



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง

การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนกาแฟดอยช้าง

Development of Agricultural Tourism Market Communication
of Doi Chaang Coffee Community Enterprise

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

Agricultural Tourism Development of Doi Chaang Coffee Community

Enterprise, Mae Suai District, Chiang Rai Province

โดย

นเรศร์ บุญเลิศ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765030



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง

การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนกาแฟดอยช้าง

Development of Agricultural Tourism Market Communication
of Doi Chaang Coffee Community Enterprise

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

Agricultural Tourism Development of Doi Chaang Coffee Community

Enterprise, Mae Suai District, Chiang Rai Province

โดย

นเรศร์ บุญเลิศ

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS 800765030



Research Report

Sub – Research Report ๒

Development of Agricultural Tourism Market Communication
of Doi Chaang Coffee Community Enterprise

Under Research plane

Agricultural Tourism Development of Doi Chaang Coffee Community
Enterprise, Mae Suai District, Chiang Rai Province

by

Nares Bunloet

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Chiangrai Buddhist College

B.E. 2565

Research Project Funded

by Science Research and innovation Promotion Fund

MCU RS 800765030

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานการวิจัย : การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง

ผู้วิจัย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ

ส่วนงาน: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

ปีงบประมาณ: ๒๕๖๕

ทุนอุดหนุนการวิจัย: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม(สกว.)

บทคัดย่อ

วิจัยเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑. เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแพดอยช้าง ๒. เพื่อการพัฒนาระบบงานสารสนเทศแบบเดิมโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ๓. เพื่อการจัดเก็บข้อมูลร้านกาแพดอยช้างอย่างเป็นระบบป้องกันการสูญหายของข้อมูล

องค์ความรู้ที่เป็นผลการจัดการความรู้ในระดับชุมชนด้านการศึกษาเชิงสำรวจ ข้อมูลและวิธีการใช้ประโยชน์ของนวัตกรรมการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างส่งเสริมการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมสร้างความเข้มแข็งชุมชน การจัดการความรู้เพื่อใช้ระบบงานสารสนเทศแบบเดิมโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ โดยชุมชนมีส่วนร่วมเป็นการสร้างเสริม พื้นฟูศิลปวัฒนธรรมที่มีในท้องถิ่น ในการพัฒนาแบบผสมผสานแหล่งความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งความรู้ใหม่ที่สำคัญที่นำไปสู่กระบวนการสร้างชุมชนให้มีรายได้ โดยใช้วิธีการศึกษาผสมผสานทั้งการสำรวจ ศึกษาเอกสาร บุคลากรที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ศึกษารวบรวมโดยการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ด้วยวิธีวิจัยข้อมูลเชิงปริมาณ และคุณภาพ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์แยกพิจารณาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค รวมทั้งการวิเคราะห์การพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยว โดยใช้การศึกษาวิจัยจำนวน ๔๐ คน โดยใช้วิธีการเจาะจงตามการศึกษาวิจัย นำข้อมูลมาวิเคราะห์ใน ๓ ประเด็นที่ศึกษา

การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาการพัฒนาแบบสำหรับส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมกระแสเศรษฐกิจใหม่ การใช้ประโยชน์ของนวัตกรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็งชุมชน สร้างงาน สร้างรายได้ จะต้องมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยววัฒนธรรมให้สมบูรณ์ขึ้น จากสภาพองค์ความรู้ด้านการใช้ประโยชน์ในด้านส่งผลให้ชุมชนไม่ได้นำมาใช้ชีวิตประจำวันมีหลากหลายอย่างเหมาะสมกับสภาพของชุมชน

Research Title: Development of Agricultural Tourism Market
Communication of Doi Chaang Coffee
Community Enterprise.

Researcher: Assistant professor Nares Bunloet

Department: Mahachulalongkornrajavidyalaya University.
Buddhist Chiang Rai college,

Fiscal year: ๒๐๒๒

Research Scholarship Sponsor: Thailand Science Research and Innovation (TSRI)

ABSTRACT

This action research On the development of agricultural tourism market communication of Doi Chang Coffee Community Enterprise Group The objectives are:
1. To develop communication in the market for Doi Chaang coffee management tourism 2. To develop a traditional information system by applying technology 3. To systematically store Doi Chaang coffee shop information to prevent loss of information

The body of knowledge as a result of knowledge management at the community level in survey studies Information and methods of utilization of innovation, communication development, agricultural tourism market of Doi Chaang coffee community enterprises, promoting tourism, arts and culture, strengthening the community. Knowledge management to use traditional information systems by applying technology. where the community participates in building Revitalize local arts and culture in developing a blend of knowledge sources local wisdom and important new sources of knowledge leading to the process of building an income community by

using a combination of study methods including surveys, document studies, relevant personnel Data were collected by interview and questionnaire using quantitative and qualitative data research method. The data were analyzed separately to consider strengths, weaknesses, opportunities and obstacles, as well as analysis of tourism marketing development. Using a research study of 40 people using a specific methodology according to the research study. The data were analyzed in the three topics studied.

The development of agricultural tourism marketing communication among Doi Chaang Coffee Community Enterprises. A study on the development of a model for promoting tourism, arts and culture, new economic trends Taking advantage of innovation to strengthen communities, create jobs, generate income will require product improvement. more complete cultural tourism From the knowledge of the use of the field, resulting in the community does not use a variety of daily life that is suitable for the condition of the community.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง เป็นการศึกษากิจการบริหารจัดการการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างวัฒนธรรมท้องถิ่น และพฤติกรรมเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้กับชุมชน หมู่บ้านอื่น ๆ เพื่อใช้ในการจัดการทรัพยากรในบ้าน และชุมชน โดยไม่กระทบกับวิถีชีวิตปัจจุบันที่จะทำให้เกิดปัญหากับสังคมที่มีอยู่ในพื้นที่การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จได้ ด้วยความกรุณาและได้รับการช่วยเหลือจากบุคคลและฝ่ายงานหลายๆ ฝ่ายที่ได้กรุณาเอาใจใส่แนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และข้อเสนอแนะ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย พร้อมทั้งให้กำลังใจ เป็นผลให้การศึกษาวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยการได้รับอนุเคราะห์องค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ตลอดจนผู้นำชุมชนในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายในการให้ข้อมูลและสถานที่จัดเก็บข้อมูล จากนายกเทศมนตรีได้ช่วยเหลือให้คำปรึกษา แนะนำตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องด้วยการเอาใจใส่เป็นอย่างดียิ่งขอขอบคุณผู้นำชุมชนที่ได้ให้ความเมตตาช่วยให้คำปรึกษาตลอดถึงแนวความคิดที่แก้ไขปรับปรุง เทคนิคต่าง ๆ ในการเก็บข้อมูลในเขตพื้นที่เพื่อให้งานมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นจนวิจัยการค้นคว้านี้ได้ดำเนินไปด้วยดีและสำเร็จขึ้นได้เป็นฉบับที่สมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบคุณ เป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารและคณาจารย์ของ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และขอบคุณสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ ที่ส่งเสริม สนับสนุน และให้กำลังใจทุกด้าน จนงานเสร็จสมบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ

๐๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๔

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

สารบัญ (ต่อ)

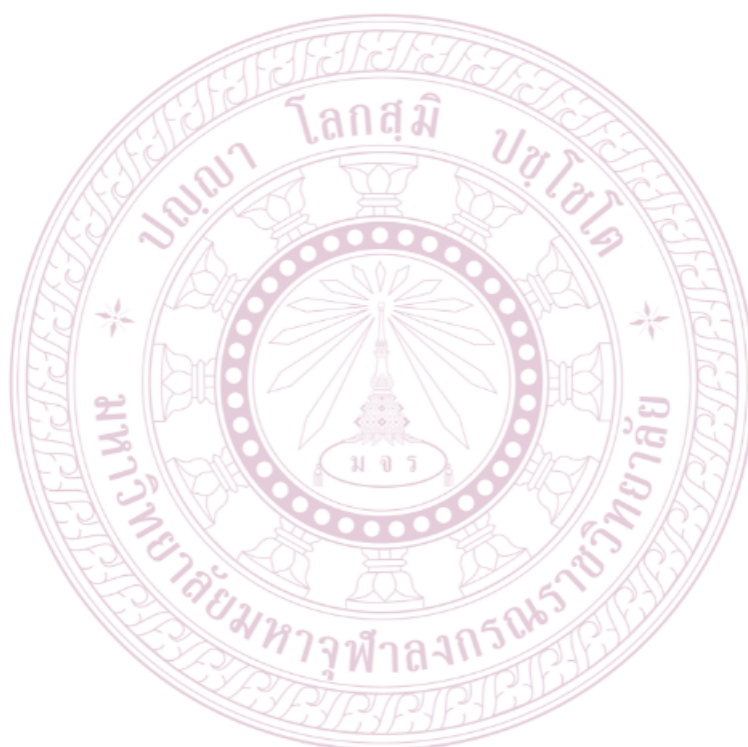
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มกาแพในพื้นที่ตำบลวาปี อำเภอแม่สรวย.....	๒๕
๒.๕ แนวคิดเรื่องการตลาด.....	๒๖
๒.๖ พฤติกรรมผู้บริโภค.....	๓๑
๒.๗ แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด.....	๓๒
๒.๘ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	๓๘
๒.๙ ทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร (SWOT).....	๔๓
๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๔๕
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.....	๖๒
๓.๗ การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	๖๔
๓.๘ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย.....	๖๔
๓.๙ สรุปกิจกรรมและขั้นตอนการวิจัย.....	๖๕
๓.๑๐ การพัฒนาดิจิทัล.....	๗๐
๓.๑๑ การวิเคราะห์ผลการทดลอง.....	๗๒

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ ๔ ผลการวิจัย.....	๗๗
๔.๑ ศึกษาพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแพดอยช้าง.....	๗๘
๔.๒ ศึกษาการพัฒนากระบวนการสารสนเทศแบบเดิมโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้...	๘๖
๔.๓ ศึกษาการจัดเก็บข้อมูลร้านค้าแพดอยช้างอย่างเป็นระบบป้องกัน	
การสูญหายของข้อมูล.....	๑๐๑
บทที่ ๕ สรุป และข้อเสนอแนะ.....	๑๑๔
๕.๑ สรุปผลการวิจัย.....	๑๑๔
๕.๒ ผลการศึกษาวิจัย.....	๑๑๕
๕.๓ อภิปรายผลการวิจัย.....	๑๑๘
๕.๔ ข้อเสนอแนะจากการศึกษา.....	๑๑๙
๕.๕ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	๑๒๑
บรรณานุกรม.....	๑๒๒
ภาคผนวก.....	๑๒๕
ผนวก ก เครื่องมือวิจัย.....	๑๒๗
ผนวก ข หนังสือเชิญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ให้ข้อมูล.....	๑๒๘
ผนวก ค รายชื่อในการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล.....	๑๕๐
ผนวก ง ภาพถ่ายการลงพื้นที่ทำวิจัย การสัมภาษณ์.....	๑๕๓
ผนวก จ การรับรองการนำไปใช้ประโยชน์.....	๑๕๘
ผนวก ฉ ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย.....	๑๖๕
ประวัติคณะวิจัย.....	๒๐๑

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่	หน้า
๑ การสร้างแบรนด์กาแฟดอยช้าง.....	๗๘
๒ การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง.....	๘๗



บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

พื้นที่ตำบลลาวีส่วนใหญ่จะอยู่สูงจากระดับน้ำทะเล ๗๐๐-๒,๐๐๐ เมตร เป็นพื้นที่อยู่ห่างจากเส้นศูนย์สูตรมากกว่าส่วนอื่นของประเทศ มีลักษณะอากาศจะหนาวเย็นกว่าในพื้นที่อื่นในจังหวัดเชียงราย ลักษณะของดิน สภาวะของฝนจะป้องกันแก้ไขหรือปรับปรุงได้ มีอุณหภูมิในฤดูหนาวต่ำกว่าศูนย์องศาเซลเซียส ระยะประมาณต้นเดือนพฤศจิกายนจนถึงปลายเดือนกุมภาพันธ์ ดอยช้างตั้งอยู่บ้านดอยช้าง ตั้งอยู่หมู่ที่ ๓ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นยอดดอยสูงในเทือกดอยลาวี เป็นแหล่งต้นน้ำแม่กรณ์ มีชาวเขาเผ่าต่างๆ มาอาศัยอยู่ จัดตั้งเป็นสถานียอดดอยสูงเพื่อส่งเสริมการปลูกพันธุ์ไม้เมืองหนาว ลดการทำไร่เลื่อนลอย ไร่หมุนเวียน ต่อมาเปลี่ยนรูปแบบการทำงานเป็นศูนย์บริการวิชาการด้านพืช และปัจจัยการผลิตภาคเกษตรกรรม

การฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศหลังจากประสบภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ รัฐบาลได้มีกลยุทธ์ในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในพื้นที่การบริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกพื้นที่ซึ่งเป็นการกระจายอำนาจและรายได้ถึงระดับชุมชน การกำหนดนโยบายของประเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาประเทศในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้มีการจัดการบริหารรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนตลอดจนสนับสนุนโครงการพัฒนาศักยภาพชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

กาแพดอยช้างจะออกดอกหลังจากผ่านความแห้งแล้ง และเข้าสู่ความชุ่มชื้นจากฝนหรือการให้น้ำแล้ว และจะพัฒนากลายเป็นผลจนสุกมีลักษณะสีแดง การเก็บเกี่ยวผลผลิตจะต้องเก็บเฉพาะผลผลิตที่สุกซึ่งจะประสบปัญหายุ่งยากพอสมควรในการทำงาน เพราะกาแพบางพันธุ์จะมีผลที่สุกไม่พร้อมกัน

ในข้อเดียวกัน จึงต้องระมัดระวังเพราะผลกาแพที่แก่ ไม่สุก เมื่อนำไปแปรรูปจะทำให้กาแพที่ได้มีคุณภาพที่ไม่ดี การเก็บกาแพเพื่อความสะดวกในการเก็บเกี่ยวเกษตรกรจึงมักใช้วัสดุที่เป็นแผ่น เช่น ตาข่ายตาถี่ปูใต้โคนต้นแล้วเก็บเฉพาะผลที่สุกร่วงหล่นลงมามาบตาข่ายแล้วค่อยรวบรวมไป กาแพจะเริ่มติดดอกออกผลหลังจากปลูกไปแล้วประมาณปีที่ ๓ และผลกาแพจะเริ่มสุกประมาณเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายนขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ของต้นกาแพ และสภาพของพื้นที่ปลูก ผลกาแพในแต่ละซ่อจะสุกไม่พร้อมกัน ในการเก็บผลกาแพให้เลือกเก็บเฉพาะผลที่สุกแก่มีสีแดงไม่ควรเก็บผลกาแพที่ยังอ่อนซึ่งมีสีเขียวหรือผลที่ไม่แก่จัดหรือใช้วิธีดูทั้งกิ่ง เพราะจะทำให้ได้สารกาแพคุณภาพต่ำสำหรับผลกาแพที่เก็บได้ควรมีการคัดแยกคุณภาพ โดยผลกาแพที่แก่จัดเกินไปซึ่งมีสีแดงเข้ม หรือผลที่แห้งคั่วผลที่ร่วง หรือหล่นตามพื้นควรเก็บแยกไว้ต่างหากจากผลกาแพที่เก็บได้ในแต่ละครั้งแล้วให้นำผลกาแพทั้งหมดออกตากแดด การเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมในช่วงเดือนพฤศจิกายนซึ่งเป็นการเข้าสู่ฤดูหนาวทำให้เหมาะกับการส่งเสริมพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกษตรกาแพดอยช้าง

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agritourism) คือ ประเภทของการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวไปยังฟาร์มการเกษตรหรือฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อเป็นการสัมผัสกับธรรมชาติและท่องเที่ยวไปในตัว และยังมีกิจกรรมที่น่าสนใจที่สามารถเข้าร่วมได้กับพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น การเก็บผลไม้ การเก็บกาแพ การศึกษากระบวนการทำกาแพ การร่วมงานเทศกาลเก็บเกี่ยวตามฤดูกาลและอื่น ๆ อีกมากมาย กิจกรรมได้รวบรวมไปด้วยประสบการณ์ที่หลากหลาย และน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่มเป็นเหตุให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นที่นิยมซึ่งในประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำการเกษตรในหลายรูปแบบ ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่จึงทำให้การเกษตรเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศจากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทำให้พื้นที่เกษตรกรรมหลายแห่งได้ถูกพัฒนาให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งพื้นที่หรือบางแห่งได้แบ่งพื้นที่ออกไปทำธุรกิจอื่น ๆ ที่สามารถรองรับกิจกรรมต่าง ๆ พื้นที่สำหรับรองรับการประชุม และงานกิจกรรมห้องประชุมที่มีอุปกรณ์ครบครันหรือจัดประชุมนอกอาคารที่มีธรรมชาติล้อมรอบ

ผู้วิจัยสนใจในการที่จะศึกษาแผนการส่งเสริมการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแพดอยช้าง พัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านกาแพดอยช้างชนบทใหม่เชิงสร้างสรรค์ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยชุมชนมีส่วนร่วม ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในกรอบอาเซียนตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวด้านการเกษตร มุ่งปรับโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยว ส่งเสริมการพัฒนา

ท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ให้เกิดความเชื่อมโยงเส้นทางในภูมิภาค และการปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิตของชุมชนใหม่เชิงสร้างสรรค์เพื่อมีการจัดระบบให้บริการที่เหมาะสม

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑. เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแพดอยช้าง
๒. เพื่อการพัฒนากระบวนการสารสนเทศแบบเดิมโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้
๓. เพื่อการจัดเก็บข้อมูลร้านกาแพดอยช้างอย่างเป็นระบบป้องกันการสูญหายของข้อมูล

๑.๓ ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาวิเคราะห์ระบบในการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแพดอยช้างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งการจดบันทึกข้อมูลนักท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนไว้ในรูปแบบของโปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งสามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สะดวกและรวดเร็วเป็นแนวทางการศึกษา

๑. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ซึ่งเป็นการเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย

ก. ภาครัฐ จำนวน ๕ คน

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

ข. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๑. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี
๒. รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี
๓. สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี
๔. ผู้อำนวยการศึกษา

๕. นักพัฒนาชุมชน

ค. ประชาชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว จำนวน ๔๐ คน

๒. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วยเนื้อหา ๓ ประการ คือ

๑) ศึกษาปัจจัยภายใน และภายนอก คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด และการการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแพดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒) จัดทำแผนส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้านการตลาด คือ ผลิตรายการของชุมชน การจัดทำพื้นที่จำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาดให้กับชุมชน

๓) การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแพดอยช้าง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

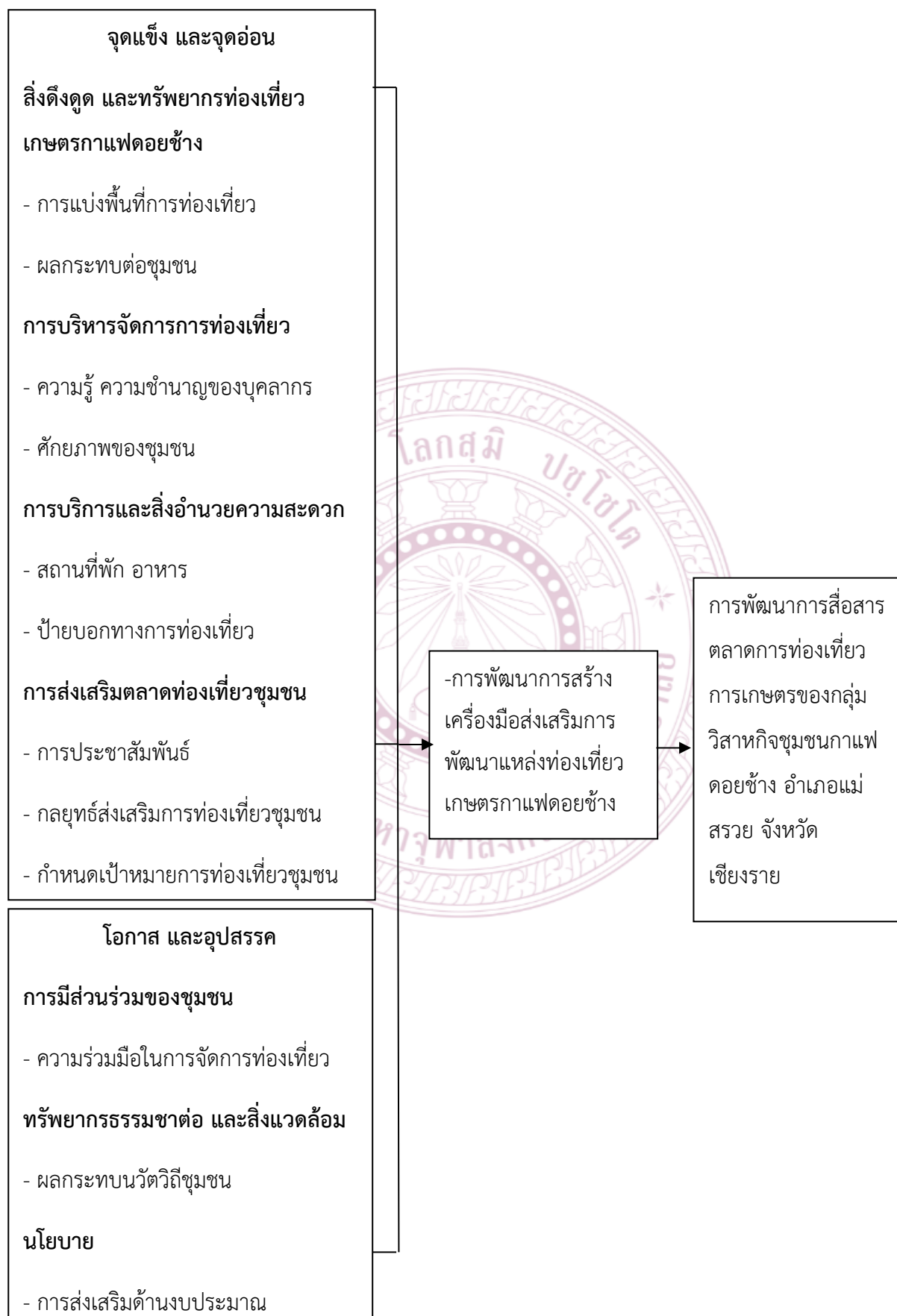
๓. ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาได้แบ่งออก ๒ กลุ่ม คือ

๑) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวใน ตำบล วาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงรายในด้านจุดแข็ง และจุดอ่อน จำนวน ๔๐ คน

๒) ผู้นำท้องถิ่น และผู้ที่เกี่ยวข้องของภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่นที่มีบทบาท หน้าที่ การบริหารจัดการ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ในการเข้าร่วมกิจกรรมสนทนากลุ่ม (SWOT) ในพื้นที่เป้าหมายเพื่อหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแพดอยช้าง เป็นการนำระบบเทคโนโลยีสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สร้างความเข้มแข็งชุมชน การมีส่วนร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตามแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงที่เกี่ยวกับองค์ความรู้กับที่ศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้นำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง เพื่อศึกษาองค์ความรู้การการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ วิถีชุมชน โดยการกำหนดแบบสัมภาษณ์และปฏิบัติการในพื้นที่เป้าหมายเพื่อนำมาวิเคราะห์ และสรุปผลการวิจัย



๑.๔ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนา หมายถึง การกระทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่มีสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่า ทำให้เจริญขึ้น และความเจริญก้าวหน้าโดยทั่ว ๆ ไป

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้ และประสบการณ์ การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว

การส่งเสริม หมายถึง เป็นการขยายความรู้ และถ่ายทอดความรู้ตามระบบวิทยาการแผนใหม่ (Innovation System) ซึ่งก่อประโยชน์ทางการศึกษา (Education Advantages) และมีคุณค่าทางการปฏิบัติ (Practical Values) แก่บุคคลผู้พึงได้รับความช่วยเหลือในการเรียนรู้หรือผู้รับการส่งเสริม (People Intended, Clientele, Audience) ให้สามารถพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ผู้นำชุมชน หมายถึง บุคคลที่ประชาชนที่ได้รับการยอมรับเคารพนับถือจากชุมชนของตนเอง

เครือข่ายกาแฟ หมายถึง หน่วยเกษตรกรรมแต่ละหน่วยเกษตรกรรม ในพื้นที่มารวมตัวกันเป็นเครือข่ายกาแฟดำเนินธุรกิจร่วมกัน ทั้งการบวนการผลิต การแปรรูป และการจำหน่ายกาแฟ

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) หมายถึง การที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในทุกด้านของกระบวนการวิจัย ตั้งแต่ขั้นเตรียมการประสานงานในพื้นที่ ศึกษาวิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน การกำหนดปัญหา รวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล การวางแผนร่วมกัน การปฏิบัติตามแผนเพื่อมุ่งแก้ปัญหาาร่วมกัน

คณะกรรมการ หมายถึง ผู้ที่ได้รับการเลือกตั้งจากสมาชิกให้เข้าทำหน้าที่บริหารจัดการเครือข่ายกาแฟดอยช้าง

หัวหน้าหน่วยเกษตรกรรม หมายถึง ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจากสมาชิกในกลุ่มย่อยได้ทำหน้าที่ในการประสานงาน ติดต่อสื่อสารระหว่างเครือข่ายกาแฟดอยช้าง

จุดแข็ง หมายถึง ข้อได้เปรียบของกิจการ ลักษณะพิเศษหรือลักษณะเด่นขององค์กรที่เอื้อต่อการประสบความสำเร็จ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ และใช้แข่งขันกับคู่แข่งในตลาด เช่น ความสามารถเฉพาะทางของผู้ประกอบในการดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินกิจการ การทำงานร่วมกันเป็นอย่างดีของบุคลากรภายในองค์กร

จุดอ่อน หมายถึง ข้อด้อย ข้อเสียหรือปัญหาภายในองค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการที่สามารถนำไปสู่ความล้มเหลวของการทำธุรกิจปัญหาด้านการสื่อสารของบุคลากรภายในองค์กร

โอกาส หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบในแง่ของการเอื้อประโยชน์ให้กับ การดำเนินกิจการ โอกาสต่างจากจุดแข็งตรงที่เป็นปัจจัยที่เกิดจากภายในองค์กรแต่ส่งผลในทางที่ดีกับ องค์กร เป็นความได้เปรียบที่เอื้อต่อความสำเร็จของการดำเนินกิจการ รัฐบาลออกนโยบายที่สนับสนุน อุตสาหกรรมที่กิจการกำลังดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจที่อยู่ในช่วงขาขึ้นหรือการมีเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม ใหม่ ๆ ที่ช่วยให้การดำเนินกิจการอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อุปสรรค หมายถึง ความเสียเปรียบหรือผลเสียจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อกิจการ อาจนำมาซึ่งปัญหา และความล้มเหลวของกิจการ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจที่กำลังตกต่ำ ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น การเพิ่มค่าแรงของแรงงานหรือนโยบายอัตรา ดอกเบี้ยที่ถูกปรับให้สูงขึ้น

๑.๕ ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

๑. ได้รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
๒. ได้การพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
๓. ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ให้สอดคล้องสำหรับประชาชนในชุมชน ความสามัคคีในชุมชน และ ชุมชนเข้มแข็ง
๔. ได้มีส่วนร่วมของชุมชน ภาคเอกชนและรัฐบาล
๕. ได้แนวทางส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
๖. ได้รูปแบบการใช้องค์ความรู้ วิธีการปลูก และการแปรรูปกาแฟเพื่อนำไปประยุกต์ใช้
๗. ได้แก้ปัญหาคือความร่วมมือของกลุ่มสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น

บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้พื้นที่วิจัย ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยศึกษาถึงกระบวนการส่งเสริมการท่องเที่ยวการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างสร้างความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สอดคล้องต่อแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ยุทธศาสตร์ของจังหวัดเชียงรายในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจกระแสใหม่ตลอดถึงการสร้างเครือข่ายกาแฟดอยช้าง เพื่อเป็นแนวทางในการเสนอรูปแบบการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างที่ทำให้ชุมชนในพื้นที่เลือกสรรปรับปรุงองค์ความรู้จนเกิดทักษะความชำนาญที่สามารถนำมาแก้ไขปัญหาในชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิตที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะนำเสนอเป็น ๑๐ ประเด็น ดังนี้

- ๒.๑ นโยบายการพัฒนาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒
- ๒.๒ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย
- ๒.๓ ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงราย
- ๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มกาแฟในพื้นที่ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย
- ๒.๕ แนวคิดเรื่องการตลาด
- ๒.๖ พฤติกรรมผู้บริโภค
- ๒.๗ แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด
- ๒.๘ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- ๒.๙ ทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร (SWOT)
- ๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ นโยบายการพัฒนาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อวางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์มีคุณธรรมจริยธรรมมีระเบียบวินัย ค่านิยมที่ดีมีจิตสาธารณะ และมีความสุข โดยมีสุขภาวะ และสุขภาพที่ดีครอบคลุมรอบด้าน เป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาตนเองได้ต่อเนื่องตลอดชีวิต
๒. เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมได้รับความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการทางสังคมที่มีคุณภาพผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพรวมทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้
๓. เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ภาพมีเสถียรและมีความยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากและสร้างความมั่นคงทางพลังงาน อาหาร และน้ำ
๔. เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้สามารถสนับสนุน การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน
๕. เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพทันสมัยโปร่งใสและมีการทำงาน เชิงบูรณาการของภาคีการพัฒนา
๖. เพื่อให้มีการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคโดยการพัฒนาภาคและเมืองเพื่อรองรับ การพัฒนาระดับฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานการผลิตและบริการใหม่
๗. เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยมีความเชื่อมโยง (Connectivity) กับประเทศต่างๆ ในระดับอนุภูมิภาคภูมิภาคและนานาชาติได้อย่างสมบูรณ์มีประสิทธิภาพรวมทั้งให้ประเทศไทยมีบทบาทนำ และสร้างสรรค์ในด้านการค้าการบริการและการลงทุนภายใต้กรอบความร่วมมือต่าง ๆ ทั้งในระดับอนุภูมิภาค และโลก

เป้าหมายรวม

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ได้กำหนดเป้าหมายรวมการพัฒนาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ประกอบด้วย^๑

๑. คนไทยมีคุณลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์มีวินัยทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐานที่ดีของสังคมมีความเป็นพลเมืองต้นรู้มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์มีความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อส่วนรวมมีสุขภาพกายและใจที่ดีมีความเจริญงอกงามทางจิตวิญญาณมีวิถีชีวิตที่พอเพียงและมีความเป็นไทย

๒. ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนลดลงเศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็งประชาชนทุกคนมีโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร การประกอบอาชีพ และบริการทางสังคมที่มีคุณภาพอย่างทั่ว และเป็นธรรมกลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุดร้อยละ ๔๐ มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ ๑๕

๓. ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ โครงสร้างเศรษฐกิจปรับตัวสู่เศรษฐกิจฐานบริการและดิจิทัล มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่และเป็นสังคมผู้ประกอบการผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็งสามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและ มีระบบการผลิตและให้บริการจากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และมีการลงทุนในการผลิตและฐานความรู้ขั้นสูงใหม่ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน รวมทั้งกระจายฐานการผลิตและการให้ภูมิภาคเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยเศรษฐกิจไทยมีเสถียรภาพและมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ ๕ ต่อปี และมีปัจจัยสนับสนุน อาทิ ระบบโลจิสติกส์ลังงานและการลงทุนวิจัยและพัฒนาที่เอื้อต่อการขยายตัวของภาคการผลิตและบริการ

๔. ทนทางธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมสามารถสนับสนุนการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงทางอาหาร พลังงาน และน้ำโดยเพิ่มพื้นที่ป่าไม้ให้ได้ร้อยละ ๔๐ ของพื้นที่ประเทศเพื่อรักษาความสมดุลของระบบนิเวศ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคพลังงานและขนส่งไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗ ภายในปี ๒๕๖๓ เทียบกับการปล่อยกรณีปกติปริมาณหรือสัดส่วนของขยะมูลฝอยที่ได้รับการจัดการอย่างถูกหลักสุขาภิบาลเพิ่มขึ้น และรักษาคุณภาพน้ำและคุณภาพอากาศในพื้นที่วิกฤตให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

๕. มีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย สังคมปลอดภัย สามัคคี สร้างภาพลักษณ์ดี และเพิ่มความเชื่อมั่นของนานาชาติต่อประเทศไทยความขัดแย้งทางอุดมการณ์และความคิดในสังคมลดลงปัญหาอาชญากรรมลดลง ปริมาณความสูญเสียจากภัยโจรสลัดและการลักลอบขนส่งสินค้าและค่านุขย์

^๑ สำนักนายกรัฐมนตรี, แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔), (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๙), หน้า ๖๓.

มีความพร้อมที่ปกป้องประชาชนจากการก่อการร้ายและภัยพิบัติทางธรรมชาติ ประเทศไทยมีส่วนร่วมในกำหนดบรรทัดฐานระหว่างประเทศ เกิดความเชื่อมโยงการขนส่ง โลจิสติกส์มูลค่าห่วงโซ่เป็นหุ้นส่วนการพัฒนาที่สำคัญในอนุภูมิภาค ภูมิภาค และโลก และอัตราการเติบโตของมูลค่าการลงทุนและการขนส่งของไทยในอนุภูมิภาค ภูมิภาค และอาเซียนสูงขึ้น

๖. มีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย โปร่งใส ตรวจสอบได้ กระจายอำนาจ และมีส่วนร่วมจากประชาชน บทบาทภาครัฐในการให้บริการซึ่งภาคเอกชนดำเนินการแทนได้ดีกว่า ลดลง เพิ่มการใช้ระบบดิจิทัลในการให้บริการปัญหาคอร์รัปชันลดลง และการบริหารจัดการขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นมีอิสระมากขึ้น โดยอันดับประสิทธิภาพภาครัฐที่จัดทำโดยสถาบันการจัดการนานาชาติและ อันดับความยากง่ายในการดำเนินธุรกิจในประเทศดีขึ้น การใช้จ่ายภาครัฐและระบบงบประมาณมีประสิทธิภาพ สูงฐานภาษีกว้างขึ้นและดัชนีการรับรู้การทุจริตดีขึ้น รวมถึงมีบุคลากรภาครัฐที่มีความรู้ความสามารถ และปรับตัวได้ทันกับยุคดิจิทัลเพิ่มขึ้น

สรุป วางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม สร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่โดยการใช้นวัตกรรม พื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมสร้างสรรค์ในด้านการค้าการบริการและการลงทุนภายใต้กรอบความร่วมมือต่าง ๆ ทั้งในระดับอนุภูมิภาค และโลกอย่างยั่งยืน

๒.๒ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย

การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องกระตุ้นความสนใจ การเดินทางของนักท่องเที่ยวรวมถึงเป็นจุดดึงดูดให้เกิดการกระจายการเดินทางไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย การสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ๆ เพื่อสามารถตอบสนองกระแสความสนใจในการเดินทางของคนรุ่นใหม่ เพื่อต่อยอดให้เกิดการดึงดูดนักท่องเที่ยวคนรุ่นใหม่ หรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการสินค้าการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลุ่ม Segment หลักของตลาด การนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในภูมิภาค ASEAN ด้วยการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยต่อยอดความรู้เดิม ร่วมกันกับหน่วยงานภาครัฐรวมถึงสร้างสรรค์สินค้าท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ทั้งในแง่ของตัวสินค้าและ Content ที่จะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

เพื่อให้เกิดประสบการณ์ตรงทางการท่องเที่ยวผ่านวิถีท้องถิ่น (Local Experience) ที่จะนำไปสู่การนำเสนอขายการบริการและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ร่วมมือจากหน่วยงานเพื่อสร้างเครือข่ายภาคีทั้งในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นจุดเชื่อมต่อของการบริหารจัดการในการต้อนรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้าถึงพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับการตลาดสมัยใหม่ และเพียงพอที่จะรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ การกำหนดส่งเสริมนักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ (Niche Market) การส่งเสริมตลาดในประเทศไทยมุ่งเน้นกลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งให้สังคมชุมชน และการรักษาสีเขียวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การสร้างแรงบันดาลใจ จากการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ที่บอกเล่าวิถีชีวิตอันเป็น เอกลักษณ์ของภาคเหนือท่ามกลางภูมิประเทศที่สวยงาม องค์ประกอบรองส่วนท้องถิ่นจะต้องสนับสนุนกิจกรรม เทศกาล งานประเพณีที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเสน่ห์อันทรงคุณค่าของวิถีไทยเฉพาะถิ่น โดยเน้นการสร้างสรรคและพัฒนา การท่องเที่ยวในพื้นที่รอง กลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับ Destination Branding เพื่อคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง และดำเนินการสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกันทั้งการผลิตสื่อเผยแพร่ชิ้นงานโฆษณาตลอดจนการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนและ Blogger รวมถึงการเสนอขายร่วมกับพันธมิตรและผ่าน Online Travel Agent (OTA) เช่น Tralveloka Agoda และ Booking.com เป็นต้น

การพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่สามารถทำการตลาดได้อย่างยั่งยืน โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่ม Multigeneration Family และกลุ่ม Silver Age เสนอขายสินค้าการบริการทางการท่องเที่ยวที่บอกเล่าเรื่องราวชาวเชียงรายผ่านศิลปวัฒนธรรม และธรรมชาติที่สวยงามภายใต้แนวคิด Chaing R.A.I. (Relax, Art, Inspiration) โดยจัดและสนับสนุน Event ที่สะท้อนภาพลักษณ์พื้นที่ เช่น นิทรรศการศิลปะ มหกรรมชาติพันธุ์ เทศกาลดอกไม้ และร่วมกับพันธมิตรเสนอขาย กิจกรรม เส้นทางท่องเที่ยวใหม่ อาทิ เส้นทางชา กาแฟ เส้นทางศิลปวัฒนธรรม กิจกรรม Creative D.I.Y. รวมถึงการจัดโปรโมชั่นพิเศษ และการนำผู้ประกอบการเข้าร่วมงานส่งเสริมการขาย

การท่องเที่ยว Creative Tourism เพื่อผลักดันให้นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศเดินทางไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวรอง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (Creative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวแบบ Creative Tourism ในชุมชน โดยจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาด ผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์

จัดทำ Content เผยแพร่เรื่องราวแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อมวลชนและ Blogger และผลักดันให้เกิดการเสนอขายผ่านผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว และเสนอขายตรงกับนักท่องเที่ยว^๒

การออกแบบและพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในรูปแบบ Creative Tourism เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าในพื้นที่ท่องเที่ยวรองด้วยการสร้างสรรค์เรื่องราว (Content) บนรากฐานชุมชน ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในพื้นที่และการรับฟังเสียงของลูกค้า (Voice of Customer: VOC) รวมถึงจัดกิจกรรมพัฒนาแนวคิดชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำมาจัดทำแนวทางพัฒนาสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม และสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายได้ โดยเน้นสินค้าในพื้นที่ท่องเที่ยวรอง

นโยบายการพัฒนาประเทศไทย

การมุ่งเน้นทิศทางการแก้ไขปัญหาความยากจนในระยาวของประเทศ เพื่อต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในระดับรากหญ้าที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ การพัฒนาจะต้องได้รับความร่วมมือของชุมชน ผู้นำท้องถิ่น บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำกับดูแล การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องให้ทุกภาคส่วนที่เป็นเครือข่ายภาคีเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการวางแผนร่วมกัน เพื่อลดปัญหาช่องว่างในการพัฒนา การก้าวสู่สังคมร่วมสมัยที่จะต้องมีการบริหารจัดการให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก การมุ่งสร้างความสามัคคีในชุมชน ตลอดถึงสร้างความเข้มแข็งของสังคมในภาพรวมจึงมีความจำเป็นจะต้องให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การให้ความรู้กับชุมชน มุ่งสู่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยการยึดหลักการสมดุล

การพัฒนาประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)^๓ อยู่ในห้วงเวลาของการปฏิรูปประเทศเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานหลายด้านที่สั่งสมมานานท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และเชื่อมโยงกันใกล้ชิดมากขึ้นการแข่งขันด้านเศรษฐกิจจะเข้มข้นมากขึ้น สังคมโลกจะมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันมากขึ้นเป็นสภาพไร้พรมแดนการพัฒนา

^๒ แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒, (กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๒), หน้า ๘๕.

