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) ผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งด้านเอกสารแบบสัมภาษณ์และภาคสนาม แล้วจับประเด็นเนื้อหาสาระไปพร้อมกับนำมาสรุปเป็นผลการวิจัยเป็นรูปแบบความเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนำเสนอ

๒) การตรวจสอบข้อมูล หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จะต้องทำการตรวจสอบข้อมูลและการวิเคราะห์ ข้อมูล โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) ได้แก่

๒.๑ การตรวจสอบ ด้านข้อมูล โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

๒.๒ การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย โดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์

๒.๓ การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีสังเกตควบคู่ไปกับการซักถาม กรณีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

๓) สรุปแนวทางหรือรูปแบบในการพัฒนา รูปแบบการอนุรักษ์และการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะที่ได้จากกลุ่มสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ก่อนจะมีการประมวลผล

และพัฒนาเป็นรูปแบบมีส่วนร่วมกึ่งมาตรฐาน (ขั้นการพัฒนาตัวแบบ (Develop Model) เพื่อนำเข้าสู่การวิจัยเชิงเอกสารและคุณภาพ นวัตกรรม

๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย

กระบวนการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

๑) ศึกษารวบรวมเอกสารแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

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

๓) สนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประวัติศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านประเพณีและวัฒนธรรม ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี ปรากฏท้องถิ่น ผู้นำชุมชน เพื่อระดมแนวคิด มุมมองที่มีผลต่อการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และนำไปสู่การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อให้ได้มาซึ่งการพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

๓.๑ การกิจและอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล

๓.๒ แผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลการท่องเที่ยววัฒนธรรมในล้านนา

๓.๓ ข้อบังคับในเรื่องงบประมาณประจำปี

๓.๔ สภาพปัญหาในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลการท่องเที่ยววัฒนธรรม ในล้านนา

๓.๕ ปัญหาและอุปสรรคขององค์การบริหารส่วนตำบลการทองเที่ยววัฒนธรรม
ในลำนนา

๔) เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาข้อมูลสรุปในเชิงสถิติจากการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อนำไปสู่การประมวลผลข้อมูล และศึกษาเชิงความสัมพันธ์ถึงมุมมองของการพัฒนากลยุทธ์เชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน

๕) สรุปผลการวิจัยที่ได้คือ

๑. ได้พัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒. มีการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓. มีการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๖) นำเสนอผลงานวิจัย ทั้งในระดับชาติ และนานาชาติ

บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทที่ ๔ นี้ได้นำเสนอเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้คือ

๔.๑ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๓ การยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

๔.๑ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๑.๑ ด้านความเป็นอัตลักษณ์ของกาแฟดอยช้าง

หมู่บ้านดอยช้างซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงรายและเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่สูงในภาคเหนือ เฉกเช่นหลาย ๆ หมู่บ้าน ซึ่งได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ ๙ ได้ทรงมีพระราชดำริตั้งในปี พ.ศ. ๒๕๑๒ ให้เป็นพื้นที่ซึ่งต้องพัฒนาเพื่อความ เป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชารวมทั้งเพื่อลดการปลูกพืชเสพติดให้โทษ ดังนั้น ในปี พ.ศ. ๒๕๑๒ จึงได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรชาวเขาปลูกพืชเมืองหนาวเพื่อทดแทนการปลูกฝิ่นรวมทั้งมีการทดลองเริ่ม ปลูกกาแฟอาราบิก้า ตั้งแต่บัดนั้นและได้มีการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐมาเป็นระยะ ๆ จนถึง พ.ศ. ๒๕๒๖ ก็ได้มีการช่วยเหลือจากโครงการร่วมมือต่าง ๆ อาทิ ไทย-เยอรมัน , ไทย-เนเธอร์แลนด์ ผ่านกรมประชาสัมพันธ์ แต่เนื่องจากในอดีตกาแฟไทยยังไม่ได้รับการพัฒนาและไม่เป็นที่ยอมรับใน ตลาดเท่าที่ควร การจำหน่ายจึงต้องผ่านพ่อค้าคนกลางเป็นส่วนใหญ่ทำให้บางครั้งเกษตรกรถูกเอารัด เอาเปรียบ บนพื้นที่ดอยช้างซึ่งมีเกษตรกร ๔๐ ครอบครัวก็ได้รับพระราชทานพันธุ์กาแฟจากพระองค์ ทานผ่านกรมประชาสัมพันธ์และได้ปลูกกาแฟมาต่อเนื่องหลายสิบปี แต่ก็ไม่สามารถขายได้รวมทั้ง ถูกกดราคาเนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยภูเขาและไม่มีสัญชาติไทย

กระบวนการผลิตและแปรรูปกาแฟดอยช้าง เริ่มต้นตั้งแต่การปลูก การเก็บผลกาแฟสดจากต้นด้วยมือ กระบวนการแปรรูปแบบเปียกถูกคัดสรรจนได้ขั้นตอนที่เหมาะสมที่สุดในการสร้างสรรค์รสชาติจนทำให้กาแฟของดอยช้างเป็นกาแฟอราบิก้าชนิดพิเศษ (Specialty coffee) ที่ปลูกเฉพาะบริเวณดอยช้างเท่านั้น โดยได้ตรารับรองมาตรฐานระดับสากลมากมายด้วยเอกลักษณ์



เฉพาะตรงกลิ่นที่หอมเป็นพิเศษ เจอร์สเปรี้ยว (กรดจากผลไม้) ที่ดื่มแล้วทำให้รู้สึกชุ่มคอ มีสารคาเฟอีนต่ำ มีรสชาติที่กลมกล่อมสูง เป็นความลงตัวของพื้นที่เพาะปลูกกับลักษณะภูมิประเทศที่เป็นที่สูงและมีอากาศหนาวเย็นตลอดปี ประกอบกับการดูแลเอาใจใส่ในทุกขั้นตอน ทำให้ได้กาแฟอราบิก้าที่มีคุณภาพสูง ดังคำกล่าวที่ว่า “กาแฟดอยช้าง เอกลักษณ์กาแฟไทย สูดยอดกาแฟโลก”

ในปี พ.ศ. ๒๕๔๕ เกษตรกรบ้านดอยช้างจึงได้มีความพยายามหาทางช่วยเหลือกันอย่างจริงจัง โดยเริ่มต้นจากครอบครัวของ นายปณชัย พิสัยเลิศ ร่วมมือกับ นายวิชา พรหมยงค์ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งบริษัทได้จัดตั้ง บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออริจินอล จำกัด ขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๔๖ และมีนายพิษณุชัย แก้วพิชัย เป็นผู้ร่วมก่อตั้งและที่ปรึกษาธุรกิจ บริษัท ดอยช้างจัดตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้กาแฟซึ่งปลูกโดยเกษตรกรบ้านดอยช้าง สามารถจัดจำหน่ายได้ในราคาที่ยุติธรรมรวม ทั้งทำแบรนด์กาแฟดอยช้างเพื่อให้เป็นที่รู้จักทั้งภายในและต่างประเทศ ควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพกาแฟดอยช้าง จากจุดเริ่มต้นของ บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออริจินอล ในปี พ.ศ. ๒๕๔๖ ซึ่งตอนนั้นมีกาแฟรวมกันทั้งหมดบ้านไม่กี่ร้อยไร่ แต่จากความตั้งใจและความร่วมมือกันอย่างเหนียวแน่นของกลุ่มเกษตรกรและบริษัท จึงทำให้เกษตรกรซึ่งประกอบด้วยชนเผ่า อาข่า ลีซู และจีนยูนนาน มีความมั่นใจมากขึ้นจนทำให้ปัจจุบันมีการปลูกกาแฟบนพื้นที่ดอยช้างประมาณ ๓๐,๐๐๐ ไร่

ภายในระยะเวลาไม่ถึง ๑๕ ปี ในช่วงแรกของการดำเนินการ บริษัทฯ พบปัญหาและอุปสรรคมากมายเพราะเราขาดซึ่งองค์ความรู้และยังใหม่และยังอ่อนด้อย ทางการจัดจำหน่ายทำให้ต้องการมีการศึกษาและพัฒนาความรู้ให้กับเกษตรกรพร้อม ๆ ไปกับการสร้างแบรนด์ รวมถึงพัฒนาคุณภาพเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภค เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งผลตอบแทนที่ล้ำค่าที่สุดคือการได้สร้างสังคมของการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและสันติของพี่น้องหลากหลายวัฒนธรรมหลายเผ่าพันธุ์ และร่วมภาคภูมิใจในฐานะ “คนดอยช้าง คนปลูกกาแฟ”

๔.๑.๒ ด้านการขายแบรนด์กาแฟดอยช้าง

ย้อนกลับไปเมื่อประมาณสี่สิบกว่าปีที่ผ่านมามีพื้นที่บนดอยในภาคเหนือของไทยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ปลูกฝิ่นและทำไร่เลื่อนลอย พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ ๙ ทรงเล็งเห็นถึงปัญหาของพี่น้องชาวไทยภูเขาจึงทรงมีพระราชดำริให้มีการปลูกพืชทดแทน พระองค์ได้พระราชทานกาแฟพันธุ์อารบิก้า มีพระราชดำริให้กรมวิชาการเกษตรพัฒนาสายพันธุ์กาแฟให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ และส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกกันอย่างแพร่หลาย

ระยะแรกที่ปลูกกาแฟขายแทบไม่ได้เนื่องจากกาแฟไทยยังไม่ได้ได้รับความนิยม แถมยังโดนกดราคาจากพ่อค้าคนกลางอีก เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นคนไร้สัญชาติไม่สามารถนำกาแฟไปขายเองได้จึงจำเป็นต้องขายผ่านพ่อค้าคนกลาง เพื่อให้เกษตรกรบนดอยช้างสามารถขายกาแฟได้ในราคาที่ยุติธรรม ต่อมาจึงได้ก่อเกิด บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออริจินอล จำกัด ขึ้นในปีพ.ศ.

๒๕๔๖ ด้วยเงินจำนวน ๓๒๐,๐๐๐ บาท ที่ได้มาจากการขายรถของคุณปณชัย พิสัยเลิศ หรืออาเดล ร่วมกับคุณวิชา พรหมยงค์ และมีคุณพิษณุชัย แก้วพิชัย เป็นที่ปรึกษาธุรกิจ

จากยออดอยสู่กาแฟคุณภาพระดับโลก ด้วยความเชื่อมั่นผู้ร่วมก่อตั้งกาแฟดอยช้างจึงพยายามอย่างไม่หยุดยั้งที่จะพัฒนาและสร้างแบรนด์ดอยช้างให้มีคุณภาพดีที่สุด ด้วยแหล่งผลิตเฉพาะ และกระบวนการที่มีคุณภาพใส่ใจทุกรายละเอียด พวกเขาใช้เวลาแค่ ๕ ปีส่งให้กาแฟสายพันธุ์อารบิก้า จากดอยช้างได้รับการยอมรับในเวทีโลกและได้รับมาตรฐานระดับสากล อาทิ USDA Organic, EU Organic Farming, EU Geographical Indication และ Specialty Coffee Association ซึ่งกาแฟดอยช้างถือว่าเป็นกาแฟคุณภาพที่ส่งออกไปทั่วโลก นำชื่อเสียงมาสู่พี่น้องชาวเขาและประเทศไทยได้อย่างภาคภูมิ ดอยช้างได้ส่งเมล็ดกาแฟขายให้กับร้านกาแฟต่าง ๆ มากมาย ทั้งที่เมล็ดกาแฟมีคุณภาพ แต่ด้วยวิธีการชง เครื่องจักร และคนที่แตกต่างกันทำให้กาแฟที่ออกมารสชาติไม่คงที่ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดอยช้างจึงได้เกิดความคิดที่จะสร้างมาตรฐานในรสชาติของกาแฟขึ้นมา จึงทำให้เกิด บริษัท ดอยช้าง เฟรนด์ชิพ เมเนจเม้นท์ขึ้นมา เพื่อดูแลร้านกาแฟทั้งหมดทั้งในและต่างประเทศเพื่อให้ได้มาตรฐานเดียวกัน

กาแฟจากยออดอยของไทยก้าวสู่ถ้วยกาแฟคุณภาพระดับโลก ใช้ระยะเวลาเพียงไม่กี่ปี กาแฟดอยช้างก็สามารถก้าวแซ่งกาแฟหลากหลายแบรนด์ทั่วโลกขึ้นมาอยู่ในฐานะกาแฟคุณภาพระดับแถวหน้าของโลก ด้วยแนวคิดและการดำเนินงานที่มาจากบุคคลที่ไม่ใช่นักธุรกิจพวกเขาทำได้ ยิ่งงั้น