^๓ สำนักนายกรัฐมนตรี, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔), (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ), หน้า ๑.

เทคโนโลยีจะมีการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็วและจะกระทบชีวิตความเป็นอยู่ในสังคม และการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมากขณะที่ประเทศไทยมีข้อจำกัดของปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์เกือบทุกด้าน และจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาที่ชัดเจนขึ้นช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ นับเป็นจังหวะเวลาท้าทายอย่างมากที่ประเทศไทยต้องปรับตัวขนานใหญ่ โดยจะต้องเร่งพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีการวิจัย และพัฒนาและนวัตกรรมให้เป็นปัจจัยหลัก ในการขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกด้านเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยท่ามกลาง การแข่งขันในโลกที่รุนแรงขึ้นมากแต่ประเทศไทยมีข้อจำกัดหลายด้านอาทิคุณภาพคนไทยยังต่ำแรงงาน ส่วนใหญ่มีปัญหาทั้งในเรื่ององค์ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ สังคมขาดคุณภาพและมีความเหลื่อมล้ำที่เป็นนำเสนอุปสรรคต่อการยกระดับศักยภาพการพัฒนาโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมสูงวัยส่งผลให้ขาดแคลนแรงงาน

ประชากรจะเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ภายในสิ้นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมก็ร่อยหรอเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นทั้งต้นทุนในเชิงเศรษฐกิจและผลกระทบร้ายแรงต่อคุณภาพชีวิตประชาชน ในขณะที่ยังการบริหารจัดการรัฐยังด้อยประสิทธิภาพ ขาดความโปร่งใส และมีปัญหาคอร์รัปชันเป็นวงกว้างจึงส่งผลให้การผลักดัน ขับเคลื่อนการพัฒนาไม่เกิดผลสัมฤทธิ์เต็มที่บางภาคส่วนของสังคมจึงยังถูกทิ้งอยู่ข้างหลัง

หลักการสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔)

การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) จะมุ่งบรรลุเป้าหมายในระยะ ๕ ปี ที่จะสามารถต่อยอดในระยะต่อไปเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาระยะยาวตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี โดยมีหลักการสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ดังนี้

๑. ยึด “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ต่อเนื่องมาตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๙ เพื่อให้เกิดบูรณาการการพัฒนาในทุกมิติอย่างสมดุลผสมผสาน มีความพอประมาณ และมีระบบภูมิคุ้มกันและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี ซึ่งเป็นเงื่อนไขจำเป็นสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยมุ่งเน้นการพัฒนาคนให้มีความเป็นคนที่สมบูรณ์ สังคมไทยเป็นสังคมคุณภาพ สร้างโอกาสและมีที่ยืนให้กับทุกคนในสังคมได้ดำเนินชีวิตที่ดีมีความสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์ ในขณะที่ระบบเศรษฐกิจของประเทศก็เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องมีคุณภาพ และมีเสถียรภาพ การกระจายความมั่งคั่งอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

เป็นการเติบโตที่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ ชุมชนวิถีชีวิต ค่านิยม ประเพณี และวัฒนธรรม

๒. ยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาวะที่ดีสำหรับคนไทย พัฒนาคนให้มีความเป็นคนที่สมบูรณ์มีวินัย ใฝ่รู้ มีความรู้ มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติ ที่ดี รับผิดชอบต่อสังคม มีจริยธรรมและคุณธรรม พัฒนาคนทุกช่วงวัย และเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคม ผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพรวมถึงการสร้างคนให้ใช้ ประโยชน์และอยู่กับสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูล อนุรักษ์ พื้นฟู ใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม

๓. ยึด “วิสัยทัศน์ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี” มาเป็นกรอบของวิสัยทัศน์ประเทศไทยใน แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนามาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือเป็นคติพจน์ประจำชาติว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยที่วิสัยทัศน์ดังกล่าวสนองตอบต่อผลประโยชน์แห่งชาติ ได้แก่ การมีเอกราช อธิปไตย และ บูรณภาพแห่งเขตอำนาจรัฐ การดำรงอยู่อย่างมั่นคงยั่งยืนของสถาบันหลักของชาติ การดำรงอยู่อย่าง มั่นคง ของชาติและประชาชนจากภัยคุกคามทุกรูปแบบ การอยู่ร่วมกันในชาติอย่างสันติสุขเป็นปึกแผ่น มีความมั่นคงทางสังคมท่ามกลางพหุสังคมและการมีเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ความ เจริญเติบโตของชาติ ความเป็นธรรมและความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ความยั่งยืนของฐาน ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมความมั่นคงทางพลังงานอาหารและน้ำ ความสามารถในการรักษา ผลประโยชน์ของชาติภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถานะแวดล้อมระหว่างประเทศ และการอยู่ร่วมกัน อย่างสันติ ประสานสอดคล้องกันด้านความมั่นคงในประชาคมอาเซียน และประชาคมโลกอย่างมีเกียรติ และศักดิ์ศรีประเทศไทยไม่เป็นการของโลกลสามารถเกื้อกูลประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจด้อยกว่า

๔. ยึด “เป้าหมายอนาคตประเทศไทยปี ๒๕๗๙” ที่เป็นเป้าหมายในยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี มา เป็นกรอบในการกำหนดเป้าหมายที่จะบรรลุใน ๕ ปีแรกและเป้าหมายในระดับย่อยลงมา โดยที่ เป้าหมายและตัวชี้วัดในด้านต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับกรอบเป้าหมายที่ยั่งยืน (SDGs) ทั้งนี้ เป้าหมาย ประเทศไทยในปี ๒๕๗๙ ซึ่งเป็นที่ยอมรับร่วมกันนั้นพิจารณาจากทั้งประเด็นหลักและลักษณะของการ พัฒนาลักษณะฐานการผลิตและบริการสำคัญของประเทศ ลักษณะของคนไทยและสังคมไทยที่พึงปรารถนา และกลุ่มเป้าหมายในสังคมไทย โดยกำหนดไว้ ดังนี้ “เศรษฐกิจและสังคมไทยมีการพัฒนา อย่างมั่นคงและยั่งยืนบนฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน สังคมไทยเป็นสังคมที่เป็นธรรมมีความเหลื่อมล้ำน้อย คนไทยเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ เป็นพลเมืองที่มีวินัยตื่นรู้ และเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตลอดชีวิตมีความรู้ มี

ทักษะและทัศนคติที่เป็นค่านิยมที่ดี มีสุขภาพร่างกาย และจิตใจที่สมบูรณ์ มีความเจริญเติบโตทางจิตวิญญาณ มีจิตสาธารณะ และทำประโยชน์ต่อส่วนรวม ความเป็นพลเมืองไทย พลเมืองอาเซียน และพลเมืองโลก ประเทศไทยมีบทบาทที่สำคัญในเวทีนานาชาติ ระบบเศรษฐกิจตั้งอยู่บนฐานของการใช้นวัตกรรมนาดีจิทัต สามารถแข่งขันในการผลิตได้และค้าขายเป็น ความเป็นสังคมประกอบการ มีฐานการผลิตและบริการที่มีคุณภาพและรูปแบบที่โดดเด่นเป็นที่ต้องการในตลาดโลกเป็นฐานการผลิตและบริการที่สำคัญ เช่น การให้บริการคุณภาพทั้งด้านการเงิน ระบบโลจิสติกส์ บริการด้านสุขภาพ และท่องเที่ยวคุณภาพ เป็นครัวโลกของอาหารคุณภาพและปลอดภัย เป็นฐานอุตสาหกรรมและบริการอัจฉริยะที่เป็นอุตสาหกรรมแห่งอนาคตที่ใช้นวัตกรรม ทุนมนุษย์ทักษะสูง และเทคโนโลยีอัจฉริยะ มาต่อยอดฐานการผลิต และบริการที่มีศักยภาพในปัจจุบันและพัฒนาฐานการผลิตและบริการใหม่ๆ เพื่อนำประเทศไทยไปสู่การมีระบบเศรษฐกิจ สังคม และประชาชนที่มีความเป็นอัจฉริยะ”

๕. ยึด “หลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำและขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่มผลิตภาพการผลิตบนฐานของการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม” แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ มุ่งเน้นการสร้างความสำเร็จเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีความครอบคลุมทั่วถึงเพื่อเพิ่มขยายฐานกลุ่มประชากรชั้นกลางให้กว้างขึ้น โดยกำหนดเป้าหมายในการเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ โอกาสทางสังคม และรายได้ของกลุ่มประชากรรายได้ต่ำสุดร้อยละ ๔๐ ให้สูงขึ้น นอกจากนี้การเพิ่มผลิตภาพการผลิตบนฐานของการใช้ภูมิปัญญาและพัฒนานวัตกรรมนับเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาในระยะต่อไปสำหรับทุกภาคส่วนในสังคมไทยโดยที่เส้นทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วนั้น กำหนดเป้าหมายทั้งในด้านรายได้ ความเป็นธรรม การลดความเหลื่อมล้ำและขยายฐานคนชั้นกลาง การสร้างสังคมที่มีคุณภาพและมีธรรมาภิบาล และความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

๖. ยึด “หลักการนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างจริงจังใน ๕ ปี ที่ต่อยอดไปสู่ผลสัมฤทธิ์ที่เป็นเป้าหมายระยะยาว” จากการที่แผนพัฒนาฯ เป็นกลไกเชื่อมต่อในลำดับแรกที่จะกำกับและส่งต่อแนวทางการพัฒนาและเป้าหมายในยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปีให้เกิดการปฏิบัติในทุกระดับและในแต่ละด้านอย่างสอดคล้องกัน แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ จึงให้ความสำคัญกับการใช้กลไกประชารัฐที่เป็นการรวมพลังขับเคลื่อนจากทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน และการกำหนดประเด็นบูรณาการของการพัฒนาที่มีลำดับความสำคัญสูง และได้กำหนดในระดับแผนงาน/โครงการสำคัญที่จะตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาได้อย่างแท้จริง รวมทั้งการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่มีความครอบคลุมหลากหลายมิติมากกว่าในแผนพัฒนาฉบับที่ผ่านมา มา ในการกำหนดเป้าหมายได้คำนึงถึงความ

สอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาวของยุทธศาสตร์ชาติและการเป็นกรอบกำกับเป้าหมายและตัวชี้วัดในระดับย่อยลงมาที่จะต้องถูกส่งต่อ และกำกับให้สามารถดำเนินการให้เกิดขึ้นอย่างมีผลสัมฤทธิ์ภายใต้กรอบการจัดสรรงบประมาณ การติดตามและประเมินผลการใช้จ่ายเงินงบประมาณแผ่นดินและการติดตามประเมินผลการปฏิบัติราชการรวมทั้งการพัฒนาระบบราชการที่สอดคล้องเป็นสาระเดียวกันหรือเสริมหนุนซึ่งกันและกัน แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ จึงกำหนดประเด็นบูรณาการเพื่อการพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางสำคัญประกอบการจัดสรรงบประมาณแผ่นดิน รวบรวมและกำหนดแผนงาน/โครงการสำคัญในระดับปฏิบัติ และกำหนดจุดเน้นในการพัฒนาเชิงพื้นที่ในระดับสาขาการผลิตและบริการและจังหวัดที่เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญในด้านต่าง ๆ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ การบริหารจัดการในภาครัฐการป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย

ยุทธศาสตร์ที่ ๗ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์

ยุทธศาสตร์ที่ ๘ การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ ๙ การพัฒนาภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ ๑๐ ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) เศรษฐกิจโลกยังอยู่ในช่วงของการฟื้นตัวจากปัญหาวิกฤตต่าง ๆ การแข่งขันในตลาดโลกจะรุนแรงขึ้นโดยที่ประเทศต่าง ๆ มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมมาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่เศรษฐกิจไทยขยายตัวต่ำกว่า

ศักยภาพมาต่อเนื่องหลายปีทั้งจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลกซบเซาและข้อจำกัดภายในประเทศเองที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวช้า ๕ ปีต่อจากนี้ไปจึงเป็นช่วงเวลาของการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยให้กลับมาขยายตัวได้สูงขึ้นโดยการเร่งการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ตามแผนที่วางไว้และสร้างบรรยากาศการลงทุนที่จูงใจให้ภาคเอกชนขยายการลงทุนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาเป้าหมายสำคัญ และขณะเดียวกัน ๕ ปี ต่อจากนี้เป็นช่วงของการปฏิรูปเศรษฐกิจในหลายด้านเพื่อวางพื้นฐานให้สามารถพัฒนาต่อ ยอดให้ประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงได้ภายในปี ๒๕๗๐ ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี โดยการใช้นวัตกรรมคุณภาพคน และการปรับปรุงด้านกฎระเบียบ และการบริหารจัดการที่ดีเป็นปัจจัยนำในการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนให้ความสำคัญกับการบริหารเศรษฐกิจมหภาคให้มีเสถียรภาพ เพิ่มประสิทธิภาพภาคการเงิน และดูแลวินัยทางการเงินและการคลังควบคู่กับการดำเนินยุทธศาสตร์สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจรายสาขาทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและขยายสาขาการผลิตและบริการใหม่ๆ สำหรับอนาคตการขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ จะเน้นการพัฒนาและใช้วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรมขั้นก้าวหน้าที่เข้มข้นมากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล การพัฒนาและยกระดับคุณภาพของกำลังคน และความคิดสร้างสรรค์ในการขยายฐานเศรษฐกิจและฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภาพของฐานการผลิตและบริการเดิมรวมทั้งการต่อยอดการผลิตและบริการเดิมโดยใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอัจฉริยะ นอกจากนั้นจะให้ความสำคัญกับการใช้ศักยภาพของทรัพยากรชีวภาพ การส่งเสริมการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่และการพัฒนาตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ การผสมผสานภาคบริการเข้ากับการค้าและการเตรียมความพร้อมของภาคบริการให้สามารถรองรับการแข่งขันที่เสรีขึ้น การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ผลิตได้ขายเป็น โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมาตรฐานสากลของสินค้าและบริการที่สูงขึ้นรวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมรวมทั้งพัฒนาระบบ และกลไก ตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสเศรษฐกิจให้คนในชุมชน และท้องถิ่นและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ

แนวทางการพัฒนาที่มีความสำคัญสูงและสามารถผลักดันสู่การปฏิบัติ

เพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อลดภาระการพึ่งพารายได้จากรัฐบาล เร่งถ่ายโอนภารกิจการจัดเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมบางประเภทที่รัฐบาลจัดเก็บให้แก่ท้องถิ่นเพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถกำหนดอัตราภาษีและวิธีจัดเก็บที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของแต่ละท้องถิ่น รวมทั้งเร่งรัดการถ่ายโอนภารกิจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยเฉพาะด้านสาธารณสุขและการศึกษา พร้อมทั้งเสริมสร้างศักยภาพให้แก่ท้องถิ่นให้มีความพร้อมในการดำเนินการกิจเพื่อให้ท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนงานพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรองของประเทศ

การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๑ สะท้อนให้เห็นจากรายได้การท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญหรือโดยเฉลี่ย ๒๕.๙ ล้านคนในระหว่าง พ.ศ. ๒๕๕๑ – ๒๕๕๘ ซึ่งส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและเป็นประโยชน์ต่อการจ้างงานในภาคบริการเกี่ยวเนื่อง อย่างไรก็ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบโดยตรงต่อแหล่งท่องเที่ยวทั้งในแง่ของสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ยังขาดประสิทธิภาพ ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความนิยมและแหล่งท่องเที่ยวรองที่เริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เกิดความเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็วจากการเติบโตที่ขาดความตระหนักถึงความสมดุลระหว่างแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและประชาชนในพื้นที่ ด้วยเหตุนี้การจัดทำแผนพัฒนาเพื่อฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวหลักและรองจึงเป็นมาตรการสำคัญเพื่อธำรงรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตานักท่องเที่ยวผ่านความสวยงามและอุดมสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเสริมสร้างขีดความสามารถให้เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในระยะยาว

- หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงมหาดไทย กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- กรอบระยะเวลาดำเนินการ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวรายสาขา

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางน้ำและทางรถไฟ
 สำคัญ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความแตกต่าง หลากหลายตามพฤติกรรมของ
 นักท่องเที่ยว รวมทั้งกระแสมโนทัศน์ของสังคม ด้วยเหตุนี้ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่จึงได้รับความนิยมเพิ่ม
 มากขึ้น อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นำการนวดแผนไทยและสปาเป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยว การ
 ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในส่วนของกิจกรรมประเพณีตลอดจนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ด้วย
 ความแตกต่างของรูปแบบกิจกรรม และปัจจัยสนับสนุนของการท่องเที่ยวแต่ละรายสาขา จึงมีความ
 จำเป็นต่อการจัดทำแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ
 โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้เกิดความสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวรายสาขาในประเทศไทยเพิ่ม
 มากขึ้น

- หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุขกระทรวง
 วัฒนธรรม กระทรวงคมนาคม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การปกครองท้องถิ่น ตลอดจนภารกิจ
 ของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวรายสาขาอื่น ๆ ที่น่าสนใจ

- กรอบระยะเวลาดำเนินการ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

แผนงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้น

สาระสำคัญ การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อแหล่ง
 ท่องเที่ยวที่มีขีดความสามารถในการรองรับที่จำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ด้วยเหตุนี้การส่งเสริมให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยว
 จึงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้างขึ้นดังนั้นควรจัดทำแผนพัฒนา
 ที่กำหนดแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม อัตลักษณ์
 ของพื้นที่ท่องเที่ยว และเกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจต่อชุมชนท้องถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย

- หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- กรอบระยะเวลาดำเนินการ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

สรุป เพื่อต้องการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในระดับรากหญ้าที่เป็นประชากรส่วน
 ใหญ่ของประเทศ การพัฒนาจะต้องได้รับความร่วมมือของชุมชน รองรับการพัฒนาขยายตัวด้านการท่องเที่ยว
 จึงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

๒.๓ ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงราย

ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคเหนือ จัดตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔)

๑. พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และความยั่งยืน มีธุรกิจบริการต่อเนื่องกับการท่องเที่ยว บริการสุขภาพและการศึกษาที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง
๒. พัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร และสร้างมูลค่าเพิ่มภายใต้แนวคิดเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ ควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
๓. พัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสมดุลแกระบบนิเวศ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
๔. พัฒนาระบบการดูแลสุขภาพรองรับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของภาคเหนือที่เร็วกว่าระดับประเทศ ๑๐ ปี

แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ๒ (เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน) ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๔

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ประตูการค้าสากล โดดเด่นวัฒนธรรมล้านนา สินค้าเกษตรปลอดภัย ประชาชนร่วมใจอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ”

พันธกิจ (Mission)

๑. ส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจ การค้าการลงทุน การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์เชื่อมโยงสู่สากลให้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น
๒. ส่งเสริมพัฒนาการและสร้างความเข้มแข็งให้ภาคเกษตร อุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่า
๓. พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม อารยธรรมแห่งล้านนาตะวันออก ดำรงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นอัตลักษณ์และสุขภาพ
๔. อนุรักษ์ พัฒนา และส่งเสริมการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความสมบูรณ์ ดำรงฐานทรัพยากรธรรมชาติและการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี

ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด (Strategic Issues)

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาสภาพแวดล้อมในการพัฒนาการค้า การลงทุน และโลจิสติกส์เชื่อมโยงกับต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภาคเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรปลอดภัยที่มีศักยภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาและสนับสนุนการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและสุขภาพ เพื่อเป็นการสร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ดำรงฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและพลังงานโดยมีส่วนร่วมของชุมชนสู่การเป็นกลุ่มจังหวัดสีเขียว

เมืองท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาเชื่อมโยงสู่ GMS และ AEC

จังหวัดเชียงรายมีที่ตั้งภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่น่าอยู่ มีทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียง ได้แก่

๑. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและสปา เช่น น้ำพุร้อนในพื้นที่อำเภอแม่จัน อำเภอเมือง อำเภอเวียงป่าเป้า และมีธุรกิจ สปาของเอกชนที่มีชื่อเสียงหลายแห่งในพื้นที่

๒ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ เช่น โบราณสถาน อำเภอเชียงแสนวัดพระแก้ว หมู่บ้านศิลปิน บ้านดำ วัดพระธาตุดอยตุง วัดร่องขุน หมู่บ้านชนเผ่าซึ่งอาศัยอยู่แบบดั้งเดิม

๓ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เช่น หมู่บ้านท่องเที่ยวชุมชน และ หมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ที่หลากหลาย การล่องแพ อุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า ดอยแม่สลอง ดอยตุง ล่องเรือในลำนํ้ากก/รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ อาทิ สนามกอล์ฟหลายสนามในพื้นที่ ซึ่งมีความพร้อมและเป็นที่ยอมรับของชาวไทยและต่างชาติ นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง(GMS) เช่น การท่องเที่ยวตามเส้นทาง R๓A,R๓B และการท่องเที่ยวลำนํ้าโขง เป็นต้น

การพัฒนาเพื่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย การศึกษาประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ตลอดจนการเข้าถึงวิถีชุมชนจะต้องอาศัยยุทธศาสตร์ของจังหวัดเชียงรายในการขับเคลื่อนเพื่อกำหนดทิศทางได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงแบบการศึกษาเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงในการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

เป้าประสงค์

๑. เพื่อสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า การลงทุน บริการ โลจิสติกส์ การเกษตร การท่องเที่ยว และวัฒนธรรม เชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดกลุ่มอาเซียน + ๖ และ GMS

๒. เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น โดยการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางหลัก ในการสร้างภูมิคุ้มกันในการสร้างคน สังคมที่มีคุณภาพ

๓. เพื่อสร้างสมดุลของระบบนิเวศและการพัฒนาเมืองให้น่าอยู่ เพื่อให้ประชาชนอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและมีคุณภาพ

๔. เพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนในพื้นที่ปกติและแนวชายแดน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การดำรงฐานวัฒนธรรมล้านนา เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพ

จังหวัดเชียงราย ได้กำหนดกล ยุทธที่สอดคล้อง กับประเด็น ยุทธศาสตร์นี้ไว้ ๓ กล ยุทธ ประกอบด้วย

๑) พัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดการเชื่อมโยงวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน GMS

๒) ส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วง Low Season พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มศักยภาพบุคลากรสู่สากล และ

๓) ส่งเสริมการเรียนรู้อนุรักษ์ และเผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณี สังคม และค่านิยมล้านนา เชื่อมโยงสู่การเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

๑. จังหวัดเชียงรายมีวัฒนธรรมประเพณีล้านนา ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่อ่อนช้อย และเป็นเอกลักษณ์

๒. จังหวัดเชียงราย มีองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะและประสบการณ์ในการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมที่สามารถเชื่อมโยงสู่ประชาคมอาเซียน

๓. จังหวัดเชียงรายมีศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมล้านนาที่เป็นเอกลักษณ์

๔. ประชาชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและมีความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรม

๕. มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศเพื่อนบ้านซึ่งทำให้ประชาชนมีการปรับตัวอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน

๑. ในยุคปัจจุบันเกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทำให้เยาวชนรุ่นใหม่เรียนรู้วัฒนธรรมที่ไม่ดี และไม่เหมาะสม

๒. สถานการณ์หมอกควันไฟป่าในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนเป็น ปัญหาที่กระทบต่อภาคการท่องเที่ยว ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนน้อยลง และยังเป็นอุปสรรคต่อสภาพการจราจรทางอากาศ

ประเด็นการพัฒนาที่สำคัญของจังหวัด

๑. พัฒนาเมืองหน้าด่านทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย
๒. ส่งเสริมการเชื่อมโยงและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข
๓. จังหวัดเชียงรายมีที่ตั้ง ภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่น่าอยู่ มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียง จึงทำให้จังหวัดเชียงรายต้องส่งเสริมการเป็นเมืองท่องเที่ยวทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

๑. พัฒนาระบบบริหาร จัดการการท่องเที่ยว

- ๑) การวางแผน และกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์
- ๒) การกำหนดขีดความสามารถในศักยภาพการท่องเที่ยว

๒. พัฒนาศักยภาพมัคคุเทศก์ และบุคลากร

- ๑) พัฒนามาตรฐานมัคคุเทศก์ท้องถิ่น/ผู้นำเที่ยวให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

๓. พัฒนาปัจจัย พื้นฐานด้าน ท่องเที่ยว/ทรัพยากร

- ๑) การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๔. พัฒนาแหล่งและกิจกรรมท่องเที่ยว

- ๑) การอนุรักษ์และนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศและสุขภาพที่เป็นอัตลักษณ์ของเชียงราย

๕. พัฒนารัฐกิจบริการการท่องเที่ยว

- ๑) ส่งเสริมธุรกิจด้านสุขภาพที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ
- ๒) ส่งเสริมและพัฒนา

๖. พัฒนาการตลาด และประชาสัมพันธ์

- ๑) การทำการตลาดกลุ่มท่องเที่ยวคุณภาพ

สรุป พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และความยั่งยืน มีธุรกิจบริการต่อเนื่องกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและชาติพันธุ์บริการสุขภาพและการศึกษา เพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อลดภาระการพึ่งพารายได้

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มกาแพในพื้นที่ตำบลาวี อำเภอแม่สรวย

โครงสร้างทางสังคม ระบบความสัมพันธ์ของสถาบันต่างๆ ในสังคม โดยมีการจัดระเบียบความสัมพันธ์ของกลุ่มคนที่มีบรรทัดฐานในสังคม เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ เพื่อให้คนในสังคมอยู่ด้วยกันอย่างสงบสุขสังคมที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมกันมีการติดต่อสัมพันธ์กันหรือปฏิสัมพันธ์กัน และมีจุดมุ่งหมายที่จะกระทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน และความสัมพันธ์ช่วยให้สมาชิกกลุ่มอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างสม่ำเสมอในช่วงเวลาหนึ่งที่ร่วมกันสร้างกิจกรรมในสังคม เพื่อการสร้างบรรทัดฐาน เอกลักษณ์ ร่วมกันให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตลอดจนมีการรับรู้ในการมีความสัมพันธ์ และกิจกรรมที่ร่วมกันอย่างสมัครใจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ทางกลุ่มได้ตั้งไว้ร่วมกัน

ความหมายของกลุ่ม หมายถึง การรวมตัวของคนตั้งแต่สองคนขึ้นไปแล้วมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างสม่ำเสมอในช่วงเวลาหนึ่ง มีบรรทัดฐานร่วมกัน และมีเอกลักษณ์เดียวกัน คน เหล่านี้ จะมีการรับรู้ในตนเองว่า พวกเขาขึ้นต่อกันและกันในอันที่ จะปฏิบัติการเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

พจนานุกรม ศัพท์ สังคมวิทยา^๔ ได้ให้ความหมายของกลุ่ม ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป ที่ได้สร้างแบบอย่างของกระทำระหว่างกันทางจิตขึ้น กลุ่มหรือหมู่คณะนี้ เป็นที่ยอมรับว่าเป็นองค์ภาวะอย่างหนึ่ง ทั้งโดยสมาชิกกลุ่มเองและตามปกติ โดยผู้อื่นด้วย ทั้งนี้เพราะกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมรวมในแบบฉบับเฉพาะของตนเอง

วินิจ เกตุขำ และคมเพชร ฉัตรศุภกุล ได้สรุปความหมายของคำว่ากลุ่มในทางจิตวิทยาไว้ว่า กลุ่ม หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมกัน โดยมีการติดต่อสัมพันธ์กัน หรือปฏิสัมพันธ์กัน และมีจุดมุ่งหมายที่จะกระทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน และความสัมพันธ์นี้ จะช่วยให้สมาชิกกลุ่มอยู่ร่วมกันได้ในระดับที่พอดี

Martin E. Shaw ก็ได้ให้ความหมายของกลุ่มไว้ในทำนองเดียวกันว่า กลุ่ม คือ บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งบุคคลแต่ละคนจะมีอิทธิพลต่อเพื่อนในกลุ่ม และจะได้รับอิทธิพลจากเพื่อนในกลุ่มด้วยเช่นกัน

Dorwin Cartwright and Alvin Zander ได้สรุปคุณลักษณะของกลุ่มไว้ว่า เมื่อคนมารวมกันเป็นกลุ่ม จะต้องมียุทธศาสตร์ใดลักษณะหนึ่งหรือหลายลักษณะต่อไปนี้เกิดขึ้น คือ

- (ก) จะต้องมีการปฏิสัมพันธ์กันเสมอ
- (ข) แต่ละคนจะถือว่าตนเองเป็นสมาชิกกลุ่ม
- (ค) แต่ละคนในกลุ่มจะยอมรับกันเป็นสมาชิกกลุ่ม

^๔ พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน) , ๒๕๕๗, หน้า ๑๑

- (ง) มีปทัสสถานร่วมกัน
- (จ) แต่ละคนจะมีบทบาทที่ชัดเจน
- (ฉ) มีการเลียนแบบลักษณะบางอย่างที่ตนเองคิดว่าเหมาะสมจากสมาชิกในกลุ่ม
- (ช) สมาชิกมีความคิดว่ากลุ่มจะต้องให้ผลประโยชน์ต่อสมาชิก
- (ซ) สมาชิกจะแสวงหาเป้าหมายร่วมกัน
- (ฌ) มีการรับรู้ความเป็นเอกภาพของกลุ่มร่วมกัน และ
- (ญ) สมาชิกกลุ่มจะปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของกลุ่ม

Richard M. Hodgetts ได้ให้ความหมายของกลุ่มไว้อีกแนวคิดหนึ่งว่า กลุ่ม คือ หน่วยทางสังคมที่ประกอบด้วยบุคคลที่มีอิสระเป็นตัวของตัวเอง ตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมกันมี ปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

สรุป การจัดระเบียบความสัมพันธ์ของกลุ่มคนที่มีบรรทัดฐานในสังคม เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ เพื่อให้คนในสังคมอยู่ด้วยกันอย่างสงบสุขสังคม ช่วยให้สมาชิกกลุ่มอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างสม่ำเสมอในช่วงเวลาหนึ่งที่ร่วมกันสร้างกิจกรรมในสังคม เพื่อการสร้างบรรทัดฐาน เอกลักษณ์ ร่วมกันให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

๒.๕ แนวคิดเรื่องการตลาด

แนวคิดมุ่งตลาด (The Marketing concept) มุ่งเน้นลูกค้า และแสวงหากำไรจากความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพกว่าคู่แข่ง แนวคิดทางด้านลูกค้า(The Customer concept) เน้นความต้องการส่วนตัวเฉพาะลูกค้าแต่ละราย สร้างคุณค่าสัญญาว่าลูกค้าได้รับสิ่งที่ดีที่สุดตลอดชีพ สร้างความภักดีต่อบริษัท

ฟิลลิป คอตเลอร์ ความสำคัญของฟิลลิป คอตเลอร์ในศาสตร์การตลาดฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) เกิดเมื่อปีค.ศ.๑๙๓๑ จบการศึกษาระดับปริญญาโทจากมหาวิทยาลัยชิคาโก (University of Chicago) และปริญญาเอกจากสถาบันเทคโนโลยีแห่งรัฐแมสซาชูเซตส์ (MIT) ทางด้านเศรษฐศาสตร์ และการศึกษาขั้นสูงกว่าปริญญาเอกทางด้านคณิตศาสตร์ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และทางด้านวิทยาศาสตร์ทางพฤติกรรม (Behavioural Science) ที่มหาวิทยาลัยแห่งรัฐชิคาโกขณะนี้ เป็นอาจารย์ประจำที่มหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์น (Kellogg Graduate School of Management) ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้นำเสนอการนำหลักการตลาดทั้งหลายไปประยุกต์ใช้ในโลกปัจจุบัน ทั้งทางด้านธุรกิจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business) รูปแบบทางการตลาดขององค์กรและคุณค่าต่อลูกค้าและ

เป็นที่ปรึกษาในด้านของการวางแผนและกลยุทธ์ทางการตลาด การวางแผนองค์กรทางด้านการตลาดและการตลาดระหว่างประเทศ ให้กับบริษัทเช่น ไอบีเอ็ม (IBM) เจเนอรัลอิเล็กทริก (General Electric) เอทีแอนด์ที (AT&T) ฮันนีเวลล์ (Honeywell) ธนาคารแห่งชาติอเมริกา (Bank of America) สายการบินสวิสแอร์ (SAS Airlines) บริษัทมิชลิน (Michelin) โมโตโรลลา (Motorola) และบริษัทฟอร์ด (Ford)

ประการแรก ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) เขาเป็นผู้ที่เปลี่ยนการอธิบายทางด้านการตลาด จากกิจกรรม (activity) ไปสู่การให้ความสำคัญที่การสร้างความสำเร็จว่า การตลาดคืองานทางด้านการผลิต (work of production) ประการที่สอง ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้ต่อยอดความคิดของ ปีเตอร์ เอฟ. ดรักเกอร์ (Peter F. Drucker) ในการเปลี่ยนความคิดทางการตลาดจากเดิมมุ่งเน้นที่ราคา และการกระจายสินค้า (price and distribution) ไปสู่การเน้นที่พบความต้องการของลูกค้า (meeting customers's need) และประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์และบริการ (benefits receives from a product or service) และ ประการสุดท้าย ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) เป็นผู้ขยายขอบเขตของการตลาดให้กว้างขึ้น จากการรับรู้เดิมในมิติของการตลาดว่า เกี่ยวข้องสัมพันธ์ขบวนการสื่อสารและแลกเปลี่ยน (process of communication and exchange) หากแต่ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้ขยายกรอบความคิดเหล่านี้ให้ได้เห็นว่าการตลาดนั้น สามารถเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับเรื่องอื่นใดที่ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจได้เช่นกัน อาทิเช่น การกุศล พรรคการเมือง เป็นต้น

ความหมายและขอบเขตของการตลาดตลาด (Market)

ความหมายของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) หมายถึง ที่ใดก็ตาม ทั้งที่เป็นสถานที่หรือไม่มีสถานที่ ที่มีอุปสงค์และอุปทาน ในสินค้า หรือบริการมาพบกัน จนทำให้เกิดราคาที่มาจากกลไกตลาด โดยเศรษฐกิจในระบบตลาดนี้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของราคา เช่น การที่ราคาลดลงโดยอัตโนมัติเมื่อมีการเสนอขายสินค้าเป็นต้น ทางด้านทฤษฎีนั้น เห็นว่า เศรษฐกิจในระบบตลาดที่แท้จริงนั้น จำเป็นต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้คือ ผู้ผลิตสินค้าที่มีขนาดเล็ก ผู้บริโภคจำนวนมาก รวมถึงมาตรการในการกีดกันการเข้าตลาดที่น้อย เงื่อนไขเหล่านี้ถ้ามีครบทั้งหมดจะถือว่าเป็นตลาดที่สมบูรณ์ซึ่งพบได้มากในโลกปัจจุบัน (Kotler, ๒๐๐๓, p.๑๑) คำตลาด จึงมีความหมายครอบคลุมถึงลูกค้าหลายกลุ่ม รวมทั้งตลาดที่มีตัวตนโดยลักษณะทางกายภาพ และตลาดที่ไม่มีตัวตนในกายภาพ (ตลาด Digital) ตลอดจนตลาดขนาดใหญ่ที่มีหลาย ๆ ตลาดย่อยซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์อยู่ในธุรกิจนั้น ขอบเขตของการตลาด (The Scope of Marketing) การตลาดเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ การส่งเสริม และการส่งมอบสินค้า หรือบริการให้กับผู้บริโภคและองค์กรการธุรกิจต่างๆ นักการตลาดมีหน้าที่กระตุ้นความต้องการ ซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัทตลอดจนรับผิดชอบต่อ

องค์ประกอบ

แนวคิดทฤษฎีทางการตลาดของผู้บริโภคสินค้าและบริการนั้น เป็นการตลาดที่มุ่งขายสินค้าและบริการ แต่ที่จริงแล้วการตลาดไม่จำเป็นต้องมุ่งไปทางทำกำไรเพียงอย่างเดียว อันที่จริงแล้วองค์กรใดๆ ที่ต้องเกี่ยวข้องกับสาธารณะก็ล้วนจำเป็นต้องใช้การตลาดเข้าช่วยทั้งนั้น แม้แต่องค์กรศาสนาซึ่งต้องการเผยแพร่ธรรมะให้ถึงชาวบ้าน แต่ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) เรียกสิ่งว่าเป็นการตลาดอย่างหนึ่งเช่นกัน ดังนั้นสามารถกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า การตลาดนั้น สามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่อะไรก็ได้ นับตั้งแต่สินค้าไปจนถึงความคิด ซึ่งเรียกกันว่าการตลาดเชิงสังคม (social marketing) เป็นการตลาดที่ไม่ได้มุ่งหวังกำไรแต่อยากปลูกฝังความคิดหรือพฤติกรรมบางอย่างที่เห็นว่าดีให้แก่ผู้บริโภค ประกอบด้วย ๖ แนวคิดดังนี้

๑.แนวคิดการผลิต (The Production Concept) นับเป็นแนวคิดที่เก่าแก่ที่สุดในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งใช้ได้ดีเมื่อมีความต้องการซื้อ มากกว่าความต้องการขาย และเน้นการปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้ต้นทุนต่ำลง เพื่อขายสินค้าในราคาต่ำกว่าคู่แข่ง แนวคิดนี้ถือว่า ผู้บริโภคนิยมสินค้าที่หาซื้อได้แพร่หลายทั่วไป และราคาถูก แนวคิดเช่นนี้มักถูกนำไปใช้ในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งผู้บริโภคมักจะสนใจตัวสินค้ามากกว่ารูปแบบ

๒.แนวคิดผลิตภัณฑ์ (The Product Concept) ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพมากกว่าราคา และในขณะเดียวกัน ผู้ผลิตเองก็เน้นไปที่การปรับปรุงพัฒนา ผลิตภัณฑ์อยู่เสมอแนวคิดนี้ถือว่าผู้บริโภคชอบสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุด อย่างไรก็ตามผู้ผลิตสินค้า หรือ บริการที่ใช้แนวความคิดนี้มักจะหลงใหลไปกับสินค้าของตน จนอาจมองข้ามความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค

๓.แนวคิดการขาย (The Selling Concept) ต้องมีการกระตุ้นการขายด้วยวิธีการในลักษณะต่างๆ เช่น ลดแลกแจกแถม เพื่อให้ซื้อมากขึ้น ปัจจุบันแนวคิดเช่นนี้มักจะถูกใช้ในสินค้าที่ขายยาก หรือไม่ได้อยู่ในความคิดที่จะซื้อเลย (unsought goods) ดังนั้นแนวความคิดนี้จึงมุ่งไปที่การขายเชิงรุก และความพยายามในการส่งเสริมการตลาด แนวความคิดนี้ตั้งข้อสันนิษฐานว่า ลูกค้ามีความเฉื่อยในการซื้อ หรือบางครั้งอาจรู้สึกต่อต้านการซื้อ ดังนั้นฝ่ายการตลาดจึงมีหน้าที่ต้องเกลี้ยกล่อมให้ซื้อ และเชื่อว่าบริษัท มีเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สามารถใช้กระตุ้นให้เกิดการซื้อ บริษัทที่ใช้แนวความคิดนี้ยกตัวอย่างเช่น บริษัท coca-cola โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ขายสินค้าได้มากขึ้น ขายให้ผู้คนจำนวนมากขึ้น ให้บ่อยขึ้น และให้ได้เงินมากขึ้น เพื่อให้ได้กำไรมากขึ้น

๔.แนวคิดมุ่งตลาด (The Marketing concept) แนวคิดนี้เกิดขึ้นเมื่อกลางปี ๑๙๕๐ ซึ่งแนวคิดต่างๆ ที่ผ่านมานั้นจะเป็นการผลิตแล้วขาย แต่แนวคิดมุ่งตลาดนี้ยึดหลัก มุ่งเน้นลูกค้าและแสวงหากำไรจากความพึงพอใจของลูกค้า มิใช่เป็นการตามล่าหาลูกค้า หรือการหาลูกค้าให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์แนวคิดการผลิตแนวคิดผลิตภัณฑ์และ แนวคิดการขาย นั้น มีข้อจำกัดสำหรับการใช้ ในปัจจุบัน กล่าวคือ แนวคิดการตลาดใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กร เริ่มต้นจากการตรวจสอบความ

จำเป็น และความต้องการต่างๆของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และนำเสนอสิ่งที่ต้องการนั้น โดยพยายามสร้างความพึงพอใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพกว่าคู่แข่ง ประสานกิจกรรมต่างๆที่จะกระทบต่อลูกค้ากลุ่มนั้นเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด

๕.แนวคิดทางด้านลูกค้า(The Customer concept) ส่วนแนวคิดทางด้านลูกค้าจะมุ่งเน้นความต้องการส่วนตัวเฉพาะลูกค้าแต่ละราย เพื่อเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อบริษัทตลอดจนสร้างคุณค่าที่ลูกค้าได้รับให้ตลอดชีพถ้าเป็นไปได้

๖.แนวคิดทางการตลาดเพื่อสังคม (The Societal marketing concept)แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม มีจุดเริ่มต้นเช่นเดียวกันกับแนวคิดการตลาดในรูปแบบอื่น

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

องค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (๔P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซนตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่นๆ หรือในแนวทางการประกอบธุรกิจ หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการ หรือดำเนินงานของกิจการ^๕ หรือแม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns)

ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policiesหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด

^๕ ญัฐ อธิรณไพบุลย์, ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง, (บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บริหารธุรกิจการตลาด), ๒๕๕๔. หน้า ๔๒.

(Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms)

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึงสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่ต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไร หรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่นนอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภของช่องทางที่นำเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า หรือ การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้า จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย และการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า ๔P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้างประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับลูกค้า ก็จะนำไปสู่การสร้างภาพพจน์ทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่นต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งขั้นหรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้คามรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิด ต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ

สรุป แสวงหากำไรจากความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การเปลี่ยนความคิด

ทางการตลาดจากเดิม มุ่งเน้นที่ราคา และการกระจายสินค้า ไปสู่การเน้นที่พบความต้องการของลูกค้า และประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์และบริการ

๒.๖ พฤติกรรมผู้บริโภค

เป็นการค้นคว้า หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการบริโภค ทั้งที่เป็นบุคคลกลุ่มบุคคล หรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อการบริโภคการเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ หรือเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วย การศึกษาค้นคว้าถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อ การตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อที่จะให้นักการตลาดทราบถึงความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภค (กมลรัตน์ สัตยาพิมล, ๒๕๕๒ ; นฤมล อติเรกโชติกุล, ๒๕๔๘) โดยสามารถหาคำถาม (๖Ws ๑H) ที่จะช่วยในการ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหา ๗ คำตอบ (๗Os)^๖

๑. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)
๒. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)
๓. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)
๔. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)
๕. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)
๖. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)
๗. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior role) หมายถึง บทบาทของ ผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาบทบาทพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดได้นำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยเฉพาะกลยุทธ์การโฆษณาและผู้แสดงโฆษณา (Presenter) ให้บทบาทใดบทบาทหนึ่ง เช่น ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้โดยทั่วไปมี ๕ บทบาทคือ

ผู้ริเริ่ม (Initiator)

ผู้มีอิทธิพล (Influence)

ผู้ตัดสินใจ (Decision)

^๖ ปรัชญา ปิยะรังสี, การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภคสุราโรงงานกับสุรากลั่นชุมชนใน จังหวัดเชียงใหม่, (บัณฑิตวิทยาลัย, เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร), ๒๕๕๔, หน้า ๕๓.

ผู้ซื้อ (Buyer)

ผู้ใช้ (User)

สรุป การคนคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายและการบริโภค ทั้งที่เป็นบุคคลกลุ่มบุคคล หรือองค์กรในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดได้นำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การโฆษณา การใช้สินค้าและการบริการของผู้บริโภค เพื่อที่จะให้นักการตลาดทราบถึงความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภค

๒.๗ แนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด

ความหมายของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ คือตลาดอร์ ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นการวางแผนการสื่อสารการตลาด เพื่อสื่อสารทั้งทางตรงและ ทางอ้อมกับผู้บริโภค เพื่อเข้าใจในตราสินค้าหรือแบรนด์นั้นๆ อีกทั้งเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ ผู้บริโภค โดยวิธีที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร อาทิ การโฆษณา การส่งเสริมการขายและ การประชาสัมพันธ์และแนะนำการสื่อสารแบบต่างๆ เหล่านี้มารวมกัน เพื่อให้การติดต่อสื่อสารมี ความสำเร็จสอดคล้องกลมกลืนและมีผลกระทบมากที่สุด โดยผ่านข่าวสารต่างๆ ดารา ทีปะปาล (๒๕๔๖) ให้ความหมายการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการว่าหมายถึง แนวความคิดของการสื่อสารการตลาดที่ผู้บริหารการตลาดได้วางแผนพัฒนาขึ้นมา โดยการนำเครื่องมือสื่อสารหลายๆ รูปแบบมาผสมผสานกัน อย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถส่งข่าวสารที่มีความ ชัดเจนสอดคล้องสัมพันธ์กันเป็นหนึ่งเดียวไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้เกิดผลตามที่มุ่งหวัง การสื่อสารการตลาดเชิง บูรณาการ โดยอ้างถึง American Association of Advertising Agencies (Four As) ซึ่งได้ให้ คำจำกัดความของ IMC ไว้ว่าเป็นแนวคิด การวางแผนการสื่อสารการตลาด ในการสร้างมูลค่าของการ วางแผนโดยการประเมินบทบาทและใช้วิธีการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์เป็นต้น ซึ่งการผสมผสานวิธีการเหล่านี้เข้าด้วยกันเพื่อทำให้เกิดความชัดเจนอย่างต่อเนื่อง

ปณิศา ลัญชันน (๒๕๔๘) ให้ความหมายการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการว่า หมายถึง กระบวนการ ติดต่อสื่อสารทางการตลาดเพื่อแจ้งข่าวสารจริงใจและเตือนความทรงจำแก่ตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับ สินค้าหรือบริการขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับข่าวสารเกิดทัศนคติที่ดีเกิดความ เชื่อถือ หรือพฤติกรรมการซื้อขาย ซึ่งถือเป็น P ตัวหนึ่งของส่วนประสมการตลาด สมวงศ์พงศ์สถาพร (๒๕๔๙) ให้ความหมายการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการว่าหมายถึง กระบวนการการพัฒนาและการ นำองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดรูปแบบต่างๆ ไปใช้ร่วมกัน เพื่อชวนเชิญโน้มน้าวให้ลูกค้า

กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนพฤติกรรมให้คล้อยตามคำเชิญชวนเหล่านั้นโดยใช้ สื่อทุกประเภทอย่างมีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ (๒๕๔๔) การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการหรือแบบครบวงจร หมายถึง การใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดหลายรูปแบบให้กลมกลืน ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์การขายโดยพนักงานขาย การตลาดทางตรง การจัดกิจกรรมพิเศษไปในประเด็นเดียวกัน เพื่อความชัดเจนตรงกันและส่งผลกระทบบที่มีประสิทธิภาพสูงสุดโดยเหมาะสมกับกลุ่ม ผู้บริโภค จากการศึกษาความหมายดังกล่าว สรุปว่าการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดทั้งหมดทุกชนิด ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การขายโดยพนักงาน ขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาดทางตรง เพื่อนำมาผสมผสานกันให้เป็น ข่าวสารที่มีความชัดเจนและเกิดพฤติกรรมการซื้อจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ขั้นตอนการนำ IMC ไปปฏิบัติ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (๒๕๔๕) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการนำการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ควรทำการศึกษาภาพรวมของขั้นตอนทั้งหมด จึงทำให้สามารถวางแผน ในการสร้างและดำเนินการของการสื่อสารได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งขั้นตอนในการทำการ สื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการแบ่งออกเป็น ๖ ขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มต้นจากการวางแผนจนนำไปสู่การ ปฏิบัติและควบคุมดังนี้

๑. กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและการดำเนินงานโดยธุรกิจต้อง กำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการมีอะไรบ้าง เช่น ต้องการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า ต้องการปรับตำแหน่งของสินค้าหรือต้องการปกป้องแก้ไข ภาพลักษณ์ของสินค้า เป็นต้น

๒. กำหนดเครื่องมือโดยการเลือกเครื่องมือการตลาดที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์นั้นๆ เช่น การใช้สื่อโฆษณาต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้การใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และ การใช้การส่งเสริมการขาย เพื่อให้การตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น เป็นต้น

๓. กำหนดระยะเวลาโดยพิจารณาถึงระยะเวลาและรักษาความต่อเนื่องในการใช้เครื่องมือ ทางการตลาดตามระยะเวลาให้เหมาะสมกับสินค้าโดยการจัดทำตารางในการดำเนินกิจกรรมแต่ละ ขั้นตอน เช่น ใช้การโฆษณาในการสร้างการรับรู้ในระยะแรกต่อมาใช้การส่งเสริมการขายโดยการแจก ตัวอย่าง หรือลดราคาพิเศษในช่วงแนะนำ เป็นต้น

๔. กำหนดงบประมาณโดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการทำกลยุทธ์การตลาดเป็นหลัก หลังจากนั้นจึงแบ่งตามประเภทสื่อที่ต้องการใช้เป็นพิเศษโดยกำหนดงบประมาณหลักก่อนจากนั้น จึงจัดสรรสำหรับสื่อแต่ละประเภทโดยละเอียด ๕. ตรวจสอบปรับปรุงและดำเนินการโดยนำเสนอต่อที่ประชุมเพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสม ของงบประมาณตามแผนงานที่กำหนด ซึ่งต้องสอดคล้องกับ

วัตถุประสงค์ ๖. ติดตามควบคุมและประเมินผลโดยต้องใช้เกณฑ์จากการกำหนดวัตถุประสงค์มาวัดวิธีการ ปฏิบัติงานว่าดำเนินงานไปตามแผนที่ได้วางไว้และได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังหรือไม่ ซึ่งสามารถวัดได้ จากสถิติที่ธุรกิจจัดทำขึ้น สำหรับการวัดทัศนคติของลูกค้าและความพึงพอใจต้องใช้การสอบถามจากลูกค้าโดยตรง ลักษณะการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ จากความหมายที่ได้ศึกษาในหัวข้อต่างๆ ไว้แล้ว

การสื่อสารการตลาด ดังนี้ ๑. การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเป็นกระบวนการในระยะยาวและต่อเนื่องในการพัฒนา แผนตามหลักการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการนั้น เป็นการพัฒนาเพื่อการสื่อสารการตลาดไม่ใช่เป็น เพียงการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เท่านั้น การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการจึงเป็น กระบวนการที่ต้องกระทำในระยะยาวและต้องอย่างต่อเนื่อง ๒. การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเป็นการสื่อสารเพื่อต้องการจงใจ ซึ่งต้องใช้การสื่อสาร หลายรูปแบบร่วมกันสิ่งสำคัญในการสื่อสาร เพื่อการจงใจนั้นไม่ใช่เพื่อสร้างให้เกิดการรู้จักการยอมรับ และการจดจำเท่านั้น แต่มีเป้าหมายเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมตามที่ธุรกิจต้องการด้วย ซึ่งเกิดจาก การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค ๓. เป้าหมายของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการโดยเน้นพฤติกรรมที่ต้องการให้เกิดขึ้นซึ่งไม่ใช่เพียงแค่การสร้างทัศนคติหรือการรับรู้ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเท่านั้น แต่จะต้องพิจารณาวิธีการสื่อสารตราสินค้าด้วย โดยเน้นว่าจะสามารถสร้างการสื่อสารตราสินค้า ได้นานเท่าใด ๔. เน้นทุกวิธีการสื่อสารตราสินค้าในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดตามหลักการสื่อสาร การตลาดเชิงบูรณาการโดยจะต้องครอบคลุมกิจกรรมที่ใช้สื่อทั้งหมดและกิจกรรมที่ไม่ใช้สื่อทั้งหมด เครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ เครื่องมือของการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการเป็นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่จะใช้ทุกรูปแบบของการ ติดต่อสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มนั้นหรือเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเปิดรับ

๑) การโฆษณา (Advertising) หมายถึง การให้ข้อมูล ข่าวสาร เป็นการสื่อสารจงใจผ่านสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ เพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมีพฤติกรรมคล้อยตามเนื้อหาสาระที่โฆษณา อันเอื้ออำนวยให้มีการซื้อหรือใช้สินค้าและบริการ ตลอดจนชักนำให้ปฏิบัติตามแนวความคิดต่างๆ ทั้งนี้ขอให้ผู้โฆษณาหรือผู้อุปถัมภ์จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการสื่ออื่นๆ และเป็น การใช้สื่อประเภทต่างๆ ที่สามารถส่งข่าวสารไปสู่ผู้รับสารได้อย่างทั่วถึงภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว การโฆษณาสามารถกระทำได้หลายรูปแบบ หลากหลายและสามารถกระทำได้หลายวิธีการ โฆษณาทุกชนิดจึงไม่เหมือนกัน แต่การโฆษณาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าใคร (who) คือกลุ่มบุคคลที่เรา ต้องการให้ข่าวสารการโฆษณาไปถึง จะทำการโฆษณาที่ไหน (where) จะใช้สื่อประเภทใด (which) และสิ่งที่ต้องการที่จะโฆษณาคืออะไร (what) เป็นต้น ลักษณะของการโฆษณา ๑. การโฆษณาเป็นการสื่อสารจงใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ โดยวิธีการพูดการเขียนหรือการสื่อความหมาย

ใดๆ ที่มีผลให้ผู้บริโภคเป้าหมายคิดค้อยตาม กระทำตามหรือเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมไปตามที่ผู้โฆษณาต้องการ ๒. การโฆษณาเป็นการจูงใจด้วยเหตุผลจริงและเหตุผลสมมติ หมายถึง การจูงใจโดยบอกคุณสมบัติที่เป็นประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และการจูงใจโดยใช้หลักการตอบสนองความต้องการ ด้านจิตวิทยา ๓. การโฆษณาเป็นการนำเสนอ สื่อสารผ่านสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ซึ่งสามารถเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการในระยะกว้างไกลได้สะดวกรวดเร็วที่สุด ไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง ไปสู่มวลชนอย่างรวดเร็ว เข้าถึงพร้อมกันและทั่วถึง ๔. การโฆษณาเป็นการเสนอขายความคิด สินค้าและบริการโดยใช้วิธีการจูงใจให้ผู้บริโภคเกิด ความพอใจเกิดทัศนคติที่ดีอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในการซื้อสินค้าหรือบริการที่เสนอขาย ๕. การโฆษณาต้องระบุผู้สนับสนุนหรือตัวผู้โฆษณา ซึ่งมีผลความเชื่อถือของผู้บริโภคสร้าง ความเชื่อมั่นและแสดงให้เห็นว่าเป็นการโฆษณาสินค้า (advertising) มิใช่เป็นการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) ๖. การโฆษณาต้องจ่ายค่าตอบแทนในการโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์วารสาร และนิตยสาร เป็นต้น ดังนั้นผู้โฆษณาจะต้องมีงบประมาณ เพื่อการโฆษณาสินค้าหรือบริการต่างๆ ด้วย องค์ประกอบของการโฆษณาจำแนกออกเป็น ๔ ประการ ได้แก่ ๑. ผู้โฆษณา (advertiser) คือ เจ้าของสินค้าหรือเจ้าของบริการ ซึ่งจะต้องประสานกับ งานด้านการตลาดของหน่วยงานนั้น โฆษณาทุกชิ้นจะต้องปรากฏตัวผู้โฆษณาให้ชัดเจนและผู้โฆษณา จะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทั้งหมด ๒. สิ่งโฆษณา (advertisement) คือ โฆษณาที่ทำสำเร็จรูปแล้วหรือสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ที่ประกอบด้วย ข้อความ รูปภาพ ซึ่งจะสื่อถึงสินค้าหรือบริการที่เห็นอยู่บนหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมถึงภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์และบทโฆษณาทางวิทยุ เป็นต้น ๓. สื่อโฆษณา (advertising) คือ สื่อที่ผู้โฆษณาเลือกใช้ในการเผยแพร่งานโฆษณาไปยัง กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น สื่อโฆษณาเป็นเครื่องมือสำคัญที่นำ โฆษณาไปยังกลุ่มผู้บริโภค สื่อโฆษณาแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ตามความเหมาะสมของสินค้าที่ต้องการ นำเสนอ นักโฆษณาแบ่งสื่อโฆษณาเป็น ๓ ประเภท คือ ๓.๑ สื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ (print Media) เป็นการโฆษณาโดยใช้ตัวหนังสือเป็น ตัวกลางถ่ายทอดความคิดไปสู่ประชาชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์ราย สัปดาห์นิตยสาร ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์คู่มือการใช้สินค้า แบบตัวอย่างสินค้า เป็นต้น ๓.๒ สื่อโฆษณาประเภทกระจายเสียงและแพร่ภาพ (broadcasting media) เป็นการ โฆษณาโดยใช้เสียง ภาพ หรือตัวอักษร ได้แก่ เสียงตามสาย วิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น ๓.๓ สื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ หมายถึง สื่อโฆษณาอื่นๆ นอกเหนือจากสื่อที่กล่าวแล้ว ข้างต้น เช่น ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต สื่อที่ใช้โฆษณาที่จุดขาย รวมถึงสื่อโฆษณานอกสถานที่ เช่น ป้ายโฆษณาที่ติดรถโดยสารประจำทางหรือรถแท็กซี่ แผ่นป้ายต่างๆ ที่ติดตั้งไว้ตามอาคารสูงๆ หรือตามสี่แยก หรือติดไว้ ณ ที่พักผู้โดยสาร ป้ายโฆษณารอบๆ สนามกีฬา เมื่อมีการแข่งขันกีฬานัด สำคัญๆ เป็นต้น ๔. กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (consumer) บุคคลทั่วไปที่รับสารเกี่ยวกับงานโฆษณา ซึ่งหากเกิดความรู้สึกถูกใจ ชื่นชมหรือ

ชอบสินค้าหรือบริการ จะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หรือบริการได้ในทางโฆษณากลุ่มผู้บริโภค เป้าหมายจะหมายถึงผู้ใช้สินค้าหรือบริการ

๒) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) หมายถึง รูปแบบการติดต่อสื่อสารจาก ผู้ส่งสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรง อาจเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งข่าวสารจะ สามารถรับรู้และประเมินผลจากผู้รับข่าวสารได้ทันทีการขายโดยพนักงานขายถือเป็นสื่อที่สำคัญมาก องค์ประกอบในการทำการตลาดโดยตรง ๑. ฐานข้อมูลของลูกค้า (database) การตลาดทางตรงถือเป็นการทำการตลาดโดยใช้ ฐานข้อมูล (database marketing) ซึ่งหมายถึงกระบวนการสร้างการเก็บรักษา และการใช้ฐานข้อมูล ของลูกค้าและฐานข้อมูลอื่น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสื่อสารและซื้อขาย ฐานข้อมูล เกี่ยวกับลูกค้าเป็น การเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างมีระบบเกี่ยวกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายให้เป็นปัจจุบัน สามารถเข้าถึง และนำไปใช้เพื่อจุดมุ่งหมายทางการตลาดได้หรือเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ข้อมูลของลูกค้า จึงควรประกอบด้วย รายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้า ชนิดของสินค้าและบริการที่ลูกค้า ซื้อทั้งในด้าน ปริมาณและราคาและสัญญาการซื้อขายในปัจจุบัน ๒. สื่อ (media) สื่อที่ใช้ในการทำการตลาดโดยตรง จะต้องเป็นสื่อประเภท direct responds คือ จะต้องให้ลูกค้าสามารถติดต่อกลับมา ยังบริษัทได้โดยง่าย ได้แก่ จดหมายตรง วิทยูเครื่องโทรสาร ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แคตตาล็อก ป้ายโฆษณา คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ความจำเป็นของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

ปณิศา ลัญชานนท์ (๒๕๔๘) ได้อธิบายถึงความจำเป็นของการใช้การสื่อสารการตลาด เชิงบูรณาการ ซึ่งมีรายละเอียดที่สำคัญสรุปได้ดังต่อไปนี้ ๑. สื่อที่ใช้มีความหลากหลายและมีความเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันมีการแบ่ง ตลาดออกเป็นส่วนย่อยๆ ทำให้การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด เพื่อที่จะเข้าถึงตลาดแต่ละกลุ่ม ต้องมีความหลากหลายและมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ๒. ราคาสื่อเพิ่มขึ้นในขณะที่จำนวนของผู้รับข่าวสารจากสื่อลดลง เนื่องจากสถานการณ์ การแข่งขันที่รุนแรงทำให้ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดสูงขึ้น เพราะจำนวนผู้รับ ข่าวสารหรือกลุ่มเป้าหมายลดลง ทำให้การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคลดลงด้วย ๓. ผู้บริโภคมีเวลาให้กับสื่อน้อยลง เนื่องจากการเผยแพร่ข่าวสารการตลาดในสื่อต่างๆ มีจำนวนมากทำให้การเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภค ลดลง เนื่องจากเกิดความสับสนและเบื่อหน่าย ซึ่งจะทำให้เกิดความสนใจในสื่อลดลงในที่สุด ๔. ช่องทางในการหาข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปโดยผู้บริโภคมีช่องทางในการแสวงหา ข่าวสาร เพื่อช่วยในการตัดสินใจเพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการรับข้อมูลจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ๕. ความเชื่อในสื่อลดลง เนื่องจากสื่อมีความหลากหลายทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อถ้อยใน สื่อลดลงเรื่อยๆ ภาพลักษณ์ของการโฆษณาเพียงอย่างเดียวจึงไม่เพียงพอต่อการสร้างความน่าเชื่อถือ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่นๆ มาผสมผสานกันด้วย ผลการดำเนินงานการสื่อสารการตลาด

บูรณาการ สมควร กวียะ (๒๕๔๗) ได้อธิบายถึงประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการสรุปได้ ดังนี้ ๑. ความต้องการของผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายโดยองค์กรจะต้องสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ ว่า สินค้าหรือบริการขององค์กรสามารถตอบสนองความต้องการได้ ๒. การรู้จักหรือตระหนักในตราสินค้าโดยองค์กรจะต้องสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักหรือ จดจำชื่อสินค้าหรือบริการได้ ๓. ทักษะติดต่อตราสินค้าโดยองค์กรต้องสื่อสารหรือจูงใจจนกระทั่งกลุ่มเป้าหมาย มีการเปลี่ยนแปลงความคิดว่าสินค้าหรือบริการขององค์กรมีคุณประโยชน์และคุ้มค่าในการซื้อ ๔. ความตั้งใจซื้อตราสินค้าโดยองค์กรต้องสื่อสารจูงใจจนกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อ หรือใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร ๕. ความพึงพอใจในการซื้อโดยองค์กรต้องสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจนรู้สึกถึงสินค้า หรือบริการขององค์กรมีความเหมาะสมทั้งในด้านคุณภาพและราคา ประโยชน์ของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (๒๕๔๕) ได้อธิบายถึงประโยชน์ของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ สรุปได้ดังนี้ ๑. ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์หรือตำแหน่งสินค้าให้เข้มแข็ง เนื่องจากความแตกต่างของ สินค้ามีน้อยลง ลูกค้ามองไม่เห็นความแตกต่างของสินค้าส่งผลให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าด้วยราคา เป็นหลัก ดังนั้นธุรกิจต้องสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นแก่สินค้าหรือบริการเพื่อให้เกิดความแตกต่าง ในสินค้าหรือบริการ โดยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดต่าง ๆ ๒. ช่วยเปลี่ยนแปลงและเสริมสร้างภาพลักษณ์ใหม่ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอาจ ส่งผลให้พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนไปโดยภาพลักษณ์เดิมของสินค้าอาจไม่ตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย จึงต้องมีการปรับตำแหน่งของสินค้าหรือบริการใหม่ ๓. ช่วยปรับทัศนคติและความรู้สึกที่ไม่ดีของลูกค้าที่มีต่อสินค้า เนื่องจากอาจเกิดปัญหาที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดหรือเกิดทัศนคติไม่ดีต่อสินค้าหรือองค์กรและการเปลี่ยนทัศนคติเป็น เรื่องยาก ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร เพื่อกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจ และปรับเปลี่ยนความรู้สึกมาเป็นกลางโดยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องหรือการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ แก่สินค้าหรือบริการ ๔. ช่วยรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างลูกค้ากับสินค้าโดยการใช้เครื่องมือทางการตลาดต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอยู่เสมอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่ถูกต้องอย่างต่อเนื่องและสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ซึ่งได้แก่การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการตลาด ทางตรง ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณาเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ เหล่านี้ผสมผสานเข้าด้วยกัน เพื่อให้เป็นการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

สรุป การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นการวางแผนการสื่อสารการตลาด เพื่อสื่อสารทั้งทางตรงและ ทางอ้อมกับผู้บริโภค เพื่อเข้าใจในตราสินค้า

๒.๘ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยวจากที่องค์กรสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้คือการท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางที่มีค่า ๓ คำ เป็นเงื่อนไขในการท่องเที่ยว คือ

๑.๑ การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทาง หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่ง ไปยังสถานที่หนึ่งโดยใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางไกลหรือไกลก็ได้

๑.๒ การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดหมายปลายทาง หมายถึง มีสถานที่ที่เลือก เดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้นมักมีสถานที่ที่มีความสวยงามทางทัศนียภาพมาก หรือเป็นสถานที่ที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่

๑.๓ การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดมุ่งหมาย หมายถึง มีจุดประสงค์ในการเดินทางไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ แต่มีความมุ่งหมายในการเดินทางอย่างอื่น โดยผู้เดินทางอาจมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่า ๑ อย่างก็ได้

การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินสนุกสนาน โดยที่นักเดินทางนั้นคือนักท่องเที่ยว การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจตามวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อทำการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำ ร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคมจนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและ ท่องเที่ยวตามแหล่งต่าง ๆ

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในปัจจุบันถือได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีความร่วมมือระหว่างประเทศในอันที่จะสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สาระสำคัญของระบบและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก ๑ ด้าน คือ ๑.ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ๒.บริการการท่องเที่ยว ๓.การตลาดท่องเที่ยว ซึ่งแยกกล่าวแต่ละประเด็น คือ แหล่งท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความที่เกี่ยวข้องบางส่วน ดังนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (๒๕๔๒)

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจและบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภท ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ดังนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (๒๕๔๒)

๑. การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นโดยปราศจากการเดินทางเห็นจะไม่ได้ การคมนาคมจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวจนกลายเป็นอุตสาหกรรม

๒. ที่พัก เมื่อมีการเดินทางก็จำเป็นต้องมีการพักแรม ซึ่งถือว่าอุตสาหกรรมที่พักเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมของที่ระลึก

๓. ร้านอาหารภัตตาคาร กิจกรรมร่วมที่ต้องเกิดในระหว่างที่นักท่องเที่ยวเดินทาง ยิ่งใหญ่หรือเป็นสถานที่ ที่มีวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม ที่น่าสนใจซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการท่องเที่ยวที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจแก่ผู้มาเยือน

๔. บริการนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ดำเนินการเกี่ยวกับการเดินทาง อำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยว

๕. สิ่งดึงดูดใจเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งสิ่งดึงดูดใจที่เป็นธรรมชาติ และที่มนุษย์ สร้างขึ้น

๖. ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง เป็นธุรกิจที่ทำรายได้สูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับ ธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

๗. ความปลอดภัย ก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญมากเช่นกัน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเป็นสรรพสิ่ง รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว แบ่งออกได้ ๒ ประเภท คือ

๑. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่ การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ การให้บริการการท่องเที่ยว

๒. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เหล่านี้ให้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ประกอบด้วย สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกายทรัพย์สินและการเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสริม หรือสนับสนุนเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

เป็นแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องประกอบด้วยด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างผสมผสานกันทั้งสถานที่ บรรยากาศ ภูมิประเทศ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญในการดึงดูดใจคนให้ชื่นชม สะดวก เดินทางไปมาง่าย ตลอดทั้งปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน

สรุปแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพองค์ประกอบสำคัญ ๓ ประการ ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อช่วยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินในเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งที่ท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบาย มีความสุข ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

รูปแบบการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

๑. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อ การรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

๒. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการเกษตรเป็นทรัพยากร ท่องเที่ยวหลัก สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว มีการจัดระบบการให้บริการไว้รองรับ นักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน และเป็นการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร รวมทั้งมีการวางแผนป้องกัน และแนวทางแก้ไข ปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ

๓. การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการชมหรือสัมผัส ศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ รวมทั้งงานเทศกาล ประเพณี ตลอดจนเที่ยวชมมรดกทางประวัติศาสตร์ ที่เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และศาสนสถาน สามารถแบ่งได้เป็นการท่องเที่ยว เชิงศิลปกรรม ประเพณี และแหล่งประวัติศาสตร์

๔. การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่น เป็นการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาการสัมผัส โดยตรงกับคนที่มีเชื้อชาติและภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากตัวนักท่องเที่ยว ไม่ใช่การสัมผัสผ่านสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม

๕. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อบำบัดโรค บำรุงสุขภาพกาย หรือสุขภาพจิต การออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬาเพื่อรักษาสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมย่อยของการเล่นกีฬาด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว

ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว ดังนี้ มนัส สุวรรณ และคณะ (๒๕๔๑)

การจัดการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมี เป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ยังต้องคำนึงถึงสภาพ ที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวจะ ดำเนินไปอย่างไร้ทิศทางและประสบความล้มเหลว

การจัดการท่องเที่ยว หมายถึง การวางแผนการท่องเที่ยว และดำเนินการให้เป็นไปตามแผน โดยมีการจัดองค์การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวก และการควบคุมอย่างเหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้พร้อมทั้งมีการประเมินผลการท่องเที่ยวด้วย

หลักการและแนวทางบริหารจัดการการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ควรจะมีรูปแบบการบริหารใน ๒ ระดับ คือระดับแนวนอนซึ่ง ประกอบด้วย หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐที่เกี่ยวข้อง และระดับแนวตั้ง คือ หน่วยงานของรัฐใน ส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น รวมทั้งองค์กรที่ไม่ใช่ของรัฐบาล แต่มีบทบาทสำคัญใน การเป็นตัวแทนปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวม และสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร แรงงาน ความรู้ ตามอำนาจของผู้คนในท้องถิ่นได้ ซึ่งการบริหารงานควรครอบคลุมในเรื่องต่าง ๆ

การที่การท่องเที่ยวของไทยมีมาตรฐานและสามารถแข่งได้ในระดับสากล ผู้บริหารจัดการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนควรต้องมอง การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและตระหนักถึงความเป็นอันหนึ่ง อันเดียวกันของระบบ เพราะทุกส่วนล้วนมีความสำคัญระบบการท่องเที่ยวไม่ใช่เป็นอุตสาหกรรม แต่เป็นระบบเริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย เหตุผลและแรงกระตุ้นแตกต่างกันไปจากนั้นจึงเริ่มหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แล้วจึง ตัดสินใจเดินทางจากที่อยู่เดิม โดยอาศัยการคมนาคมรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งไปยังจุดหมาย ปลายทาง และ ณ จุดหมายปลายทางแห่งนี้นักท่องเที่ยวเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากการเข้าร่วม กิจกรรมต่าง ๆ มากมาย การท่องเที่ยวมี ๒ ส่วน คือ

๑. เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน โดยนักท่องเที่ยวซื้อบริการจากภาคเอกชน

๒. ไม่มีการแลกเปลี่ยน ไม่ได้มีไว้เพื่อขาย แต่หากเป็นสาธารณสมบัติ เช่น ชายหาดที่สวยงาม คนไทยที่มีความเอื้ออาทร วัฒนธรรมไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์ สิ่งเหล่านี้อยู่นอกเหนือ การควบคุมของภาคเอกชน และเป็นส่วนที่ต้องแบ่งปันและใช้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและ เจ้าของบ้าน ซึ่งส่วนนี้ทำให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีลักษณะแตกต่างจากการขายสินค้าอื่น ๆ เพราะจะต้องมีการพึ่งพาอาศัยกัน ต้องอาศัยความร่วมมืออย่างใกล้ชิด การท่องเที่ยวจึงจะนำประโยชน์ไปสู่ทุกฝ่าย

สรุป ธุรกิจและบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภท ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการในการจัดการการท่องเที่ยวที่มี รูปแบบ การดำเนินการที่เหมาะสม

ภายใต้สภาพแวดล้อมของพื้นที่ มีเป้าหมายที่มีความสอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๙ ทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร (SWOT)

การวิเคราะห์

SWOT (Strengths Weaknesses Opportunities and Weaknesses – Analysis) หรือ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด เป็นเครื่องมือพื้นฐานที่ผู้บริหารทุกคนรู้จักในการวิเคราะห์องค์กร เนื่องจากการวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือที่สามารถใช้งานได้ง่ายและรวดเร็วในการวิเคราะห์ภาพรวมของสถานการณ์ขององค์กร โดยเน้นว่ากลยุทธ์จะต้องก่อให้เกิดความเหมาะสมระหว่างความสามารถภายใน (จุดแข็งกับจุดอ่อน) และสถานการณ์ภายนอก (โอกาสและข้อจำกัด) โดยในการวิเคราะห์ SWOT นั้นผู้บริหารจะต้องวิเคราะห์และพิจารณาว่าการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมภายนอก (ทั้งสภาวะแวดล้อมทั่วไป และสภาวะแวดล้อมของอุตสาหกรรมและการแข่งขัน) ก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดอย่างไรต่อองค์กรธุรกิจและในขณะเดียวกันก็ต้องวิเคราะห์ปัจจัย ภายในองค์กร ทั้งด้านบุคลากร ผู้บริหาร กิจกรรม สินค้าและบริการ โครงสร้าง ฯลฯ ปัจจัยประการใดที่เป็นจุดแข็งและปัจจัยใดที่เป็นจุดอ่อน โดย SWOT มาจากตัวย่อภาษาอังกฤษ ๔ ตัว ได้แก่