๑. เริ่มต้นจากแก้วเปล่า อาจกล่าวได้ว่าเป็นความโชคดีที่แฝงมากับปัญหาและอุปสรรคที่กาแฟดอยช้างเริ่มต้นจากผู้ที่ไม่ได้มีความรู้เรื่องกาแฟเลย ทำให้ง่ายต่อการที่จะยอมรับความรู้จากแหล่งอื่นๆและอาศัยการเรียนรู้เก็บเกี่ยวประสบการณ์และศึกษากระบวนการผลิตมาจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลกแล้วนำมาปรับปรุงเป็นกระบวนการที่ดีและเหมาะสมกับกาแฟดอยช้าง จนได้คุณภาพเป็นที่ยอมรับระดับโลก

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

๓. ควบคุมการผลิตเองจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ดอยช้างเป็นแหล่งผลิตกาแฟที่ทำเองทุกขั้นตอนตั้งแต่การปลูกจนกระทั่งถึงมือลูกค้า จึงเป็นเรื่องที่ไม่ยากเกินไปที่จะควบคุมคุณภาพให้ได้ตามที่วางเอาไว้

๔. ทำดียังไม่พอสั่งต่อไปเรื่อย ๆ ด้วยแนวความคิดนี้จึงทำให้กาแฟดอยช้างได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนได้รับการยอมรับในเวทีโลกและมีมาตรฐานระดับสากล เป็นเครื่องการันตีคุณภาพ

๕. สร้างคุณภาพที่แตกต่างเพื่อราคาที่กำหนดได้ กาแฟดอยช้างมีการพัฒนาคุณภาพมาโดยตลอดอย่างไม่หยุดยั้ง สามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้า ซึ่งจากเดิมเคยขายได้กิโลกรัมละไม่กี่สิบบาท จนตอนนี้ขายได้กิโลกรัมละเป็นพัน อย่างเช่นกาแฟชี้ชะมดของดอยช้างซึ่งจะมีความแตกต่างจากกาแฟชี้ชะมดจากแหล่งอื่นเพราะของดอยช้างเป็นกาแฟที่มาจากชะมดธรรมชาติ จึงถือได้ว่าเป็นกาแฟชี้ชะมดที่ดีที่สุดในคุณภาพที่แตกต่างจากแบรนด์อื่น

สร้างธรรมชาติแล้วธรรมชาติจะให้เรากลับมา การปลูกกาแฟที่ดอยช้างจะทำไปพร้อม ๆ กับการสร้างป่า ทำให้กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟคุณภาพเพราะได้รับแสงในปริมาณที่เหมาะสม อีกทั้งยังมีสัตว์ป่าอย่าง เช่น ชะมดมาอาศัยอยู่และกินผลกาแฟเป็นอาหารทำให้เกิดกาแฟชี้ชะมดคุณภาพดีที่สามารถขายได้ในราคาที่สูง

พุ่งสู่จุดหมายด้วยความมุ่งมั่น เนื่องจากเกษตรกรดอยช้างเป็นชนเผ่าซึ่งไม่มีสัญชาติส่วนใหญ่จึงไม่ได้เรียนหนังสือ แต่พวกเขาสามารถสร้างกาแฟที่มีคุณภาพระดับสากลได้เพราะพวกเขามีเป้าหมายที่ชัดเจนและก้าวเดินไปพร้อมกันด้วยความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

๔.๑.๓ ด้านการขายกิจกรรมกาแฟดอยช้าง

การขายกิจกรรมกาแฟดอยช้าง การลงทะเบียนเพื่อร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บนดอยช้าง เช่น จุดกางเต็นท์ กิจกรรมคั่วกาแฟ เก็บเมล็ดกาแฟหรือเป็นกิจที่เนื่องด้วยกาแฟมีการสาธิตการชงกาแฟ เป็นต้น

๔.๑.๔ ด้านการขายสภาพแวดล้อมกาแฟดอยช้าง

ด้านการขายสภาพแวดล้อมกาแฟดอยช้าง ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สืบเนื่องมาจากการขายกิจกรรม โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการบูรณาการกับสถานที่ต่าง ๆ บนดอยช้างผ่านพันธมิตร มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นที่ไม่ได้ทำอาชีพกาแฟ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแมคคาเดเมีย กลุ่มปลูกเมลอน หรือกลุ่มที่ผลิตชา เป็นต้น ได้เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนดอยช้าง ซึ่งมีสภาพแวดล้อมที่ยังคงความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมและอนุรักษ์ไว้ซึ่งประเพณี วัฒนธรรม บรรยากาศในการเป็นอยู่ของพี่น้องชาติพันธุ์ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสกับสภาพแวดล้อมที่ติดตราตรึงใจ

๔.๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๒.๑ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือของกาแฟดอยช้าง

การสร้างเครือข่ายเป็นการสร้างกิจกรรมในการก่อให้เกิดกลุ่มองค์กรหรือกลุ่มบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ใน การแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรม หรือการผลิระหว่างองค์กรสมาชิก ซึ่งต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมา ก่อนที่จะทำความตกลงเป็นองค์กรเครือข่าย เครือข่ายต่าง ๆ มีจุดเริ่มต้นมาใน ๓ ลักษณะ เกิดตามธรรมชาติ เกิดจากการจัดตั้งและเกิดจากวิวัฒนาการ เครือข่ายที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีประชาชนเป็นผู้ริเริ่ม เป็นเครือข่ายที่ประชาชนตระหนัก ตื่นตัว ในปัญหาที่เกิดขึ้น แล้วลงมือริเริ่มรวมตัวกันเข้าเป็นกลุ่มเป็นเครือข่ายเพื่อแก้ไขปัญหา ภาคประชาชนจึงเป็น แกนหลัก ภาครัฐเป็นเพียงผู้สนับสนุนและผู้อำนวยความสะดวกให้การจัดตั้งเครือข่ายทำได้ง่ายขึ้น บทบาทภาครัฐจะน้อย กลุ่มองค์กรชุมชนประชาคมจะทำงานและมีอำนาจในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ มาก เครือข่ายที่เกิดขึ้นจากการจัดตั้ง หรือรัฐเข้าไปเป็นผู้ริเริ่ม กระตุ้นให้ประชาชนเกิดความตระหนักในปัญหา สร้างความตื่นตัวให้เกิดความสนใจ และผลักดันให้เกิดการรวมตัวของประชาชน เช่น การที่ส่วนราชการ พยายามผลักดันการสร้างหน่วยเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง เครือข่ายที่เกิดจากวิวัฒนาการ มีกระบวนการพัฒนาที่เริ่มจากกลุ่มบุคคล องค์กรมารวมกันด้วย วัตถุประสงค์กว้าง ๆ ไม่ชัดเจน สนับสนุนและเรียนรู้ไปด้วยกัน หรือกลุ่มคนเกิดความคิดที่จะรวมตัวกันสร้าง พันธสัญญาเป็นเครือข่ายช่วยเหลือและพัฒนาตนเอง หลังถูกจุดประกายความคิดมาจากการได้รับฟัง ได้เห็นการดำเนินงานของเครือข่ายอื่น ๆ เช่น เครือข่ายเกษตรอินทรีย์เครือข่ายผู้สูงอายุ กระบวนการสำคัญในการสร้างหรือเริ่มประสานเครือข่าย ประกอบด้วย ๑) พัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง ๒) จัดตั้งเครือข่าย ๓) ดำเนินการและประเมินผล

๑. พัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นการเตรียมการศึกษา วิเคราะห์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ๑) การสร้างเครือข่าย ๒) การแสวงหาแกนนำเครือข่าย และ ๓) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลุ่ม ๑) ระบุนักที่เกี่ยวกับประเด็นที่ต้องการสร้างเครือข่าย เมื่อชุมชนมีความตระหนักต่อปัญหา หรือมีความต้องการที่จะรวมกลุ่มแล้ว ควรเริ่มด้วยการระบุนัก ชุมชน หน่วยงาน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องหรือมี ความสัมพันธ์กับประเด็นที่กำลังขับเคลื่อน ความสนใจ พฤติกรรม ความต้องการ ความรู้ จุดประสงค์ การทำงาน อิทธิพล อำนาจหน้าที่ที่มีจุดยืนต่อประเด็นที่ดำเนินการ รายชื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้ในกลุ่มที่มีอิทธิพลสูง ความสนใจสูง และกลุ่มที่มีอิทธิพลต่ำสนใจ ซึ่งรายชื่อบุคคล กลุ่มคน องค์กรเหล่านี้ที่อยู่ในกลุ่ม อิทธิพลสูง ความสนใจสูง พัฒนาความสัมพันธ์ไปสู่การเป็นแนวร่วมของเครือข่าย

๒) การแสวงหาแกนนำเครือข่าย กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สนใจที่มีคุณสมบัติเหมาะสมและมีอิทธิพลเพียงพอในการผลักดันการทำงาน นำการเปลี่ยนแปลงและช่วยขยายเครือข่าย

ออกไปในแนวกว้าง อย่างไรก็ตามด้วยข้อจำกัดของงบประมาณ และบุคลากร การหาผู้นำหลัก (key leaders) หรือบุคคลที่เป็นผู้นำของกลุ่มผู้เล่นหลักจึงมีความสำคัญ ตัวอย่างผู้นำหลักในกลุ่มสื่อมวลชน ต้องเป็นบุคคลผู้เป็นที่เคารพนับถือของคนในกลุ่มสื่อมวลชน และมีอิทธิพลมากพอที่จะโน้มน้าวทิศทางของกลุ่มหรือวิชาชีพ ๓) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลุ่ม โดยใช้ผังเครือข่าย การก่อรูปเครือข่ายอาจเริ่มจากกลุ่ม องค์กรที่มีอยู่ ที่มีการรวมตัวกันอยู่แล้วอย่างหลวม ๆ ทำความรู้จัก ทำความเข้าใจเครือข่าย วิเคราะห์ ความสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ที่มีอยู่ที่ควรเข้าไปแตะ หาผู้เล่นหลักในกลุ่ม หาบุคคลหรือกลุ่มที่อยู่เฉยๆ ที่ควรเข้ามาเกี่ยวข้อง เครื่องมือที่จะช่วยให้เข้าใจเครือข่ายได้ดีขึ้น คือ ผังเครือข่าย ที่ช่วยให้เห็นถึงศักยภาพและทุนทางสังคมของเครือข่าย ซึ่งโครงการสามารถนำไปใช้ในการจัดวางระบบเพื่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุด วางแผนการเข้าหา และสร้างความร่วมมือที่ดีขึ้น รวมทั้งเข้าใจสัมพันธ์ภาพระหว่างชุมชนในพื้นที่ จากผู้นำในชุมชนเล็ก ๆ ไปสู่องค์กรอื่นในระดับประเทศ กรณีเครือข่ายมีการจัดตั้งอยู่แล้วอย่างเป็นทางการ สามารถวินิจฉัยเครือข่ายได้โดยการตอบคำถาม เครือข่ายมีการรับรู้ข่าวสารกันอย่างทั่วถึงหรือไม่ จุดร่วมของผลประโยชน์จะเป็นศูนย์กลางทำให้เกิดการรับรู้มุมมองร่วมถึงเหตุผลในการเข้าร่วม และผลประโยชน์ที่จะได้รับการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย จุดร่วมหรือประเด็น (issues) จุดร่วมของผลประโยชน์จะนำไปสู่การกำหนดเป็นเป้าหมายร่วม และวิสัยทัศน์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

วิสัยทัศน์ร่วม เป็นการมองภาพของจุดมุ่งหมายในอนาคตร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มเป้าหมาย ที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันช่วยให้เกิดเอกภาพในการทำงาน ทำให้ขบวนการเคลื่อนไหวมีพลัง และช่วย บรรเทาความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองความคิดที่แตกต่าง ๓) พัฒนาแผนยุทธศาสตร์ความร่วมมือ เป็นการสร้างเครือข่ายให้ปรากฏเป็นรูปธรรม อย่างเป็นทางการ (Formal Agreement) มีการตกลงในเรื่องการบริหารจัดการกลุ่ม กำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่ม กำหนดกิจกรรม จัดวางข้อตกลงในการทำงาน การใช้ทรัพยากรร่วมกัน รวมทั้งกำหนดบทบาทของสมาชิก และ สิทธิหน้าที่ของหัวหน้ากลุ่ม นอกจากนี้ควรเริ่มเตรียมโครงสร้างพื้นฐานที่จะช่วยให้เกิดการประสาน nodes เพื่อความยั่งยืนของเครือข่าย อาทิที่ตั้งอาจเป็นพื้นที่ทางกายภาพหรือพื้นที่เสมือนในระบบออนไลน์ แพลตฟอร์มมาตรฐานเครือข่ายทางสังคม เช่น เฟสบุ๊ก เพื่อเป็นจุดเชื่อมโยงการทำงาน ๓. ดำเนินการ และประเมินผล ประกอบด้วย ๑) การพัฒนาความสัมพันธ์และ ๒) ติดตามและประเมินผล ดังนี้ ๑) การพัฒนาความสัมพันธ์ความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างกัน ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ ระหว่างกันและสร้างความผูกพันภายใน สร้างการยอมรับในความแตกต่างระหว่างสมาชิกยอมรับในรูปแบบ และวัฒนธรรมองค์กรของสมาชิก สร้างความไว้วางใจ เกิดการเชื่อมโยงในระดับที่แน่นแฟ้นมากขึ้น โดยในช่วง เริ่มก่อรูปเครือข่ายควรมีกิจกรรมสม่ำเสมอและมากพอที่จะทำให้สมาชิก

ได้ทำงานร่วมกัน เป็นกิจกรรมที่ต้อง แนใจว่าทำได้ และกระจายงานได้ทั่วถึง ควรเลือกกิจกรรมที่ง่าย และมีแนวโน้มประสบผลสำเร็จ ผลงานที่ ปรากฏเป็นรูปธรรมที่เด่นชัด สร้างความรู้สึกให้สมาชิก เครือข่ายได้รับรู้ถึงผลประโยชน์จากการเข้าเป็น เครือข่าย ความสัมพันธ์ในเครือข่ายจะยิ่งแน่นแฟ้น ขึ้น กิจกรรมที่ยากถ้าทำไม่สำเร็จโดยเฉพาะในครั้งแรกอาจ ทำให้เครือข่ายที่เริ่มก่อตัวแตกสลายได้ ๒) ติดตามและประเมินผล เป็นขั้นตอนการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนที่เกิดจาก เครือข่าย ความร่วมมือเพื่อไปสู่การปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินงานนั้น

๔.๒.๒ การวางแผน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอย ช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนในการตัดสินใจ และ มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน จะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและ กลุ่มคนภายนอก พื้นที่ได้เข้ามามีบทบาท รวมทั้งเพิ่มความต้านทานต่อแรงกดดันหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการวางแผนเป็น กระบวนการในการสรรหาและกำหนดแนวทาง รวมทั้งวิธีการที่จะควบคุมและ พัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละ ชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และการที่ทุกฝ่ายร่วมกันคิดและ วิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่าจะทำอะไร ทำเพื่ออะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อใด และใช้งบประมาณเท่าไร จะช่วยให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิด ขึ้นและมีทิศทางที่ชัดเจนและตรงกันในการพัฒนา ชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวางแผน โดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ ท้องถิ่นนั้น ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วางแผน ผู้ปฏิบัติ หน่วยงานต่าง ๆ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในชุมชน จำเป็นต้องมาประชุมหรือทำการปรึกษา พิจารณาเพื่อแสดงความคิดเห็นและการยอมรับ รวมทั้งทำการ ตกลงและความเข้าใจร่วมกันภายใต้คำแนะนำ และคำปรึกษาของผู้เชี่ยวชาญ แม้ว่าแผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายละเอียดมากเพื่อนักปฏิบัติจะได้ดำเนินการตามที่นั้นวางแผนกำหนดไว้ได้ อย่างถูกต้อง แต่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วม นั้นจำเป็นต้องเข้าใจได้ง่ายและอาจ ประกอบด้วยประเด็นเพียงไม่กี่ประเด็นแต่สำคัญและชัดเจนเพียงพอให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม สามารถปฏิบัติตามได้ในทิศทางเดียวกัน ประเด็นในแผนอาจประกอบด้วย วิสัยทัศน์ของชุมชน วัตถุประสงค์ของแผน นโยบายของแผน เครื่องมือในการพัฒนา การจัดหาและกำหนด งบประมาณ วิธีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

วิสัยทัศน์ การกำหนดสภาพหรือภาพอนาคตที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มของชุมชนพึง ประสงค์ อยากรให้เป็น วิสัยทัศน์ที่ดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องสอดคล้องกับ หลักการการ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วัตถุประสงค์ของแผนคือ

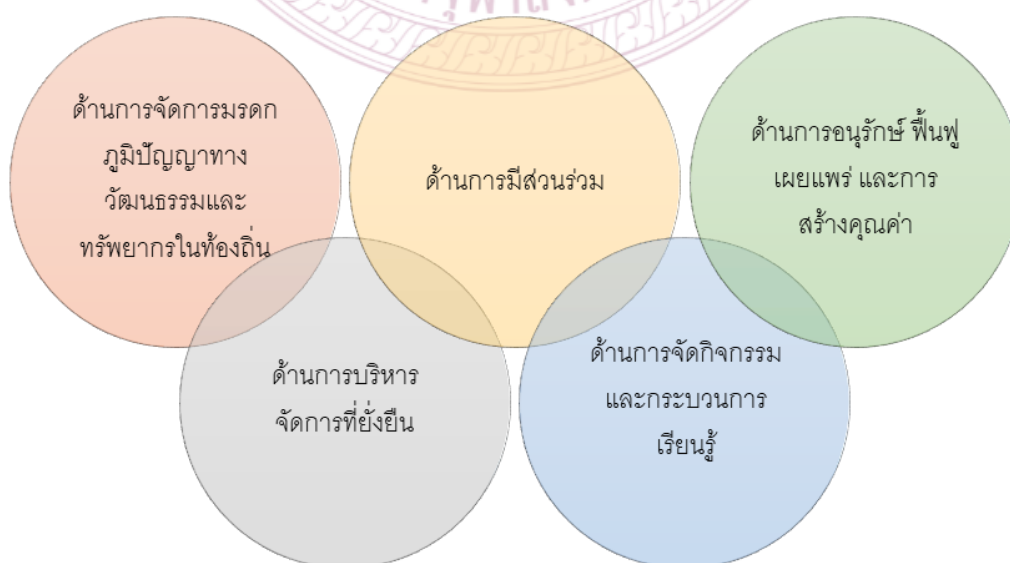
ผลลัพธ์ในภาพรวมและกว้าง ๆ ที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้นเมื่อได้ปฏิบัติ ภารกิจต่าง ๆ เสร็จสิ้น วัตถุประสงค์จึงต้องอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับและความสามารถในการจัดการ ของทุกฝ่าย รวมทั้ง ต้องปรับไปตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมของชุมชนด้วย นโยบายของแผน คือ แนวทางในการปฏิบัติหรือตัดสินใจเพื่อให้การดำเนินการต่าง ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการในการปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นมาจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ สามารถดำเนินงานในทิศทางที่สอดคล้องกันและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกันได้ นโยบายหรือ แนวทาง ปฏิบัติที่กำหนดขึ้นมาจึงต้องหลากหลายเพื่อให้ผู้ปฏิบัติสามารถเลือกนโยบายที่ตนถนัดและ ปฏิบัติได้จริง

เครื่องมือในการพัฒนาหรือกิจกรรมที่กำหนดขึ้นมาเพื่อดำเนินงานตามนโยบายหรือ แนวทาง ในการปฏิบัติซึ่งจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจำเป็นต้อง เข้าใจข้อจำกัดของชุมชน เช่น ข้อจำกัดด้านงบประมาณและเวลา ข้อจำกัดในการจัดการหรือการ มีส่วนร่วมของ คนท้องถิ่น ข้อจำกัดในเรื่องขอบเขตของกฎหมาย ข้อจำกัดในด้านอำนาจของ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ เพราะข้อจำกัดเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ตีกรอบประเภทและลักษณะของ เครื่องมือในการพัฒนามรดกทาง วัฒนธรรม การกำหนดและจัดหางบประมาณ ควรเป็นหน้าที่ของ ผู้บริหารท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง กับการพัฒนาการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชน หรือองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ที่มีนโยบายในการ พัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งนี้ งบประมาณจำเป็นต้องสอดคล้องไปตามประเภทและลักษณะ ของเครื่องมือในการพัฒนา นอกจากนี้ กลุ่มต่าง ๆ ที่กำหนดและจัดหางบประมาณต้องแสดงต่อสาธารณชน อย่างชัดเจน โปร่งใส และ ตรวจสอบได้ในเรื่องจำนวนเงินงบประมาณ แหล่งงบประมาณ และแนวทางการ ใช้เงินงบประมาณ การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่สำคัญมากที่ต้องปฏิบัติเป็นระยะและ อย่าง ต่อเนื่อง เพราะจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มรู้ว่าการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียง ใด รวมทั้งสามารถช่วยหาแนวทางแก้ไขหรือปรับแผนได้ทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้ การติดตามและ ประเมิน ผลการดำเนินงานควรเป็นหน้าที่ของกลุ่มที่รับผิดชอบการวางแผนและการปฏิบัติงานให้ เป็นไปตามแผน ซึ่ง จำเป็นต้องรายงานผลการดำเนินงานและการประเมินผลต่อสาธารณชนในชุมชน ให้ทราบอย่างชัดเจนและทั่วถึง เพื่อกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการแสดงความ คิดเห็นต่อการดำเนินงานและร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้มี ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นในการวางแผนและ การดำเนินงานในครั้งต่อไป

หลักการของการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสิ่งที่ควรคำนึงถึงในลำดับแรก สำหรับการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การสร้างความตระหนักและจิตสำนึก อย่างมี

ส่วนร่วม ให้กับคนในชุมชนท้องถิ่น เห็นคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น เพราะเป็นต้นทุนสำคัญในการพัฒนา ต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการ บูรณาการองค์ความรู้จากสหวิทยาการ และความรู้สมัยใหม่ เข้ากับความรู้และภูมิปัญญาของท้องถิ่น ดังนั้น การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงไม่สามารถพัฒนาขึ้นได้โดยปัจจัยภายในหรือศักยภาพที่มีอยู่เดิมในชุมชนท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว จำเป็นที่จะต้องเข้าใจสถานการณ์ภายนอก ที่เป็นทั้งโอกาส ผลกระทบ และภาวะคุกคาม ในการพัฒนาที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ถือเป็นแนวทางหรือทางเลือกหนึ่งของการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการจัดการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการสร้างจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการอนุรักษ์ ปั้นฟู 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



๔.๒.๓ การกำหนดเครื่องมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ประกอบไปด้วย แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกาแพดอยช้างที่ได้ พัฒนาจากการทบทวนเอกสาร แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรมและคุณภาพชีวิต สมุดจดบันทึก ปากกา แฟ้มเก็บข้อมูลเพื่อแยกเป็นประเภทต่าง ๆ เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายภาพเพื่อใช้เก็บบรรยากาศ

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

มีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินงานตามแผน และติดตาม ผลการดำเนินงานโดยตลอด แต่หากเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานไม่สอดคล้องกับลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และความถนัดของชุมชน ก็จะมีผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่บรรลุวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ เครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมจึงควรกำหนด โดยผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิจัยด้านการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งต้องสอดคล้อง กับความต้องการ และความสามารถในการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม รวมทั้งสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ และนโยบายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้ เครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีความชัดเจนและหลากหลายซึ่งควรประกอบด้วย ๕ เครื่องมือ ได้แก่ การกำหนดตัวชี้วัดระดับการพัฒนา การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว

การกำหนด มาตรฐานสิ่งก่อสร้าง การพัฒนาคนท้องถิ่น และการตลาด หากเครื่องมือมีความชัดเจน หลากหลาย และ สามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็จะก่อให้เกิดโอกาสสูงสุดที่จะบรรลุ วิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การกำหนดดัชนีระดับการ พัฒนา ดัชนี (Indicator) หมายถึง สิ่งที่บ่งชี้ วัด หรือสะท้อนสภาพหรือสถานการณ์ ณ ช่วงเวลาใด เวลา หนึ่งของชุมชน ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นสภาพเชิงลบของพื้นที่เพื่อทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ตระหนักถึง ปัญหาและสามารถวางแผนแก้ไขหรือจัดการกับปัญหาได้ทัน่วงที นอกจากนี้ ดัชนี สามารถสะท้อนให้เห็น สภาพเชิงบวกที่ชุมชนต้องการให้เป็นหรือเกิดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วน เสียทุกกลุ่มสามารถติดตามและ ตรวจสอบได้ว่าแผน โครงการ หรือกิจกรรมที่ดำเนินไปนั้นทำให้การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเป็น ไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ การกำหนดดัชนีให้ เป็นไปในทิศทางใดนั้นขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแต่ละ ชุมชน ตัวอย่างเช่น ถ้าแผนมีวัตถุประสงค์ที่ป้องกันไม่ให้ เกิดเชิงลบ ดัชนีที่กำหนดขึ้นมาก็ควร ชี้ให้เห็นสภาพการเปลี่ยนแปลงเชิงลบหรือปัญหาที่กำลังขยายตัวเข้า สู่ระดับสูงสุดที่ชุมชนยอมรับได้ (Limit of Acceptable Change: LAC) ซึ่งจะช่วยสะท้อนให้ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทุกกลุ่มเห็นว่า ต้อง จัดทำแผนหรือกิจกรรมในด้านใดบ้างเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหอย่างเร่งด่วน ก่อนที่จะสายเกินไป ในทางตรงกันข้าม ถ้าแผนมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ดัชนีควรแสดงให้เห็นถึงสภาพเชิงบวกหรือประสิทธิผลของการพัฒนาที่ต้องการให้เกิด ขึ้น หลังจากเสร็จสิ้นการดำเนินงาน ทั้งนี้เพื่อให้ทุกกลุ่มทราบว่าแผนนั้นมีแนวโน้มที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ มากน้อยเพียงใดและสามารถปรับแผนในระหว่างการทำงานได้อย่างเหมาะสม ดัชนีที่กำหนดขึ้น ไม่ว่าสะท้อนสภาพเชิงลบหรือเชิงบวกจำเป็นต้องสะท้อนให้เห็นสภาพ การเปลี่ยนแปลง ๓ ด้าน ด้าน เศรษฐกิจของคนท้องถิ่นซึ่งมีผลต่อความเป็นอยู่และสภาพสังคมของ ชุมชน ด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย ความร่วมมือและการช่วยเหลือเกื้อกูลของคนในชุมชน ความมั่นคงและความ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การอนุรักษ์และคงไว้ซึ่งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณีของคนในชุมชน และสุดท้ายสะท้อนให้เห็นสภาพด้านสิ่งแวดล้อม ระบบ นิเวศ ความสะอาด รวมทั้งความปลอดภัยของที่อยู่อาศัยของคนในชุมชน หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุก กลุ่มร่วมกัน กำหนดและเข้าใจดัชนีอย่างชัดเจนและตรงกัน ก็จะตระหนักและสามารถแก้ไขปัญหาที่ เกิดขึ้นจากการใช้ มรดกทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างทันเหตุการณ์ รวมทั้ง สามารถบรรลุและวัตถุประสงค์ ของแผนพัฒนาอย่างถูกต้องทิศทาง

การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว ชุมชนหลายแห่งได้ใช้มรดกทาง วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ในขณะเดียวกันก็ได้ รับเชิงลบจากการท่องเที่ยว เนื่องจากมี

นักท่องเที่ยวเข้ามาชมในพื้นที่มากจนเกินไป จึงก่อให้เกิดความไม่ พอเพียงในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก และแรงงาน รวมทั้งก่อให้เกิด มลภาวะทางทัศนวิสัยและ สิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ การสร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวกับ ระดับการใช้ ทรัพยากรโดยการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว จึงเป็นเครื่องมือสำคัญ อีก ประการหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการ ท่องเที่ยวครอบคลุมเรื่อง การกำหนดจำนวนและ ระดับความหนาแน่นของกลุ่มคนที่เข้าชมพื้นที่หรือ แหล่งท่องเที่ยว การกำหนดความถี่ในการใช้ทรัพยากร การท่องเที่ยวในแต่ละครั้งหรือแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งการกำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ แหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่เชิง วัฒนธรรมส่วนใหญ่นิยมใช้เกณฑ์ ๒ เพื่อกำหนดขีด ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวคือ การ กำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น (Relative Visitor Density- RVD) และ การ กำหนดระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ (Limits of Acceptable Change- LAC) การกำหนดอัตราส่วนระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่าจะมีนักท่องเที่ยวกี่คน ต่อ จำนวนคนท้องถิ่น ๑ คน ภายในหนึ่งปี ๑ การที่นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากกว่าคนท้องถิ่น จะทำให้มี การนำวัตถุโบราณ สิ่งอำนวยความสะดวก และสินค้าจากภายนอกเข้ามาในพื้นที่เพื่อตอบสนองตามความ ต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งหากการนำเข้า สินค้าเหล่านี้มุ่งเน้นเพื่อธุรกิจมากจนเกินไป จะส่งต่อ ค่านิยมและวิถีการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น รวมทั้งก่อให้เกิดปัญหาการอพยพแรงงานมาจากนอก ท้องถิ่นด้วย ซึ่งจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคมในอนาคตได้ คนท้องถิ่นมีโอกาสดูแลชมธรรมชาติและ วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวโดยผ่านการพูดคุย การแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น การแต่งกาย และการ ลอกเลียนแบบพฤติกรรม หากจำนวนนักท่องเที่ยวมีมากและกระจายไป

วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวจะแพร่หลายในพื้นที่และอาจครอบงำวัฒนธรรม ท้องถิ่นได้ในที่สุด ด้วยเหตุนี้ ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงใช้เกณฑ์นี้ในการกำหนดขีดความ สามารถในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อควบคุมอิทธิพลทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อัตราส่วน จะมีค่าเท่าใดนั้น ขึ้นอยู่กับระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ ระดับการเปลี่ยนแปลงสูงสุดที่ชุมชนจะยอมรับได้ หมายถึง วงจำกัดการเปลี่ยนแปลงของ สถานการณ์หรือสภาพด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งกระบวนการ กำหนดระดับการเปลี่ยนแปลง เป็นวิธีการหนึ่งที่นักพัฒนา การท่องเที่ยวนิยมใช้มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีขั้นตอนต่อไปนี้ ๑. จัดการ ประชุมหรือปรึกษาหารือเพื่อให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายของชุมชนร่วมกันกำหนด อัตราส่วน ระหว่างนักท่องเที่ยวต่อคนท้องถิ่น รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เขตพื้นที่ที่จะพัฒนา ระดับ การพัฒนา นโยบาย และกฎระเบียบในการพัฒนา ซึ่งทุกประเด็นต้องเหมาะสมกับระบบนิเวศ สังคม และ

วัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากนี้ กำหนดอย่างชัดเจนว่าจะไม่อนุญาตให้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวใดบ้าง ๒. กำหนดดัชนีเชิงลบของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่สามารถ สะท้อนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทราบ ว่า ถ้าเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่กำหนดไว้เกิดขึ้นจริง ทุกกลุ่ม ต้องร่วมกันแก้ไขปัญหาหรือจัดการเชิงลบ ณ ตอนนั้นอย่างทันที ๓. ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มทบทวน รูปแบบและลักษณะกิจกรรม รวมทั้งดัชนีข้างต้นว่าบรรลุ ความสำเร็จของทุกฝ่ายและป้องกันปัญหาได้จริงหรือไม่ ๔. ระบุทางเลือกในการปฏิบัติงานที่จะให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นไปตาม ข้อจำกัดการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ รวมทั้งคิดต้นทุนของการปฏิบัติงานในแต่ละทางเลือก ต้นทุนในที่นี้ ไม่ได้หมายถึงเพียงเงินและเวลาที่ใช้ไป แต่รวมถึงผลเสียทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากการยกเลิกหรือ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวบางอย่าง จากนั้น ทุกกลุ่มจะต้องเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการกำหนดขีดความสามารถ และปฏิบัติตามทาง เลือกที่กำหนดไว้ รวมทั้งใช้เครื่องมือ “การกำหนดมาตรฐาน สิ่งก่อสร้างการพัฒนาคนท้องถิ่นและการตลาดก็จะทำให้การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นมี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่น ในทุกด้านและทุกกระบวนการของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม หากคนท้องถิ่นขาดข้อมูล ประสบการณ์ และ ทักษะที่เกี่ยวกับการพัฒนาหรือการจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จะทำให้ คนท้องถิ่นไม่สามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กำหนดปัญหา วางแผน ดำเนินงานและประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การพัฒนาคนท้องถิ่นโดยการอบรมให้ความรู้และประสบการณ์จึงเป็น เครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมให้คนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในทุกด้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้คนท้องถิ่นตระหนัก ถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมของตน เกิดความภาคภูมิใจและใช้มรดกทางวัฒนธรรมในทิศทางที่ยั่งยืน แม้ว่าข้อมูลและความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมครอบคลุมหลากหลายเรื่อง แต่ การอบรมคนท้องถิ่นนั้นควรครอบคลุมเนื้อหาความรู้ที่สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงและทันต่อสถานการณ์ ซึ่งประกอบด้วยพลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism Dynamics) กระบวนการ วางแผนและเครื่องมือการพัฒนา การจัดการ การเงิน และการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดเล็กและการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Tourism Interpretation) พลวัตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ และหลักการใน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าใจพลวัตของการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ก็จะเข้าใจว่าแต่ละฝ่ายมีความสัมพันธ์และต่อกันอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้

เข้าใจสาเหตุของปัญหา และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รวมทั้งหาแนวทางในการป้องกันหรือแก้ไข ปัญหาได้ดีขึ้น กระบวนการวางแผนและเครื่องมือการพัฒนา เป็นความรู้ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และทุกระดับต้องเข้าใจ เพราะจะทำให้ทุกกลุ่มมีความอดทนมากขึ้นที่จะรอให้การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม พัฒนาไปอย่างช้า ๆ แต่เป็นตามขั้นตอนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถบูรณาการ ความรู้ด้านการวางแผนและเครื่องมือพัฒนากับความรู้หรือความชำนาญของท้องถิ่น เพื่อตัดสินใจ วางแผน และกำหนดเครื่องมือการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การจัดการ การเงิน และ การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก เป็นความรู้อีกหมวดหนึ่งที่สำคัญเพราะ จะส่งเสริมให้คนท้องถิ่นเข้า มามีส่วนร่วมในการลงทุนธุรกิจหรือเป็นเจ้าของธุรกิจได้เอง โดยที่ไม่ต้องอาศัย ความรู้และบุคลากร จากเมืองหรือต่างประเทศ คนท้องถิ่นจะได้รับผลประโยชน์โดยตรงและการรั่วไหลทาง เศรษฐกิจก็จะ ลดลง ซึ่งจะมีผลทำให้คนท้องถิ่นหวงแหนทรัพยากรของตนและจะร่วมมือกันมากยิ่งขึ้นเพื่อ อนุรักษ์ หรือพัฒนาทรัพยากรในชุมชนให้มีความยั่งยืน

การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องมีการถ่ายทอดความคิดหรือ ความรู้สึก ของคนท้องถิ่น รวมทั้งความสำคัญ ความหมาย และคุณค่าของประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวัฒนธรรม ท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ การอบรมให้คนท้องถิ่นสามารถสื่อความหมายเชิง วัฒนธรรมได้อย่างมีคุณภาพ นอกจากจะส่งเสริมให้คนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของ ตนแล้ว ยังช่วยหล่อหลอมด้านวัฒนธรรม อีกทั้งเพิ่มคุณค่าประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวด้วย

๔.๓ การยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอย ช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔.๓.๑ การมีส่วนร่วมของชุมชนและการมีจิตสำนึกรักบ้านเกิดแก่เยาวชนในท้องถิ่นใน การพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

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 มีส่วนร่วมการบริหารจัดการร้านค้าจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึก สินค้าวิสาหกิจชุมชน มีการบริหารจัดการจัดเวรยามรักษาความปลอดภัย ความสงบเรียบร้อยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ๒. ด้านการวางแผนบทบาทการมีส่วนร่วมด้านการวางแผนโดยการร่วมประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวกับชุมชน วางแผนพัฒนาประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม วางแผนการจัดระเบียบร้านค้าชุมชน มีส่วนร่วมวางแผนการจัดงานประจำปี ๓. ด้านการดำเนินงานและการปฏิบัติ ชุมชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ เช่น มีการแต่งกายชุด พื้นเมืองเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ การละเล่นพื้นเมือง การฟ้อนรำ เล่นดนตรี ๔. ด้านการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดสรรงบประมาณเพื่อการบำรุงรักษาสถาน ท่องเที่ยว มีการจัดหาจัดจ้างเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยว มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว มี ส่วนร่วมในการบำรุงรักษาความสะอาดบริเวณหน้าวัด และจัดระเบียบร้านค้าต่าง ๆ ให้อยู่ในบริเวณเดียวกันอย่างเป็น ระเบียบสวยงาม ๕. ด้านการคมนาคม มีส่วนร่วมในการแนะนำการคมนาคมที่สะดวกปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว มีการจัด มัคคุเทศก์ให้คำแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการจัดรถรับส่ง รถรับจ้าง ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ๖. ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีร้านค้าแปะมีการจัดแสดงสินค้า มีส่วนร่วมในการจัดระเบียบร้านค้า มีส่วนร่วมในการควบคุมราคาสินค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อถือ มีส่วนร่วม ในการส่งเสริมให้ชาวบ้านผลิตสินค้าพื้นเมืองจัดจำหน่าย สร้างรายได้ในครัวเรือน