S = Strength หมายถึง จุดแข็งหรือจุดเด่นภายในองค์กร เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัทที่เป็นตัวผลักดันให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้

W = Weakness หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในเป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ของบริษัทที่ถ่วงมิให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้

O = Opportunity หมายถึง โอกาสจากภายนอกเป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายในที่จะช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้

T = Threat หมายถึง อุปสรรคซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกเป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกสิ่งกีดขวางภายนอกองค์กร ที่ทำให้องค์กรไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายในองค์กรธุรกิจทำให้ทราบถึงจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อนขององค์กร (Weaknesses) ซึ่งจะช่วยให้้องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาส (Opportunities) และหลบหลีกจากข้อจำกัด (Threats) ซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนยังช่วยระบุถึงจุดแข็งที่ถูกซ่อนอยู่และจุดอ่อนที่ถูกกลบเกลื่อน องค์กรธุรกิจจะต้องสามารถระบุปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดแข็ง

และจุดอ่อนได้เนื่องจากจุดแข็งนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นสิ่งซึ่งองค์กรมีอยู่ ทำหรือสามารถทำ ซึ่งดีกว่าคู่แข่ง จุดอ่อน คือ สิ่งซึ่งองค์กรมีหรือทำหรือไม่มีเลย ซึ่งในขณะที่คู่แข่งสามารถทำได้ดีกว่า การพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อนสามารถเปรียบเทียบได้กับปัจจัย ๓ ประการ

- ๑) ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีตขององค์กร (Past Performance)
- ๒) คู่แข่งขันที่สำคัญขององค์กร (Key Competitors)
- ๓) อุตสาหกรรมทั้งหมด - พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมทั้งหมด

จุดแข็งขององค์กรสามารถพิจารณาได้จากความสามารถ (Capabilities) ทรัพยากร (Resources) หรือปัจจัยอื่น ๆ ภายในองค์กรที่องค์กรมีเหนือกว่าคู่แข่ง รวมทั้งเป็นสิ่งที่ช่วยให้องค์กรได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น คุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีกว่าคู่แข่งการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เทคโนโลยีในด้านการผลิตที่เหนือกว่าหรือการบริการลูกค้าที่ดี เป็นต้นในขณะที่จุดอ่อนเป็นปัจจัยภายในขององค์กรที่องค์กรขาดหรือทำได้แย่กว่าคู่แข่ง และก่อให้เกิดความเสียเปรียบในการแข่งขัน เช่น คุณภาพของสินค้าที่บกพร่อง เทคโนโลยีที่ล้าหลังคู่แข่ง สถานะทางการเงินที่ไม่ดี ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่เข้มแข็งองค์กร ๆ หนึ่งอาจจะมีจุดแข็ง และจุดอ่อนมากมายหลายชนิด โดยที่จุดแข็งและจุดอ่อนแต่ละประการนี้ไม่จำเป็นจะต้องมีความสำคัญเท่าเทียมกันหมด จุดแข็งหรือจุดอ่อนบางประการขององค์กรอาจจะมีผลต่อการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันเหนือกว่าจุดแข็งหรือจุดอ่อนประการอื่นก็ได้ จุดแข็งบางประการ เช่น การมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่ดี อาจจะไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กรบางแห่งเท่ากับความสามารถในการวิจัย และพัฒนาขณะเดียวกันจุดอ่อนบางประการ เช่น การขาดแคลนพนักงานขาย อาจจะไม่มีการดำเนินการดำเนินงานขององค์กรเหมือนกับการขาดแคลนเงินสดหมุนเวียน ดังนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ผู้บริหารจะต้องพิจารณาด้วยว่าจุดแข็งหรือจุดอ่อนชนิดใดที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรมากน้อยเพียงใดนอกจากนี้ผู้บริหารจะต้องกำหนดกลยุทธ์โดยมีพื้นฐานมาจากสิ่งที่องค์กรสามารถทำได้ดีหรือมีจุดแข็ง และหลีกเลี่ยงกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ยังทำไม่ได้ดีหรือจุดอ่อนขององค์กรในขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมภายนอกส่งผลต่อองค์กรธุรกิจแต่ละแห่งในลักษณะที่แตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดโอกาสสำหรับองค์กรบางแห่งอาจจะกลายเป็นข้อจำกัดขององค์กรอื่น เช่น ความตื่นตัวในด้านการรักษาสุขภาพของคนไทย โดยวิธีการกินผักและผลไม้สด ย่อมส่งผลดีต่อผู้ประกอบการด้านสุขภาพ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นข้อจำกัดแก่ผู้จำหน่ายอาหาร และสินค้าอื่นที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพหรือถึงแม้องค์กรธุรกิจหลายแห่งอาจจะได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นคล้าย ๆ กัน แต่บางแห่งก็อาจจะได้รับประโยชน์มากกว่าแห่งอื่น เนื่องจากลักษณะที่แตกต่างกันขององค์กรธุรกิจ จากตัวอย่างเดิมความตื่นตัวในด้านสุขภาพของคนไทยก่อให้เกิดโอกาสกับองค์กรธุรกิจหลายชนิด เช่น ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้จัดจำหน่ายผักและผลไม้ ศูนย์ออกกำลังกาย ทวีร์สุขภาพ ฯลฯ แต่องค์กรธุรกิจเหล่านี้ก็จะได้รับ

ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นในลักษณะที่แตกต่างกันออกไปแล้วแต่ลักษณะของธุรกิจ และความสามารถของผู้บริหารในการที่จะกำหนดกลยุทธ์ให้ได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้น

สรุป กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในขององค์กร ปัจจุบันมีความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพโดยรวมของสถานการณ์สังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดจนความเหมาะสมในการหาวิธีการที่ทำให้องค์กรได้ขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ชัดเจน และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ SWOT ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหารระดับสูงหรือนักบริหารการตลาดสามารถกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาส และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร เพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมต่อไปได้

๒.๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประภาวี วงษ์บุตรศรี วิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มคนในชุมชนที่ทำงาน หรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จำนวน ๖๒ คน และ กลุ่มผู้นำชุมชนในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จำนวน ๑๒ คน โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่ใช้เป็นสถานที่ในการศึกษา คือ พระธาตุพนม อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม และ พระธาตุเชิงชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ ดังนี้ ๑. ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จากกลุ่มคนในชุมชน ๒. ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จากกลุ่มผู้นำชุมชน^๗ การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) กำหนดรูปแบบการพัฒนาคุณภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ๒) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ๓) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มีผลกระทบต่อการกลับมาท่องเที่ยว

^๗ ประภาวี วงษ์บุตรศรี, การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, (ราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, ๒๕๕๖), หน้า ๑๓๒.

ของนักท่องเที่ยว และ ๔) ศึกษาหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพในการจัดการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างมี คุณภาพในช่วงเทศกาล โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่เป้าหมาย ๒ แห่ง คือ พระธาตุพนม และพระธาตุ เชิงชุม จำนวน ๓๓๓ ตัวอย่าง และแบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนในชุมชน จำนวน ๖๒ ตัวอย่าง และผู้นำชุมชน จำนวน ๑๒ ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ยังใช้สถิติอ้างอิง t-Test F-Test Scheffe's method และ Discriminant Analysis ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดและการ จัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($X = ๓.๕๓$) โดยมี ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก ($X = ๓.๙๗$) และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความพึง พพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดและการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อการกลับมาของนักท่องเที่ยวมากที่สุดมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ ๓.๖๑๒ ทางด้านแนวทางในการเพิ่ม ศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวโดย ภาพรวมแล้วควรมีการพัฒนาและปรับปรุงทั้งด้านการบริการ และการจัดการโลจิสติกส์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การปรับปรุงทัศนียภาพการคมนาคมราคาสินค้า การจัดตั้ง ศูนย์บริการข้อมูล เพิ่มการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ จัดระเบียบพื้นที่จอดรถ ดูแลความสะอาดของ ห้องน้ำ จัดทำป้ายแนะนำขั้นตอนการ ให้บริการ ปรับปรุงสภาพถนนรวมทั้งการจราจรในช่วงเทศกาล การเพิ่มป้ายบอกทาง การติดตั้งตู้ ATM บริเวณใกล้แหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนให้คนในชุมชนมีรายได้จากการขายสินค้าให้นักท่องเที่ยว และการสนับสนุนคนในชุมชนให้เข้าใจ และร่วมมือร่วมใจในการสร้างเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

จักรินรัตน์ นิยมคำ การวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ปี ที่ ๓^๔ ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถทราบแนวทางการยกระดับศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่อย่างยั่งยืน โดยอาศัย

^๔ จักกรินรัตน์ นิยมคำ, การวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ปี ที่ 3, (เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, ๒๕๕๒), หน้า ๙.

แนวคิดการจัดการของนันทิยา หุตานวัตร และณรงค์ หุตานวัตร (๒๕๕๕) ที่เน้นการพัฒนาการบริหารจัดการ ๔ ด้าน คือ การบริหารจัดการด้านการผลิต การบริหารจัดการด้านการตลาด การบริหารจัดการด้านการเงินและบัญชี และการบริหาร จัดการด้านองค์กรการที่จะเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนสามารถรักษาฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของ ชุมชนได้โดยสามารถดึงเอาฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยไม่ได้ก่อให้เกิดการทำลายอัตลักษณ์สอดคล้องกับ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (๒๕๕๔) ระบุว่า การจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ประกอบไปด้วย มิติการพัฒนาด้านสังคม มิติการพัฒนาด้าน เศรษฐกิจ มิติการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการพัฒนาคนและสังคมให้เชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจ มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในขอบเขตที่คงไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพและสามารถพลิกพื้นที่ให้กลับสู่สภาพใกล้เคียงกับสภาพเดิมให้มากที่สุด สอดคล้องกับ ปัจจัยพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประวัติศาสตร์ที่สำคัญ คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์การสร้างองค์ความรู้ท้องถิ่น การสร้างการเรียนรู้และทำงานร่วมกันกับชุมชน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยว โดยแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม ดวงพรอ่อนหวานและคณะ(๒๕๕๔) ชุมชนประกอบไปด้วยคนหลากหลายทั้งคนในท้องถิ่น หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เข้ามามีบทบาทในการร่วม การพัฒนาในชุมชน

ศักดิ์ศรี มงคลอิทธิเวช การวิจัยเรื่องกระบวนการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อให้เป็นชุมชนน่าอยู่ :กรณีศึกษาบ้านสบยาบ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย^๔ การศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อให้เป็นชุมชนน่าอยู่ : กรณีศึกษาบ้านสบยาบ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนบ้านสบยาบเป็นชุมชนน่าอยู่ โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยศึกษาบริบทของชุมชนที่เอื้อให้ชุมชนเข้มแข็งมีศักยภาพ และการดำเนินการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการเป็นชุมชนน่าอยู่ โดยผ่านกิจกรรมที่สำคัญ ๓ ประการ คือ ๑) การวิจัย (Research) ๒) การพัฒนาศักยภาพ (Capacity Building) ๓) การปฏิบัติจริง (Practice) มีภาคีที่ทำงานร่วมกัน ๓ ฝ่าย คือ ผู้วิจัย (Researcher) ชุมชนนักปฏิบัติ/ผู้นำชุมชน (Practitioner) ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลประจักษ์บ้าน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ประธานกลุ่มแม่

^๔ ศักดิ์ศรี มงคลอิทธิเวช, การวิจัยเรื่องกระบวนการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อให้เป็นชุมชนน่าอยู่ : กรณีศึกษา บ้านสบยาบ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย, (เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๒), หน้า ๗๙.

บ้าน ประธานกลุ่มผู้สูงอายุ ประธานกลุ่มหนุ่มสาว และกลุ่มปอกบ้าน สวนตัวแทนภาครัฐที่มีบทบาทเป็นที่ปรึกษา(Consultant) ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในพื้นที่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมีกระบวนการพัฒนาดังนี้ ๑) การมองเป้าหมายร่วมกัน โดยการจัดประชุมชาวบ้าน และจัดกิจกรรมการสร้างวิสัยทัศน์ และเป้าหมายร่วมกัน ๒) การสร้างโครงสร้าง/กลไกพื้นฐานเพื่อการพัฒนาชุมชนแห่งการเรียนรู้ โดยกิจกรรมเดินสำรวจและกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อค้นหาพื้นฐานในการพัฒนาชุมชนแห่งการเรียนรู้ ๓) การทำโครงการร่วมกัน โดยการทำแผนชุมชน และการติดตามประเมินผล การดำเนินงานร่วมกันระหว่างทีมผู้วิจัยและตัวแทนภาคประชาชน

ภัทรา แจ่มใจเจริญ การวิจัยเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา ชุมชนโอหังมาจิหมู่บ้านชिरาคาวาโก จังหวัดกิฟุ ประเทศญี่ปุ่น^{๑๐} ผู้วิจัยมุ่งสำรวจผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนโอหังมาจิ โดยได้รวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสำรวจภาคสนาม สามารถอธิบายผลกระทบและแนวทางการจัดการต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวของชุมชน โอหังมาจิได้ดังต่อไปนี้ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้วยภูมิประเทศที่อยู่ในหุบเขาล้อมรอบด้วยภูเขาสูงทำให้ชุมชนโอหังมาจิเป็นพื้นที่ที่ยาก ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม หลายพื้นที่ในบริเวณโดยรอบเคยถูกทิ้งร้าง แต่การจัดการการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมส่งผลให้ชุมชนโอหังมาจิสามารถรักษาสถานะและนำการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจของชุมชน แต่อย่างไรก็ดีชุมชนก็ได้รับผลกระทบเชิงลบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน โดยมี รายละเอียดดังต่อไปนี้ การสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับชุมชน จากความสำเร็จในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทำให้ชาวบ้านใน ชุมชนหันมาประกอบธุรกิจท่องเที่ยว จำนวนร้านค้าที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มมากขึ้นมีเพียงที่พักแบบมินิบูตที่น้อยลงเนื่องจากไม่สามารถขออนุญาตขึ้นทะเบียนเพิ่มเติมได้ จากข้อมูลทางเศรษฐกิจของหมู่บ้านชिरาคาวาโก พบว่า โดยร้อยละ ๒๖.๒ ของ การจ้างงานในหมู่บ้านมาจากธุรกิจที่พักและร้านอาหาร และร้อยละ ๑๓.๙ ของการจ้างงานมาจาก ร้านค้าขายปลีก เป็นต้น กล่าวคือประมาณร้อยละ ๔๐ ของการจ้างงานใน ๑๖ ชุมชนของหมู่บ้านชิ ราคาวาโกเกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนโอหังมาจิโดยตรง อีกด้านจากการสำรวจภาคสนามของผู้วิจัยพบว่า ลักษณะการประกอบ กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนโอหังมาจิ ยังขาดความสร้างสรรค์และความน่าดึงดูดใจ และ

^{๑๐} ภัทรา แจ่มใจเจริญ, การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา ชุมชนโอหังมาจิหมู่บ้านชิ ราคาวาโก จังหวัดกิฟุ ประเทศญี่ปุ่น, (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔), หน้า ๑๑๒.

อุปาทานในการให้บริการนักท่องเที่ยวนั้นยังไม่เพียงพอกล่าว คือ จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวันมีมากกว่าจำนวนประชากรทั้งหมด ๕ เท่า จากการสำรวจในชุมชนและการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวพบว่า ร้านอาหารและร้านของที่ระลึกในชุมชนขายสินค้าคล้ายคลึงกัน เช่น ร้านอาหารส่วนใหญ่จะเป็นร้านโซบะโดยใช้เส้นโซบะสำเร็จรูป แต่ละร้านมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าคิวรอรับประทานอาหารแต่คุณภาพของอาหารยังไม่เป็นที่น่าประทับใจ นักท่องเที่ยวหลายคนไม่ทราบว่าอาหารท้องถิ่นหรือ อาหารขึ้นชื่อของชุมชนคืออะไร (การสัมภาษณ์ เสาวลักษณ์ แจ่มใจเจริญ, วสุมล บุญยเกียรติ, Makiko Kitahara, ๒๐๑๓) และของที่ระลึกที่ขายในชุมชนนั้นส่วนใหญ่รับมาจากเมืองทาคายามาและเมืองใกล้เคียง ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ถูกดึงดูดในการเลือกซื้อ (การสัมภาษณ์ Yufuko Komatsu, Junko Ito, ๒๐๑๓) แม้ชุมชนมีโอกาสทางธุรกิจคือมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชนเป็นจำนวนมาก แต่ อัตราการเติบโตรายได้ในหมู่บ้านนั้นไม่ได้เติบโตตามในระดับที่เท่าที่ควร จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า ในปีค.ศ. ๒๐๐๙ มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในหมู่บ้านมากขึ้นจากปีค.ศ. ๑๙๙๖ ถึงร้อยละ ๗๐ แต่รายได้จากการให้บริการเพิ่มขึ้นเพียง ร้อยละ ๓๗ และการขายสินค้าต่าง ๆ เพียงร้อยละ ๑๑ ดังนั้นเองการพัฒนาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอาจช่วยสร้างรายได้และเพิ่ม ประสิทธิภาพที่ดีต่อเศรษฐกิจของชุมชนโอฮิงมาจิและหมู่บ้านชิราคาวาโกได้

นุชนางค์ ชุมดี วิจัยเรื่องการตั้งถิ่นฐานและพัฒนารวมของชุมชนโบราณในเขตเมืองเชียงใหม่ระหว่างพุทธศตวรรษที่ ๑๙-๒๔^{๑๑} เวียงเหล็กหรือเวียงศูนย์กลางในด้านต่าง ๆ เช่น การปรับปรุงกำแพงเมืองและจัดการระบบชลประทาน และการปฏิสังขรณ์วัด เป็นต้น ทั้งนี้เป็นไปเพื่อการสร้างความมั่นคงแข็งแรงให้กับเมืองเชียงใหม่ในฐานะศูนย์กลางแห่งอำนาจของพม่าจากการศึกษา การตั้งถิ่นฐานและพัฒนารวมของชุมชนโบราณในเขตเมืองเชียงใหม่ระหว่างพุทธศตวรรษที่ ๑๙-๒๔ ได้สะท้อนให้เห็นว่าเมืองเชียงใหม่ได้อาศัยศักยภาพทั้งในด้านทำเลที่ตั้ง และความสัมพันธ์ของชุมชนโบราณต่าง ๆ ๒๑ แห่งที่กระจายอยู่ตามลำน้ำสายต่าง ๆ ในเขตที่ราบลุ่มเชียงใหม่ เพื่อก่อให้เกิดเมืองเชียงใหม่ที่มีความสำคัญในทางการเมืองการปกครอง และเศรษฐกิจ ในท่ามกลางบริบททางประวัติศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลง เช่น อิทธิพลทางเศรษฐกิจ และการเมืองการปกครอง

^{๑๑} นุชนางค์ ชุมดี, การตั้งถิ่นฐานและพัฒนารวมของชุมชนโบราณในเขตเมืองเชียงใหม่ระหว่างพุทธศตวรรษที่ ๑๙-๒๔, (เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๙), หน้า ๘๙.

ผลจากการศึกษา พบว่า ก่อนการสร้างเมืองเชียงใหม่ในพุทธศตวรรษที่ ๑๙ มีเมืองเกิดขึ้นในบริเวณที่ราบลุ่มเชียงใหม่แล้ว ด้วยปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบ ๒ ประการ ได้แก่ (๑) การผสมผสานและความต่อเนื่องทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนระหว่างกลุ่มคนดั้งเดิม และกลุ่มที่เข้ามาอยู่ใหม่ (๒) ทำเลที่ตั้งที่เอื้ออำนวย เช่น การตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขงเป็นเส้นทางคมนาคมในการติดต่อแลกเปลี่ยนกับชุมชนอื่น ๆ มีที่ราบกว้างขวางเอื้อต่อความอุดมสมบูรณ์ของผลิตผลทางการเกษตรกรรมในช่วงพุทธศตวรรษที่ ๑๙-๒๒ เมืองเชียงใหม่สร้างขึ้นภายใต้ราชอำนาจของราชวงศ์มังราย โดยอาศัยฐานอำนาจของชุมชนที่มีอยู่เดิมในบริเวณที่ราบลุ่มเชียงใหม่ ปัจจัยที่สำคัญคือสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่และสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นด้านทางการเมือง และด้านพุทธศาสนา จึงปรากฏว่ามีการสร้างชุมชนใหม่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งชุมชนในบริเวณที่ราบลุ่มเชียงใหม่เหล่านี้มีความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันแม้ในช่วงที่เมืองเชียงแสนตกอยู่ภายใต้อำนาจการปกครองของพม่าในราวพุทธศตวรรษที่ ๒๒-๒๔ พม่าอาศัยย่านชุมชนที่มีอยู่แต่เดิมในเขตเมืองเชียงแสนไว้ และปรับปรุงเวียงเชียงแสนให้เป็นเวียงหลักหรือเวียงศูนย์กลางในด้านต่าง ๆ เช่น การปรับปรุงกำแพงเมืองและจัดการระบบชลประทาน และ การปฏิสังขรณ์วัด เป็นต้น ทั้งนี้เป็นไปเพื่อการสร้างความมั่นคงแข็งแรงให้กับเมืองเชียงแสนในฐานะศูนย์กลางแห่งอำนาจของพม่าจากการศึกษา การตั้งถิ่นฐาน และพัฒนาการของชุมชนโบราณในเขตเมืองเชียงแสน ระหว่างพุทธศตวรรษที่ ๑๙-๒๔ ได้สะท้อนให้เห็นว่าเมืองเชียงแสนได้อาศัยศักยภาพทั้งในด้านทำเลที่ตั้ง และความสัมพันธ์ของชุมชนโบราณต่าง ท่ามกลางบริบททางประวัติศาสตร์ที่เปลี่ยนแปลง เช่น อิทธิพลทางเศรษฐกิจ และการเมืองการปกครอง

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย โดยภาพรวมของการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย (methodology) เพื่อสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาชุมชน ตำบลวาปี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่นำมาใช้ในการวิจัยเพื่อเป็นการศึกษาแนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบ กระบวนการพัฒนาสังคมหรือประเทศ ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวคิด หลักการทางกฎหมาย และกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยคุณภาพมีขั้นตอนการดำเนิน การศึกษาวิจัยตามรายละเอียดผ่านกระบวนการเรียนรู้การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ การดำเนินการวิจัยพัฒนาศักยภาพของชุมชนตามบริบทที่เอื้อต่อการส่งเสริมความเข้มแข็งชุมชน การเก็บข้อมูลเชิงลึกตามแผนการดำเนินงานเป็นการศึกษาดำเนินงานภาคสนามในพื้นที่เป้าหมายเพื่อศึกษา มีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแฟดอยช้าง ๒) เพื่อการพัฒนาระบบงานสารสนเทศแบบเดิมโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ๓) เพื่อการจัดเก็บข้อมูลร้านกาแฟดอยช้างอย่างเป็นระบบป้องกันการสูญหายของข้อมูล โดยมีวิธีวิจัย ดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานของการวิจัย ๔ ประเภท คือ การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

๑. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยข้อมูลที่เป็นเอกสาร แนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลพื้นฐานตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยศึกษาเอกสารข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพื้นที่เป้าหมายด้านสถิติพื้นฐาน การจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ข้องกับพื้นที่ บุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำชุมชน ประชาชน นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เอกสารที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม นวัตกรรมชุมชน ดังนี้

๑) ประวัติความเป็นมาของ ดอยช้าง ตั้งอยู่หมู่ที่ ๓ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๘๐ เดิมเป็นที่อยู่ของชาวเขาเผ่าม้ง ปี พ.ศ.๒๔๕๘^{๑๒} ชนเผ่าลีซอได้อพยพเข้ามาตั้งเป็นหมู่บ้านดอยช้าง ปี พ.ศ.๒๕๒๖ ชนเผ่าอาข่าได้เข้ามาอาศัยอยู่ในหมู่บ้านดอยช้าง ชื่อ บ้านดอยช้าง ตั้งขึ้นตามลักษณะของภูเขาที่มีรูปร่างเหมือนช้างแม่ลูกสองเชือก หันหน้าไปทางทิศเหนือ จังหวัดเชียงราย โรงเรียนบ้านดอยช้าง มี ผาหัวช้าง สูง ๑,๘๐๐ เมตร จากระดับน้ำทะเล เป็นสถานที่ชมทิวทัศน์ที่สวยงาม อากาศเย็นสบายตลอดปี กาแฟสายพันธุ์อราบิก้า เป็นสายพันธุ์ของกาแฟที่ชอบอากาศหนาวเย็นส่วนใหญ่กาแฟพันธุ์นี้จะนิยมปลูกทางภาคเหนือของประเทศไทย เพราะเมื่อปลูกในพื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า ๘๐๐ เมตร แล้ว จะทำให้ปลูกได้ผลผลิตดี เพราะชอบอากาศเย็น กลิ่นหอมนุ่มนวลมีความสลับซับซ้อน รสชาติไม่เข้มมาก ที่ดอยช้างแห่งนี้ยามฤดูหนาว ดอกซากุระเมืองไทย หรือที่ชาวบ้านรู้จักกันในนามว่า พญาเสือโคร่ง ซึ่งถ้ามองไกลๆ แล้วจะคล้ายกับดอกซากุระของญี่ปุ่น ดอยช้างมีดอกซากุระที่นับว่าใหญ่ที่สุดของเมืองไทย เพราะมีต้นซากุระ หรือพญาเสือโคร่ง จำนวน ๔๐๐,๐๐๐ ต้น บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์บริเวณดอยช้างเป็นสถานที่ที่สำคัญของชาวพุทธ บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์บริเวณพุทธอุทยานดอยช้าง ดอยช้าง ยังคงสภาพความเป็นธรรมชาติของป่าไม้ที่สมบูรณ์ มีบึงน้ำขนาดใหญ่หรือสระมรกตอยู่กลางพุทธอุทยาน สีเขียวของน้ำบึงบอกได้ถึงความอุดมสมบูรณ์ บริเวณรอบๆ รายล้อมไปด้วยต้นไม้ใหญ่น้อย ตลอดเส้นทางที่เดินไปก็จะมีเสียงกบ เสียงจิ้งหรีดร้อง ทักทายอยู่ตลอดเวลา ทางเดินเล็กๆ จากบ่อน้ำจะนำพาเราไปสู่ลานพุทธสถานที่ที่มีพระพุทธรูปปางต่างๆ ไว้ให้ประชาชนได้กราบไหว้สักการบูชา จุดชมทิวทัศน์ของหมู่บ้านดอยช้าง ท้องฟ้าสีฟ้าสดใส

^{๑๒} พิก่อ พิสัยเลิศ, กาแฟดอยช้างเอกลักษณ์กาแฟไทยสุดยอดกาแฟโลก,(เชียงราย : ดอยช้างคอฟฟี่, ๒๕๖๐, หน้า ๓.

บรรยากาศที่ดีที่ค้ำพระอาทิตย์ อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลถึง ๑,๔๘๕ เมตร มีไร่กาแฟพันธุ์ดีที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก มาถึงบ้านเกิดกาแฟอาราบิก้า และศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรที่สูงเชียงรายดอยช้างเป็นแหล่งเพาะปลูกเมล็ดกาแฟพันธุ์อาราบิก้า ดอยวาวี ที่นี้เป็นหมู่บ้านที่ทหารสมัยก๊กมินตั๋งที่อพยพเข้ามาลงหลักปักฐานในช่วงเวลาใกล้เคียงกับที่ดอยแม่สลอง การปลูกชาครั้งแรกในประเทศไทยเริ่มต้นที่ดอยวาวีมีต้นชาพันธุ์ที่ปลูกที่กลางป่าในเขตบ้านใหม่พัฒนา

๓.๒ พื้นที่ในการศึกษาวิจัย

คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่การศึกษาการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง และพื้นที่โดยเน้นกลุ่มวิสาหกิจกาแฟเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และการพัฒนาชุมชนศิลปะที่มีศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแห่งใหม่ ที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนวัฒนธรรม และการพัฒนาชุมชน ดังนี้

๑. พื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การเกษตร และการสร้างสรรค์ศิลปะ วัฒนธรรมของชุมชนในอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย

๑) กาแฟ ได้แก่ อะมอนไซคอฟฟี่ ไร่กาแฟออร์แกนิก Abonzo ดอยช้าง คอฟฟี่ ออริจินอล กาแฟดอยช้าง Doi chang Coffee Farm House ดอยช้างคอฟฟี่ฟาร์ม Nabati coffee farm Sirinya Coffee Bluekoff Coffee Plantation เบเชกู่ คอฟฟี่ Heqlaqmoq Coffee Leeppee doichang อะเบโนะ คอฟฟี่ ดอยช้าง กาแฟดอยหมอก(ดอยช้าง) ร้านอุปกรณ์กาแฟ ABUFARM และกาแฟดูเมียร์ ดอยช้าง

๒) ศิลปะ ได้แก่ ดอยช้าง บ้านวาวี บ้านห้วยขี้เหล็ก และบ้านห้วยไคร้

๓) วัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรม ๔ ชนเผ่า โล่ชิงช้า ชนโซ่แดง กินข้าวใหม่

๒. พื้นที่การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

๑) บ้านดอยช้าง ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒) แสนเจริญ ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓) ห้วยไคร้ ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔) บ้านวาวี ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓. พื้นที่พัฒนาสินค้าศิลปะเชิงสร้างสรรค์

- ๑) ดอยช้าง คอฟฟี่ บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ๒) อาข่าวิว บ้านแสนเจริญ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ๓) กาแฟ บ้านห้วยไคร้ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ๔) กาแฟ บ้านนาวิ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔. กลุ่มเครือข่ายศิลปะเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

- ๑) ดอยช้าง คอฟฟี่ บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ๒) ไไร่ชา บ้านนาวิ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓.๓ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูล

การศึกษาการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนด ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

๑. การวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย

๑) กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ประชาชนและนักท่องเที่ยว จำนวน ๔๐ คน เลือกแบบเจาะจง ผู้นำท้องถิ่น จำนวน ๕ คน และผู้ที่เกี่ยวข้องของภาครัฐและเอกชน จำนวน ๕ คน โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๕๐ คน

๒) กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวชมในพื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การอนุรักษ์ และการสร้างสรรค์ศิลปะ วัฒนธรรมชุมชนในอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๕๐ คน

๒. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย

๑) ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชนในพื้นที่การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จำนวน ๕ คน

๒) ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานท่องเที่ยว และการกีฬาประจำจังหวัดเชียงราย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และบริษัทท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จำนวน ๕ คน

๓) ประชาชนและนักท่องเที่ยวในพื้นที่การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จำนวน ๔๐ คน

๓. การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย

๑) กลุ่มชาติพันธุ์และนักท่องเที่ยวที่ทำงานในพื้นที่การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จำนวน ๔๐ คน

๒) ผู้นำชุมชน กลุ่มเยาวชนและกลุ่มจิตอาสาที่ทำงานในพื้นที่การพัฒนาการสื่อสาร ตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง เพื่อร่วมเรียนรู้ในการพัฒนา ศิลปะชุมชนและการพัฒนาสังคม จำนวน ๕ คน

๓) ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและประชาชนผู้สร้าง สร้างสินค้าศิลปะพื้นบ้านในพื้นที่ รวมจำนวน ๕ คน

รวมประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูล วิจัยเรื่อง “การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง” จำนวน ๕๐ คน

๓.๔ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมผสานเน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยการลงพื้นที่สำรวจผลงานทางวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่จากอดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับ องค์ความรู้พื้นที่ชุมชนของอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่จะนำมาสังเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน แล้วนำไปสร้างเป็นพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้เป็นส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย และการสร้างแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรม ในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย

๑. แบบสอบถาม (Questionnaires) สำหรับการพัฒนาศือสารตลาดการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง โดยเป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๕๐ ราย เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย

- ๑) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับศึกษา อาชีพ รายได้
- ๒) ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ การอนุรักษ์ และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนารูปแบบผลงานทางศิลปวัฒนธรรม การสร้างสรรค์ผลงานร่วมสมัย การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม การจัดการแหล่งเรียนรู้ชุมชน เป็นต้น
- ๓) ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการจัดการและการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

๒. แบบสอบถาม (Questionnaires) สำหรับนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมในพื้นที่ส่งเสริมการเรียนรู้ การอนุรักษ์ และการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จำนวน ๕๐ คน เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย

- ๑) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับศึกษา อาชีพ รายได้ การเรียนรู้ การอนุรักษ์ และการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ความถี่ในการท่องเที่ยว
- ๒) ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ความสนใจด้านศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมการเรียนรู้ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง เส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ความพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยว และการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมชุมชน เป็นต้น
- ๓) ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว การเดินทาง ค่าใช้จ่าย การซื้อสินค้าธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมชุมชน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน เป็นต้น
- ๔) ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

๒. แบบสัมภาษณ์ (Interview) มุ่งเน้นการสัมภาษณ์องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น และประชาชนในพื้นที่พัฒนาและสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยว ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ เช่น

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวและการกีฬาประจำจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มชาวบ้าน และกลุ่มเยาวชนและกลุ่มจิตอาสาที่ทำงานในพื้นที่การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ดังนี้

- ๑) ประวัติความเป็นมาและการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว
- ๒) กระบวนการสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง เช่น การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
- ๓) การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมชุมชนต้นแบบในการบริหารจัดการของชุมชนในพื้นที่
- ๔) รูปแบบการส่งเสริมการเรียนรู้และการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมชุมชน ที่สอดคล้องกับการเรียนรู้และการพัฒนาที่ยั่งยืน

๓. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (key informant) ในพื้นที่อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว และประชาชนในพื้นที่การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวและการกีฬาประจำจังหวัดเชียงราย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และกลุ่มชาวบ้านที่พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

- ๑) ประวัติความเป็นมาและการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว
- ๒) กระบวนการสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยว เช่น การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อสรุปและสังเคราะห์องค์ความรู้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ
- ๓) การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมชุมชนต้นแบบในการบริหารจัดการของชุมชนในพื้นที่
- ๔) รูปแบบการส่งเสริมการเรียนรู้และการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน ที่สอดคล้องกับการเรียนรู้และการพัฒนาที่ยั่งยืน

๕) แนวทางการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม เช่น ความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

- ๖) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว
- ๗) การพัฒนานโยบาย และยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สอดคล้องกับการเรียนรู้และการพัฒนาที่ยั่งยืน

๔. การจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการ เป็นการประชุมสัมมนาในระดับอำเภอ และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๓๐ คน จากตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น และประชาชนในพื้นที่ การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวและการกีฬาประจำจังหวัดเชียงราย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ศิลปิน กลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน ในพื้นที่พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา โดยมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประเด็นหลักในการสัมมนาประกอบด้วย

- ๑) การนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวดอยช้าง
- ๒) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวดอยช้างทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์
- ๓) การพัฒนาเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวดอยช้าง
- ๔) รูปแบบการส่งเสริมการเรียนรู้และการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวดอยช้าง
- ๕) การพัฒนานโยบาย และยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดอยช้าง

๕. ชุดปฏิบัติการ เป็นการชุดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้และการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ดังนี้

๑) ชุดความรู้ เช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ที่แสดงถึงประวัติความเป็นมาของตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย อัตลักษณ์ เชิงประจักษ์ และการสร้างสรรค์

๒) ชุดปฏิบัติการเชิงสร้างสรรค์ มีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลชุมชนในด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมเพื่อประกอบการพิจารณาวางแผนงานวิจัยในการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ ๒ การวางแผนโดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ ๓ การออกแบบแหล่งท่องเที่ยว และออกแบบสินค้าชุมชน

ขั้นตอนที่ ๔ การดำเนินการแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาชุมชน

ขั้นตอนที่ ๕ การส่งเสริมผลประโยชน์ของชุมชนจากกิจกรรมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในชุมชน

ขั้นตอนที่ ๖ การติดตามประเมินผลการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ ๗ การยกระดับแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าสู่การตลาดสากล

๓) การจัดทำระบบฐานข้อมูลและเว็บไซต์ เพื่อรองรับข้อมูลของโครงการ การพัฒนากิจกรรม และการสร้างเครือข่ายการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดสินค้าชุมชนที่ร่วมโครงการ

๖. แบบประเมินผลงานและกิจกรรมสร้างสรรค์วัฒนธรรมท้องถิ่น แบบประเมินผลงานและกิจกรรมสร้างสรรค์วัฒนธรรมท้องถิ่นจัดทำขึ้นเพื่อประเมินความรู้ ทักษะ และกระบวนการของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย โดยประเมินก่อน-หลัง (Pre-test-Post-test) การเข้าร่วมกิจกรรม เนื้อหาประกอบด้วย

๑) ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมชุมชน อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒) ทักษะต่อการพัฒนาการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในชุมชน อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓) กระบวนการมีส่วนร่วมในการกิจกรรมสร้างสรรค์วัฒนธรรมอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๔) ทักษะและความเข้าใจต่อการพัฒนาวัฒนธรรม อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การสร้างเครื่องมือการวิจัย

๑) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือที่เกี่ยวข้องทั้ง แบบสอบถาม (Questionnaires) แบบสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ชุดปฏิบัติการวิจัย และแบบประเมินโครงการ

๒) ร่างเครื่องมือการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบบสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ชุดปฏิบัติการวิจัย และแบบประเมินโครงการ เพื่อให้เป็นต้นแบบการรวบรวมข้อมูลในพื้นที่อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๓) นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๓ คน เพื่อทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัยการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย

๔) นำผลการตรวจสอบมาคำนวณหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยาม (IOC: Item Objective Congruence Index) เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกตามวัตถุประสงค์ที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ ๐.๕๐ ถึง ๑.๐๐ ซึ่งแสดงว่าจุดประสงค์นั้นวัดได้ครอบคลุมเนื้อหา หรือข้อสอบนั้นวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และถ้าข้อใดได้คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า ๐.๕๐ ต้อง

นำไปปรับปรุงแก้ไข เพราะมีความสอดคล้องกันต่ำ และปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaires) แบบสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ชุดปฏิบัติการวิจัย และแบบประเมินโครงการ ให้มีความสมบูรณ์

๕) จัดทำเครื่องมือการวิจัยการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายฉบับสมบูรณ์ และนำไปใช้ในการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย

๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูลและการปฏิบัติการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการปฏิบัติการวิจัยการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยออกเป็น ๖ ระยะ มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

๑) ระยะที่ ๑ การจัดประชุมทีมวิจัยการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย เพื่อชี้แจงความรู้ความเข้าใจและจัดสร้างการจัดสร้างเครื่องมือประกอบการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ประกอบการวิจัยการพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย ได้แก่ เครื่องบันทึกภาพและเสียง และความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือการทำงานทางวัฒนธรรมสำหรับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว

๒) ระยะที่ ๒ การลงสำรวจข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยการคัดเลือกชุมชนเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อรวบรวมข้อมูลในเชิงกายภาพของพื้นที่อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยการทำจดหมายและประสานงานติดต่อเพื่อขออนุญาตทำวิจัยกับกลุ่มประชากรเป้าหมาย โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๑ เพื่อจัดทำแผนพัฒนาวัฒนธรรมร่วมกับการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารทางประวัติศาสตร์และข้อมูลจากอดีตถึงปัจจุบันทั้งที่ขึ้นทะเบียน และยังไม่ได้ขึ้นทะเบียน เพื่อสร้างองค์ความรู้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยการสำรวจข้อมูลและคัดเลือกชุมชนเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อรวบรวมข้อมูลในเชิงกายภาพของพื้นที่ โดยมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้

๑. สถานที่ในการลงพื้นที่สำรวจต้องเป็นสถานที่การเกษตร วัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ เช่น มีแหล่งท่องเที่ยวทางเกษตร วัฒนธรรม มีเส้นทางเดินทางเข้าถึงได้ง่าย และสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน สิ่งอุปโภค และบริโภคเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว

๒. สถานที่ในการลงพื้นที่สำรวจ ต้องมีองค์กรชุมชน ผู้นำ และประชาชนอนุญาต และให้ความร่วมมือในพัฒนาองค์ความรู้ทางเกษตร วัฒนธรรมในอดีตจนถึงปัจจุบันได้

๓. สถานที่ในการลงพื้นที่สำรวจมีปราชญ์หรือกลุ่มเรียนรู้เพื่อการรักษางานด้านวัฒนธรรม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการนำมาสังเคราะห์องค์ความรู้

๓) ระยะที่ ๓ ปฏิบัติการพัฒนานวเกษตร วัฒนธรรมในพื้นที่ ๔ แห่ง และการพัฒนาสินค้าที่กำหนดไว้ในพื้นที่การศึกษาวิจัย เพื่อให้ได้ผลงานเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาสินค้าทาง และการพัฒนาเครือข่าย

๔) ระยะที่ ๔ การจัดพิมพ์เอกสารรายงานความก้าวหน้างานวิจัยเพื่อนำเสนอรายงานความก้าวหน้าแก่แหล่งทุนสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงรายงานความก้าวหน้างานวิจัยและนำเครื่องมือการวิจัยไปทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ในการจัดทำฉบับสมบูรณ์

๕) ระยะที่ ๕ การสรุปองค์ความรู้การสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตร แล้วนำข้อมูลไปสู่การจัดทำเวทีประชาคมในชุมชนหรือพื้นที่ โดยการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้แก่ชุมชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และจัดทำประชาพิจารณ์ในชุมชนหรือพื้นที่ โดยการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้แก่ชุมชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และจัดทำประชาพิจารณ์ หลังจากนั้น จึงดำเนินการลงมือปฏิบัติการวิจัยเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

๖) ระยะที่ ๖ การจัดประชุมเสวนาทางวิชาการ และกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการเรียนรู้องค์ความรู้พื้นที่และชุมชน และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนของกลุ่มที่มีกระบวนการสร้างสรรค์และการอนุรักษ์ที่เหมาะสม เพื่อสร้างเป็นต้นแบบในการพัฒนาแก่ชุมชนอื่น ๆ โดยการประเมินผลจากการสอบถามทัศนคติของคนในพื้นที่ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๓ การพัฒนาพื้นที่ในเมืองและชุมชนที่มีกระบวนการสร้างชุมชนวัฒนธรรมที่เหมาะสม

๗) ระยะที่ ๗ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ วีดิโอ ผลงานวิจัย วิดีทัศน์นำเสนอ และนวัตกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณชน รวมทั้งการจัดทำแผ่นพับ หนังสือสรุปองค์ความรู้ เว็บไซต์ และการ

เผยแพร่สู่สื่อสารมวลชน สื่อสารสนเทศ วารสารท่องเที่ยวและวัฒนธรรม และการจัดพิมพ์
เอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

๑. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เน้นการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมจากกลุ่มประชาชนในพื้นที่ จำนวน ๓๐ ราย และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวดอยช้าง จำนวน ๑๐ ราย โดยมีขั้นตอนการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลดังนี้

๑) เลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ในการตอบไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

๒) แบบสอบถามตอนที่ ๑ ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ความสนใจและกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีหาค่าร้อยละ แล้วนำมาเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

๒) แบบสอบถามตอนที่ ๒ ซึ่งเป็นข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนและนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม การจัดการและการส่งเสริมการเรียนรู้ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยทำการวิเคราะห์โดยคำนวณหา คะแนนเฉลี่ย (X) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายข้อและรายด้าน และเฉลี่ยรวมทุกด้าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนน เพื่อให้เห็นระดับของการกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ในแต่ละด้าน จากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย ๑.๐๐-๑.๕๐ = มีความคิดเห็นในระดับน้อยมาก

ค่าเฉลี่ย ๑.๕๑- ๒.๕๐ = มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย ๒.๕๑- ๓.๕๐ = มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย ๓.๕๑- ๔.๕๐ = มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย ๔.๕๑- ๕.๐๐ = มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

๔) แบบสอบถามส่วนที่ ๓ ซึ่งเป็นข้อมูลด้านผลลัพธ์จากการปฏิบัติในการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยววนเกษตร วัฒนธรรม เป็นต้น โดยทำการวิเคราะห์โดยคำนวณหาค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายข้อและรายด้าน และเฉลี่ยรวมทุกด้าน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนน เพื่อให้เห็นระดับของกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ในแต่ละด้าน

๕) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อศึกษาค่าเป็นกลางทางสถิติ และเพื่อการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลกับความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวและการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาชุมชน

๖) การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค จากแบบสอบถามในเชิงสถิติและพรรณนา

๗) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลโดยการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีที่ได้กล่าวแล้ว เพื่อให้เห็นชุดความรู้ กระบวนการ และแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยซ้ำ

๒. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามเนื้อหา (Content analysis) แล้วสรุปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากการวิเคราะห์จากเอกสาร ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) หลังจากนั้น ผู้วิจัยยืนยันความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลด้วยการให้บุคคลที่อยู่ในปรากฏการณ์ที่ศึกษาและบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษาตรวจสอบและรับรองความถูกต้อง โดยการแปลข้อมูลพร้อมให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ทักท้วงหรือยอมรับข้อมูลที่น่าเสนอ ซึ่งการตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลด้วยวิธีนี้ ผู้วิจัยใช้กับข้อมูลเบื้องต้นและข้อมูลที่เป็นส่วนที่ผู้วิจัยได้ตีความแล้วนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการนำเสนอภาพกิจกรรมและชุดองค์ความรู้ (หนังสือสรุปองค์ความรู้) และวิทัศน์บรรยายภาคการสังเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่สาธารณะของชุมชนให้ได้ผลเป็นเชิงประจักษ์ และนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในวงกว้าง โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์โดยการสรุปตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้ โดยวิเคราะห์เนื้อหา ดังนี้

๑) ประวัติความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น เอกลักษณ์ชุมชน เช่น ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมในพื้นที่ศิลปะชุมชนที่สอดคล้องกับสังคมและวัฒนธรรม

๒) รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว เป็นต้น

๓) การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นต้นแบบ เช่น บ้านดอยช้าง บ้านแสนเจริญ เป็นต้น

๔) รูปแบบการส่งเสริมการเรียนรู้และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและชุมชน

๕) การศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่เป็นกรณีศึกษา ในมิติของการจัดการเรียนรู้ กระบวนการสื่อสารคุณค่า การพัฒนาจิตใจ และการเสริมสร้างกระบวนการเครือข่ายการเรียนรู้ในมิติต่างๆ ร่วมกัน

๖) แนวทางการพัฒนาพื้นที่การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองเชิงสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับการเรียนรู้และการพัฒนาที่ยั่งยืน

๗) การศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรค ของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การพัฒนาการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ที่มีความเหมาะสมกับการพัฒนา

๓.๗ การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

๑. การใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่า S.D. ในการอธิบายข้อมูลทั่วไป

๒. การใช้สถิติ เช่น t-test ในการหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ทางการพัฒนา และการเชื่อมโยงเครือข่ายการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานของประชาชนและนักท่องเที่ยวกับผลลัพธ์ของการเรียนรู้และการพัฒนา เป็นต้น

๓. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลจากทุกฝ่ายดังกล่าว โดยการเชื่อมโยงแนวคิด ทฤษฎีที่ได้กล่าวแล้ว เพื่อให้เห็นชุดความรู้ กระบวนการ และแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว

๓.๘ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร การเก็บข้อมูลภาคสนาม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การพัฒนากิจกรรมด้านศิลปะ และการสนทนากลุ่มเฉพาะ นำมาทำการวิเคราะห์ สรุป และอภิปรายผล โดยจับประเด็นหลักของเรื่อง (Traits) และจำแนกเหตุการณ์หลักๆ ด้วยการแยกเป็นประเด็น ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยจะนำเสนอรายงานแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) พร้อมอ้างอิงคำพูดผู้ให้ข้อมูลสำคัญและนำเสนอรูปภาพประกอบเหตุการณ์ของเรื่องเพื่อยืนยันประเด็นที่พรรณนาวิเคราะห์ตามความเหมาะสม โดยเป็นการนำเสนอผลการวิจัยชุดองค์ความรู้ในการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบการบรรยายตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยการพรรณนาความ (Descriptive Presentation) ประกอบภาพถ่ายพร้อมการบรรยาย จากผลการลงพื้นที่สำรวจผลงานทางศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่จาก

อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อหาข้อมูลที่จะนำมาสังเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน แล้วนำไปสู่การสรุปองค์ความรู้ศิลปกรรมล้านนา แล้วนำข้อมูลไปสู่การจัดทำเวทีประชาคมในชุมชนหรือพื้นที่ โดยการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้แก่ชุมชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และจัดทำประชาพิจารณ์ ในชุมชนหรือพื้นที่ โดยการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้แก่ชุมชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และจัดทำประชาพิจารณ์ หลังจากนั้น จึงดำเนินการลงมือปฏิบัติการวิจัย การจัดประชุมเสวนาทางวิชาการ และกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อการเรียนรู้องค์ความรู้พื้นที่กับชาวบ้านในชุมชน และการพัฒนาพื้นที่ในเมืองและชุมชนของกลุ่มที่มีกระบวนการสร้างสรรค์และการอนุรักษ์ที่เหมาะสม เพื่อสร้างเป็นต้นแบบในการพัฒนาแก่ชุมชน โดยการประเมินผลจากการสอบถามทัศนคติของคนในพื้นที่ เพื่อจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ผลงานวิจัย วิดีทัศน์ นำเสนอ และนวัตกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณชน รวมทั้งการจัดทำแผ่นพับ หนังสือสรุปองค์ความรู้ และการเผยแพร่สู่สื่อสารมวลชน สื่อสารสนเทศ วารสารท่องเที่ยวและวัฒนธรรม และการจัดพิมพ์เอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

๓.๙ สรุปกิจกรรมและขั้นตอนการวิจัย

ในการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง การใช้หลักการประมวลผลจากผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเว็บไซต์ในการพัฒนาสังคม ในการมุ่งไปสู่การผู้ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัย สื่อหรือ ข้อมูลในการมีปฏิสัมพันธ์ และใช้ประโยชน์กับสารสนเทศ และมีความรับผิดชอบสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ที่เปลี่ยนไป ทักษะการรู้ดิจิทัลเป็นทักษะหลักที่มีความสำคัญต่อการศึกษา และการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน แนวทางในการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัลในการส่งเสริม พัฒนา และให้ความรู้ให้เป็นประโยชน์ทั้งต่อตนเองและส่วนรวม โดยมีรายละเอียดที่กำหนดเป็นลำดับ ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์

การใช้เว็บไซต์เป็นทักษะที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์เบื้องต้นทั้งเรื่องของฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ส่วนติดต่อผู้ใช้ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เช่น การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐาน การใช้อุปกรณ์ต่อพ่วงคอมพิวเตอร์ เว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพควรประกอบด้วย ทักษะในการใช้ความหลากหลายของการใช้งานเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นทักษะด้านการทำงานของเทคโนโลยีที่ต้องรู้เกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และประเมินสารสนเทศเว็บไซต์ ทักษะการทำงานร่วมกันทางออนไลน์

เว็บไซต์เป็นทักษะในการค้นหา การประเมินผล การใช้ร่วมกัน และการสร้างเนื้อหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ต ความสามารถเว็บไซต์สามารถแบ่งเป็น ๓ ส่วน ได้แก่

๑. การใช้ (Use) หมายถึง ทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ที่หลากหลายตั้งแต่พื้นฐาน เช่น การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เบื้องต้น ไปถึงเทคนิคขั้นสูงสำหรับการเข้าถึงและใช้ความรู้ เช่น การใช้โปรแกรมค้นหา (search engine)

๒. การเข้าใจ (Understand) หมายถึง ทักษะที่ช่วยให้เกิดความคิด วิเคราะห์ ประเมิน สังเคราะห์ สื่อ การพัฒนาทักษะการจัดการสารสนเทศและความรับผิดชอบต่อสิทธิความเป็นเจ้าของ การมีส่วนร่วมในสังคมดิจิทัล

๓. การสร้างสรรค์ (Create) หมายถึง ทักษะในการผลิตหรือสร้างเนื้อหาผ่านเว็บไซต์ที่หลากหลายอย่างถูกต้องและสร้างสรรค์ การสื่อสารโดยใช้ความหลากหลาย

คู่มือเว็บไซต์

ซอฟต์แวร์สำหรับการพัฒนาเพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิง จังหวัดเชียงราย โดยการใช้โปรแกรมประยุกต์หลักการประมวลผลภาพเป็นซอฟต์แวร์ที่ได้นำระบบภาพมาประยุกต์ใช้งานร่วมกับการออกกำลังกายเพื่อการพัฒนาแบบให้สะดวกและง่ายในการนำไปปฏิบัติในพื้นที่ทุกสภาพ

๑. ขั้นตอนการทำงานของระบบการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวด้วย จังหวัดเชียงราย

การศึกษาในพื้นที่การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ใช้วิธีการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ออกแบบสัมภาษณ์ โดยมีฐานข้อมูลจาก ภาครัฐ จำนวน ๕ คน ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จำนวน ๕ คน ประชาชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว จำนวน ๔๐ คน โดยใช้วิธีการเจาะจงตาม การศึกษาวิจัยจำนวน ๕๐ คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด ผู้วิจัยได้พัฒนาการสัมภาษณ์จาก การทบทวนวรรณกรรม แผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น และจากงานวิจัย การประมวลผลจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตอบวัตถุประสงค์การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงรายโดยกำหนดพื้นที่ในการสัมภาษณ์ ดัง รายนามดังต่อไปนี้

ประชากร (Populations) ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออก ได้แก่

ก. ภาครัฐ จำนวน ๕ คน

๑. นายอำเภอแม่สรวย

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

ข. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

๑. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลวาวี
๒. รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลวาวี
๓. สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลวาวี
๔. ผู้อำนวยการศึกษา
๕. นักพัฒนาชุมชน

ค. ประชาชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว จำนวน ๔๐ คน

วิธีการศึกษา

เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการศึกษาผสมผสานหลายรูปแบบทั้งสำรวจเอกสารและการศึกษาภาคสนาม ดังนี้

๑. การศึกษาเอกสาร เป็นการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎี และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาจากหนังสือ บทความในวารสาร เอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ และแผนพัฒนาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

๒. ศึกษาภาคสนาม ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลในพื้นที่ โดยวิธีการสนทนากลุ่ม กับองค์การบริหารส่วนตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ศึกษาแนวคิด วิธีดำเนินการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวและการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ในท้องถิ่น ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในเขตพื้นที่ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของกลุ่มหรือประชาชนในพื้นที่

การกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ^{๑๓}(qualitative research) ของการดำเนินงานรูปแบบการจัดการที่เป็นแนวทางการศึกษาในการจัดเก็บข้อมูลอันประกอบด้วย

^{๑๓} วรณดี สุทธินรากร. การวิจัยเชิงคุณภาพ : การวิจัยในกระบวนการตัดสินใจ, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทสำนักพิมพ์สยามปริทัศน์ จำกัด, ๒๕๕๖), หน้า ๙๖.

๑. การสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview)^{๑๔} เป็นข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพจากการเก็บจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ที่จัดเก็บข้อมูลในการรวมกลุ่มสมาชิก จากการทำงานร่วมกัน จากการสัมภาษณ์จากผู้ที่ได้รับผิดชอบ ภาครัฐ จำนวน ๕ คน ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลลาวาวี อำเภอแม่สรวย จำนวน ๕ คน ประชาชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว จำนวน ๔๐ คน โดยใช้วิธีการเจาะจงตามการศึกษาวิจัย จำนวน ๕๐ คน

๒. การสนทนากลุ่มย่อย (Focus group)^{๑๕} เป็นการสนทนากลุ่มสมาชิกที่ได้รับผิดชอบในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ในพื้นที่

การนำเสนอระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบและขอบเขตของระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยที่สำคัญมาใช้ในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

๑. วิธีการวิจัย เป็นการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยตามการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงรายการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้กำหนดระเบียบการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารและกระบวนการสัมภาษณ์มีสาระสำคัญ ดังนี้

๑.๑ การสัมภาษณ์เจาะลึกโดยการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ ในการกำหนดกระบวนการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดให้มีกระบวนการวิจัยโดยใช้แบบสัมภาษณ์มีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ หรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ คือ เป็นการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้างหรือมีการนำคำสำคัญมาใช้ประกอบในการชี้นำคำสัมภาษณ์ เช่น มี

^{๑๔} ไพศาล วรคำ. การวิจัยเพื่อการศึกษา, (มหาสารคาม :มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พิมพ์ครั้งที่ ๓, ๒๕๕๓), หน้า ๒๑๒.

^{๑๕} วรณี แกมเกตุ. วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์, (พิมพ์ครั้งที่ ๒), (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่ง (๒๕๕๑), หน้า ๒๕๔.

การร่างข้อคำถามที่มีลักษณะปลายเปิดที่มีค่าสำคัญพร้อมกับลักษณะของข้อคำถามที่มีความยืดหยุ่น และพร้อมที่จะมีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำของข้อคำถามให้มีความสอดคล้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย หรือผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนในแต่ละสถานการณ์ที่มีเหตุการณ์หรือมีสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และบุคคลที่มีความสำคัญหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่อยู่ในภาครัฐ ภาคประชาชน รวมทั้ง บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความสำคัญในกระบวนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนตอบข้อคำถามจากการสัมภาษณ์จะลึกได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้รู้และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งกลุ่มผู้นำของชุมชน ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย ภาครัฐ จำนวน ๕ คน ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลวาปี ตำบลวาปี อำเภอแม่สรวย จำนวน ๕ คน ประชาชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว จำนวน ๔๐ คน โดยใช้วิธีการเจาะจงตามการศึกษาวิจัยจำนวน ๕๐ คน เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ที่ได้จากการศึกษาวิจัยทำให้ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายและ กลไกการการปกครองในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชน

๑.๒ การสนทนากลุ่มย่อย (Focus group) ดำเนินการโดยใช้วิธีการสังเกตในพื้นที่ภาคสนามและการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้นำ และกลุ่มในพื้นที่ โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันในประเด็นของสถานการณ์ปัญหาของกลุ่มเป้าหมายเชิงประเด็นและเชิงพื้นที่ในรูปแบบต่างๆ ที่เป็นรูปธรรม

วิธีการศึกษา

เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการศึกษาผสมผสานหลายรูปแบบทั้งสำรวจเอกสารและการศึกษาภาคสนาม ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ได้ศึกษาข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Source) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) เป็นการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎี และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาจากหนังสือ บทความในวารสาร เอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ แผนพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และฐานข้อมูลที่เป็นแหล่งสืบค้นงานวิจัย (Data sources) เพื่อใช้ในการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ ๒ ศึกษาภาคสนาม ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลในพื้นที่ โดยวิธีการสนทนากลุ่มกับภาครัฐ จำนวน ๕ คน ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จำนวน ๕ คน ประชาชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว จำนวน ๔๐ คน โดยใช้วิธีการเจาะจงตามการศึกษาวิจัยจำนวน ๕๐ คน ศึกษาแนวความคิดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในเขตพื้นที่

การศึกษาในพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้คณะผู้วิจัยจัดให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยเรียนเชิญผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัฒนธรรม และประสบการณ์ในการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดในการศึกษาทั้งหมด

แผนการดำเนินงาน

๑. วางแผนงานในการจัดเก็บข้อมูล
๒. สร้างเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลในพื้นที่
๓. ทำตารางลงพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
๔. จัดกิจกรรมลงพื้นที่เพื่อการจัดเก็บข้อมูล เน้นควบคุมคุณภาพด้านการจัดการการใช้ประโยชน์ของการท่องเที่ยวสร้างความเข้มแข็งชุมชน
๕. จัดประชุมระดับความคิดผู้ที่เกี่ยวข้องในการการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงรายนำผลการศึกษาเสนอต่อที่ประชุมของชุมชน

๓.๑๐ การพัฒนาเว็บไซต์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลลาวี อำเภอแม่สรวยจังหวัดเชียงราย กลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้

๑. ภาครัฐ
๒. ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล
๓. ประชาชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว

ประกอบด้วย ภาครัฐ จำนวน ๕ คน ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จำนวน ๕ คน ประชาชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว จำนวน ๔๐ คน โดยใช้วิธีการเจาะจงตามการศึกษาวิจัยจำนวน ๕๐ คน เป็นแบบสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยดำเนินการดังนี้

เครื่องมือที่นำมาใช้สำหรับกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย การวิจัยได้กำหนดกระบวนการวิจัยโดยการใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิจัยเชิงเอกสาร ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา ตลอดจนผลงานวิจัยประเภทต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการสร้างพื้นฐานขององค์ความรู้ในทางวิชาการเกี่ยวกับกระบวนการในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน อันเป็นแนวทางการสำคัญในการนำไปสู่การสร้างเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลทางวิชาการที่มีประสิทธิภาพส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึกข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในกระบวนการสัมภาษณ์แบบชี้แนะที่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามที่มีความชัดเจนตายตัว โดยเป็นแต่เพียงการกำหนดแนวข้อคำถามแบบเปิดกว้าง หรือเป็นการใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่มีผลทำให้ข้อคำถามมีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง การสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นเทคนิคและกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีความเหมาะสมอย่างยิ่งในการนำมาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่เป็นผู้ที่มีความรู้และความชำนาญหรือมีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่กำลังดำเนินกระบวนการวิจัย เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความรู้และความชำนาญหรือมีความผู้เชี่ยวชาญสามารถแสดงความคิดเห็นหรือทรรศนะได้อย่างหลากหลายผู้สัมภาษณ์สามารถที่จะดำเนินการสัมภาษณ์ และสามารถที่จะสอบถาม ที่สำคัญและมีความน่าสนใจในแต่ละประเด็นของคำตอบ จากผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์ อันทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย โดยดำเนินการและใช้เครื่องมือในการวิจัยเพื่อศึกษาชุมชนเป้าหมายดังนี้

๑. เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการทดลอง

๑.๑ วิถีทัศน์การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ และคณะ

๑.๒ คู่มือการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ และคณะ

๑.๓ ตัวผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการชี้แนะและการใช้เว็บไซต์ต่อกลุ่มเป้าหมาย

๒. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

๒.๑ แบบบันทึกก่อนการส่งเสริมการท่องเที่ยวประกอบด้วย

ตอนที่ ๑ เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ชื่อ สกุล อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพ และรายได้(ต่อเดือน)

๑.๑ ความรู้ด้านการท่องเที่ยว

๑.๒ การรับรู้การการท่องเที่ยวด้วยระบบออนไลน์

๑.๓ ปัจจัยที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวด้วยเว็บไซต์

๑.๔ การเสริมสร้างการการท่องเที่ยวด้วยเว็บไซต์

๑.๕ พฤติกรรมการการท่องเที่ยวด้วยเว็บไซต์

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

กระบวนการในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการวิจัยได้กำหนดให้ใช้วิธี ดังนี้ กำหนดให้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกโดยกระบวนการสัมภาษณ์แบบขึ้นนำอันเป็นกระบวนการสัมภาษณ์ที่มีลักษณะที่ไม่มีข้อคำถามที่เป็นมาตรฐานเป็นการกระบวนการสัมภาษณ์ที่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามที่นำมาใช้ในการสัมภาษณ์เจาะลึก เพียงแต่มีการกำหนดลักษณะของข้อคำถามที่มีลักษณะเปิดกว้างมีความยืดหยุ่น และมีการนำคำผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนตามสถานการณ์ที่มีการขับเคลื่อนหรือเปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลาส่วนการกำหนดกระบวนการและขั้นตอนในการออกแบบการวิจัยหรือการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการและขั้นตอนในการดำเนินกระบวนการวิจัย ในการวิเคราะห์และแก้ไขข้อผิดพลาดของเว็บไซต์

๓.๑๑ วิเคราะห์ผลทดลอง

แบบแผนการทดลอง

ผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการและขั้นตอนในการดำเนินกระบวนการวิจัย แบบทดลองการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกนาแพดอยช้าง จังหวัดเชียงรายกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

ขั้นตอนการทดลองการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดเชียงราย

ขั้นเตรียมการทดลอง

๑. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผู้เชี่ยวชาญ
๒. จัดเตรียมทำคู่มือ และเว็บไซต์ จำนวน ๑ ชุด
๓. จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นการชี้แนะ และการชี้แจงวัตถุประสงค์ วิธีการ รูปแบบ และการบันทึก
๔. การเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจงที่กลุ่มเป้าหมายมีความสมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย ภาครัฐ จำนวน ๕ คน ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จำนวน ๕ คน ประชาชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว จำนวน ๔๐ คน โดยใช้วิธีการเจาะจงตามการศึกษาวิจัยจำนวน ๕๐ คน

ขั้นตอนในการทดลองเว็บไซต์

๑. ชี้แจงวัตถุประสงค์ กติกาในการเข้าร่วมกิจกรรมในการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย
๒. นัดหมาย เวลา วัน สถานที่ในการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย โดยกำหนดสถานที่อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ระหว่าง วันที่ ๗ มกราคม ๒๕๖๕ ถึง วันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๕ รวมทั้งสิ้น ๘ สัปดาห์

วิเคราะห์ทดลอง

การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาในเชิงเอกสาร(Documentary Research) และข้อมูลเชิงประจักษ์ในการสัมภาษณ์ การประชุมสนทนากลุ่มย่อย การสัมภาษณ์ในเชิงลึกเป็นกระบวนการศึกษาเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารเชิงเนื้อหา (Content analysis) ผู้วิจัยได้ศึกษาจัดเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ความชัดเจนในประเด็นที่ทำการศึกษาโดยการวิเคราะห์ที่มีปัจจัยที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกของการบริหารจัดการ การดำเนินงานได้บอกถึงรูปแบบการจัดการ ศักยภาพท้องถิ่น ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบการบริหารจัดการการใช้ประโยชน์การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงรายของชุมชนเชิงพาณิชย์ มีขั้นตอนในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ เพื่อจัดประเด็นและจัดกลุ่มข้อมูลเป็นแนวคิด และรูปแบบการจัดการเชิงพาณิชย์ของชุมชนโดยใช้การตลาดนำการส่งเสริม สนับสนุนกระตุ้นให้ชุมชนมีความกระตือรือร้นในการการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ ผู้ศึกษาจัดเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ความชัดเจนในประเด็นที่ทำการศึกษา มีขั้นตอนในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์

วิเคราะห์การสนทนากลุ่มศึกษาการบริหาร การใช้ประโยชน์การพัฒนาการสื่อสารตลาดการ
ท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ในการปฏิบัติตาม
แผนพัฒนาที่ผ่านมา ตลอดจนการกำหนดแผนระยะยาวที่จะเกิดขึ้นในปีงบประมาณต่อไปให้ต่อเนื่อง
จากได้รับข้อมูลเสนอแนะจากการสนทนากลุ่มของกลุ่มเป้าหมาย ศึกษาสภาพพื้นที่ปัญหาและอุปสรรค
ในการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ที่ยังไม่สามารถแก้ไขได้

การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างจึง
นำสู่การอบรมเชิงปฏิบัติ ดังนี้

๑. การอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อจัดเตรียมชุมชนให้สู่ด้านบริการ โดยมีศูนย์กลางการเรียนรู้ใน
กาเผยแพร่องค์ความรู้ที่อยู่ในชุมชนได้มีการเรียนรู้และนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ผู้เข้าร่วมอบรมเชิง
ปฏิบัติการในครั้งนี้มี จำนวน ๕๐ คน การอบรมในครั้งนี้ผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้กับการ
เชื่อมโยงกิจกรรมในศาสตร์อื่นๆ ที่สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์ของเว็บไซต์

๒. การอบรมเชิงปฏิบัติการเว็บไซต์กับการสร้างความเข้มแข็งชุมชนได้มีการประสานและ
ความร่วมมือในการเอื้อประโยชน์ในด้านอุปกรณ์ และบุคลากรเป้าหมาย ผู้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ
ในครั้งนี้มี จำนวน ๕๐ คน เป็นเวลา ๑ วัน ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในการเข้ารับการความรู้
ในการใช้ประโยชน์ของเว็บไซต์ นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมอบรมยังสามารถนำความรู้มีประสิทธิภาพ

๓. การบริหารจัดการแอปพลิเคชันเป็นต้นแบบแหล่งเรียนรู้ในชุมชน ซึ่งได้รับความร่วมมือ
จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่ได้ให้การสนับสนุน ส่งเสริมการศึกษาดูงานที่เพิ่ม
ทักษะให้กับผู้ที่สนใจในชุมชน และการร่วมมือกับผู้วิจัยในการนำเว็บไซต์ใช้ในชุมชน

๔. การถ่ายทอดความรู้โดยความร่วมมือของแอปพลิเคชันในชุมชนมาให้ความรู้ในการใช้
ประโยชน์ของเว็บไซต์การสร้างสร้างความเข้มแข็งชุมชน จัดแหล่งเรียนรู้ในชุมชน การถ่ายทอดให้กับผู้ที่
สนใจในชุมชน

๕. การรวบรวมความรู้ด้านเว็บไซต์ และการรวบรวมองค์ความรู้สู่ชุมชนเพื่อนำมาสู่การ
จัดพิมพ์ชุดความรู้ในการจัดเผยแพร่ให้กับชุมชนและเครือข่าย

๒. การนำเสนอข้อมูล ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้แบ่งข้อมูลออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ ศึกษาพื้นฐานปัญหา สาเหตุ และกระบวนการจัดการใช้ประโยชน์เว็บไซต์สร้าง
ชุมชนให้เข้มแข็ง ตามแผนนโยบายขององค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบด้วย สภาพพื้นที่ จำนวน
ประชากรและครัวเรือน เศรษฐกิจในพื้นที่ตำบล และองค์กรส่วนราชการอื่น ๆ

ส่วนที่ ๒ ศึกษาการจัดการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ของชุมชน ตามแผนนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้าน ๑. ศึกษาข้อมูลทางเอกสาร ๒. การศึกษาการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค SWOT

จุดแข็ง

๑. เป็นบริการจัดการการประชาชนที่เข้าร่วมโครงการ
๒. มีการใช้งานบริการการด้วยเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง
๓. เข้าถึงประชาชนที่เข้าร่วมโครงการได้โดยตรง

จุดอ่อน

๑. มีการให้บริการสถานที่ยังไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
๒. การลงทุนงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทางด้านศูนย์เรียนรู้มีน้อย
๓. การจูงใจประชาชนมีน้อย

อุปสรรค

๑. นวัตกรรมที่ทันสมัย
๒. มีการเพิ่มพื้นที่ใช้งานของศูนย์เรียนรู้
๓. บรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดี

โอกาส

การบันทึก การท่องเที่ยวชุมชนอาจไม่ควบคุม

๒. สภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว
๓. พื้นที่อาจไม่สามารถให้บริการได้ตามความต้องการ

องค์ความรู้จากการวิจัย

๑. ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ (Creative Thinking)
 - ๑.๑ การระดมความคิดในการสร้างเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับชุมชน
 - ๑.๒ ค้นหาจุดบกพร่องของการใช้เว็บไซต์ในการให้บริการ
๒. การจัดการและต่อยอดองค์ความรู้ (Knowledge Management)
 - ๒.๑ การวางแผนเพื่อพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยว
 - ๒.๒ นำมาใช้เป็นข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน
๓. ความต้องการแก้ปัญหา (Problem)

๓.๑ วิเคราะห์หาสาเหตุและปัจจัยที่แท้จริงของปัญหาการท่องเที่ยวชุมชน

๔. การปรับปรุงพัฒนา (Improvement)

๔.๑ การประเมินความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์

การวิเคราะห์การพัฒนาเว็บไซต์

๑. ส่วนการนำโปรแกรมประยุกต์ไปใช้งาน

๑.๑ ส่วนของฮาร์ดแวร์ (Hardware)

- CPU ความเร็วไม่ต่ำกว่า ๕๐๐ MHz
- RAM ไม่ต่ำกว่า ๕๐๐ MB
- หน้าจอไม่ต่ำกว่า ๒๔ นิ้ว ความละเอียด ๓๒๐x๒๔๐ พิกเซล ขึ้นไป

๑.๒ ส่วนซอฟต์แวร์ (Software)

- ระบบปฏิบัติการ windows 10



บทที่ ๔

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งชุมชน โครงสร้างกระบวนการผลิตทางการเกษตร ส่งเสริมด้านเศรษฐกิจของชุมชนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้านการเกษตรมีแนวโน้มความต้องการกาแฟของตลาดสำเร็จรูปมีมาตรฐานขึ้น ดำเนินการวิจัยโดยวิธีวิเคราะห์เอกสารและวิธีวิจัยเชิงสำรวจ ผลการวิจัยเชิงสำรวจและการศึกษาภาคสนาม โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกลุ่มประชากรตัวอย่างเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) นายวิศ มันทาวลี ผู้จัดการธุรกิจกาแฟ Heqlaqmoq Coffee Farm รับรางวัลชนะเลิศ ประเภทที่ ๓ กาแฟอะราบิกา กระบวนการแปรรูปโดยวิธีกึ่งแห้ง (semi-dry / honey process) การประกวดคัดสรรสุดยอดเมล็ดกาแฟไทย ตามโครงการประชาสัมพันธ์สุดยอดกาแฟไทย ปี ๒๕๖๔ หรือ THAI COFFEE EXCELLENCE ๒๐๒๑ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางการแปรรูปโดยวิธีกึ่งแห้งรวมถึงการควบคุมการดำเนินงานด้านการตลาดกาแฟดอยช้าง ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ผู้ปลูกกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าที่มีแหล่งผลิตที่มีความสูงจากระดับน้ำทะเลตั้งแต่ ๑,๐๐๐-๑,๗๐๐ เมตร ที่มีคุณภาพดีเนื่องจากมีความสมบูรณ์ทางด้านดินและน้ำ การเก็บเกี่ยวผลผลิตกาแฟดิบมีกระบวนการตาก เก็บบ่ม และสี การค้าขายกาแฟที่เป็นธรรม รวมถึงเป็นมิตรกับ โดยมีการแบ่งขั้นตอนการดำเนินการออกเป็น ๓ ส่วน ดังนี้ ๑.การดำเนินการช่วงต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกรผู้ผลิตกาแฟวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกาแฟ ๒.การดำเนินการช่วงกลางน้ำ ได้แก่ การปลูก การเก็บเกี่ยวเมล็ดกาแฟ การแยกเปลือกออกจากเมล็ดกาแฟ การหมักเมล็ดกาแฟ การตากกาแฟกะลา การเก็บรักษาเมล็ดกาแฟ การผลิตกาแฟสาร การคัดเกรดกาแฟสาร การคั่วกาแฟ และการบรรจุบรรจุภัณฑ์ ๓.การ

ดำเนินการช่วงปลายน้ำ ได้แก่ การส่งผลิตภัณฑ์กาแฟไปยังผู้บริโภค ราคาเป็นธรรมกับผู้ผลิตกาแฟ สนับสนุนปัจจัยการลงทุนให้กับเกษตรกรที่ปลูกกาแฟ และการรวมกลุ่มผู้ผลิตกาแฟดอยช้าง

ผลการวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลคู่มือประกอบการบรรยายตามลำดับได้แบ่งออกเป็น ๓ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ศึกษาพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแฟดอยช้าง

ตอนที่ ๒ ศึกษาการพัฒนากระบวนการสารสนเทศแบบเดิมโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้

ตอนที่ ๓ ศึกษาการจัดเก็บข้อมูลร้านกาแฟดอยช้างอย่างเป็นระบบป้องกันการสูญหายของข้อมูล

๔.๑ ศึกษาพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแฟดอยช้าง

ตอนที่ ๑ ศึกษาพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวบริหารจัดการกาแฟดอยช้าง

๑. การตลาด (กลไกการตลาด)