๔.๓.๒ การพัฒนาคุณภาพสินค้าและการบริการอย่างต่อเนื่อง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มการดำเนินงานของโครงการย่อยที่ ๑ โครงการย่อยที่ ๒ และโครงการย่อยที่ ๓ ทำให้ได้ข้อมูล สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงประเพณี วิถีชีวิต และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้คุณค่า ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ของทั้ง ๓ โครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจะต้องมีแนวทางในการขับเคลื่อนงานที่สอดคล้องกับศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวตามการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่โครงการย่อยได้ปรับปรุงและ พัฒนาขึ้นให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ส่วนของแผนงานวิจัยได้เลือกใช้ แนวคิดในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดในการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การตลาด ประกอบไปด้วย ๑. สินค้าหรือบริการ (Products Element) ๒. สถานที่ (Place) ๓. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

๔. ราคา (Price) ซึ่งเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องอาศัยปัจจัยสำคัญที่เป็นจะทำให้การส่งเสริมด้านการตลาดเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอย่างแท้จริง

๑. สินค้าหรือบริการ (Products Element) คือ รูปแบบการให้บริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมจะต้องพิจารณาถึง การสร้าง Story ให้กับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความน่าสนใจ เป็นการสร้างเหตุการณ์ สำคัญ (critical incident) และช่วงเวลาที่เป็นจริง (the moment of truth) ช่วงเวลาในการให้บริการจะทำให้นักท่องเที่ยวจดจำกระบวนการ ในการให้บริการ หากมีบริการที่ดีในช่วงเวลาของการท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยว จดจำเหตุการณ์ที่ทำให้ตนประทับใจได้ การสร้างความประทับใจต่อการท่องเที่ยว ต้องสามารถส่งมอบบริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่มีขั้นตอนยุ่งยาก การขอข้อมูลเกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวง่ายและสะดวก รวมถึงมีการดูแลความปลอดภัยและอำนวยความสะดวก ๕. สถานที่ (Place) คือ สิ่งที่เป็นรูปร่างหรือสิ่งที่ปรากฏมองเห็นได้ เป็นการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ ทางกายภาพทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องมีบรรยากาศของความเก่าแก่ ดั้งเดิม และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น การรักษาสภาพเดิมของพื้นที่ท้องถิ่น การฟื้นฟูรักษามรดกภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเพลิดเพลินในการเยี่ยมชม โดยต้อง มีการดูแลรักษาลักษณะทางกายภาพเหล่านี้ให้อยู่ในสภาพดั้งเดิม

๖. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ รูปแบบกิจกรรมที่ส่งเสริมการขาย ซึ่งกิจกรรมในระยะสั้นที่ใช้ส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการตลาดโดยใช้ พนักงานขายหรือผู้ให้บริการสามารถกระตุ้นความสนใจซึ่งส่งผลกระทบบ่อยตรงกับ ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว บุคลากรที่ให้บริการต้องพิจารณาถึงคุณภาพในการให้บริการ ต้องมีความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว มีความสามารถในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง มีความเป็นมิตร และจำนวนผู้ให้บริการ เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว พนักงานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมบุคคลที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทั้งบุคลากรภาครัฐ และประชาชนในท้องถิ่น การดำเนินงานต้องพิจารณาการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ เหมาะสมและเกิดความประทับใจ คำนึงถึงความสามารถหรือศักยภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ต้องฝึกอบรมทักษะด้านต่าง ๆ ให้มีความเชี่ยวชาญ ผลักดันให้มีการศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการทำงาน รวมถึงการให้ความสำคัญกับประชาชนใน ท้องถิ่นในฐานะที่เป็น เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวด้วยการสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วม ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนยังก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น แนวคิดที่จะอนุรักษ์ การประชาสัมพันธ์ในระยะยาวโดยสื่อสารจุดเด่น อัตลักษณ์ ความแตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์ โดยต้องอาศัยการวางแผนร่วมกันของทุกภาคในพื้นที่ เพื่อให้รูปแบบและสิ่ง

ที่ถ่ายทอดประชาสัมพันธ์ต่อนักท่องเที่ยวจะสามารถที่จะดำเนินงาน ได้จริง มีศักยภาพในการรองรับ นักท่องเที่ยว และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับ นักท่องเที่ยว ๗. ราคา (Price) นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการและประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมากกว่าปัจจัยในด้านราคา แต่สิ่งที่จะต่างตอบแทนให้กับ นักท่องเที่ยวก็ควรที่จะต้องตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวด้วย การลดต้นทุน ทางการผลิตโดยใช้ทรัพยากรในพื้นที่ เพิ่มมูลค่าสินค้า ผลิตภัณฑ์ ให้เกิดการเชื่อมโยง นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำกิจกรรมกับชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ในชุมชน

พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ๑. ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการบูรณะเพื่อรักษาแหล่งท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงที่ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือส่งผลกระทบต่อการทำลายคุณค่าต้องอาศัยความร่วมมือกันของทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มนักวิชา และคนในชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล อันจะนำไปสู่การวางแนวทางการบูรณะ และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ การอนุรักษ์เอกลักษณ์ของ ท้องถิ่น การปรับปรุงทัศนียภาพในแหล่งท่องเที่ยว การดูแลรักษาความสะอาด และ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว ๒. ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการเรียนรู้ ภูมิปัญญา ท้องถิ่นผ่านกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือปฏิบัติภายใต้บรรยากาศของวิถีชุมชนดั้งเดิม เพิ่มพูนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ โดยมีผู้นำชมซึ่งเป็นคนในชุมชนในการให้ข้อมูล รวมถึงการนำเสนอการ บริการเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้แก่ นักท่องเที่ยว และ เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีความน่าสนใจและมีศักยภาพความพร้อมในการ รองรับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบเชื่อมโยง ๓. ด้านกระบวนการการให้บริการวิถีชีวิตเพื่อนำเที่ยว เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รูปแบบ ประเพณี วิถีชีวิตผ่านห้องเรียนรู้ และมีวิถีทัศน์ที่เน้นแสง สี เสียง โดยใช้เทคโนโลยี ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางกับ นักท่องเที่ยวด้วยภาษาที่หลากหลาย เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวเข้าไปเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวจริง กระบวนการในการให้บริการในชุมชนควรให้ความสำคัญกับการลดกระบวนการ ทำงานของเจ้าหน้าที่ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวได้นานขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับความ เพลิดเพลิน และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวมากขึ้น ๔. ด้านบุคลากรเป็นการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในชุมชนท่องเที่ยว จะต้องรู้และเข้าใจวัฒนธรรมชุมชนตนเองเพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดให้กับ นักท่องเที่ยวได้ รวมทั้งต้อง

มีทักษะในการสื่อสารด้านภาษา รวมทั้งสามารถบริหาร จัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตนได้อย่างยั่งยืน ๕. ด้านการส่งเสริมการตลาดสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการตลาดกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว วัฒนธรรม ร่วมกัน ต้องสอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจ และประโยชน์ของ ชุมชนบนความร่วมมือของ สภาพแวดล้อมของบริบทพื้นที่ และความต้องการของ ตลาดนักท่องเที่ยว การทำการตลาดจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ส่งเสริมการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การร่วมมือกันของคนในชุมชน วิถีชีวิตและความ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งใช้ วิธีการผูกโยงเป็นเรื่องราวของวิถีชีวิตในแต่ละชุมชนเข้ากับสถานที่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ ซึ่งรูปแบบการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่า การโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดเสนอผ่านสื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสารเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ ๑ การผลิตกาแฟดอยช้าง

กรรมวิธีการผลิตกาแฟดอยช้าง ที่เริ่มตั้งแต่แหล่งเพาะปลูก การเก็บด้วยมือที่ละเมล็ด และนำมาแยกเปลือกภายใน ๒๔ ชั่วโมง ผ่านกระบวนการทำสารกาแฟแบบเปียก ตากด้วยแสงอาทิตย์ เก็บและบ่มในโกดังบนที่สูงอย่างน้อย ๖-๘ เดือน คัดเฉพาะเมล็ดกาแฟที่ได้มาตรฐาน นำมาคั่วด้วยเครื่องกาแฟคุณภาพ ระดับโลก “BRAMBATI” ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม หรือ แฟร์เทรด (Fair Trade) เป็นความพยายามในการ ส่งเสริมการค้าแบบยุติธรรม โดยเน้นสินค้าและบริการจากประเทศโลก โดยมาตรฐานตราสัญลักษณ์แฟร์เทรดคิดค้นขึ้นโดยองค์กรอิสระ FAIRTRADE International ใช้เป็นตรา รับรองคุณภาพสินค้าตามมาตรฐานแฟร์เทรดที่องค์กรกำหนด ซึ่งแบ่งได้เป็นหลัก ๆ ๓ ด้านได้แก่ ๑) มาตรฐานเรื่องสิ่งแวดล้อม ๒) มาตรฐานเรื่องการค้า และ ๓) มาตรฐานเรื่องสังคม โดยมาตรฐานแฟร์เทรดผู้ผลิตหรือเกษตรกรจะต้องได้รับค่าตอบแทนของผลผลิตที่เหมาะสมเพื่อจะสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้ใน ระยะยาว เพื่อสร้างโอกาสให้ผู้ผลิตหรือกลุ่มสหกรณ์ผู้ผลิตสามารถร่วมลงทุนโครงการเพื่อการศึกษา สุขภาพและ การสร้างสาธารณูปโภคหลักในท้องถิ่นได้ เพื่อให้การค้าขายระหว่างผู้ผลิตและพ่อค้าคนกลางเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และสามารถสร้างเครือข่ายควบคุมคุณภาพสินค้าจากผู้ผลิตสินค้าได้ ตลอดจนเพื่อเป็นมาตรฐานว่าสินค้าที่ได้รับ ตราแฟร์เทรด เป็นสินค้าที่ผ่านการผลิตที่ได้รับมาตรฐานที่ดีต่อทั้งสิ่งแวดล้อม การค้าและสังคม

องค์ความรู้ที่ ๒ การผลิตสินค้าหัตถกรรม

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

องค์ความรู้ที่ ๓ การผลิตอาหารชาติพันธุ์

วัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านของกลุ่มชาติพันธุ์ ประกอบด้วยอาหารในชีวิตประจำวัน และอาหารในพิธีกรรมต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะอาหาร แหล่งที่มาของอาหาร การประกอบอาหาร เวลาในการบริโภคอาหาร ลักษณะการบริโภคอาหาร และลักษณะความเชื่อเรื่องการบริโภคอาหาร ซึ่งมีทั้งผู้นำในชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอาหารและประกอบอาหารในครอบครัว ลักษณะของภูมิประเทศ เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เป็นแหล่งอาหารที่เกิดจากธรรมชาติที่สำคัญของชาติพันธุ์ และเลี้ยงสัตว์ที่สามารถนำทรัพยากรเหล่านั้นมาประกอบอาหาร โดยแหล่งอาหารที่พบนั้นมาจากที่นา ที่สวน ป่าและโคกที่เป็นเนิน และแหล่งน้ำตามธรรมชาติ อาหาร ปัจจุบันการรับประทานอาหารมีการผสมผสาน ปรับให้เข้ากับอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ ซึ่งอาหารได้รับการสนับสนุนจากคนในชุมชน และถูกยกระดับให้เป็นธุรกิจขนาดเล็กในชุมชน