๑) กลยุทธ์เชิงรุก ชุมชนควรมีการเร่งปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อสร้างจุดขายและรายได้ให้กับชุมชน กลยุทธ์การตลาดเชิงสร้างสรรค์และการโฆษณาเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับกาแฟดอยช้างและบริการที่ จับบ้างจากการท่องเที่ยว คือ **คุณภาพสินค้าและบริการ การพัฒนาสินค้าและบริการ การจัดการข้อมูลการตลาด** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ การลงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบคุณภาพในการเลือกใช้วัสดุเพื่อ สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวและสื่อถึงวัฒนธรรม ประเพณีของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช ควรมีการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเพิ่ม มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เพิ่มความหลากหลายของบรรจุ ภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันและมีบรรจุภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของ กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย มีการพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวของชุมชน เชิงสร้างสรรค์และมีการ โฆษณาเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ คือ ชุมชนจะต้องสร้างจุดเด่นของชุมชน ให้น่าสนใจ การปลูกจิตสำนึกของคนในชุมชนให้รักเรียนรู้และพัฒนาวิถีชุมชน เช่น การแต่งกาย ภาษาถิ่นการ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น เพื่อเสริมสร้างเสน่ห์ให้กับชุมชนท ำให้เกิดความน่าสนใจดึงดูด นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยอยู่บนพื้นฐานของวิถีชุมชนโดยมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมโดยไม่ขัดต่อประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชุมชน โดยอยู่บนพื้นฐานรากเหง้าของ ศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่นและทรัพยากรของชุมชนต้องพัฒนาต่อยอดให้การท่องเที่ยวนี้ยั่งยืน

การสร้างแบรนด์กาแฟดอยช้าง ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่า

บรรจุภัณฑ์ถือเป็นบรรจุภัณฑ์แล้วเกิดความประทับใจ สะดุดตาในทุกองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ก็สามารถที่จะโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลต่างๆของกาแฟดอยช้างให้มากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด อีกทางหนึ่งและผู้ผลิตจะสามารถสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่ดึงดูดตาดึงดูดใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากเข้ามาหยิบบรรจุภัณฑ์พิจารณารูปลักษณ์ และรายละเอียดของตัวสินค้ารวมไปด้วย จนทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตัวสินค้านั้นโดยไม่รู้ตัว (First Impression)

การเรียนรู้ความสำคัญของการทำบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาดที่มีผู้บริโภคเป็นผู้เลือกและมีความต้องการ บรรจุภัณฑ์จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับกาแฟดอยช้าง และกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้างช่วยเพิ่มยอดขาย ผู้บริโภคเองก็อยากเก็บบรรจุภัณฑ์ของสินค้าไว้เพราะภาพลักษณ์ที่สวยงาม เป็นการโฆษณาสินค้าได้เพราะเมื่อผู้บริโภคหยิบบรรจุภัณฑ์นั้นขึ้นมาจะเห็นว่าสินค้านั้นเป็นแบรนด์อะไร สร้างการจดจำแบรนด์ให้กับผู้บริโภคได้

การเพิ่มจุดสำคัญต่างๆ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกมาเหมาะสมกับตัวกาแฟดอยช้าง และยังเป็นการโฆษณาสร้างแบรนด์ให้กับตัวสินค้าและองค์กรได้ในระยะยาวระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Management System – PMS) ของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง คือ กระบวนการในการวัดผลการทำงานของผู้ได้เกษตรกร เพื่อวัตถุประสงค์ในการให้รางวัล การปรับปรุงระบบ และวิธีการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนการแก้ไขจุดอ่อนของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง



ภาพที่ ๑ ตราสินค้า (brand name)



ภาพที่ ๒ แกรนด์กาแฟดอยช้าง

ศักยภาพด้านการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องมีความสอดคล้องครอบคลุมซึ่งได้มีการดึงชุมชน ร่วมเป็นฐาน ขับเคลื่อนคนในพื้นที่ทุกมิติ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เป็นอำเภอที่มีลักษณะที่ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของอำเภอแม่สรวย ในการเดินทางเส้นทางหลักระยะห่างจากตัว อำเภอแม่สรวยเท่ากับ ๓๐ กิโลเมตร และห่างจากตัวจังหวัดเชียงราย ๗๕ กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมด ๓๕๙ ตารางกิโลเมตรหรือคิดเป็น ๒๒๔,๓๗๕ ไร่ ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลห้วยชมภู อำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย , ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลห้วยชมภู อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย , ตำบลโป่งแพร์ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย ทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลป่าแดด อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย,ตำบลสันต้นหม้อ อำเภอแม่ยาว จังหวัดเชียงใหม่ ทิศ ได้ ติดกับ ตำบลแม่สรวย อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

การขยายตัวของการท่องเที่ยวทำให้เศรษฐกิจในปัจจุบันมีความสำคัญต่อสังคมในชุมชน แหล่งให้บริการท่องเที่ยวที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมซึ่งมีที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก บริการรถในการเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนตลอดจนตลาดสดพืชผักเมืองหนาว การศึกษาบริบทพื้นที่อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงรายเพื่อที่จะสร้างความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการเกษตร ตลอดจนสภาพปัจจุบันของเศรษฐกิจและสังคมท้องถิ่นจึงมี

ความน่าสนใจในภูมิภาคนี้ เพื่อที่จะนำมาใช้ประกอบการวางกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยซ้าย อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย

โครงสร้างตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยซ้าย การที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถแลกเปลี่ยนซื้อขายกาแพกันได้จะพบปะกันหรือไม่ก็ตาม จะมีสถานที่ซื้อขายกันหรือไม่ก็ตามการเกิดตลาดสินค้าก็สามารถมาเกิดขึ้นได้ โครงสร้างจึงเป็นการกระจายการผลิตของกาแพในตลาด การตลาดจึงเป็นตัวกำหนดผลของการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจกาแพดอยซ้าย การผลิตกาแพดอยซ้ายสู่ตลาดมีต้นทุนที่ใช้สูงมากจากทุนในการจดทะเบียนของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตในการจดทะเบียน การเข้าสู่ส่วนแบ่งทางการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจกาแพดอยซ้าย การโฆษณาในการขายสูงมาก ซึ่งเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาจะต้องมีการร่วมมือกันในกลุ่มผู้ผลิตและต้องระมัดระวังในการนำเสนอส่วนแบ่งการตลาดรายอื่นๆ การตลาดจึงเป็นการลงทุนที่สูงการจะมีโอกาสในการขายที่ดีจะต้องผ่านปัญหาการสร้างอุปสงค์ให้กับคู่แข่ง การจะสร้างตลาดกาแพดอยซ้ายจึงต้องใช้การส่งเสริมตลาดให้ดำเนินตามนโยบายที่จะต้องไม่มีการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าของกาแพดอยซ้ายที่กำหนดขึ้น

การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยซ้าย กาแพดอยซ้ายเป็นสายพันธุ์อราบิก้าเป็นกาแฟคุณภาพดีที่ปลูกในพื้นที่ดอยซ้าย ตำบลาวี อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย การบริหารจัดการของกลุ่มปลูกกาแฟได้มีการจัดการปลูกกาแฟให้สอดคล้องกับความอุดมสมบูรณ์ของดินและน้ำซึ่งเป็นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การคัดสรรการเก็บเกี่ยวผลผลิตกาแพดอยซ้ายมีการควบคุมให้เป็นไปตามขั้นตอนเพื่อที่จะเน้นคุณภาพของกาแฟ การตาก การเก็บบ่ม และการสีกาแฟ การบริหารจัดการตระหนักถึงคุณภาพกาแฟแล้วยังต้องคำนึงถึงเรื่องสินค้าที่เป็นธรรม กาแพดอยซ้ายจึงเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดในประเทศและต่างประเทศออกเป็น ๓ ส่วน ดังนี้

การดำเนินการช่วงต้นน้ำ การร่วมตัวกันในกลุ่มผู้ปลูกกาแพดอยซ้าย หน่วยงานทำการตรวจประเมินองค์กร แสดงหลักฐานสำคัญ เช่น งบการเงิน เอกสารทางบัญชี การแสดงรายละเอียดโครงสร้างองค์กร การจดทะเบียน องค์กร กาแพดอยซ้ายมีความประสงค์ที่จะจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนดอยซ้ายเป็นเจ้าของวิสาหกิจได้รับประโยชน์ร่วมกัน การดำเนินการเกี่ยวข้องกับปัจจัยนำเข้า ๒ ส่วน คือ ๑. เกษตรกรผู้ผลิตกาแพดอยซ้าย จะต้องให้ความสำคัญทรัพยากรบุคคลที่เป็นแรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พื้นที่ดอยซ้ายชุมชนเป็นชาวเขา

เผ่าอาข่าจำนวนมากที่ไม่มีสัญชาติไทยบุคคลที่ไม่มีสัญชาติไม่ได้รับสิทธิเท่าเทียมกับบุคคลที่มีสัญชาติ การสนับสนุนด้านการศึกษา และการส่งเสริมกลุ่มกาแฟดอยช้างจึงมีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ การดำเนินธุรกิจกาแฟดอยช้างที่ได้รับสิทธิไม่เท่าเทียมกัน แบ่งออกเป็น ๓ ประเด็น คือ ๑. การรับซื้อเมล็ดกาแฟจากสมาชิกเกษตรกรชุมชนดอยช้างไม่แบ่งแยกเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ กิจกรรมช่วยเหลือหลากหลายกิจกรรม เช่น การมีกองทุนกู้ยืม การอบรมทักษะความรู้เพื่อประกอบอาชีพ การมีศูนย์เรียนรู้ในการแลกเปลี่ยนความรู้ของกลุ่มกาแฟดอยช้าง ๒. การกำหนดราคาเมล็ดกาแฟโดยกลุ่มปลูกกาแฟดอยช้างมีส่วนร่วมกัน การดำเนินงานของกลุ่มกาแฟดอยช้างไม่มีการแบ่งเพศ และวัย ๓. กลุ่มปลูกกาแฟดอยช้างสามารถออกความคิดเห็นของตนเองอย่างเสรี การกำหนดมาตรฐานกาแฟหรือการบริหารจัดการ เช่น ราคาเมล็ดกาแฟ สวัสดิการกลุ่มกาแฟดอยช้าง การพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกปลูกกาแฟดอยช้างในพื้นที่ มีอิสระในการตั้งราคากลางให้กับโรงงานกาแฟดอยช้าง ซึ่งการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง จะเน้นผลประโยชน์ของเกษตรกรเป็นหลัก เพื่อไม่ให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบ กระบวนการเพาะปลูกกาแฟดอยช้างไม่มีการใช้สารเคมีที่มีผลกระทบกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระบวนการล้าง การคัดแยกเมล็ด การหมัก การตาก รวมถึงการคั่วเมล็ดกาแฟ ได้รับการอบรมและการควบคุมของผู้เชี่ยวชาญในการผลิต การตั้งศูนย์การศึกษากาแฟดอยช้างขึ้นเป็นแหล่งเรียนรู้กาแฟสำหรับผู้ปลูกกาแฟ การจัดอบรมเกษตรกรและผู้ผลิต มีการพัฒนา เทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ใหม่ๆ ๒. วัตถุประสงค์การผลิตกาแฟดอยช้างมีแหล่งเพาะปลูกบนพื้นที่ดอยช้าง ซึ่งมีระดับความสูง ๑,๐๐๐-๑,๗๐๐ เมตร จากระดับน้ำทะเล ทำให้กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟคุณภาพดี การปลูกเมล็ดกาแฟโดยปล่อยให้พืชชนิดอื่นขึ้นแทรกตามธรรมชาติทำให้กาแฟได้ประโยชน์จากแร่ธาตุของต้นไม้ ประโยชน์ทางด้านผลผลิตกาแฟเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพบนพื้นที่ดอยช้าง พื้นฟูดิน หรือพื้นที่รกร้างเสื่อมโทรมให้กลับมาอุดมสมบูรณ์ ป้องกันการพังทลายของดินที่เกิดจากการทำลายต้นไม้ รวมทั้งเป็นการเพิ่มศักยภาพของดินเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การดำเนินการช่วงกลางน้ำ กระบวนการผลิตกาแฟดอยช้างเป็นการพัฒนาการสื่อสารตลาด มีความเกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การใช้สารเคมี การทำลายทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การทำลายหน้าดิน การตัดไม้ การเผาป่า มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผู้บริโภคมีความตระหนักทางด้านสิ่งแวดล้อม และนิยมสินค้าที่ได้รับการยืนยันว่ามีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กาแฟดอยช้างมีขั้นตอนและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

ขั้นตอนและกระบวนการผลิตกาแฟดอยช้าง

๑. การปลูกกาแฟดอยช้าง นิยมปลูกไต้ต้นไม้ใหญ่ เช่น แมคคาเดเมีย เพื่อบังร่มเงา การปลูกกาแฟเป็นการเพิ่มปริมาณต้นไม้ใหญ่เพิ่มขึ้น และการควบคุมผลผลิต โดยกลไกของระบบนิเวศโดยไม่ใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีกำจัดแมลง

๒. การเก็บเกี่ยวเมล็ดกาแฟ ผลกาแฟสดที่สุกด้วยมือที่ละเอียด การใช้คนในการเก็บเมล็ดกาแฟจะทำให้คงรสชาติของกาแฟมีมาตรฐานเดียวกัน

๓. การล้างและคัดแยกเมล็ดกาแฟ นำมาเทลงบ่อน้ำหมักกาแฟเพื่อล้างทำความสะอาดและแยกเอาเฉพาะเมล็ดสมบูรณ์ที่จมน้ำ ส่วนเมล็ดที่ลอยน้ำจะถูกคัดแยกออก ขั้นตอนการการล้างและคัดแยกเมล็ดเป็นขั้นตอนที่มีการใช้น้ำปริมาณมาก ซึ่งน้ำในกระบวนการล้างกาแฟจะนำมาบำบัดที่ดีสามารถนำมารดต้นไม้ได้

๔. การแยกเปลือกออกจากเมล็ดกาแฟเป็นกระบวนการที่จะต้องมีความชำนาญเพื่อให้ได้ผลกาแฟที่สมบูรณ์และมีขนาดเท่ากันโดยการนำมากะเทาะเปลือกด้วยเครื่องกะเทาะเปลือก

ส่วนเปลือกเมล็ดกาแฟที่ผ่านกระบวนการแยกเปลือกสามารถนำมาทำปุ๋ยหมักใช้การเกษตรได้ ซึ่งจะช่วยบำรุงดิน และเพิ่มธาตุอาหารในดิน

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

๖. การตากกาแฟกะลา ที่ผ่านการแช่พักเมล็ดมาบนลานตากที่สะอาดและตาก ให้แห้งด้วยแสงอาทิตย์เป็นระยะเวลาประมาณ ๗-๘ วัน พลิกกลับกาแฟกะลาสม่ำเสมอเพื่อให้การระเหยของน้ำดีขึ้น การตากเมล็ดกาแฟแห้งด้วยแสงอาทิตย์เป็นวิธีทางธรรมชาติเกษตรกรอาจมุงหลังคาด้วยพลาสติกเพื่อลดปัญหาความเสี่ยงต่อฝนที่ตกนอกฤดูกาล และลดปัญหาแรงงานในการเก็บกาแฟ

๗. การเก็บรักษา กาแฟกะลาจะถูกบรรจุลงใน กระสอบที่สะอาดแล้วนำไปเก็บรักษามีการควบคุมระดับอุณหภูมิที่เหมาะสม และควบคุมอากาศถ่าย ในกระบวนการเก็บรักษามีการใช้กระสอบ

๘. การผลิตกาแฟสาร กระบวนการผลิตกาแฟสารที่มีการสีเอาส่วนของกะลาแห้งที่หุ้มเมล็ดออกด้วยเครื่องสีกะลาเพื่อคัดแยกขนาดเมล็ด เครื่องคัดแยกคุณภาพสูง และมีการคัดซ้ำ ตรวจสอบด้วยแรงงานคน การใช้เครื่องจักรคุณภาพสูงช่วยลดปริมาณแรงงานและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่มีการใช้น้ำในกระบวนการมาก

๙. การคัดเกรดกาแฟสาร กาแฟดอยช้างมีการแยกเกรดของกาแฟสารของดอยช้างออกเป็น ๔ เกรด ตามขนาดของกาแฟ การคัดเกรดกาแฟสารใช้เครื่องเป่าแยกเมล็ด

๑๐. การคั่วกาแฟ กาแฟสารที่คัดเกรดแล้วจะนำมาคั่ว ด้วยเครื่องคั่วคุณภาพสูงอัตโนมัติหรือการใช้แรงงานเกษตรกรคั่ว

๑๑. การบรรจุ กาแฟคั่วที่ได้จะถูกบรรจุลงถุงฟอยล์ ๔ ชั้น ที่มีวาล์วระบายอากาศทางเดียว การบรรจุในถุงฟอยล์คุณภาพสูงเป็นการลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต ซึ่งทำให้ ผลิตภัณฑ์ กาแฟเป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

การบริหารจัดการกาแฟดอยช้างมีกระบวนการผลิตกาแฟอาจก่อให้เกิดผลกระทบ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โรงงานกาแฟดอยช้างได้มีส่วนร่วมในการลดผลกระทบ สิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการผลิตให้น้อยที่สุด สามารถควบคุมมาตรฐาน กระบวนการผลิตที่ได้ มาตรฐาน โรงงานผลิตกาแฟดอยช้างมีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ลดการใช้พลังงาน และเลือกใช้ พลังงานหมุนเวียนเท่าที่เป็นไปได้ กระบวนการบริหารจัดการเพาะปลูกกาแฟ ไปจนถึงการบรรจุหีบห่อ และด้านการตลาดที่ส่งต่อไปยังผู้บริโภค เช่น การเพาะปลูกในระบบเกษตรเน้นเพิ่มพื้นที่ป่า การใช้ พลังงานทดแทนในกระบวนการตาก การใช้เทคโนโลยีคุณภาพ กระบวนการผลิตสามารถลดปัญหา สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในกระบวนการผลิต โรงงานผลิตกาแฟดอยช้างยังมีความ พยายามที่จะลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากขยะให้มีปริมาณน้อยที่สุด กาแฟเติบโตขึ้นเองตาม ธรรมชาติ โดยมีต้นไม้ใหญ่เป็นร่มเงา และไม่ใช้สารกำจัดศัตรูพืชที่มีผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม มีการ นำเปลือกกาแฟมาทำปุ๋ยเพื่อใช้ในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังมีการใช้ระบบบำบัดน้ำเสีย

ระบบการบำบัดน้ำเสียโดยวิธีการส่งเข้าไปที่บ่อบำบัดเพื่อให้ระเหย น้ำเสียที่ถูกบำบัดจะถูกนำ กลับมาใช้ในกระบวนการผลิต การจัดการของเสียในรูปแบบหมุนเวียนเป็นปัจจัยความสำเร็จในการใช้ ทรัพยากรอย่างยั่งยืน บริเวณรอบภูเขาดอยช้างเป็นพื้นที่เพาะปลูกกาแฟ ซึ่งในสวนกาแฟมีต้นไม้ใหญ่ ที่เกษตรกรปลูกขึ้น เกษตรกรไม่สามารถตัดได้ เนื่องจากต้องใช้ประโยชน์จากร่มเงาของต้นไม้ในการ เพาะปลูกกาแฟ ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพกาแฟ เกษตรกรไม่สามารถทำการเผาป่าจะส่งผลกระทบต่อ ต้นกาแฟที่เพาะปลูก

การดำเนินการช่วงปลายน้ำ การดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟดอยช้างการดำเนินการค้าอย่าง เป็นธรรม โดยเฉพาะราคาที่เป็นธรรมกับผู้ผลิตกาแฟ โดยได้มีการสนับสนุนปัจจัยทุนให้กับเกษตรกรที่ ยากไร้หรือด้อยโอกาส วิธีการช่วยเหลือเกษตรกรที่ ด้อยโอกาสสู่การทำเป็นระบบเป็นเงินกู้ของกลุ่ม ทุนส่วนหนึ่งจะเป็นเงินกู้ โดยที่อาจจะไม่มีดอกเบี้ย หรือว่าอาจจะมียอดดอกเบี้ยต่ำเพื่อเป็นการช่วยเหลือ

เกษตรกรผู้ด้อยโอกาสให้มีทุนเพียงพอ และสามารถดำเนินการผลิตกาแฟได้ วิสาหกิจกาแฟดอยช้างมี
 ปัญหาการค้าที่ไม่เป็นธรรมด้านราคาถูกกดราคาระมัดจากพ่อค้าคนกลางเมื่อเปรียบเทียบกับปลูกพืช
 ผลผลิตชนิดอื่นมีราคาสูงกว่า กาแฟดอยช้างจะไม่มีรูปแบบการดำเนินงานที่เป็นทางการทำให้การ
 ทำงานเน้นให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มสมาชิกปลูกกาแฟดอยช้างเพื่อพัฒนาธุรกิจร่วมกัน

ส่วนที่ ๑ ตารางแสดงแบบสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนตัว

ที่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	๒๔	๒๔
หญิง	๗๖	๗๖
อายุ		
๒๐-๓๐ ปี	-	-
๓๑-๔๐ ปี	-	-
๔๑-๕๐ ปี	๓	๓
๕๑ ปีขึ้นไป	๙๗	๙๗
ระดับการศึกษา		
ชั้นประถมศึกษา	๓๖	๓๖
ชั้นมัธยมศึกษา	๕๘	๕๘
ปริญญาตรี	๖	๖
ปริญญาโท	-	-
สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป	-	-
สถานภาพ		
โสด	๕	๕
สมรส	๗๙	๗๙
หม้าย	๑๑	๑๑
หย่าร้าง	๕	๕
รายได้(ต่อเดือน)		
๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท	๙๑	๙๑
๒๐,๐๐๐-๓๐,๐๐๐ บาท	๙	๙

๓๐,๐๐๐-๔๐,๐๐๐ บาท	๑	๑
๔๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป	-	-

N=๕๐

จากตารางที่ ๑ การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มเป้าหมายที่ได้คัดเลือกแบบเจาะจงที่อาศัยในพื้นที่อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า เป็นหญิง ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐ อายุ ๕๑ ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ ๘๗ การศึกษามัธยมศึกษา ๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๘ สถานภาพสมรส ๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๙ ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท (เปรียบเทียบรายได้กับรายจ่าย) รายรับสูงกว่ารายจ่าย(เหลือเก็บ) คิดเป็นร้อยละ ๙๑

๔.๒ ศึกษาการพัฒนาระบบงานสารสนเทศแบบเดิมโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้

ตอนที่ ๒ ศึกษาการพัฒนาระบบงานสารสนเทศแบบเดิมโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้

การออกแบบหน้าจอร์เบต

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

๑. Visibility คือ มีความชัดเจนที่จะบ่งบอกถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของเว็บไซต์ โดยคำนึงการใช้งาน และมี Concept ที่ชัดเจน

๒. Development ต้องคำนึงถึง ความสามารถในการปรับแต่งและข้อจำกัดของ platform เช่น การรองรับ การสร้างต้นแบบที่รวดเร็ว มีคลังข้อมูล และมีชุดเครื่องมือที่รองรับ เพื่อที่จะสามารถต่อยอดและพัฒนาต่อไปได้

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

พื้นฐานหลักการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๑. Communication ความสอดคล้องกันระหว่าง ผู้ใช้และฟังก์ชันการใช้งาน เช่น พฤติกรรมการใช้งาน interactive ต่าง ๆ

๒. Economization การลดจำนวนขั้นตอนการทำงานของ User Interface ให้น้อยที่สุด แต่ต้องครอบคลุมที่สุด

๓. Organization หมายถึง User Interface จะต้องมีการสร้างการที่จะใช้งานและ Concept ที่ชัดเจน

การพัฒนาระบบงานสารสนเทศและการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

การเชื่อมต่อ Internet เชื่อมกับฐานข้อมูลเพื่อจัดเก็บข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลและนำเสนอสารสนเทศตามความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งแบ่งการดำเนินงานออกเป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนของผู้ดูแลระบบ และส่วนของผู้ใช้งาน

๑. พัฒนาระบบสารสนเทศแบบครบวงจรเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน โดยพัฒนาเว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงง่ายที่รองรับการใช้งานสำหรับทุกอุปกรณ์ระบบโดยใช้ภาษา PHP ในการพัฒนา

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

๑) กลยุทธ์เชิงป้องกัน ชุมชนควรมีการจัดสรรบุคคล รุ่นใหม่เข้ามาเรียนรู้และสืบทอดงาน และควรหาลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เพื่อสามารถพึ่งพาตัวเองให้ได้มากขึ้น กลยุทธ์การตลาดเชิง

สร้างสรรค์และการโฆษณาเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่าย สินค้าและบริการจากการท่องเที่ยว คือ ชุมชนธรรมชาติของแต่ละถิ่นที่อยู่ (น้ำตก ดอกไม้ ป่าไม้สัตว์ ภูเขา เกษตรหมุนเวียน) ผักและผลไม้ประจำท้องถิ่น การผลิตกาแฟ การพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์และ สร้างการโฆษณาเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อพฤติกรรมก่อให้เกิดการใช้จ่ายสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวอย่าง ตำบลาวัว อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยววิสาหกิจกาแฟดอยช้าง วัฒนธรรม โดยชุมชน ต้องมีเส้นทางการท่องเที่ยวที่เป็นเครือข่าย มีการบอกเล่าเรื่องราวสร้างเรื่องราวพื้นฐาน (Story) เล่าเรื่อง เก่าสร้างเรื่องใหม่ เรื่องราวที่สร้างต้องดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวได้ทั้ง ๑๒ เดือน มีความรัก ความผูกพันในชุมชน ผูกโยงร้อยเรื่องราวให้หลอมรวมเป็นเรื่องราวเดียวกันโดยมีรากฐาน จากศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาค้นหา และค้นพบ เรื่องราวจากเรื่องเล่า สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวสร้างเส้นทางการจับจ่ายใช้สอยโดยใช้เครือข่ายของชุมชนเพื่อท่องเที่ยวและการศึกษาวิถีชุมชน สัมผัส เรียนรู้ สร้างประสบการณ์จากการท่องเที่ยวและสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนโดยสร้างกิจกรรม ที่เป็นความต้องการของตลาดหรือตลาดนำการผลิต ต้องมีการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกของชุมชน การให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ข่าวสารผ่านสื่อโฆษณาเพื่อนำเสนอ ให้น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว และยกระดับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

คุณค่าตราสินค้า หลักการที่ดีที่สุดที่จะช่วยให้ผู้บริหารตราสินค้าได้มี แนวทางในการศึกษา และค้นหาปัญหาต่าง ๆ ด้วยการทำความเข้าใจคุณค่าต่าง ๆ ที่ประกอบกันขึ้น เป็นตราสินค้าจะเป็นสิ่งที่เพิ่มมูลค่าให้ตราสินค้าทำให้เกิดการเชื่อมโยงองค์ประกอบคุณลักษณะต่าง ๆ เข้าด้วยกันถึงแม้ไม่สามารถจับต้องได้แต่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางใจกับผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้มากกว่า ประโยชน์ทางกายภาพ อีกทั้งยังสร้างความแตกต่างจากตราสินค้าและคู่แข่งอีกรวมทั้งยังช่วยสร้าง ยอดขายและกำไรให้กับตราสินค้าและเจ้าของตราสินค้าได้อีกด้วย การสร้างตราสินค้านั้นเป็นกลยุทธ์ หนึ่ง ที่ผู้บริหารตราสินค้าควรให้ความสำคัญเพราะคุณค่าที่โดดเด่นแตกต่างของตราสินค้านั้น เกิดจาก การที่ผู้บริโภคมีความรู้ เชื่อมโยงตราสินค้ากับบางสิ่งบางอย่างทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า มีความรู้สึกดีทุกครั้งที่เกิดถึงตราสินค้า ในเวลาที่ยากใช้บริการก็จะนึกถึงจดจำตราสินค้านั้นเป็นอันดับแรก โดยไม่มีสินค้าอื่นมาแทนที่ สามารถจดจำได้ไม่ว่าจะเป็นชื่อ คุณลักษณะของสินค้าหรือ

บริการ รูปร่างหน้าตาภายนอกคุณประโยชน์ต่าง ๆ หรือสิ่งที่ทำให้รู้สึกว่าจะใช้ตราสินค้าแล้วเกิด ความภูมิใจ ซึ่งเป้าหมายสูงสุดของการสื่อสารเพื่อสร้างตราสินค้า ก็คือการทำให้ตราสินค้าของตน มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้ามีความรู้สึกผูกพันมอง ตราสินค้าเป็นคนที่ไว้วางใจได้

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



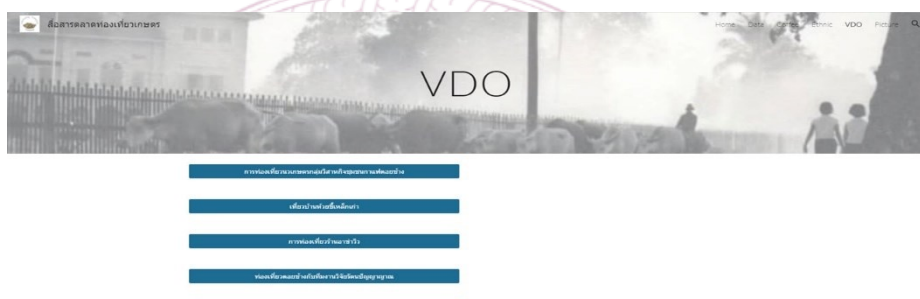
ภาพที่ ๓ หน้าหลักเว็บไซต์จัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตร



ภาพที่ ๔ ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนดอยช้าง



ภาพที่ ๕ Akha View



ภาพที่ ๖ วิดีทัศน์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกาแฟดอยช้าง



ภาพที่ ๗ ภาพศูนย์เรียนรู้กลุ่มชาติพันธุ์

๒. การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามในการสนทนากลุ่ม(Focus group) ขององค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ตำบลเวียง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย และการสัมภาษณ์กลุ่มองค์กรบริการส่วนตำบลลาวี และผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์

การสนทนากลุ่มการใช้ประโยชน์เว็บไซต์ในการบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

การสนทนากลุ่มย่อยได้ดำเนินการเมื่อวันที่ ๑๕ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๔ องค์การบริหารส่วนตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วัตถุประสงค์ของการสนทนากลุ่มมีดังนี้

๑. เพื่อต้องการทราบถึงเว็บไซต์ในการบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างและคู่มือการใช้เว็บไซต์จากการใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

๒. การระดมความคิดเพื่อเว็บไซต์ในการบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างเมื่อนำมาใช้ประโยชน์ในชุมชนแล้วยังนำมาจัดเข้ากับการจัดการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา

๓. การจัดตั้งกลุ่มส่งเสริมเว็บไซต์ในการบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในชุมชนเป็นศูนย์เรียนรู้ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความคิดเห็น กระบวนการขับเคลื่อน ประสพการณ์ทางด้านการท่องเที่ยวแนวเกษตร การจัดกิจกรรม ส่งเสริมความรู้ในชุมชน การสร้างองค์ความรู้ใหม่ การสร้างเครือข่าย การเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้มาใช้ ประโยชน์กับชุมชนในปัจจุบัน

จากการได้สนทนากลุ่มย่อยจึงได้พิจารณา และได้ผลสรุปของชุมชนที่จะต้องมีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการ การวางแผนร่วมกัน และผลกระทบ การเปิดเวทีให้ความคิดเห็นที่มีความหลากหลาย ของชุมชน ความเชื่อมโยงในการประสานงาน ผลงานที่ได้ผลิตในชุมชนจะต้องมีการกำหนดให้ชัดเจน หน้าที่จะต้องทำอะไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบ จะส่งผลกระทบอะไรเมื่อมีการปฏิบัติตามแผน การ กำหนดเงื่อนไขจะต้องมีระบบที่เข้าควบคุมตัวแปรทุกขั้นตอน ดังนี้

๑. กำหนดทุกประเด็นการปฏิบัติงานให้ชัดเจน

๒. กำหนดการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในชุมชน

๓. การเชื่อมโยงให้มีความสอดคล้องในแต่ละสัปดาห์

สนทนากลุ่มย่อยในครั้งนี้มีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยวิธีการเจาะจงที่มีส่วนเกี่ยวข้องใน ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีการระดมความคิดเห็น ความต้องการของชุมชนที่จะ เว็บไซต์ในการบริหารจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้างสิ่งที่เป็นต้นทุนของชุมชน เพื่อการอยู่ได้ด้วยตนเองในเรื่องการพัฒนาเพื่อส่งเสริมตลาด การท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง สรุปบทสัมภาษณ์ความคิดเห็นที่ เกี่ยวข้องการทำ SWOT จัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกาแฟดอยช้าง ซึ่งได้แก่

๑) นายวิรุจน์ สุวรรณทา ปลัด อบต.วาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

๒) นายวิศ มันทาวลี Haqlaqmoq coffee farm อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

- ๓) นางวิภา พัทธกุลทอง Akha View อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ๔) นางสาวอริสา ศรีราชา Aja coffee farm อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ๕) นายพิก่อ พิสัยเลิศ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ๖) นายสุพจน์ วินิจวงษ์พนา กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปมะคาเดเมียดอยช้าง
- ๗) นายภาคภูมิ แลเมอแก้ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าดอยช้าง
- ๘) นายวิชา พรหมยงค์ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ๙) นายปณชัย พิสัยเลิศ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ๑๐) นายพิษณุชัย แก้วพิชัย กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
- ๑๑) นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทักษะในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ของแต่ละท่านสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปได้และประโยชน์จากการบริหารจัดการร่วมกันของชุมชน สถาบันการศึกษา ภาครัฐ และเอกชน ดังนี้

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

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

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

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

๔. นายพิก่อ พิสัยเลิศ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ให้ข้อคิดด้านการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวที่จะสามารถนำรายได้ทางการเกษตรที่มีอยู่ในพื้นที่นำมาแปรรูป ตลอดจนการพัฒนาเกษตรกิจพอเพียงเข้าสู่ตลาดโลกที่จะส่งเสริมการขายในระบบเครือข่ายทำให้เกษตรกรที่ปลูกกาแฟดอยช้างได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาสินค้า และการนำเสนอสินค้ารูปแบบใหม่ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค

๕. นายสุพจน์ วิจิตรวงษ์พนา กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปมะคาเดเมียดอยช้าง การส่งเสริมการแต่งกายประจำเผ่าเพื่อการส่งเสริมการตลาดพร้อมกับการส่งเสริมวัฒนธรรมชนเผ่า เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ประกอบกับการที่ใช้สินค้าเกษตรในพื้นที่ผสมผสานกับเครื่องแต่งกายชนเผ่าในการตัดชุดแต่งการให้นักเรียนจะทำให้ชุมชนที่ประกอบการท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

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

๗. นายวิชา พรหมยงค์ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย นักอนุรักษ์ป่าไม่ได้ให้ข้อคิดเห็นในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเกษตรที่ไม่ทำลายป่าไม้ใหญ่ตลอดถึงทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย จะต้องมีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีการเกษตร วัฒนธรรมชนเผ่า ที่สำคัญทางเศรษฐกิจแล้วยังต้องพึ่งพาธรรมชาติในการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวสามารถไปเที่ยวในหมู่บ้านที่มีการค้าขายได้อย่างปลอดภัย และสามารถซื้อสินค้าซึ่งเป็นอาหาร ของที่ระลึก

๘. นายปณชัย พิสัยเลิศ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ได้รับการสนับสนุน ภาครัฐในการอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มที่มีแนวคิดใหม่ ที่มีความใส่ใจกาแฟอราบิก้าที่ปลูกใน พื้นที่ดอยช้าง นวัตกรรมด้านการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถทำให้ชุมชนมีรายได้ช่วยเหลือ ตนเองและครอบครัว สร้างความเข้มแข็งให้กับครอบครัว ความอบอุ่นในการอยู่กันพร้อมหน้า การ ส่งเสริมให้เกิดการสนับสนุนและให้ความร่วมมือการท่องเที่ยววนเกษตร บริหารจัดการโดยชุมชนมีส่วน ร่วมขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยว ศึกษาดูงาน เป็นแหล่งให้ความรู้กับนักเรียน นักศึกษาและผู้สนใจเข้ามา เรียนรู้ได้ตลอดเวลา

๙. นายวิชา พรหมยงค์ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย กล่าวถึงการส่งเสริม การท่องเที่ยวในบริบทที่ต้องพึ่งพิงการมีส่วนร่วมของชุมชน จากการนำความเชื่อ ความศรัทธาผู้นำ การรวมตัวของสมาชิกผู้ปลูกกาแฟ นำมาบริหารจัดการในรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ การจัดการด้วย การบริหารด้วยชุมชนจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมวางแผนกำหนดทิศทางในการทำงานให้ชัดเจนขึ้น

๑๐) นายพิษณุชัย แก้วพิชัย กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ได้ร่วมกันก่อตั้ง กลุ่มปลูกกาแฟดอยช้าง สร้างความเข้มแข็งชุมชนด้วยการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่ปลูกกาแฟสายอรา บิก้าในพื้นที่ดอยช้างได้รวมตัวกันเพื่อการให้ความรู้ การถ่ายทอดประสบการณ์ การส่งเสริมการตลาด

๑๑) นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สนับสนุนการให้ความรู้กลุ่มผู้ปลูกกาแฟดอยช้างในการเข้าสู่ระบบการบริหารจัดการที่มีสมาชิกทุกคน เฝ้าได้ร่วมกันพัฒนากาแฟให้มีคุณภาพสู่ผู้บริโภค

จากการสัมภาษณ์ในการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกาแฟดอยช้างของแต่ละท่านได้นำมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการ บริหารการท่องเที่ยวของเมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย การใช้เทคนิค SWOT ดังนี้

จุดแข็ง

๑. เป็นบริการการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กาแฟดอยช้างในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ

๒. มีการใช้งานบริการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกาแฟดอยช้างในชุมชนด้วยเครือข่ายดิจิทัลอย่างต่อเนื่องให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของ

นักท่องเที่ยวในการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่ได้นำเสนอทุกมิติของการส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตร และชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ

๓. เข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรงที่เข้าร่วมโครงการ โดยการศึกษาการท่องเที่ยวผ่านระบบ เครือข่ายทางตรงอย่างสม่ำเสมอจะทำให้สามารถเลือกใช้บริการที่ตรงกับความต้องการของตนเอง