องค์ความรู้ที่ ๔ การศิลปวัฒนธรรมชาติพันธุ์

การเชื่อมั่นในการตั้งชุมชนโดยมีท่ามกลางน้ำ วัฒนธรรมชาติพันธุ์ซึ่งมีการพัฒนาความเป็นอยู่ของครอบครัว ชุมชน อนุรักษ์ประเพณีที่แตกต่างจากที่อื่นทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาศึกษาในพื้นที่ดอยช้างเป็นจำนวนมาก การบริหารจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นสิ่งจำเป็นที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ในระยะยาว การสร้างรายได้แก่ชุมชน การพัฒนาพัฒนาตนเองด้วยการสร้างรายได้จากศิลปวัฒนธรรมชาติพันธุ์ สร้างความเข้มแข็งชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทำให้ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการขยะที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างมีระบบ การเชื่อมชีวิตของชาติพันธุ์กับการรักศิลปวัฒนธรรมของ

ตนเองเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จะต้องมีการบริหารจัดการวัฒนธรรมในการเชื่อมต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

บทที่ ๕

สรุป และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย” ดำเนินการวิจัยโดยวิธีวิเคราะห์เอกสารดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ลงพื้นที่สังเกตการณ์ต่าง ๆ จากสภาพจริงและเชิงปฏิบัติการหรือ Action research จัดสัมมนากลุ่มย่อยเพื่อนำความคิดเห็นและแนวทางในการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ ภาครัฐ ๕ ท่าน คือ ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย นายอำเภอแม่สรวย ปลัดอำเภอแม่สรวยและวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย องค์กรปกครองท้องถิ่น ๕ คน องค์กรบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ผู้อำนวยการกองการศึกษาฯและวัฒนธรรมตำบลลาวี นักพัฒนาชุมชน ผู้บริหารกาแปดอยช้าง กลุ่มวิสาหกิจ ๑๐ คน กลุ่มตัวแทนเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟ ๑๐ คน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ๑๐ คน และ ผู้นำชุมชน ๕ คน รวมทั้งหมด จำนวน ๔๕ คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

การศึกษานี้ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นการศึกษาในภาคสนามทำการศึกษาเฉพาะโดยเน้นการสัมภาษณ์และสังเกต การหารูปแบบในการสนับสนุนให้เกิดเป็นรูปธรรมครอบคลุมพื้นที่บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งสรุปการศึกษาได้ ดังนี้

๕.๑ สรุปผลศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๕.๑.๑ ผลการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

จากการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีการเจาะจงตามการศึกษาวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน พบว่า การจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตกาแพดอยช้าง เป็นการร่วมตัวกันในกลุ่มผู้ปลูกกาแพดอยช้าง มีความประสงค์ที่จะจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนดอยช้างเป็นเจ้าของวิสาหกิจได้รับประโยชน์ร่วมกัน แต่ยังไม่ชัดเจนเนื่องจากการผลิตทำในภายในครอบครัวและเครือญาติ จึงไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่จะรวมตัวกันเป็นเครือข่ายที่ชัดเจน มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และกรรมวิธีในการผลิตกาแพดอยช้าง จากการสัมภาษณ์และสังเกตพบว่า กลุ่มผู้ผลิตกาแพดอยช้างมีเจตคติในการแบ่งปันประสบการณ์ในการผลิตและพัฒนาการตลาด แต่ยังสับสนความคิดในการรวมตัวกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อผลประโยชน์ในการปกป้องธุรกิจของตนและกลุ่มวิสาหกิจ พร้อมทั้งไม่ขอรับคำปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐเท่าที่ควร ปัญหาในการบริหารจัดการร่วมกันที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในองค์กรวม สนับสนุนและการส่งเสริมของภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง การทำงานของเครือข่ายจึงไม่มีแรงขับเคลื่อนมากนัก การศึกษาสภาพปัญหาโดยภาพรวมในการจัดการปัญหาท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดเชียงราย เพื่อที่จะให้กับประชาชนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง แก้ปัญหา จึงส่งผลกระทบในการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนพัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็ง

๕.๑.๒ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง โดยการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในชุมชนในการตัดสินใจและ มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผน จะช่วยลดการต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หน่วยงานและกลุ่มคนภายนอก พื้นที่ได้เข้ามามีบทบาท รวมทั้งเพิ่มความต้านทานต่อแรงกดดันหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการวางแผนเป็นกระบวนการในการสรรหาและกำหนดแนวทาง รวมทั้งวิธีการที่จะควบคุมและพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละชุมชนให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และการที่ทุกฝ่ายร่วมกันคิดและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบว่าจะทำอะไร ทำเพื่ออะไร ทำอย่างไร ทำเมื่อใด และใช้งบประมาณเท่าไร

จะช่วยทำให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิด ขึ้นและมีทิศทางที่ชัดเจนและตรงกันในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวางแผน โดยชุมชนมีส่วนร่วมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วางแผน ผู้ปฏิบัติ หน่วยงานต่าง ๆ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในชุมชน จำเป็นต้องมาประชุมหรือทำการปรึกษา พิจารณาเพื่อแสดงความคิดเห็นและการยอมรับ รวมทั้งทำการตกลงและความเข้าใจร่วมกันภายใต้คำแนะนำ และคำปรึกษาของผู้เชี่ยวชาญ แม้ว่าแผนพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายละเอียดมากเพื่อนักปฏิบัติจะได้ดำเนินการตามทีแนกวางแผนกำหนดไว้ได้อย่างถูกต้อง แต่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วม นั้นจำเป็นต้องเข้าใจได้ง่ายและอาจประกอบด้วยประเด็นเพียงไม่กี่ประเด็นแต่สำคัญและชัดเจนเพียงพอให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถปฏิบัติตามได้ในทิศทางเดียวกัน ประเด็นในแผนอาจประกอบด้วย วิสัยทัศน์ของชุมชน วัตถุประสงค์ของแผน นโยบายของแผน เครื่องมือในการพัฒนา การจัดหาและกำหนด งบประมาณ วิธีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

๕.๑.๓ การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย

การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง พบว่ามี การยกระดับด้านต่าง ๆ ดังนี้ ๑. ด้านการบริหารจัดการบทบาทการมีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ โดยภาพรวม คือการเข้าร่วม ประชุมเพื่อวางแผนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี ส่วนร่วมในการจัดอบรมให้ความรู้กับชุมชน ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ มี ส่วนร่วมการบริหารจัดการร้านค้าจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึก สินค้าวิสาหกิจชุมชน มีการ บริหารจัดการจัดเวรยามรักษาความปลอดภัย ความสงบเรียบร้อยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ๒. ด้านการวางแผน บทบาทการมีส่วนร่วมด้านการวางแผนโดยการร่วมประชุมเพื่อวางแผนการ ดำเนินงานการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวกับชุมชน วางแผนพัฒนาประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์แหล่ง ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม วางแผนการจัดระเบียบร้านค้าชุมชน มีส่วนร่วมวางแผนการจัดงานประจำปี ๓. ด้านการดำเนินงานและการปฏิบัติ ชุมชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ เช่น มีการแต่ง กายชุด พื้นเมืองเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ การละเล่นพื้นเมือง การ ฟ้อนรำ เล่นดนตรี ๔. ด้านการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดสรร งบประมาณเพื่อการบำรุงรักษาสถาน ท่องเที่ยว มีการจัดหาจัดจ้างเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลรักษาสถานที่ ท่องเที่ยว มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาความสะอาดบริเวณ หน้าวัด และจัดระเบียบร้านค้าต่าง ๆ ให้อยู่ในบริเวณเดียวกันอย่างเป็น ระเบียบสวยงาม ๕. ด้านการ

คมนาคม มีส่วนร่วมในการแนะนำการคมนาคมที่สะดวกสบายปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว มีการจัดมัคคุเทศก์ ให้คำแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการจัดรถรับส่ง รถรับจ้าง ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ๖. ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชนของแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีร้านค้าแปะมีการจัดแสดงสินค้า มีส่วนร่วมในการจัดระเบียบร้านค้า มีส่วนร่วมในการควบคุมราคาสินค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อถือ มีส่วนร่วม ในการส่งเสริมให้ชาวบ้านผลิตสินค้าพื้นเมืองจัดจำหน่าย สร้างรายได้ในครัวเรือน

๕.๒ อภิปรายผล

การนำเสนอรูปแบบการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย กลุ่มผู้ผลิตกาแฟ มีเจตคติในการแบ่งปันประสบการณ์ในการผลิตและพัฒนาการตลาด แต่ยังสงวนความคิดในการรวมตัวกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อผลประโยชน์ในการปกป้องธุรกิจของตนและกลุ่มวิสาหกิจ พร้อมทั้งไม่ขอรับคำปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐเท่าที่ควร ปัญหาในการบริหารจัดการร่วมกันที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในองค์กรรวม สนับสนุนและการส่งเสริมของภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง การทำงานของเครือข่ายจึงไม่มีแรงขับเคลื่อนมากนัก การศึกษาสภาพปัญหาโดยภาพรวมในการจัดการปัญหาท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดเชียงราย เพื่อที่จะให้กับประชาชนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียงแก้ปัญหา จึงส่งผลกระทบในการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการวางแผนพัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็ง โดยเริ่มต้นจากการส่งเสริมการตลาด คือ รูปแบบกิจกรรมที่ส่งเสริมการขาย ซึ่งกิจกรรมในระยะสั้นที่ใช้ส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขายหรือผู้ให้บริการสามารถกระตุ้นความสนใจซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงกับความรู้สึกของนักท่องเที่ยว บุคลากรที่ให้บริการต้องพิจารณาถึงคุณภาพในการให้บริการ ต้องมีความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว มีความสามารถในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง มีความเป็นมิตรและจำนวนผู้ให้บริการเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว พนักงานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมบุคคลที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทั้งบุคลากรภาครัฐ และประชาชนในท้องถิ่น

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง และการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การดำเนินงานต้องพิจารณาการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ เหมาะสมและเกิดความประทับใจ คำนึงถึงความสามารถหรือศักยภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ต้องฝึกอบรมทักษะด้านต่าง ๆ ให้มีความเชี่ยวชาญ ผลักดันให้มีการศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการทำงาน รวมถึงการให้ความสำคัญกับประชาชนในท้องถิ่นในฐานะที่เป็นเจ้าของ

แหล่งท่องเที่ยวด้วยการสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการทางสังคม และการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมร่วมกัน ดังนี้

๕.๒.๑ ปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่บ้านดอยช้าง เป็นปัญหาของผู้ประกอบการที่ไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน ทำให้ยากต่อการพัฒนา

๕.๒.๒ กลุ่มผู้นำชุมชนไม่เข้าใจบทบาทในการแก้ไขปัญหาในอนาคตที่มีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การเกษตร ไม่มีความรู้ในกลยุทธ์ในการพัฒนา คือทำเฉพาะของในครัวเรือน โดยไม่พึ่งพาวิสาหกิจชุมชน จึงทำให้ธุรกิจไม่เติบโตเท่าที่ควร

๕.๒.๓ ปัญหาที่เกิดขึ้นขาดการมีส่วนร่วม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง

๕.๓ ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ ๑ พบว่า การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย นำไปใช้ประโยชน์เชิงสร้างสรรค์ การจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต้องมีการพึ่งตนเอง และรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในเบื้องต้น แล้วอาศัยความร่วมมือหรือสื่อกลางจากองค์การบริหารส่วนตำบลวาวี ได้สนับสนุนและทำเป็นนโยบายเร่งด่วนเพื่อให้เกิดการจัดการเครือข่ายอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ ๒ พบว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การใช้ประโยชน์ในเชิงสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย เพราะถ้ามีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ก็ทำให้ผู้ประกอบการมีที่พึ่งในการบริหารกิจการโดยอาศัยพลังของกลุ่มในการรักษาผลประโยชน์ที่ควรได้รับ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ ๓ พบว่า การยกระดับการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย การจัดทำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในท้องถิ่นอื่น ๆ ที่สามารถบริหารจัดการ ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีตัวอย่างหรือโมเดลการดำเนินงานที่อาศัยความร่วมมือร่วมใจของกลุ่มสมาชิกที่มีเป้าหมายในการดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ คือ กลุ่มผู้ผลิตกาแฟรายย่อย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย วัฒนธรรมจังหวัดเชียงรายและมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประสานร่วมแรงร่วมใจกันให้เกิดการ

พัฒนากลยุทธ์ การส่งเสริมและการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถทำให้เกิดความเข้มแข็งให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป

๕.๓.๒ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง

๑. คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้นำชุมชนควรให้ความตระหนักในการร่วมกันพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้คนในท้องถิ่นเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมของตนเองอย่างมีระบบ พัฒนาดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางแผนไว้ในแผนขององค์การบริหารส่วนตำบล

๒. การส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างแพร่หลาย และมีการจัดกิจกรรมนำเสนอต่อเนื่องทุกปีงบประมาณ

๓. รวบรวมองค์กร เครือข่ายและกลุ่มธุรกิจเครือข่ายใกล้เคียงในการจัดกิจกรรมร่วมกันในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด

๕.๓.๓ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

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

๕.๓.๔ การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง

๑. ให้โอกาสในการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน

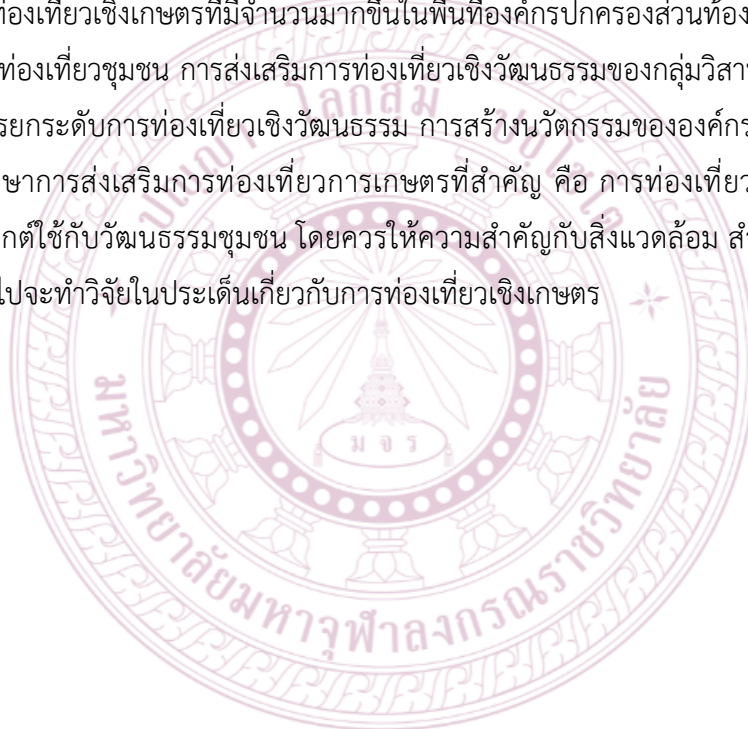
๒. จัดโครงการหรือกิจกรรมโดยเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อม

๓. เปิดเวทีการแสดงความคิดเห็นการดำเนินกิจกรรม และการตัดสินใจ

สรุปได้ว่าการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ถือเป็นการส่งเสริมและการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารจัดการภาครัฐ โดยความร่วมมือกับภาคเอกชน เพื่อนำเทคนิควิธีการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกัน

๕.๔ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง และการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง จัดเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวิชาการ กระบวนการเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ความรู้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ และ องค์ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีจำนวนมากขึ้นในพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวชุมชน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างและการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสร้างนวัตกรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและการศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตรที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวัฒนธรรมชุมชน โดยควรให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปจะทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร



บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

๑.๑ หนังสือ

กุลธิดา สามะพุทธิ.การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : ทางเลือกใหม่ของการเดินทาง. สารคดี,

๒๕๔๐.

เกศณีย์ สัตตรัตน์ขจร, คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงเกษตร, ลำปาง : จิตวัฒนาการ
พิมพ์,

๒๕๕๐.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์.การคิดเชิงสังเคราะห์. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ลักษณ์,
๒๕๔๖.

เขาว์ โรจนแสง. การผลิตภัณฑ์ราคม. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๖.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๗.

เทิดชาย ช่วยบำรุง, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย, กรุงเทพมหานคร :

พิมพ์ลักษณ์, ๒๕๕๓.

นิออน ศรีสมยง, การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในชนบทและทรัพยากรการ
ท่องเที่ยว

เชิงเกษตร, กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา, ๒๕๕๒.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์ ดีไซน์,

๒๕๔๘.

“ _____ ” การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์, ๒๕๔๘.

“ _____ ” การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์, ๒๕๔๒.

ปกรณ ปรียากร, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพมหานคร : ๒๕๓๘.

ปรีชา แดงโรจน์, อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,

๒๕๔๔.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔.

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

พระราชวรมณี. การพัฒนาที่ยั่งยืน, กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโกมลคีมทอง, ๒๕๒๓.

ยศ สันตสมบัติ, การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์พริ้นท์ติ้ง, ๒๕๔๐.

ยุพาวรรณ วรณวณิช. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ลักษณ์, ๒๕๕๖.

รลิกา อังกูร, การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๔๙.

ราไพพรรณ แก้วสุริยะ, การจัดการท่องเที่ยวชุมชนยั่งยืน. เชียงใหม่ : นพบุรีการพิมพ์,

๒๕๔๔.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์ม, 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, Jumnan, 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 Porspective on Tourism as Cultural Commoditization Philadlphia : University of Pennsylvania, ๑๙๘๒.

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

Rigram,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-ศรันยา แสงลุ่มสุวรรณ. การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน, รายงานวิจัย,

ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๑.

ขวัญกมล ดอนขวา และคณะ.การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.

รายงานการวิจัย, นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, ๒๕๕๕,

หน้าบทคัดย่อ.

เขมิกา อีรพงษ์.การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการออกแบบประสบการณ์,รายงาน
การวิจัย.ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๖๔.

ชนัญญา ศรีลลิตา.ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร, รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัย
ราชภัฏพระนคร, ๒๕๕๑.

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

ปริยานุช นวลขาว. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลพฤติกรรมการใช้บริการที่ร้าน
คอยข้างในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. รายงานการวิจัย. (กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยสยาม, ๒๕๕๙,

ศิริพร ถาวรวิสิทธิ์และเสรี วงษ์มณฑา. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
จังหวัดน่าน. วารสารสมาคมนักวิจัย ปีที่ ๒๖ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๔.

สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาศักยภาพการ
ท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร,รายงานวิจัย,
กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, ๒๕๕๑.

กมลรัตน์ โรจน์เรืองรัตน์ .ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟตามร้านกาแฟ
รีเมียม

บนถนนสีลมของผู้บริโภคกลุ่มวัยทำงาน. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๐.

ชุติมา กุลวัฒน์. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟสดในเขต

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, ๒๕๔๖.

เดชา โต้งสูงเนิน, “การบริหารจัดการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง

อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัยมานุษยวิทยา, ๒๕๔๓, บทคัดย่อ

นันทน์ภัส ทรัพย์โชคธนกุล, “ธุรกิจกาแฟดอยช้างภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม”,

วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, ๒๕๕๑, บทคัดย่อ.

เนตรชนก นันท์, “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนวัดพระบาทห้วยต้ม อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๔๔, บทคัดย่อ.

ปาน กิมปี, “การพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียน เพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน”, วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๐, บทคัดย่อ.

พรทิพย์ เกียรติภาคภูมิ. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของ

ผู้บริโภคร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๑.

มณีรัตน์ นิ่มนวล. ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อกาแฟในวันของผู้บริโภค

วัยทำงานที่ทำงานย่านถนนสีลม. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ๒๕๕๑.

มธุรส ปราปโพรี, “ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว:กรณีศึกษา ชุมชนไทยทรงดำ

บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี”, วิทยานิพนธ์ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ, วิชาเอกพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๓, บทคัดย่อ.

วรารณ ะหงส์. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมซื้อสินค้าใน

ธุรกิจขายตรงแอมเวย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ๒๕๕๐.

วรารุช เวศวินิจ. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดของผู้บริโภค

ในอำเภอเมืองนครสวรรค์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๒.

อุดมศักดิ์ วงศ์พันธุ์, “ศักยภาพของชุมชนชนบทในการพึ่งพาตนเองด้าน เศรษฐกิจ”,

วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิต

วิทยาลัย, สาขาวิชามานุษยวิทยา, ๒๕๔๑, บทคัดย่อ.

อัจฉริยา เทศสีหา. การตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการซื้อกาแฟสดของร้านคอฟฟี่

โรด โฮมโปร สาขาประชาชื่น จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ๒๕๕๐.

๑.๓ วารสาร/ จุลสาร

นิตยสารเส้นขอบฟ้า ในเครือกีฬาริน ประจำเดือนตุลาคม ๒๕๖๔

คณะสังคมศาสตร์,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.วารสารสังคมและมนุษยศาสตร์.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ปีที่ ๒๙ ม.ค.-มิ.ย. ๒๕๖๖.

๑.๔ เอกสารประกอบ/ประชาสัมพันธ์

สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ ๑-๑๒,กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคง

ของมนุษย์.เอกสารงานวิชาการองค์ความรู้ (KM) การบริหารจัดการ
เครือข่าย.๒๕๔๗.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, เอกสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม,

๒๕๕๓.

เอกสารประชาสัมพันธ์. กองการต่างประเทศ, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและ
กีฬา.

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.dsdw2016.dsdw.go.th/> ค้นคว้าเมื่อวันที่ ๑๖ ตุลาคม ๒๕๖๔.

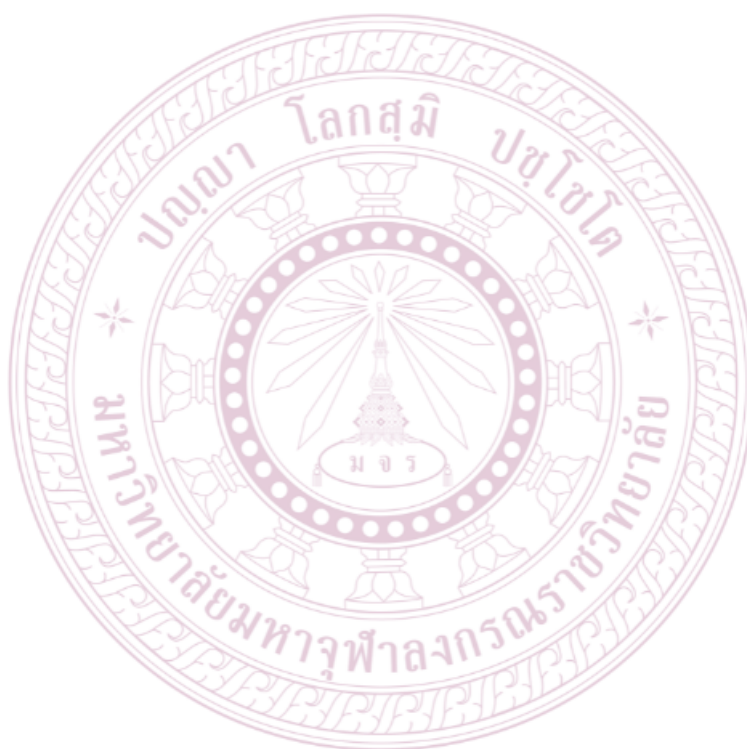
reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/

เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๖๔.