๔. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวการเกษตร วัฒนธรรม ธรรมชาติสะดวก

๕. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความโดดเด่น และแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ

๖. มีที่พักบริการให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

๗. มีป้ายบอกทาง และป้ายกลุ่มวิสาหกิจปลูกกาแฟดอยช้าง อธิบายความเป็นมาของสถานที่

๘. แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

๙. มีรายค่าบริการของที่ระลึกเพียงพอ

๑๐. มีร้านอาหารเพียงพอ

๑๑. การคมนาคมหรือเส้นทางเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวสะดวก

จุดอ่อน

๑. มีการให้บริการชุมชนยังไม่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวจะทำให้ผู้ที่มาท่องเที่ยว การเกษตร ขาดความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตัวในการท่องเที่ยวการเกษตรอย่างถูกต้อง

๒. การลงทุนงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การเกษตรยังมีน้อยเนื่องจากงบประมาณในการจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์ยังไม่มี

๓. การจูงใจนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวการเกษตรยังมีน้อยเพราะสาเหตุของการเป็นอยู่ของ ครอบครัว เศรษฐกิจ และสังคมในพื้นที่ยังขาดความรู้การร่วมสร้างสรรค์

๔. ไม่มีแผนที่ในการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชัดเจน

๕. ข้อมูลการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนไม่มี

๖. ไม่มีกิจกรรมสร้างความรู้ รื่นเริง ให้กับนักท่องเที่ยว

๗. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีระบบที่ชัดเจน

๘. บ้านเรือนในชุมชนบุกรุกแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรไม่สะดวกในการแบ่งเขตให้ชัดเจน

๙. แหล่งท่องเที่ยวบางจุดมีห้องน้ำไม่เพียงพอ

๑๐. ขาดผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งการเกษตรในพื้นที่ต่างๆ

๑๑. การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความหลากหลาย

อุปสรรค

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

โอกาส

๑. การส่งเสริมการท่องเที่ยวการเกษตรเป็นพื้นที่เหมาะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมในพื้นที่จังหวัดเชียงราย
๒. สภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวการเกษตรสามารถจะจัดได้ประกอบกับการพื้นที่เหมาะกับการท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวหลายรูปแบบทั้งการเดินเที่ยว นั่งรถเที่ยว
๓. พื้นที่การท่องเที่ยวการเกษตรจะต้องมีการวางแผนให้สอดคล้องกับวิถีชุมชน และสามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวครบวงจรได้โดยการร่วมมือของคนในชุมชนทุกคน
๔. เป็นเขตพื้นที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านสามารถกระตุ้นเป็นจุดเด่นในการตลาดได้ดี
๕. มีการท่องเที่ยวหลายรูปแบบทางบก
๖. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีนโยบายสนับสนุน ส่งเสริมการท่องเที่ยวโบราณสถานในชุมชน
๗. ความร่วมมือของภาครัฐ และเอกชนในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
๘. ให้อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจ

การบริหารการท่องเที่ยวการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง การใช้เทคนิค SWOT ได้นำมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังนี้

จุดแข็งของการบริหารการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ภาพรวมแล้วโอกาสในการพัฒนาจะต้องมีส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำหนดนโยบาย แผนงาน ให้สอดคล้องกับการส่งเสริม สนับสนุนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว การจัดแผนผังเมืองเป็นการจัดบ้านเรือนชุมชนให้เป็นระเบียบไม่บุกรุกป่าไม้ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว การสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยู้งักกับคนทั่วไปแล้วจะต้องเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยววัฒนธรรม การปลูกจิตสำนึกประชาชนในชุมชน การปรับภูมิทัศน์ การรักษาธรรมชาติ จะต้องร่วมมือกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย กรมศิลปากร เพื่อเข้ามาบริหารจัดการบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทุกมิติ การจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยววัฒนธรรม จัดกิจกรรม การสร้างความรื่นเริง และการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว

การจัดกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ซึ่งเป็นการลดปัญหาที่เกิดจากอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นจะต้องจากกฎหมายระหว่างประเทศที่มีข้อจำกัดในการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวน้อย การเสนอให้กับทางรัฐบาลในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อพิจารณาแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจึงจะต้องมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ต่อการบริหารจัดการทั้งแผนการท่องเที่ยว การสร้างรายได้ให้ชุมชน การกระจายรายได้ให้ทั่วถึงทุกพื้นที่ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมบุคลากรในการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวตลอดจนจัดกิจกรรมเสริมให้ความรู้ เวทีเสวนาการท่องเที่ยวชุมชนกับเยาวชน นักเรียน นักศึกษา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ท่องเที่ยว

การวางระบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง

บุคลากรถือว่าเป็นกำลังขับเคลื่อนที่มีความสำคัญที่สุดในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง การมีบุคลากรที่ทรงประสิทธิภาพในด้านผลการปฏิบัติงานที่สูงและศักยภาพในการปฏิบัติงาน เป้าหมายของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างจะสำเร็จได้ขึ้นกับทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพในด้านของความคิด ทักษะคติ มุมมอง ศักยภาพในการปฏิบัติงาน

การเกษตร วัฒนธรรม ผลการสัมภาษณ์ สรุปผู้มีส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว การเกษตร วัฒนธรรม การพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องการเกษตร วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ประชาชน ผู้ที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในอดีตถึงปัจจุบัน

ผลการศึกษา

การวิจัยการพัฒนาระบบสารสนเทศตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟ ดอยช้าง ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบดิจิทัลผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมข้อมูลการวิจัยสรุปผลการ วิเคราะห์การใช้เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตร จากจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยใน ครั้งนี้ จำนวน ๔๐ คน วิเคราะห์การเพิ่มช่องทางการตลาดโดยการอิงเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตารางที่ ๘ แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ จำนวน ๔๐ คน ดังนี้

ข้อ ที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
ด้านการออกแบบ				
๑	ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม	๔.๑	.๘๓	มาก
๒	หัวข้อใช้ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม	๔.๒	.๗๕	มาก
๓	ภาพที่ทัศนียภาพการเกษตรมีความเหมาะสม	๔.๒	.๗๕	มาก
๔	การใช้ภาพสีพื้นเว็บไซต์มีความสวยงาม	๔.๑	.๕๓	มาก
๕	การเรียนรู้ง่าย	๔.๒	.๗๕	มาก
๖	การจัดเรียงเนื้อหาการท่องเที่ยวเป็น หมวดหมู่ดี	๔.๓	.๖๔	มากที่สุด
ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน				
๗	การใช้งานเว็บไซต์สะดวก	๔.๔	.๔๙	มากที่สุด
๘	สามารถเลือกข้อมูลภายในได้ด้วยตนเอง	๔.๑	.๘๓	มาก
๙	สามารถใช้ได้ทุกพื้นที่โดยไม่ใช้ อินเทอร์เน็ต	๔.๖	.๔๙	มากที่สุด
๑๐	ประสิทธิภาพโดยรวมเว็บไซต์เหมาะสม	๔.๐	.๗๗	มาก

N=๔๐

จากตารางที่ ๒ การวิเคราะห์แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์การ พัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง เพื่อส่งเสริม

แหล่งท่องเที่ยวการเกษตร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า การจัดเรียงเนื้อหาการท่องเที่ยวเป็นหมวดหมู่ดี การใช้งานเว็บไซต์ง่าย และสามารถใช้ได้ทุกพื้นที่โดยไม่ใช้อินเตอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม หัวข้อใช้ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม ภาพทิวทัศน์การเกษตรมีความเหมาะสม การใช้ภาพสีพื้นเว็บไซต์มีความสวยงาม การเรียนรู้เว็บไซต์สะดวก สามารถเลือกข้อมูลภายในได้ด้วยตนเอง และประสิทธิภาพโดยรวมเว็บไซต์เหมาะสมตามลำดับ

สรุป ศักยภาพด้านผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยว การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การวางแผนร่วมกัน และผลกระทบ การเปิดเวทีให้ความคิดเห็นที่มีความหลากหลายของชุมชน ความเชื่อมโยงในการประสานงาน ผลงานที่ได้ผลิตในชุมชนจะต้องมีการกำหนดชัดเจน หน้าที่จะต้องทำอะไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบ จะส่งผลกระทบอะไรเมื่อมีการปฏิบัติตามแผน การกำหนดเงื่อนไขจะต้องมีระบบที่เข้าควบคุมตัวแปรทุกขั้นตอน ส่วนการสนทนากลุ่มย่อยจึงได้พิจารณาของชุมชนที่จะต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การวางแผนร่วมกัน และผลกระทบ การเปิดเวทีให้ความคิดเห็นที่มีความหลากหลายของชุมชน ความเชื่อมโยงในการประสานงาน ผลงานที่ได้ผลิตในชุมชนจะต้องมีการกำหนดให้ชัดเจน หน้าที่จะต้องทำอะไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบ จะส่งผลกระทบอะไรเมื่อมีการปฏิบัติตามแผน การกำหนดเงื่อนไขจะต้องมีระบบที่เข้าควบคุมตัวแปรทุกขั้นตอน

๔.๓ ศึกษาการจัดเก็บข้อมูลร้านกาแปดอยช้างอย่างเป็นระบบป้องกันการสูญหายของข้อมูล

ตอนที่ ๓ ศึกษาการจัดเก็บข้อมูลร้านกาแปดอยช้างอย่างเป็นระบบป้องกันการสูญหายของข้อมูล

การวิเคราะห์ระบบงานการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแปดอยช้าง การวิเคราะห์ระบบงานมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงสภาพปัจจุบันและหาปัญหาขอ ระบบงานเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูล โดยในขั้นตอน วิเคราะห์ การดำเนินงานของระบบงานฐานข้อมูลกาแปดอยช้าง ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้

๑. การจัดทำเว็บไซต์ของระบบจัดการร้านกาแปดอยช้าง การจัดทำเว็บไซต์ของการจัดการข้อมูล ต่างๆ ภายในร้านกาแปดอยช้าง เช่น การขาย การจัดการวัตถุดิบ

รวมถึงรายงานการขาย หรือรายงานที่เกี่ยวข้อง เจ้าของร้านกาแฟ หรือสมาชิกที่ใช้บริการระบบจัดการร้านกาแฟจะสะดวกสบายต่อการใช้งาน โดยไม่ต้อง เสียค่าจ้าง หรือค่าดูแล ปัญหาที่พบ คือ ร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง ขาดระบบในการจัดการ หากต้องนำระบบเข้ามาช่วยจัดการจะต้องเปลืองค่าใช้จ่ายในการจัดทำเว็บไซต์จัดจ้างผู้พัฒนาระบบ และยังไม่สนับสนุนการดำเนินงานในอนาคต

๒. การค้นหาข้อมูลร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง การค้นหาข้อมูลร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้างจะมีในบริการเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค หรือเฉพาะสถานที่ จึงทำให้การค้นหาร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้างมีพื้นที่กว้างทำให้ไม่สามารถพบร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้างร้านของผู้ใช้งานได้ การวิเคราะห์และออกแบบระบบ จากการวิเคราะห์สภาพปัญหาของระบบจัดการร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง สื่อกลางสำหรับการนำเอาระบบมารวมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยพัฒนาการมาจากเทคโนโลยีที่ค่อนข้างมีมาตรฐาน ช่วยเหลือให้สามารถ เข้าถึงข้อมูลที่ระบบเพิ่มความสะดวกสบายในการค้นหา และลดการซ้ำซ้อนของข้อมูล อีกทั้งลดค่าใช้จ่ายให้กับกิจการร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง พร้อมทั้งสนับสนุนการดำเนินงาน ช่วยให้ผู้ดูแลระบบ ผู้ใช้งานระบบใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

๑. ผู้ดูแลระบบเว็บไซต์ (Admin) ผู้ดูแลระบบเว็บไซต์ คือ บุคคลที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมระบบ รวบรวมของเว็บไซต์เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานด้านต่างๆ ที่ใช้ในระบบเว็บไซต์ที่ถูกจัดเก็บไว้ในระบบถูกค่า Admin เจ้าของ ร้านอาหาร จัดการบันทึกข้อมูล ระบบจัดการร้านกาแฟได้รับข้อมูล ใช้งานเลือกใช้ข้อมูล ส่งข้อมูลฐานข้อมูล เช่น ข้อมูลสมาชิก ข้อมูลการขาย ข้อมูลร้านกาแฟ ข้อมูลผู้ดูแลร้านกาแฟ โดยผู้ดูแลระบบ เว็บไซต์สามารถดำเนินการปรับปรุง แก้ไข เพิ่มหรือลบข้อมูลได้

๒. ผู้ใช้งานระบบทั่วไป (Users) ผู้ใช้งานระบบทั่วไป คือ บุคคลโดยทั่วไป ที่ต้องการหาข้อมูลของร้านกาแฟและรายละเอียด ต่างๆ เพื่อทำการค้นหา หรือสมัครใช้บริการระบบจัดการร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้าง แต่ละคนสามารถสืบค้นข้อมูลร้านกาแฟกลุ่มวิสาหกิจดอยช้างต่างๆ ได้ พร้อมรายละเอียดร้านกาแฟได้และสามารถสมัครสมาชิกเพื่อทำการจัดการได้

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

การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างเป็นพื้นที่จึงเป็นจุดหนึ่งที่สามารถจะใช้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในอำเภอแม่สรวย ๓ ประเภท ดังนี้

๑.แหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง ที่น่าสนใจ ได้แก่

๑. อะมอนไซคอฟฟี่
๒. ไร่กาแฟอแกนิก Abonzo
๓. บริษัท ดอยช้าง คอฟฟี่ ออร์แกนอล
๔. กาแฟดอยช้าง
๕. Doi chang Coffee Farm House
๖. ดอยช้างคอฟฟี่ฟาร์ม
๗. Abonzo coffee
๘. JaDae House Coffee&Food จาเดเฮ้าส์
๙. YAYO FARM
๑๐. The BC2 (JaDae House)
๑๑. Nabati coffee farm
๑๒. Leehu Coffee Farm
๑๓. Sirinya Coffee
๑๔. Bluekoff Coffee Plantation
๑๕. เบเชกู คอฟฟี่
๑๖. Heqlaqmoq Coffee
๑๗. Leepee doichang
๑๘. อะเบโนะ คอฟฟี่ ดอยช้าง
๑๙. กาแฟดอยหมอก(ดอยช้าง)
๒๐. ร้านอุปกร์กาแฟ
๒๑. ABUFARM
๒๒. กาแฟดูเมียร์ ดอยช้าง
๒๓. อาซ่าวีว
๒๔. Aja coffee farm

๒๕. Hama coffee farm

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

๒.๑ สถานีทดลองเกษตรที่สูงดอยยาวี

๒.๒ จุดชมวิวดอยช้าง

๒.๓ วนอุทยานดอยกาดผี

๒.๔ อ่างเก็บน้ำเขื่อนแม่สรวย

๓. การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างประเภทการวนเกษตร วัฒนธรรมชนเผ่า และประเพณี จากประวัติศาสตร์เผ่าชนจีนยูนาน อาข่า และลีซอมาอยู่ร่วมกันหลายหลายเผ่าพันธุ์ เศรษฐกิจการพัฒนาการเกษตรในการการท่องเที่ยววิถีรูปแบบใหม่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมาเที่ยวอย่างต่อเนื่องไม่ขาด การสื่อสารคมนาคมทางบกสะดวกสบายจึงทำให้การท่องเที่ยวจะต้องมีการปรับสภาพพื้นที่ ชุมชนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ประกอบกับดอยช้างมีกลุ่มชนหลากหลายการอนุรักษ์สืบสานชนชาติพันธุ์ของตนเองจึงได้สืบสานจากบรรพบุรุษที่สืบสานกันต่อมาจากรุ่นสู่รุ่นจนเป็นวัฒนธรรม ชนธรรมนิยมประเพณี ดังนี้

๓.๑ การกินข้าวใหม่ชนเผ่า

๓.๒ การทอผ้าของอาข่า

๓.๓ การทอผ้าของลีซอ บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี ที่ได้สืบสานกันเป็นเอกลักษณ์

๓.๔ ประเพณี ขมสี ชิมมี้อเผว ชนเผ่าอาข่า

๓.๕ ประเพณีปลูกสร้างประตูปูบ้าน ชนเผ่าอาข่า

๓.๖ ประเพณีถวายทานให้ผีเปรต ชนเผ่าอาข่า

๓.๗ ประเพณีบูชาศาลพระภูมิเจ้าที่ ชนเผ่าอาข่า

๓.๘ ประเพณีไล่ชิงช้า ชนเผ่าอาข่า

๓.๙ ประเพณีการไหว้ผีหลวง ชนเผ่าลีซอ

๓.๑๐ การไหว้ผีไร่ ผีนา ชนเผ่าลีซอ

๓.๑๑ ประเพณีปีไหม ชนเผ่าจีนยูนาน

๓.๑๒ ประเพณีการไหว้บิดามาดาทหรือสามีภรรยาที่ล่วงลับ ชนเผ่าจีนยูนาน

การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอย

ช้าง

๑. การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย มุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์ให้ด้านการให้ความรู้ ความสามารถ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะทำให้การท่องเที่ยวการเกษตร วัฒนธรรม ได้มีการพัฒนาสอดคล้องความต้องการของนักท่องเที่ยวและประสบความสำเร็จ การมีส่วนร่วมของชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง จะต้องช่วยกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน ประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

๑.๑ ศักยภาพการบริหารจัดการของภาครัฐ และเอกชน ชุมชนให้มีความชัดเจน และ จะต้องมีการปลูกฝังการมีบริการด้วยใจ (service mind) ให้กับคนตลอดทั้งชุมชน

๑.๒ การบริหารจัดการด้านการเงิน ประชาชนในชุมชนที่อยู่ในพื้นที่การพัฒนาการ สื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง จะต้องมีความรู้ ความ เข้าใจในการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่ายทุกประเภทอย่างเป็นระบบ เพื่อจะได้สามารถวิเคราะห์ความ เป็นไปได้ของต้นทุนการท่องเที่ยวตลอดถึงค่าตอบแทนของผู้ประกอบการ ชุมชน และประชาชนที่มี ส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการที่ชัดเจน มีระบบ การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวการเกษตรจะดำเนินงานต่อไปจะต้องมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม จะทำให้ลดความเสี่ยงที่จะทำให้ธุรกิจ การท่องเที่ยวขาดทุน

๑.๓ การบริหารจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกาแพดอยช้าง ประชาชนในพื้นที่จะต้องเข้ามามีบริหารจัดการร่วมกับองค์กรภาครัฐ และเอกชนที่ เข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชน การสำรวจด้านทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมที่มีในชุมชนพื้นที่ เพื่อช่วยพัฒนาทำให้เป็นระบบจะเป็นประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยว วนเกษตรให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัส และทำให้เกิดรายได้ให้กับชุมชน ประชาชนในพื้นที่ สามารถพึ่งพาตัวเองได้

๑.๔ การบริหารจัดการด้านการให้บริการ การผลิต การจัดการบริหารแหล่งท่องเที่ยว นวนเกษตรจังหวัดเชียงราย จะต้องมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์

การเกษตร วัฒนธรรม ประเพณี กับมัคคุเทศก์ที่จะได้เป็นผู้ช่วยถ่ายทอดความรู้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างถูกต้อง

๒. ศักยภาพทรัพยากรการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่เหมือนเดิมการช่วยกันของประชาชน ชุมชนในพื้นที่จัดเก็บข้อมูลพื้นฐานในรูปแบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบของการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการโดยมีชุมชนเข้าร่วมตลอดจนการจัดตั้งศูนย์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชนเพื่อการประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว

๓. การมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาครัฐ และเอกชน ในการบริหารจัดการแหล่งการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ทุกภาคส่วนจะต้องมีการจัดระบบการให้ความรู้ การประสานงาน และทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเศรษฐกิจใหม่ การดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนจะต้องเข้าร่วมจัดการ รักษา และกำหนดขอบเขตพื้นที่ในการบริหารจัดการให้ชัดเจน

การพัฒนาศักยภาพเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง เพื่อกำหนดทิศทางการที่เหมาะสมกับรูปแบบของโปรแกรมท่องเที่ยวชุมชน และสังเคราะห์ในการยกระดับการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการบริหารการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาบริบทของชุมชนจัดการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชน ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพในองค์กรวม ดังนี้

กลยุทธ์ด้านการตลาด จะต้องมีการส่งเสริมในด้านต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ และได้รับความเป็นธรรมมากที่สุดในด้าน

๑. การบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มัคคุเทศก์ ค่าบริการเข้าชมสถานที่ต่างๆ ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และการบริการข้อมูลข่าวสาร

๒. การจัดกิจกรรม ด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรม ประเพณี พื้นบ้าน

๓. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาครัฐ และเอกชน

๔. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนอย่างต่อเนื่อง

๕. การสนับสนุน ส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาในพื้นที่เข้าร่วมกิจกรรม เช่น จัดนิทรรศการ เป็นต้น

๖. ให้ความรู้ ความเข้าใจ ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนให้กับคนในพื้นที่

๗. การจัดการวางแผนร่วมกันของทุกภาคส่วนในการบริหารความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

ศักยภาพชุมชนกับการพัฒนาเศรษฐกิจกระแสใหม่โดยช้าง

การท่องเที่ยวชุมชนเป็นการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถ ตลอดจนการร่วมมือร่วมใจของทุกภาคส่วนในการช่วยกันประชาสัมพันธ์ การเสริมสร้างพื้นที่ให้คงอยู่ยั่งยืน การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

ประชาชนในพื้นที่ทุกคนตลอดจนสถาบันการศึกษาในพื้นที่จะต้องเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ร่วมกัน การก่อสร้างสาธารณูปโภคต่างๆในพื้นที่จะต้องรองรับอนาคตของการท่องเที่ยววัฒนธรรม อาสาสมัครในพื้นที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพื้นที่การท่องเที่ยว ขณะที่เกิดจากการท่องเที่ยว การแบ่งเขตรับผิดชอบของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้

พื้นที่วนเกษตร ที่สำคัญทางเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ที่มีมูลค่าทางด้านการเกษตร วัฒนธรรม จะต้องดูแลรักษาให้ถูกต้องหรือมีการบูรณะให้อยู่ในสภาพเดิม การจัดระเบียบชุมชนจะต้องไม่บุกรุกป่าไม้ซึ่งเป็นการทำลายคุณค่าทางภูมิศาสตร์ ธรรมชาติในพื้นที่

พื้นที่ชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องไม่มีบ้านเรือนหรืออาคารสร้างลูกล้าแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สำคัญ การสร้างอาคารหรือการสร้างสิ่งปลูกสร้างอื่นๆที่ทำให้ทัศนียภาพของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้รับผลกระทบจะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมแบ่งออก ดังนี้

๑) พื้นที่เดิม เช่น บ้านเรือน สิ่งปลูกสร้างโครงการต่างๆ จะต้องร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติ

๒) พื้นที่เปลี่ยนแปลง เช่น สิ่งปลูกสร้างบ้านเรือน และพื้นที่การเกษตรที่สำคัญ

พื้นที่ป่า และพื้นที่เกษตรกรรม จะต้องมีการควบคุมป้องกันไม่ให้ลูกล้าพื้นที่ จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การแบ่งเขตให้เป็นสัดส่วนที่ชัดเจน

กลยุทธ์เชิงรับ ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนมากขึ้น เนื่องจากหากมีการเปลี่ยนแปลงด้านงบประมาณของรัฐหรือเกิด เหตุการณ์ที่ไม่ปกติจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวลดลงได้ กิจกรรมการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ กิริยาท่าทาง สุภาพเรียบร้อย รูปร่างหน้าตา สะอาด เรียบร้อย ข้อเสนอแนะอื่น ๆ คือ กระบวนการบริการทางการท่องเที่ยวควรมีรูปแบบและวิธีการที่ สะดวก ง่ายและมีความรวดเร็วในการดำเนินการ ความสะดวกต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ ควร

มีการจัดทำ เว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานภาครัฐควรเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการ ในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและได้มีการจัดเจ้าหน้าที่เข้ามาช่วยดูแลและให้บริการภายใน สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ควรการจัดบูทให้ชิมฟรีตามสถานที่ต่าง ๆ การนำเสนอโดยกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง ณ จุดขาย การประชาสัมพันธ์ สร้างการตลาดแบบบอกต่อการขาย สินค้าหลายชิ้นในราคาพิเศษ บรรจุภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรอง

การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นภาคการผลิตหลักที่นำรายได้มาสู่พื้นที่ การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวได้ประเด็นปัญหาที่ต้องแสวงหาแนวทางแก้ไขเป็นวิธีการปรับตัว และพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวให้สามารถอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างเหมาะสมโดยชุมชนยังคงรักษาความเป็นชุมชนน่ายุติได้ ทำให้ชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยวในพื้นที่มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันที่จะพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชุมชน โดยขอการสนับสนุนข้อมูล องค์ความรู้ทางวิชาการ และการพัฒนาศักยภาพการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชุมชนการดำเนินงานจะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชุมชน และเกิดเครือข่ายความร่วมมือในการรักษาความเป็นชุมชนน่ายุติที่ยั่งยืน

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

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย

องค์ความรู้จากงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ศึกษาที่คนทั่วไปเข้าใจได้ง่าย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

องค์ความรู้ที่ ๑ แนวคิดการท่องเที่ยวเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง
เป็นประโยชน์กับชุมชนการบริหารจัดการท่องเที่ยวมุ่งส่งเสริมให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเกิดความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มุ่งให้ชุมชนได้เข้าใจแนวทางการอนุรักษ์ไว้สืบไปถึงลูกหลาน สามารถสร้างรายได้จากธรรมชาติ

๑. ชุมชนได้มีความคิดในการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์การท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างจะต้องมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชนมีส่วนร่วมผู้ประกอบการท่องเที่ยว บุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน การท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเชื่อมโยงผลประโยชน์ในการท่องเที่ยวทั้ง ร้านอาหาร ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ร้านขายของที่ระลึก

๒. การท่องเที่ยว การบริหารจัดการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างอย่างยั่งยืนเป็นการริเริ่มส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม ดำเนินการการสร้างความสมดุลของชุมชนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เน้นความสำคัญที่ “คุณค่า” ของชุมชน เพื่อให้ชุมชนภูมิใจในการบริหารจัดการที่สามารถพึ่งพาตนเองได้

๓. กิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

๑.๑ กิจกรรมการการสร้างความแบรนด์กาแฟดอยช้าง ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่า

๑.๒ กิจกรรมการวางระบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

๑.๓ กิจกรรมการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

๑.๔ กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

๔. ด้านเศรษฐกิจ วัตถุประสงค์หลักเพื่อเร่งสร้างความได้เปรียบในภาวะที่หลายประเทศยังคงอยู่ในระยะเริ่มต้น

๑. สร้างรายได้ในพื้นที่เพื่อเสริมความเป็นอยู่ของครอบครัวให้ดีขึ้น

๒. การนำสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการระบายสินค้าในชุมชน

๓. สร้างมูลค่าที่ดินในพื้นที่ในการก่อสร้างร้านอาหาร อาคาร โรงแรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

๕. ด้านสังคม ประโยชน์ความสำคัญต่อสังคม การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจึงทำให้เกิดเรียนรู้ซึ่งกันและกันส่งผลให้เข้าใจในแต่ละพื้นที่

๑. มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

๒. การเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอ วัฒนธรรม ประเพณี เพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

๓. การพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

๔. ชุมชนสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว

๕. สร้างงานให้กับชุมชนพื้นที่ป้องกันการย้ายถิ่นฐาน

๖. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า

๑. มีการลงทุนจากภาครัฐในด้านสาธารณูปโภคเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ

๒. เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า

๓. มีมาตรการป้องกันมลพิษทางเสียง อากาศ

๔. เกิดมีการปรับปรุงแก้ไข มาตรการ ระเบียบตลอดจนกฎหมายต่างๆ ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

๕. ปัญหาการกำจัดขยะ ของเสียประเภทต่าง ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

๖. เกิดโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

๗. การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของรัฐบาล ได้เริ่มมาตั้งแต่ปี ๒๕๔๕ โดยมีการจัดตั้งองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายองค์กร

๘. สถาบันการศึกษา การพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ค้นคว้าความรู้ที่อยู่ในชุมชนเพื่อการพัฒนา ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเป็นประโยชน์กับพื้นที่ชุมชน

๙. การประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวซึ่งมีชุมชนเป็นเจ้าของสามารถในการบริหารจัดการเพื่อตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับชุมชนจะต้องมุ่งเน้น

๑. ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน การบริหารจัดการ

๒. ค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์เป็นธรรมกับคนในพื้นที่

๓. การกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

๔. สร้างรายได้เพื่อป้องกันการย้ายถิ่นฐาน

องค์ความรู้ที่ ๒ องค์ประกอบการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

การท่องเที่ยวแนวเกษตรเป็นกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม ประกอบด้วยทุนทางสังคม วัฒนธรรม และมีการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ประเพณีที่จะทำให้เราก้นพบมุมมองใหม่ ในพื้นที่ในชุมชน



ภาพที่ ๑๐ โลโก้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

องค์ความรู้ที่ ๓ ผลลัพธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้าง

การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการให้ประโยชน์ของการท่องเที่ยวแก่ชุมชน การท่องเที่ยวเป็นการดึงคนจากภายนอกมาเรียนรู้ชุมชน แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ

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

องค์ความรู้ที่ ๔ ชุมชนต้นแบบ

๑. **ชนเผ่าอาข่า** เดิมได้อพยพมาจากประเทศเมียนมาตั้งถิ่นฐาน หมู่บ้านแสนเจริญ บ้านดอยช้าง บ้านใหม่พัฒนา ผาแดงหลวง ขุนสรวาย ห้วยชี้เหล็ก ห้วยน้ำขุน เป็นประชากรที่มีจำนวนมากที่สุดในตำบลาวี

๒. ขนเผ่าลาหู่ ขนเผ่าแรกที่เข้ามาในพื้นที่ตำบลลาวี มีสองสายที่อพยพจากสายจีน และ
สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ปัจจุบันอาศัยอยู่ บ้านห้วยมะขาง จู้จี้ ห้วยขี้เหล็กใหม่ ห้วยพร้าวลาหู่

๓. ขนเผ่าจีนยูนนาน อพยพมาจากประเทศจีนเป็นเชื้อสายของกองพล ๙๓ นายพลเลาตี กอง
ทหารจีนคณะชาติพลัดถิ่นในอดีต อาศัยอยู่พื้นที่หมู่บ้านลาวี บ้านเลาตี บ้านมั่งกาล่า บ้างปางกลาง

๔. ขนเผ่าลีซอ อาศัยในพื้นที่ บ้านห้วยไคร้ หมู่ที่ ๑๓ มีชุดแต่งกายที่สวยงามชาวต่างชาติให้
สมยานามว่า The handsome people

๕. ขนเผ่าปกากะญอ อพยพมาจากอำเภอแม่ลำน้อย จังหวัดแม่ฮ่องสอน อาศัยอยู่ในพื้นที่
หมู่บ้านทุ่งพร้าว

๖. ขนเผ่าเมี่ยน อาศัยอยู่ที่หมู่บ้านปางก๊ว ปางกุเส็ง แม่โง่งเย้า

๗. ขนเผ่าไทใหญ่ อพยพมาจากรัฐฉาน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา อาศัยอยู่ในพื้นที่
หมู่บ้านเลาตี หมู่ที่ ๒๐

๘. ขนเผ่าไทยวน(คนเมือง) อพยพมาจากอำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย อาศัยอยู่ในพื้นที่
หมู่บ้านย่าน่า หมู่ ๒๖

องค์ความรู้ที่ ๕ การมีส่วนร่วมการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจก้าแปดอยช้าง

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวสามารถแสดง
องค์ประกอบ ด้วย ๖ ประการ

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

องค์ความรู้ที่ ๖ แนวคิดการทำธุรกิจการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด

องค์ความรู้ที่ ๗ มุมมองการมีส่วนร่วมการท่องเที่ยว

ความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จังหวัดเชียงรายได้นำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ออกเป็น ๓ ด้าน ดังนี้

๑. การกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายสินค้าที่มีการผลิตในท้องถิ่น การพัฒนาศักยภาพการผลิตสินค้าชุมชนเพื่อการสร้างรายได้เข้าชุมชน มีการฝึกอบรมการพัฒนาฝีมือและการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่
๒. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้มีผลกระทบการท่องเที่ยวน้อยที่สุด ทั้งการจัดการบริหารสถานที่ท่องเที่ยว ชะยะให้มีระบบ
๓. การฟื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เสริมสร้างมูลค่าเพิ่มทางวัฒนธรรม ประเพณี นวัตกรรมชุมชน

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

บทที่ ๕

สรุป และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์พัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตลอดจนการศึกษาหารูปแบบที่จะนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวการเกษตรให้ยั่งยืน การร่วมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมศึกษาการจัดการใช้ประโยชน์ของเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการระบบสมาชิกกาแพดอยช้างในการส่งเสริมการท่องเที่ยวกระแสเศรษฐกิจใหม่ โดยรวมถึง การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการปรับปรุงแก้ไขการใช้ประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็งชุมชนขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัด เชียงราย

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ครั้งนี้ ได้แก่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง ประชาชนและนักท่องเที่ยว จำนวน ๔๐ คน เลือกแบบเจาะจง ผู้นำท้องถิ่น จำนวน ๕ คน และผู้ที่เกี่ยวข้องของภาครัฐและเอกชน จำนวน ๕ คน ตามการศึกษาวิจัย จำนวน ๔๐ คน

การศึกษาวิจัยการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง มีวัตถุประสงค์เป็นการศึกษาแบบผสมผสานจากเอกสารแผนพัฒนา ๓ ปี และ การศึกษาในภาคสนามทำการศึกษาเฉพาะประชาชนและนักท่องเที่ยว จำนวน ๓๐ คน เลือกแบบเจาะจง ผู้นำท้องถิ่น จำนวน ๕ คน และผู้ที่เกี่ยวข้องของภาครัฐและเอกชน จำนวน ๕ คน ตามการศึกษาวิจัย จำนวน ๔๐ คน ที่ใช้ประโยชน์เว็บไซต์โดยเน้นการศึกษาเชิงสำรวจเครื่องมือในการศึกษา คือ เว็บไซต์ ชุดความรู้การท่องเที่ยวชุมชน การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งในอดีตถึงปัจจุบันได้มีการหารูปแบบในการสนับสนุนให้เกิดเป็นรูปธรรมครอบคลุมทุกพื้นที่ จากการจัดสรร ด้านงบประมาณ และการบริหารจัดการขององค์การส่วนท้องถิ่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

๑. เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ซึ่งใช้เป็นกิจกรรมส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน กิจกรรมแบ่งออกเป็น ๓ กิจกรรมหลัก คือ ๑. เพื่อจัดทำแผนพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ๒. เพื่อพัฒนานวัตกรรมตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างด้วยระบบเครือข่าย ๓. เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยววนเกษตรกาแพดอยช้าง

แผนพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง การเข้ามาจัดการพัฒนาของชุมชนเพื่อจัดการประชาสัมพันธ์ด้วยระบบเครือข่าย จะทำให้เศรษฐกิจการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างกลับมาคึกคักและมีการค้าขายเสริมสร้างเศรษฐกิจกระแสใหม่ การพร้อมรับนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติตลอดถึงการใช้เส้นทางวัฒนธรรมชนเผ่าในการเข้าร่วมเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้างอย่างยั่งยืน ทางอำเภอแม่สรวยเข้ามามีบทบาทในการอนุรักษ์ ส่งเสริม พื้นฟูการท่องเที่ยวการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบในการส่งเสริม การท่องเที่ยวที่ใช้การบริหารจัดการโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา การจัดเตรียมการบริหารจัดการควบคุมพื้นที่และรูปแบบถนน ร้านอาหาร สถานที่บริการ และสถานที่ราชการ ที่จะต้องมีการดูแลพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีการวางแผนการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การประชาสัมพันธ์ด้านการให้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในการช่วยกันอนุรักษ์ ประกอบกับการให้ความรู้ด้านภาษา ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ด้านวิถีชีวิตท้องถิ่น ด้านการแต่งกาย ซึ่งการให้ข้อมูลเบื้องต้น

วัฒนธรรมอำเภอแม่สรวยซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพราะว่ามีชนเผ่าหลายเผ่าพันธุ์ ประชากรพื้นราบส่วนใหญ่จะเป็นคนเมือง มีความสัมพันธ์ภายในครอบครัวอยู่ด้วยกัน เป็นครอบครัวใหญ่ใช้ภาษาพูดเป็นภาษากำเมือง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของคนทางเหนือตอนบนหรือเมืองล้านนา มีประเพณีที่สำคัญ เช่น ประเพณียี่เป็ง ประเพณีปีใหม่เมือง รดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ ประเพณีแห่เทียนพรรษา และประเพณีของชนเผ่าจีนยูนาน ลีซอ อาข่า ลาหู่ ที่สำคัญของชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในอำเภอแม่สรวย เช่น ประเพณีไล่ชิงช้าของชาวเขาเผ่าอาข่า ประเพณีกินวอของชาวเขาเผ่าลาหู่ (มูเซอ) เป็นต้น การดำเนินงานด้านวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอแม่สรวยได้รับความร่วมมือทุกภาคส่วน

เป็นอย่างดีจากหน่วยงานรัฐ และเอกชนรวมทั้งการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ วัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของชนเผ่าต่าง ๆ ควรที่จะได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้เป็นจุดขายเรื่องการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ

การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย มุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์ให้ด้านการให้ความรู้ ความสามารถ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะทำให้การท่องเที่ยวเกษตร วัฒนธรรมได้มีการพัฒนาสอดคล้องความต้องการของนักท่องเที่ยวและประสบความสำเร็จ ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย การมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาครัฐ และเอกชน ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ผู้วิจัยได้มีการศึกษาเอกสาร ตำรา วิดีทัศน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในอดีตถึงปัจจุบัน และได้นำมาสร้างเว็บไซต์การเพื่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ชุดความรู้การเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเว็บไซต์ในด้านความเหมาะสม และการให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขโดยใช้เกณฑ์วัดการยอมรับของผู้เชี่ยวชาญ ๒ ใน ๓ ท่าน จากนั้นผู้วิจัยได้นำเว็บไซต์ และชุดความรู้ไปทดลองใช้กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการท่องเที่ยวเพื่อหาข้อปัญหาที่เกิดขึ้นนำมาพัฒนาแก้ไขเว็บไซต์ให้สมบูรณ์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งแสดงการเปรียบเทียบผลก่อนเข้าร่วมโครงการและหลังเข้าร่วมโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างที่คัดเลือกด้วยวิธีการเจาะจงกลุ่มเป้าหมายโดยการใช้สถิติในการเปรียบเทียบผลในการใช้เว็บไซต์ และชุดความรู้

การนำผลการทดสอบด้วยเว็บไซต์ และชุดความรู้วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

๕.๒ ผลการศึกษาวิจัย

ผลจากการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย ด้วยเว็บไซต์ตลอดจนการนำชุดความรู้มาปฏิบัติ

ใช้งานในพื้นที่จริง กระบวนการพัฒนาการออกแบบเว็บไซต์ที่จะสามารถระดมความคิด ประสพการณ์ของโปรแกรมเมอร์ที่เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบเว็บไซต์ผสมผสานกับศาสตร์ในชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมด้านวิชาการที่จะมาเสริมด้านองค์ความรู้ในการเขียนเว็บไซต์ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในพื้นที่วิจัยและการนำเผยแพร่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น สมฤทธิ์ผลในการปฏิบัติ

๑. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มเป้าหมายที่ได้คัดเลือกแบบเจาะจงที่อาศัยในพื้นที่ดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่า เป็นหญิง ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐ อายุ ๖๐-๗๔ ปี คิดเป็นร้อยละ ๕๐ การศึกษาประถมศึกษา ๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๘ สถานภาพสมรส ๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๙ ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท (เปรียบเทียบรายได้กับรายจ่าย) รายรับสูงกว่ารายจ่าย(เหลือเก็บ) คิดเป็นร้อยละ ๙๑

๒. การวิเคราะห์การสนทนากลุ่มการใช้ประโยชน์ของเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง สนทนากลุ่มย่อยในครั้งนี้มีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยวิธีการเจาะจงที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีการระดมความคิดเห็น ความต้องการของชุมชนที่จะพัฒนาสิ่งที่เป็นต้นทุนของชุมชนเพื่อการอยู่ได้ด้วยตนเองในเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในหลายทศนะได้สรุปทสัมภาษณ์ความคิดเห็น จุดแข็งของการบริหารจัดการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างในภาพรวมแล้วโอกาสในการพัฒนาจะต้องมีส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่กำหนดนโยบาย แผนงาน ให้สอดคล้องกับการส่งเสริม สนับสนุนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว การจัดบ้านเรือนชุมชนให้เป็นระเบียบ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักกับคนทั่วไปแล้วจะต้องเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยววนเกษตร วัฒนธรรม การปลูกจิตสำนึกประชาชนในชุมชน การปรับภูมิทัศน์ การรักษาป่าไม้ และสิ่งแวดล้อมจะต้องร่วมมือกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การจัดกิจกรรมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการลดปัญหาที่เกิดจากอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นจะต้องจากกฎหมายระหว่างประเทศที่มีข้อจำกัดในการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวบ่อย การเสนอให้กับทางรัฐบาลในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อพิจารณาแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนจึงจะต้องมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ต่อการบริหารจัดการทั้งแผนการท่องเที่ยว การสร้างรายได้ให้กับชุมชน การกระจายรายได้ให้ทั่วถึงทุกพื้นที่ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ การ

อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมบุคลากรในการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว การบริหาร การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างซึ่งจะต้องร่วมมือกันทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ และเอกชนในด้านนโยบาย แผนงาน การจัดการทางด้านภูมิทัศน์จะต้องดูแล ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด การจัดการห้องห้องชุมชน สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สถานที่จอดรถนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สิน การจัดระเบียบตลาด ชุมชนจะต้องมีระเบียบและสะอาด ถนนวัฒนธรรม การปรับปรุงสถานที่ประกอบการท่องเที่ยว

๓. การวิเคราะห์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง การบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะต้องร่วมมือกันทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ และเอกชนในด้านนโยบาย แผนงาน การจัดการทางด้านภูมิทัศน์จะต้องดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด การจัดการห้องห้องชุมชน สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สถานที่จอดรถนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สิน การจัดระเบียบตลาดชุมชนจะต้องมีระเบียบ และสะอาด การปรับปรุงสถานที่ประกอบการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้างจะต้องมีความปลอดภัย มีความสงบร่มรื่น สถานที่ท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยี่ยมชม การสืบสานการอนุรักษ์ วัฒนธรรมของชุมชน ด้านภาษา อาหารพื้นบ้าน การแต่งกาย และนวัตวิถีชุมชนมีสภาพความสมบูรณ์ และสวยงามเป็นธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เอกลักษณ์ที่คงสภาพไว้ดั้งเดิม การสร้าง ระเบียบห้องพัก ร้านค้าชุมชน การบริการให้กับนักท่องเที่ยวอย่างดี การบริหารจัดการของพื้นที่ชุมชน จะต้องเชิญชวนประชาชนได้พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส การให้บริการ ข้อมูล ข่าวสาร อนุรักษ์รักษากลิ่นฐานของตนเอง

๔. การวิเคราะห์แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พบว่า การจัดเรียงเนื้อหาการท่องเที่ยวเป็นหมวดหมู่ดี การใช้งานเว็บไซต์สะดวก และสามารถใช้ได้ทุก พื้นที่โดยไม่ใช้อินเตอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมา ขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม หัวข้อใช้ในเว็บไซต์ มีความเหมาะสม ภาพโบราณสถานมีความเหมาะสม การใช้ภาพสีพื้นเว็บไซต์มีความสวยงาม การ เรียนรู้เว็บไซต์สะดวก สามารถเลือกข้อมูลภายในได้ด้วยตนเอง และประสิทธิภาพโดยรวม แอปพลิเคชันเหมาะสม

๕. การวิเคราะห์การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกาแฟดอยช้าง เป็นพื้นที่มีบรรยากาศที่ดีโดยเฉพาะปลายฝนต้นหนาว จึงเป็นจุดหนึ่งที่สามารถ

จะใช้เป็นจุดดึงดูดความน่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ๑. แหล่งท่องเที่ยววนเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแฟดอยช้างที่น่าสนใจ ๒. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ๓. แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม และประเพณี

๖. การวิเคราะห์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ๑. การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง มุ่งเน้นทรัพยากรมนุษย์ให้ด้านการให้ความรู้ ความสามารถ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะทำให้การท่องเที่ยววนเกษตร วัฒนธรรมได้มีการพัฒนาสอดคล้องความต้องการของนักท่องเที่ยว และประสบความสำเร็จของพื้นที่ ๒. ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ในรูปแบบของการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการโดยมีชุมชนเข้าร่วมตลอดจนการจัดตั้งศูนย์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชนเพื่อการประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว ๓. การมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาครัฐ และเอกชน ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

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

๕.๓ อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ได้ทราบถึงศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอแม่สรวยอย่างยั่งยืน โดยการเน้นในการบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านบริการ การผลิต ด้านการตลาด ด้านการบริหารการเงิน และการบริหารจัดการองค์กร การที่รู้ขีดความสามารถศักยภาพของชุมชนมีจะได้รับประโยชน์ในการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชนพื้นที่ ทำให้มีการพัฒนาด้านสังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพ การ

บริหารการท่องเที่ยวที่พึ่งแนวคิดสร้างสรรค์ชุมชน บทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชน

ความคิดรวบยอด หลักการ วิธีการ ที่อยู่ในตำรา อยู่ในห้องสมุด ซึ่งอยู่ภายนอกตัวของบุคคล ที่สั่งสมกันมา เพื่อให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้ โครงสร้างความรู้ ความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ที่เกิดจากการเรียนรู้ของบุคคลนั้นๆ ซึ่งไม่ได้ลอกเลียนมาจากองค์ความรู้ แต่ผู้เรียนต้องสร้างขึ้นมด้วยตนเอง เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ เมื่อพัฒนาโครงสร้างความรู้ต่อไปก็สามารถสร้างผลงานเป็นองค์ความรู้ให้คนอื่น ค้นคว้า องค์ความรู้ เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดจากประสบการณ์ หรือ จากการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล โดยความรู้ที่เกิดขึ้นนั้นผู้รับสามารถนำไปใช้ได้โดยตรง หรือสามารถนำมาปรับใช้ได้ เพื่อให้เหมาะกับการท่องเที่ยวชุมชนเป็นความรู้ที่เกิดขึ้น โดยความรู้ที่เกิดขึ้นนั้นผู้รับสามารถนำไปใช้ในลักษณะเป็นรูปธรรมการจัดการองค์ความรู้ เป็นการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ ซึ่งกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถ ในเชิงพาณิชย์ซึ่งแบ่งออก ๒ ประเภท คือ

๑. ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่างๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้เป็นความรู้แบบนามธรรม

๒. ความรู้ที่ชัดแจ้ง เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้โดยผ่านวิธีต่างๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎีคู่มือต่าง ๆ ชุดความรู้ที่เป็นความรู้แบบรูปธรรม

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

๕.๔ ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ปัญหาและอุปสรรคการใช้เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย การมีส่วนร่วมของ

ชุมชน โดยเฉพาะผู้นำในชุมชนที่จะให้ความสนใจ ผู้ที่ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการรณรงค์ในชุมชนจึงได้นำผลวิจัยในครั้งนี้ พบว่า การจัดการระบบฐานข้อมูลด้วยเว็บไซต์สามารถทำให้ผู้ที่เข้าร่วมโครงการดีขึ้นสามารถนำเอาผลการศึกษาดำเนินไปใช้ในการปรับปรุงประยุกต์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงรายอย่างยั่งยืน ในระยะยาวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีการเชื่อมโยงในการเป็นภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายทั้งหมด ผู้วิจัยและคณะมีข้อเสนอแนะในลงพื้นที่วิจัยในครั้งนี้ คือ

๑. การจัดกลุ่มเพื่อเป็นกลุ่มผู้ที่สนใจจะเป็นรูปแบบของชมรมการท่องเที่ยวการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย ที่จะต้องมีหน้าที่ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นต้นทุนให้กับชุมชนตนเองและชุมชนใกล้เคียง

๒. ให้สนับสนุนการวิจัยศึกษาแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการทำหน้าที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการบันทึกและถอดบทเรียน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในประเด็นการให้ความรู้กับบุคลากรในพื้นที่

๓. การสร้างคลังความรู้ในกลุ่มการท่องเที่ยวกระแสเศรษฐกิจใหม่ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ตามผลของการศึกษาวิจัย

๔. การกำหนดแผนปฏิบัติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้างให้เกิดประโยชน์กับชุมชน

๕. การบริหารจัดการกิจกรรมสร้างสรรค์อย่างเหมาะสมไม่ทำลายภูมิทัศน์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมชุมชน

๖. การสร้างเครือข่ายในความร่วมมือการท่องเที่ยวเศรษฐกิจกระแสใหม่กับอำเภอกัลยเกียง

๗. การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๘. ส่งเสริมสนับสนุน การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยววิสาหกิจกาแพดอยช้าง

๙. การพัฒนาบุคลากรในพื้นที่ในด้านความรู้ที่สำคัญที่เกี่ยวข้องนำทุนทางปัญญาพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยววิสาหกิจกาแพดอยช้าง

๕.๕ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย เชียงเอกสาร และเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการบริหารส่วนตำบลลาวี ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ดังนี้

๑. ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ของกลยุทธ์การตลาดในการพัฒนาเพื่อเป็นรูปธรรม
๒. ให้มีการศึกษาหลากหลายกลุ่มที่จะทำให้มีความน่าเชื่อถือทางข้อมูลการท่องเที่ยวด้านการตลาดมากขึ้น
๓. ควรมีการนำข้อมูลสารสนเทศในการจัดการเรียนรู้ไปเผยแพร่ใน Website ใหม่อยู่เสมอ
๔. การศึกษาการท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่จะสนับสนุนในการตัดสินใจจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการ และช่วยในการส่งเสริมการตลาดให้โดดเด่น
๕. การสนับสนุนให้ศึกษาในประเด็นของกลไกที่จะนำมาปฏิบัติ การท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ สอดคล้องกับปัจจุบัน
๖. การศึกษาวนเกษตรจากแหล่งข้อมูลหลักฐานจากประเทศต่างๆ
๗. การศึกษาการเปลี่ยนแปลงกลไกการตลาดการท่องเที่ยววนเกษตรเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์มากขึ้น

บรรณานุกรม

๑. หนังสือภาษาไทย

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ

-

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ

- สำนักนายกรัฐมนตรี, แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔), (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ), ๒๕๕๙.
- แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๒, (กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย), ๒๕๖๒.
- สำนักนายกรัฐมนตรี, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔), (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ), ๒๕๖๐.
- พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน), ๒๕๕๗.
- ณัฐ อีรนพโพบูลย์, ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง, (บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บริหารธุรกิจการตลาด), ๒๕๕๔.
- ปรัชญา ปิยะรังสี, การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภคสุราโรงงานกับสุรากลั่นชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่, (บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร), ๒๕๕๔.
- ประภาวี วงษ์บุตรศรี, การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, (ราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี), ๒๕๕๖.
- จักรินรัตน์ นิยมคำ, การวิจัยเรื่องนี้การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ปี ที่ ๓, (เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่), ๒๕๕๒.

ศักดิ์ศรี มงคลอิทธิเวช, การวิจัยเรื่องกระบวนการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อให้เป็นชุมชนน่าอยู่ :
กรณีศึกษา บ้านสบยาบ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย, (เชียงใหม่ :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่), ๒๕๕๒.

ภัทรา แจ่มใจเจริญ, การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกรณีศึกษา ชุมชนโอ่งมาจิหมู่บ้านชิ
ราคราว่าโก จังหวัดกัญจนประเทศญี่ปุ่น, (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๕๘.

นุชนางค์ ชุมดี, การตั้งถิ่นฐานและพัฒนากองชุมชนโบราณในเขตเมืองเชียงแสนระหว่างพุทธ
ศตวรรษที่ ๑๙-๒๔, (เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๙), หน้า ๘๙.

พิทอ พิสัยเลิศ, กาแฟดอยช้างเอกลักษณ์กาแฟไทยสุดยอดกาแฟโลก, (เชียงราย : ดอยช้างคอฟฟี่),
๒๕๖๐.

๓. เว็บไซต์

-

๔. บทสัมภาษณ์

สนทนากลุ่ม นายวิรุจน์ สุวรรณทา ปลัด อบต.วาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๑
พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สนทนากลุ่ม นายวรวิศ มั่นดาวลี Haqlaqmoq coffee farm อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่
๒๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สนทนากลุ่ม นางวิภา พัทธกุลทอง Akha View อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๑
พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สนทนากลุ่ม นางสาวอริสา ศรีราชา Aja coffee farm อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๑
พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สนทนากลุ่ม นายพิทอ พิสัยเลิศ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๑
พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สนทนากลุ่ม นายสุพจน์ วินิจวงษ์พนา กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปมะคาเดเมียดอยช้าง วันที่ ๒๑
พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สนทนากลุ่ม นายภาคภูมิ แลเมอญู กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟอินทรีย์รักษาป่าดอยช้าง วันที่ ๒๑
พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สนทนากลุ่ม นายวิชา พรหมยงค์ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๑
พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สนทนากลุ่ม ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย วันที่ ๒๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สัมภาษณ์ นายวิรุจน์ สุวรรณทา ปลัด อบต.วาวิ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สัมภาษณ์ นายวิศ มันทาวลี Haqlaqmoq coffee farm อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

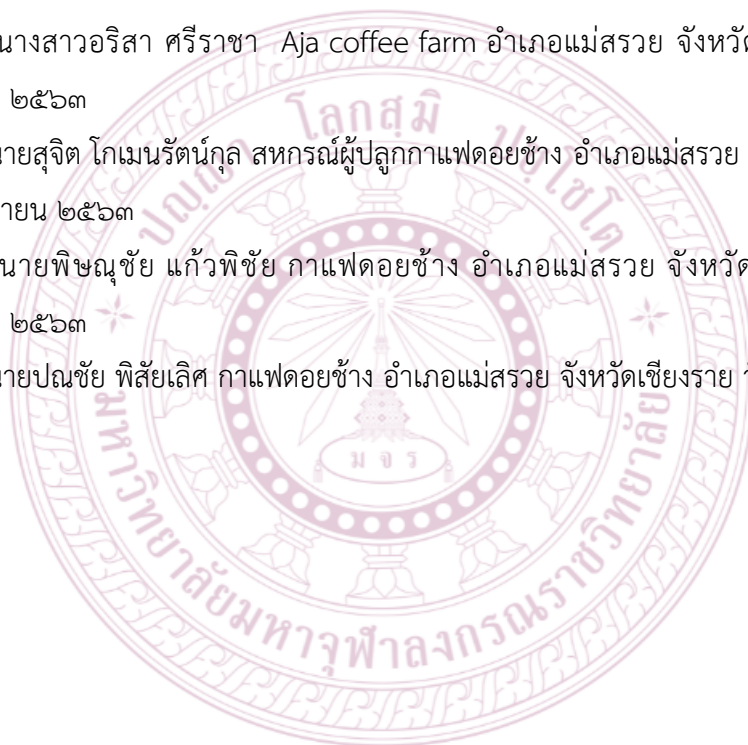
สัมภาษณ์ นางวิภา พัทธกุลทอง Akha View อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงรายวันที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สัมภาษณ์ นางสาวอริสา ศรีราชา Aja coffee farm อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สัมภาษณ์ นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สัมภาษณ์ นายพิษณุชัย แก้วพิชัย กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

สัมภาษณ์ นายปณชัย พิสัยเลิศ กาแฟดอยช้าง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย วันที่ ๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓







ภาคผนวก ก

เครื่องมือวิจัย

แบบสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ ๑ แบบสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนตัว

คำชี้แจง การสัมภาษณ์การพัฒนาแอปพลิเคชันส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองเชียงใหม่

โปรดเติมคำในช่องว่างและใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่า [] หน้าข้อความที่เป็นจริง

๑. ชื่อ นาย/นาง/นางสาว.....สกุล.....

๒. อายุ.....ปี

๓. เพศ [] ชาย [] หญิง

๔. การศึกษา

[] ชั้นประถมศึกษา [] ชั้นมัธยมศึกษา [] ปริญญาตรี [] สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

๕. สถานภาพ

[] โสด [] สมรส [] หม้าย [] อื่น ๆ

๖. รายได้(ต่อเดือน)

[] ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท [] ๒๐,๐๐๐-๓๐,๐๐๐ บาท [] ๓๐,๐๐๐-๔๐,๐๐๐ บาท

[] ๔๐,๐๐๐ บาท ขึ้นไป

๗. ความรู้ด้านการท่องเที่ยว

.....

.....

๘. การรับรู้การการท่องเที่ยวด้วยแอปพลิเคชัน

.....

.....

๙. ปัจจัยที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวด้วยแอปพลิเคชันของเมืองเชียงใหม่

.....

๑๐. การเสริมสร้างการการท่องเที่ยวด้วยแอปพลิเคชัน

.....

๑๑. พฤติกรรมการการท่องเที่ยวด้วยแอปพลิเคชัน

.....

.....

ภาคผนวก ข

หนังสือเชิญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ให้ข้อมูล



ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ผศ.ประกอบ อยู่ชมบุญ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

เรียน ผศ.ดำเนิน ปัญญาผ่องใส

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการฯ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

นมัสการ พระมหาธีรวัฒน์ เสสปัญโญ ผศ.

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

ทางมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการฯ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายวิรัตน์ สุวรรณทา

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

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

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแฟดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๐๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายวิศ มันทาวลี

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

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

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแฟดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๐๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

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

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแฟดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๐๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

เรื่อง ขออนุญาตทดลองใช้เครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายภาคภูมิ แลเมอภู

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ นักวิจัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่อง การพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง

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

ในการนี้ จึงขออนุญาตนำแบบสัมภาษณ์แก่ผู้ประกอบการกาแฟดอยช้างและผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตกาแฟ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตตำบลลาวี ทั้งนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

กลุ่มงานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

โทร. ๐๙-๓๑๙๔-๙๐๕๕

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน พระครูโกศลวรศิลป์ เจ้าคณะตำบลสันมะค่า

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน พระครูวาปีทิสสนสุนทร เจ้าอาวาสวัดหนองต๋ม

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน พระครูวาปีธรรมมารัตน์ เจ้าอาวาสพุทธอุทยานฯ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน พระอธิการอภิชาติ พุทธิโก เจ้าอาวาสสบกก

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน พระโสภณ โสภโณ เจ้าอาวาสพระธาตุดอยยาวี

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นางวิภา พัทธกุลทอง อาข้าวิ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาศูนย์สื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

ในการนี้ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม เรื่องการพัฒนาศูนย์สื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ใน ๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ ตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๑.๐๐ น. ณ อาข้าวิทาบลาวิ อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายวิศ มันทาวลี เกษตรกรกาแฟพลังงานแสงอาทิตย์

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายสมพงษ์ จันทรโท

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาศือสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายภาคภูมิ แลเมอภู่วิสาทกิจชุมชนกลุ่มกาแฟอินทรีย์

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้นำเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายกิตติพงษ์ จูเปาะ อาข้าวิ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นางสาวสุพรรณา พัทธกุลทอง บ้านแสนเจริญ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นางมยุรี จูเปาะ บ้านแสนเจริญ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ

ที่ พิเศษ/๒๕๖๕



วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

โทร. ๐๕๓-๗๑๗๐๕๕

๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

เรียน นายศิลปะชัย ตามมาอ้าย สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ห้วยไคร้

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ นักวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ได้วิจัย เรื่องการพัฒนาการสื่อสารตลาดการท่องเที่ยวการเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟดอยช้าง ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการร่างการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน ทิศทาง และยุทธศาสตร์

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

ทั้งนี้ได้แนบเอกสารสนทนากลุ่ม มาให้ท่านได้พิจารณาก่อน พร้อมกับจดหมายฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ตามวัน และเวลาดังกล่าวด้วยจักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษเนเรศร์ บุญเลิศ)

หัวหน้าโครงการ



ภาคผนวก ค

รายชื่อในการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ที่อยู่ปัจจุบัน/ทำงาน
๑	พระครูโกศลวรรศิลป์	เจ้าคณะตำบลสันมะค่า	วัดสันมะค่า
๒	พระครูวาปีทิสสนสุนทร	เจ้าอาวาส	วัดหนองตุ่ม
๓	พระครูวาปีธรรมมาริทธิ์	เจ้าอาวาส	พุทธอุทยานฯ
๔	พระอธิการอภิชาติ พุทธิโก	เจ้าอาวาสวัดสบกก	วัดสบกก
๕	พระภิกษุ กิตติญาณ	เลขานุการ	สำนักสงฆ์ฯ
๖	พระสงกรานต์ ฐิตปสาโท	เลขานุการ	วัดหนองตุ่ม
๗	พระโสภณ โสภณ	เจ้าอาวาส	พระธาตุดอยยาวี
๘	นายวิรุจน์ สุวรรณทา	ปลัด อบต.วาวี	อบต.วาวี
๙	นายธนากร ภูส่วงวงศ์	ประธานสภาฯ	๐๘๐-๖๗๓๘๔๒๕
๑๐	นายสมเกียรติ มานะ	รองประธานสภาฯ	๐๘๕-๖๙๕๘๑๖๘
๑๑	นายทรงเดช คำเมือง	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.วาวี	๐๘๐-๑๓๒๖๕๒๒
๑๒	นายเมธี สุขนภาสวัสดิ์	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ปางกัว	๐๘๔-๙๔๑๙๔๒๖
๑๓	นายพิชิต ศิริคามสุข	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ดอยช้าง	๐๘๕-๗๐๕๖๖๑๑
๑๔	นายวรพล สวัสดิ์ชัยกุล	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ดอยลาน	๐๘๙-๕๕๒๗๔๕๖
๑๕	นายอานนท์ หน่อคำ	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ห้วยขี้เหล็กเก่า	๐๘๑-๑๖๗๓๙๙๖
๑๖	นายสุเขต สุวิมลตระกูล	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.แสนเจริญ	๐๘๐-๗๖๙๗๒๗๖
๑๗	นายสิปปวิชญ์ จูเปาะ	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.แสนเจริญ	๐๘๘-๔๑๒๕๓๒๐
๑๘	นายศิลปะชัย ตามมาอ้าย	สมาชิกสภา อบต.วาวี บ.ห้วยไคร้	๐๘๕-๖๒๗๖๘๗๙
๑๙	นางวิภา พชรกุลทอง	บ้านแสนเจริญ	ประชาชน
๒๐	นายวรวิศ มันทาวลี	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๑	นายฐิติกัลป์ มันทาวลี	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๒	นายสุพจน์ วินิจวงษ์พนา	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๓	นายพิทก่ พิสัยเลิศ	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๔	นายวิชา พรหมยงค์	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๕	นายปณชัย พิสัยเลิศ	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๖	นายพิษณุชัย แก้วพิชัย	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๒๗	นายสุจิต โกเมนรัตน์กุล	สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟดอยช้าง	๐๘๕-๒๙๕๑๐๗๔

๒๘	นายสมพงษ์ จันทรโท	บ้านห้วยไคร้	ประชาชน
๒๙	นายกิตติพงษ์ จูเปาะ	บ้านแสนเจริญ	ประชาชน
๓๐	นางสาวสุพรรณา พชรกุลทอง	บ้านแสนเจริญ	ประชาชน
๓๑	นางมยุรี จูเปาะ	บ้านแสนเจริญ	ประชาชน
๓๒	นางปะภาดา ต้องสู้ศรี	บ้านแสนเจริญ	ประชาชน
๓๓	นางสาวอริสา ศรีราชา	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๓๔	นายภาคภูมิ แลเณอู่	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟอินทรีย์	ประชาชน
๓๕	นายพินิจ พิทักษ์วารี	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๓๖	นางคำมูล จิตรา	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๓๗	นางแจ่มจันทร์ แก้วสิทธิ์	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๓๘	นางมะลิ สุวรรณมณีแก้ว	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๓๙	นางสมหมาย มหาวงค์	บ้านดอยช้าง	ประชาชน
๔๐	นายสำราจ สุวรรณจักร	บ้านดอยช้าง	ประชาชน

ภาคผนวก ง

ภาพถ่ายการลงพื้นที่ทำวิจัย การสัมภาษณ์



ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจสถานที่ในการลงพื้นที่ต่าง ๆ เบื้องต้น ดังนี้



สำรวจพื้นที่ บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย



ดอกกาแฟ และเมล็ดกาแฟ



สำรวจพื้นที่หมักกาแฟ บ้านดอยช้าง ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย



เครื่องกะเทาะเปลือกกาแฟ



ลานตากกาแฟ



สัมภาษณ์ผู้ผลิตกาแฟ และผู้ประกอบการร้านกาแฟ

ภาคผนวก จ
การรับรองการนำไปใช้ประโยชน์



๑. ด้านการจัดการเรียนการสอน

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

๑.๒ นำรูปแบบการร่วมกลุ่มการมีส่วนร่วมของผู้นำ และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนที่ตนเองอยู่ เพื่อเพิ่มคุณค่าเทคโนโลยีสารสนเทศ สร้างอาชีพ รายได้ให้กับประชาชน และสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง

๑.๓ ผู้นำชุดความรู้ที่ได้จากการชุดความรู้บทเรียนชุมชน จัดอบรมวิชาการให้กับชุมชนและผู้ ที่สนใจตลอดทั้งเครือข่าย และการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมในภาพรวม

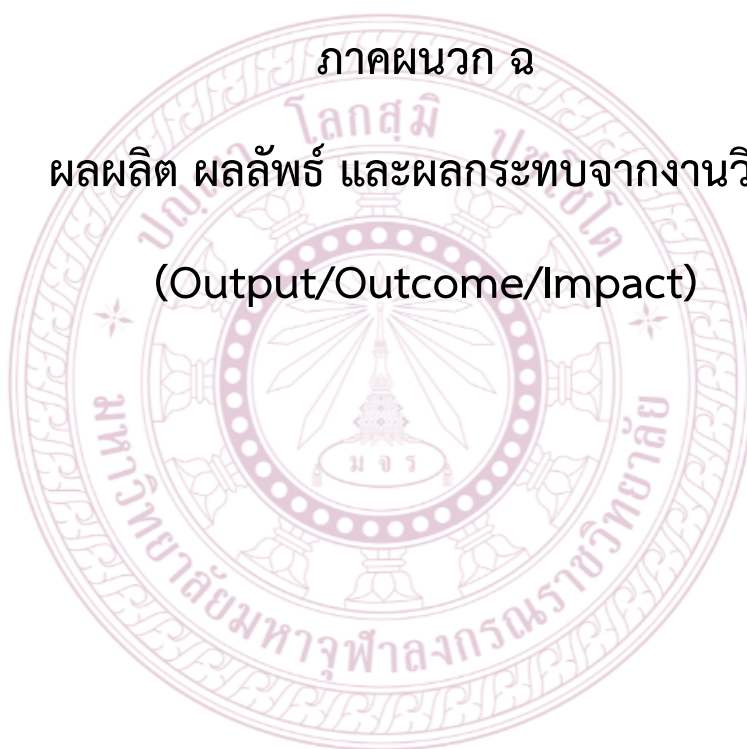
๒. ด้านพัฒนาบุคลากรทางการศึกษา

๒.๑ กลุ่มประชาชนสามารถพัฒนารูปแบบแหล่งท่องเที่ยววนเกษตร และสถานที่จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยว

๒.๒ ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชน ผู้สนใจ และเครือข่ายสามารถนำไปพัฒนาเพื่อ สร้างการท่องเที่ยววิถีที่ดีให้กับชุมชน

๒.๓ การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์กับการสร้างความเข้มแข็งชุมชนเพื่อจะให้ชุมชนได้เรียนรู้ว่า ต้นทุนทางภูมิปัญญาท้องถิ่นมีอะไรบ้าง ที่มีอยู่ในพื้นที่ในการเป็นศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้กับผู้ที่สนใจ และชุมชนใกล้เคียง โดยการอิงเทคโนโลยี

ภาคผนวก ฉ
ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย
(Output/Outcome/Impact)



ผลผลิต (Output)

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

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

ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดของผลผลิต	จำนวนนับ						หน่วยนับ	ระดับความสำเร็จ
		ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	รวม		
	การเกษตรกาแฟดอยช้าง								
5. การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์									
5.1 การถ่ายทอดเทคโนโลยี	เว็บไซต์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	-	✓	-	-	-	๑	ครั้ง	Goal Result
5.2 การฝึกอบรม	ผ่านระบบเครือข่าย	-	✓	-	-	-	๑	ครั้ง	Goal Result
5.3 การจัดสัมมนา	การใช้เว็บไซต์	-	✓	-	-	-	๑	ครั้ง	Goal Result
6. การใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ									
6.1 การถ่ายทอดเทคโนโลยี	ระบบเครือข่ายระดับจังหวัด	-	✓	-	-	-	๑	ครั้ง	Goal Result
6.2 การฝึกอบรม	ประชาชน	-	✓	-	-	-	๑	ครั้ง	Goal Result
6.3 การจัดสัมมนา	องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น	-	✓	-	-	-	๑	ครั้ง	Goal Result
7. การพัฒนากำลังคน									
7.1 นศ.ระดับปริญญาโท	นักวิจัยรุ่นใหม่	-	✓	-	-	-	๑	คน	Goal Result
7.2 นศ.ระดับปริญญาเอก	ผู้ช่วยนักวิจัย	-	✓	-	-	-	๑	คน	Goal Result
7.3 นักวิจัยหลังปริญญาเอก	ผู้ช่วยนักวิจัย	-	✓	-	-	-	๑	คน	Goal Result

ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดของผลผลิต	จำนวนนับ						หน่วยนับ	ระดับความสำเร็จ
		ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	รวม		
7.4 นักวิจัยจากภาคเอกชน ภาคบริการและภาคสังคม	ผู้ช่วยนักวิจัย	-	✓	-	-	-	๓	คน	Goal Result
8. ทริพย์สินทางปัญญา ได้แก่ สิทธิบัตร/ลิขสิทธิ์/เครื่องหมายการค้า/ความลับทางการค้า เป็นต้น (โปรดระบุ)									
๘.๑ ลิขสิทธิ์	เว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกาแฟดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	เรื่อง	Goal Result
๘.๒ ลิขสิทธิ์	ชุดความรู้แหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกาแฟดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	เรื่อง	Goal Result
๘.๓								เรื่อง	Primary Result
9. บทความทางวิชาการ									
9.1 วารสารระดับชาติ	การพัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกาแฟดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	เรื่อง	Goal Result
9.2วารสารระดับนานาชาติ								เรื่อง	Primary Result
10. การประชุม/สัมมนาระดับชาติ									
10.1 นำเสนอแบบปากเปล่า								ครั้ง	Primary Result

ผลงานที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดของผลผลิต	จำนวนนับ						หน่วยนับ	ระดับความสำเร็จ	
		ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565	ปี 2566	รวม			
10.2 นำเสนอแบบโปสเตอร์	การพัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกาแพดอยช้าง	-	✓	-	-	-	๑	ครั้ง	Goal Result	
11. การประชุม/สัมมนาในระดับนานาชาติ										
11.1 นำเสนอแบบปากเปล่า								ครั้ง	Primary Result	
11.2 นำเสนอแบบโปสเตอร์									ครั้ง	Primary Result

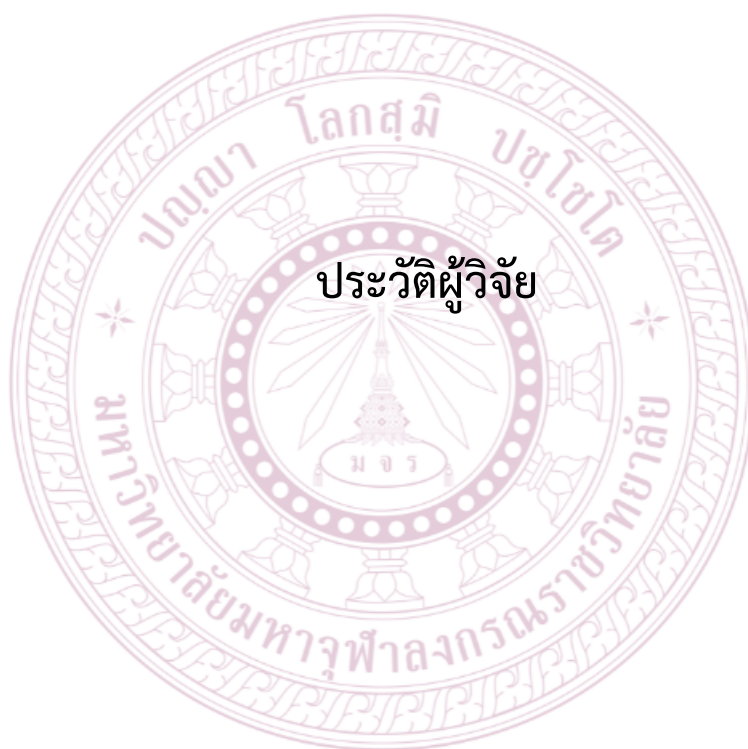
ผลลัพธ์ (Outcome)

ชื่อผลลัพธ์	ประเภท	ปริมาณ	รายละเอียด
คู่มือฝึกอบรมเทคโนโลยีสารสนเทศการท่องเที่ยวการเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง	เชิงปริมาณ	๑	ชุดฝึกอบรมประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เมืองเชียงแสน
ผลสัมฤทธิ์จากการใช้ชุดความรู้การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง	เชิงปริมาณ	๑๐๐	ชุดฝึกความรู้แ่วเมืองเหนือ

เว็บไซต์การพัฒนาส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การเกษตรกลุ่มวิสาหกิจกาแพดอยช้าง	เชิงปริมาณ	๑	การใช้เว็บไซต์การส่งเสริมแหล่ง ท่องเที่ยวการเกษตรกลุ่มวิสาหกิจ กาแพดอยช้าง
---	------------	---	--

ผลกระทบ (Impact)

ชื่อผลงาน	ลักษณะผลงาน	กลุ่มเป้าหมาย / ผู้ใช้ประโยชน์	ผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับ
เว็บไซต์การส่งเสริม แหล่งท่องเที่ยว การเกษตรกลุ่ม วิสาหกิจกาแพดอยช้าง	การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม	ประชาชน	การเข้าถึงระบบเครือข่าย สะดวก รวดเร็ว และสามารถเลือกการ ท่องเที่ยวตามต้องการได้
ชุดความรู้การเกษตร กลุ่มวิสาหกิจกาแพ ดอยช้าง	เอกสารการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม	ประชาชน	ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว เมืองศิลปวัฒนธรรมได้ด้วยตนเอง
คู่มือฝึกอบรม เทคโนโลยีสารสนเทศ การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม	คู่มือเอกสารการฝึกอบรม	ประชาชน	เป็นการท่องเที่ยวโดยการอิง เทคโนโลยีสารสนเทศร่วมสมัย



ประวัติผู้วิจัย

๑.ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษนเรศร์ บุญเลิศ

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Assistant professor Nares Bunloet

๒.เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน ๓ ๕๗๙๙ ๐๐๒๖๖ ๕๙ ๕

๓.ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำ

๔.หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาลัยสงฆ์เชียงราย ถนนไตรรัตน์ ตำบลเวียง อำเภอเมืองเชียงราย

จังหวัดเชียงราย รหัสไปรษณีย์ ๕๗๐๐๐

โทรศัพท์ ๐๕๓-๗๑๕๘๗๖ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ๐๙๓-๑๙๔๙๐๕๕

โทรสาร ๐๕๓-๗๑๕๘๗๖ E-mail. Nare.bun@mcu.ac.t

๕. ประวัติการศึกษา - ปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์

(มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)

- ปริญญาโทครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

(มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)