ภาคผนวก ก

หนังสือนำ



ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕, ๐๕๒-๐๒๐๔๒๐

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตเข้าพื้นที่เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยกระผม นายอรุณ สิทธิวงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างและเพื่อการนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แจกผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแพ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ดังรายการที่แนบมา

จึงเรียนมาเพื่อทราบและพิจารณาอนุญาตตามแต่จะเห็นสมควร

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ สิทธิวงศ์)

หัวหน้าโครงการ

ผู้ประสานงาน ๐๘๘-๔๐๔๓๕๖๗

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕, ๐๕๒-๐๒๐๔๒๐

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตเข้าพื้นที่เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ท่านตำบลลาวี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยกระผม นายอรุณ สิทธิวงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างและเพื่อการนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ดังรายการที่แนบมา

จึงเรียนมาเพื่อทราบและพิจารณาอนุญาตตามแต่จะเห็นสมควร

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ สิทธิวงศ์)

อาจารย์ประจำและนักวิจัย

ผู้ประสานงาน ๐๘๘-๔๐๔๓๕๖๗

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕, ๐๕๒-๐๒๐๔๒๐

๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตเข้าพื้นที่เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน ท่านตำบลลาวี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยกระผม นายอรุณ สิทธิวงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างและเพื่อการนำเสนอรูปแบบเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑ มกราคม - ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แจกผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแพ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ดังรายการที่แนบมา

จึงเรียนมาเพื่อทราบและพิจารณาอนุญาตตามแต่จะเห็นสมควร

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ สิทธิวงศ์)

หัวหน้าโครงการ

ผู้ประสานงาน ๐๘๘-๔๐๔๓๕๖๗

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นางสาวสิริสาสน์ พันธมณี

ด้วย นายอรุณ สิทธิวงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย” ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานทิศทางและยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ สิทธิวงศ์)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายศิลปะชัย ตามมาอ้าย สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ห้วยไคร้

ด้วย นายอรุณ สิทธิวงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย” ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ในวันที่ ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาข่าวาว ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ สิทธิวงศ์)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ ธันวาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายวิศ มั่นดาวลี

ด้วย นายอรุณ สิทธิวงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย”

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

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแพ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ สิทธิวงศ์)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล

ด้วย นายอรุณ สิทธิวงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย”

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักวิจัยดังกล่าว ทดลองใช้เครื่องมือในการทำวิจัยกับสหกรณ์ปลูกกาแพดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง และเพื่อการนำเสนอรูปแบบการเสริมสร้างเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง ได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตตำบลลาวี ในวันที่ ๑๕-๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแพ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ สิทธิวงศ์)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายภาคภูมิ แลเมอภู

ด้วย นายอรุณ สิทธิวงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยและนักวิจัย พร้อมคณะ ได้ทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย”

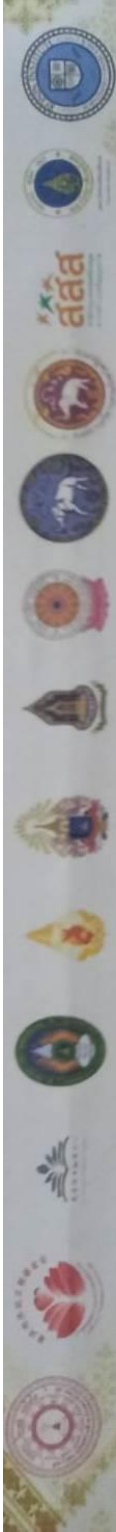
ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักวิจัยดังกล่าว ทดลองใช้เครื่องมือในการทำวิจัยกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแพอินทรีย์ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเสริมสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตรกาแพดอยช้าง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

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแพดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแพ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายอรุณ สิทธิวงศ์)

หัวหน้าโครงการ



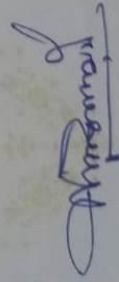
สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์, วิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ, วิทยาลัยพยาบาล
และวิทยาลัยสงฆ์นครน่านเฉลิมพระเกียรติ ๖
มหาวิทยาลัยมหาดูฟ้าสงครามราชวชิรวิทยาลัย

อารุณ สิทธิวงศ์

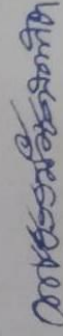
ได้ผ่านการคัดเลือกและนำเสนอความเรื่อง

การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกาแฟลอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ในการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๑
เรื่องการส่งเสริม คุณครอง และการอนุรักษ์วัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนาในโลโก้พระแบบ
ณ วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ให้ไว้ ณ วันที่ ๒๗ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕



(พระพุทธิญาณนุณี)
ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย



(พระธรรมวัชรบัณฑิต, ศ.ดร.)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



(พระสุริยบัณฑิต, ศ.ดร.)
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์

ชุดความรู้



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

คำชี้แจง

๑. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ จัดทำเพื่อศึกษาถึง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ได้รับการสนับสนุนจากได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จะนำไปวิเคราะห์ในเชิงวิชาการเมื่อประมวลผลแล้วจะไม่มีเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลอันจะเป็นผลกระทบแก่ผู้ตอบในอนาคต

๒. แบบสัมภาษณ์นี้มีทั้งหมด ๓ ส่วน

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ ๒ สัมภาษณ์เกี่ยวกับ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ ๓ ข้อเสนอแนะ

๓. ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากทุกท่านได้ให้การสัมภาษณ์ในครั้งนี้ให้ครบถ้วนและตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี จึงขออนุโมทนาขอบคุณทุกท่านที่ตอบแบบสัมภาษณ์ มา ณ โอกาสนี้

นายอาวุธ สิทธิวงศ์

หัวหน้าโครงการย่อยที่ ๑

แบบสัมภาษณ์การวิจัย

เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ประเด็นที่สัมภาษณ์ มีดังต่อไปนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ตำแหน่ง

สถานที่

วัน/เดือน/ปี

ผู้สัมภาษณ์

ตอนที่ ๒ สัมภาษณ์เกี่ยวกับ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร
กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒.๑ การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟ
ดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีความสำคัญอย่างไรบ้าง

- บริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
มีประวัติและความเป็นมาอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....
.....

- กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการ แบบไหนบ้าง

.....
.....
.....
.....

- ผลที่ได้จากการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

๒.๒ การส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีรูปแบบและกระบวนการอย่างไรบ้าง

- สภาพปัญหาของการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

- รูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

- กระบวนการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

- เทคนิค และวิธีการ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

- ผลที่ได้จากการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

๒.๓ การยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีประโยชน์และความสำคัญอย่างไรบ้าง

- การยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีความจำเป็นมากน้อยขนาดไหน อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

- รูปแบบและกระบวนการเกี่ยวกับการยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

- เทคนิคและวิธีการยกระดับด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณ และอนุโมทนากับทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบ
แบบสัมภาษณ์นี้เป็นอย่างดี



ภาคผนวก ค

ภาพประกอบ



ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจสถานที่ในการลงพื้นที่ต่าง ๆ เปื่องตัน ดังนี้



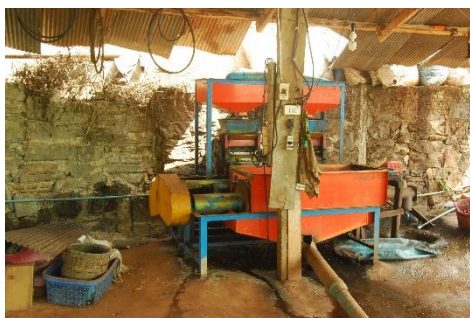
สำรวจพื้นที่ บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย



ดอกกาแฟ และเมล็ดกาแฟ



สำรวจพื้นที่หมักกาแฟ บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย



เครื่องกะเทาะเปลือกกาแฟ



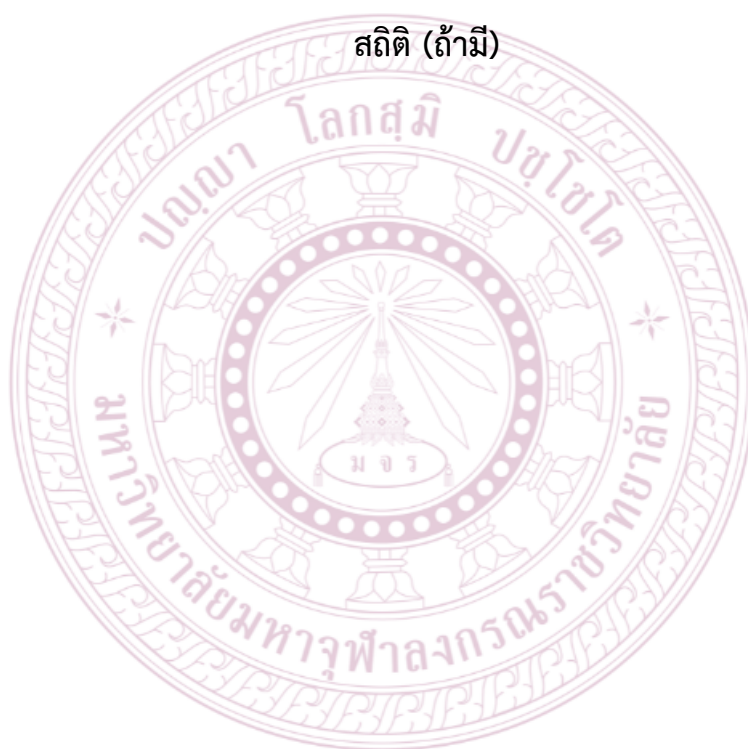
ลานตากกาแฟ



สัมภาษณ์ผู้ผลิตกาแฟ และผู้ประกอบการร้านกาแฟ

ภาคผนวก ง

สถิติ (ถ้ามี)



ภาคผนวก จ

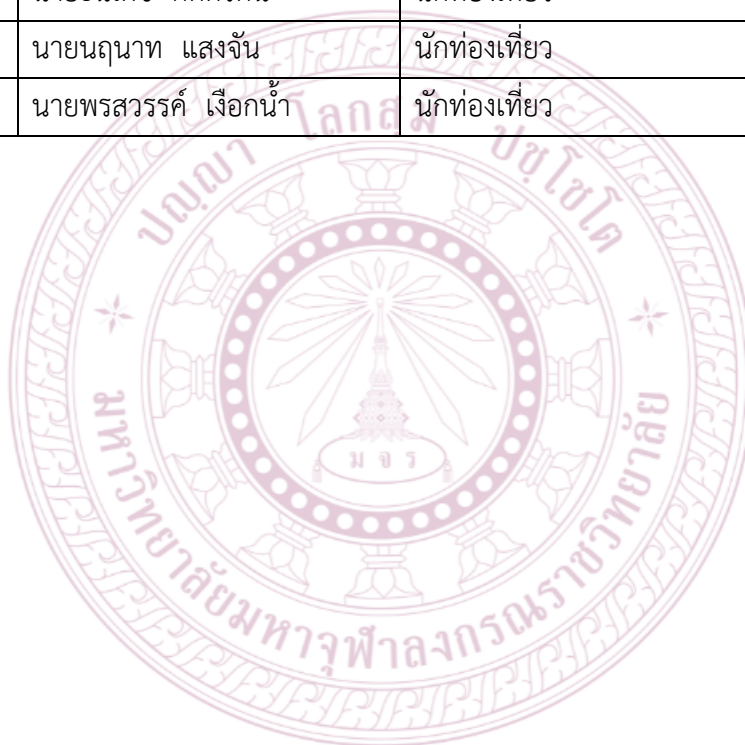
รายชื่อผู้ให้ข้อมูล



รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม
เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการเกษตร
กาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน
๑	นายภาสกร บุญลักษณ์	ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงราย
๒	นายคทาสีทธิ์ เนื่องหล้า	นายอำเภอแม่สรวย
๓	นางสาวชนิษฐา แจ่มน่าน	นักวิชาการ/ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย
๔	นายพิสันต์ จันทร์ศิลป์	วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย
๕	นายเอกชัย แก้วประภา	ท่องเที่ยวอำเภอแม่สรวย
๖	นางสาวสิริสาสน์ พันธมณี	นักวิชาการท่องเที่ยว/อบต.วาวี
๗	นายจิตติวัตร เบเช	สมาชิก อบต.วาวี
๘	นายภาคภูมิ แลเหม่อู่	ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
๙	นายสุพจน์ วินิจวงษ์พนา	ผู้แทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลีซูแมคคาเดเมีย
๑๐	นางวิภา พัทธกุลทอง	ผู้ประกอบการร้านอาหารวาวี
๑๑	นางสาวอริสา ศรีราชา	ผู้ประกอบการ อาจาคอฟฟี่
๑๒	นายวริศ มั่นดาวลี	ผู้ประกอบการ เฮราโมน
๑๓	นายเคารพ วงศ์กระสินธุ์	ผู้ประกอบการ กาแฟบ้านดอยช้าง
๑๔	นายภูมินทร์ หน่อคำ	ผู้ประกอบการ กาแฟอแกนิก
๑๕	นายสมพงษ์ จันทรโท	ผู้ประกอบการ เลมอนห้วยไคร้
๑๖	นายศุภสันต์ แบบทุ	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๑๗	นายอาทุ พิสัยเลิศ	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๑๘	นายอะไ่ แบบทุ	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๑๙	น.ส.อุมาพร แยมู่	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๒๐	นายอาชา คณานันท์สิน	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ

ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน่วยงาน
๒๑	นางหมีจู แบทู	เกษตรกรผู้ทำธุรกิจกาแฟ
๒๒	นายนิพนธ์ ดอนมูล	นักท่องเที่ยว
๒๓	นายธนเดช กิตติรัตน์	นักท่องเที่ยว
๒๔	นายณณนาท แสงจัน	นักท่องเที่ยว
๒๕	นายพรสวรรค์ เจือกน้ำ	นักท่องเที่ยว





ภาคผนวก ฉ

ประวัติผู้วิจัย

๑. หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ นายอารุณ สิทธิวงศ์

ตำแหน่งปัจจุบัน

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาพระพุทธศาสนา

หน่วยงาน

วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ถนนฤทธิประสารณ์ 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 . ร า ช ภั ฏ เชียงราย	๒๕๓๓
พุทธศาสตร มหาบัณฑิต	พธ.ม.	พระพุทธศาสนา	มจร.	๒๕๕๘