

# รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า
(Thai Tourism Development: a Pathway to Value-driven Economy
Approach)

โดย

ดร. อุดม หงส์ชาติกุล และ คณะ บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

ตุลาคม 2561

# เลขที่สัญญา RDG60T0048

# รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

# แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Thai Tourism Development: a Pathway to Value-driven Economy Approach)

คณะผู้วิจัย

ดร.อุดม หงส์ชาติกุล

ผศ.ดร.จุฑามาศ วิศาลสิงห์

ดร.พรรณี พิมาพันธุ์ศรี

ฐานกาญจน์ วงศ์วิศิษฎ์ศิลป์

นนทวรรณ ส่งเสริม

สังกัด

บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

มหาวิทยาลัยบูรพา

บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

#### กิตติกรรมประกาศ

แผนงานวิจัยนี้จัดทำเพื่อให้เกิดแนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วย คุณค่า ที่นำเอาทรัพยากรบนพื้นแผ่ นดินไทยผนวกกับวัฒนธรรมและวิถีความเป็นไทยมาสร้างสรรค์จากความ เข้าใจกระบวนการคิดจากฐานรากให้เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีมูลค่า โดยเฉพาะในช่วงเวลาสำคัญของ การเปลี่ยนผ่านประเทศในด้านต่าง ๆ ที่ทุกภาคส่วนต้องผนึกกำลังกันในการเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันและยกระดับการพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว อันนำมาสู่การสร้างความมั่งคั่งและการ เติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างแท้จริง

คณะนักวิจัยขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ทุกชุมชน และทุกหน่วยงาน ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนที่เข้ามาร่วมเป็นส่วนสำคัญของโครงการวิจัยนี้ นับเป็นจุดเชื่อมที่สำคัญที่ทำให้ผู้ ที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักว่าผลผลิตที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์และถ่ายทอดมายังอนุชนรุ่นหลังอย่างต่อเนื่องจน กลายเป็นเอกลักษณ์ของชาตินั้นสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้ กลายเป็นทุนทางเศรษฐกิจที่ช่วยสร้างโอกาสด้านต่าง ๆ หากเราเปิดใจ เปิดกว้างให้คนรุ่นใหม่กล้าสร้างสรรค์ อย่างรู้ที่มา สามารถสร้างหรือใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างมูลค่าในสินค้าและ บริการที่เข้าถึงตลาดในทุกระดับที่จะช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และความเข้าใจในเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทยมากขึ้น โดยมีจุดยืนบนความหนักแน่นของความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในวิถีความเป็นไทย คนรุ่น ใหม่จะมองเห็นอนาคตามแบบที่เหมาะสมกับโลกที่พวกเขาต้องธำรงอยู่ได้ในอนาคต นอกจากนี้ แผนงานวิจัย นี้จะสำเร็จลุล่วงมีได้ หากไม่ได้ความกรุณาให้คำแนะนำอย่างดียิ่งและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วย ความเอาใจใส่ยิ่งจาก ดร.อนุชา เล็กสกุลดิลก ดร.เบญจวรรณ สร่างนิทร คุณสุเทพ เกื้อสังข์ คุณดวงกมล จันสุริยวงศ์ และคุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล

คณะนักวิจัยขอเป็นอีกหนึ่งเสียงที่จะสะท้อนให้เห็นว่า งานวิจัยที่ดีต้องมีนวัตกรรม นำพาให้เกิดความ กล้าที่จะคิด พร้อมที่จะใช้วิธีวิจัยเป็นเครื่องมือในการสืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบ และต่อยอด ขอขอบคุณ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่จัดสรรทุน สนับสนุนส่งเสริมให้เกิดงานวิจัยนี้ขึ้น

ทำร่วมกัน ทำพร้อมกัน ทำไปด้วยกัน เพื่อนำสู่การสร้างเศรษฐกิจจากฐานรากที่แท้จริง

คณะนักวิจัย

# บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

#### 1. บทน้ำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเศรษฐกิจของไทยกำลังเผชิญความท้าทายหลายด้าน เนื่องจากที่ผ่านมาประเทศพึ่งพิงภาค การส่งออกเป็นหลัก พิจารณาจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมที่สูงกว่าร้อยละ 70 แต่พบว่า อัตราการเติบโตของภาคการส่งออกของไทยหดตัวลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 ซึ่งเป็นผลจากปัญหาเชิง โครงสร้าง ทั้งปัจจัยภายในได้แก่ ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ขาดการลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิตมา เป็นเวลานานและความต้องการสินค้าของโลกมีแนวโน้มลดลง และปัจจัยภายนอกได้แก่ การเปลี่ยนแปลง โครงสร้างการค้าของโลก กล่าวคือ แม้เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวในอัตราเดิมแต่กลับไม่ทำให้การส่งออกของไทย ขยายตัวสูงและอุปสงค์ของเศรษฐกิจโลกยังฟื้นตัวแบบเปราะบาง (วินัสยา สุริยาธานินทร์, 2558) ประกอบกับ ในภาวะปัจจุบันที่มีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้นจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเชียนและการเชื่อมต่อของ เศรษฐกิจในภูมิภาคต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ดังนั้น ประเทศไทยจึงมีความจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อ สร้างความเข้มแข็งและลดความอ่อนไหวตามภาวะเศรษฐกิจโลก เนื่องจากหลายทศวรรษที่ผ่านมา สินค้าหลัก ที่ไทยส่งออก ได้แก่ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์สำเร็จที่รับจ้างผลิตให้กับตราสินค้าต่าง ๆ (Original Equipment Manufacturer) ซึ่งต้องเผชิญการแข่งขันด้านค่าแรงที่ถูกกว่า ด้วยสถานการณ์ดังกล่าว ประเทศ ไทยจึงจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจใหม่จาก "เศรษฐกิจฐานการผลิต" (Production-based Economy) ไปสู่ "เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า" (Value-driven Economy) (อ้างในวรพล โสคติยานุรักษ์, 2557) เพื่อให้อุตสาหกรรมสามารถเติบโตในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งขืน

"เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่าคือ เศรษฐกิจที่มุ่งเน้นคุณค่าของสินค้า นำมาเป็นปัจจัยใน การกำหนดราคา ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายแพงกว่าเพื่อให้ได้สินค้าที่ถูกใจและมีคุณค่า ใช้ ประโยชน์ได้มากกว่า ซึ่งมาจากนวัตกรรมที่ใช้ในการออกแบบให้เห็นความสวยงามจากใจ มี คุณลักษณะที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดึงดูดให้เห็นถึงการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ ของท้องถิ่นอย่างหลากหลาย" (วรพล โสคติยานุรักษ์, 2557)

ปัจจุบัน ประเทศไทยได้พยายามปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่แนวคิดดังกล่าว โดยมีฐานคิด หลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิง "นวัตกรรม" เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศ ด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม รวมทั้ง เปลี่ยน จากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น โดยมีเป้าหมายคือ จะนำประเทศไทยไปสู่การ เป็น "ไทยแลนด์ 4.0"

แผนงานวิจัยนี้ได้ริเริ่มมาจากการมุ่งหาแนวทาง กรอบวิธีคิดที่จะทำให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย จากคุณค่านี้ทำให้เห็นผลจริง โดยนำเอาการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในกรณีศึกษา เพื่อหาแนวทางการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยคุณค่าที่สามารถทำได้ในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะจากระดับชุมชน ท้องถิ่น ตัวอย่าง แนวทางที่สามารถทำได้จากระบบและองค์ประกอบที่มีในการท่องเที่ยว (Tourism Ecosystem) ที่ได้มุ่งเน้น การพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมจากฐานรากของชุมชนไว้อย่างกว้างขวางแล้ว โดยดึงเอาอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ออกมาสร้างเป็นจุดขาย สร้างคุณค่าจากฐานรากของชุมชน และพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creativity-based Economy) นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการที่สอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญา ท้องถิ่น งานวิจัยในแผนนี้ เป็นการดำเนินงานต่อจากผลการค้นพบ แนวทางและกรอบแนวคิดทางทฤษฎี จาก แผนงานวิจัยที่ผ่านมา คือ แผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

### สืบค้น 3 เสา ร้อยเรียง ออกแบบ ให้ได้เป็น สันถวไมตรีแห่งอาหาร หรือ ที่เรียกว่า Gastro-diplomacy

ข้อค้นพบที่ได้จากแผนงานวิจัยชุดที่แล้วนี้ ได้ข้อสรุปเป็นประเด็นสำคัญ คือ รูปแบบการออกแบบการ ท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร ที่มีการทดลองทำร่วมกันระหว่าง ชุมชน ยุวนักวิจัย และ เชฟอาหารสร้างสรรค์ (Artisan chef) ที่ทำให้ได้ตัวอย่างการทำงานตามแนววิธี **สันถวไมตรีแห่งอาหาร หรือ ที่เรียกว่า Gastro**diplomacv กระบวนการที่ใช้ในการทดลองทำร่วมกัน ได้ผลเป็น องค์ประกอบ 3 เสา ในการสืบค้น ร่วมกัน ระหว่างกลุ่มคนเหล่านี้ คือ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ ซึ่งนำไปสู่บทสรุปในการจัดกรอบความคิดเรื่อง วิถีไทย หากสามารถสืบค้น วิถีไทย วิถีท้องถิ่น การสืบค้นที่ซับซ้อน เรื่องราวที่เห็นและเป็นอยู่ของพื้นที่ ของชุมชน สามารถจัดหมวดได้ใน 3 องค์ประกอบนี้ เมื่อการสืบค้นทำร่วมกัน จับกลุ่มความคิดที่หลากหลายได้แล้ว การ นำมาร้อยเรียงจำเป็นต้องอาศัย ความคิดสร้างสรรค์ ที่ร่วมกัน เจียระไน การร้อยเรื่อง อาจทำได้ตามทักษะงาน ศิลปะที่ถนัด ในกรณีตัวอย่างของแผนงานวิจัยที่ผ่านมา ได้นำมาร้อยเรียงโดยใช้ทักษะ งานนาฎศิลป์ และ การ ร้อยเรื่องราวผ่านจานอาหาร หาประเด็นที่เด่น และ ถูกกล่าวย้ำ (repeated) และ นำเรื่องเด่นเหล่านี้ มา เชื่อมต่อ (related) จนสามารถออกแบบสร้างสรรค์นำเสนออย่างเป็นลักษณะเฉพาะ (Individualistic & Artistic) โดยไม่จำเป็นต้องมีแบบเดียว หรือเป็นแบบเดิม การนำเสนอแนวทางในการสืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบ วิถีไทย ดังกล่าวนี้ ได้นำมาประยุกต์ให้นำไปสู่การท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มีการนำ อาหารและงาน นาฎศิลป์เป็นสื่อในการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ พื้นที่ (territory or place) ที่จะช่วยให้เกิดความปรารถนา อยากมาเยือน มาท่องเที่ยว ในแบบวิถีถิ่น การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร เป็นผลที่เกิดต่อ เนื่องมาจากกระบวนการทำงานนี้ อย่างไรก็ตาม กระบวนการที่ได้นี้ เป็นเพียงการศึกษากรณีเฉพาะ และพื้นที่ บริบทเฉพาะ ดังนั้น เพื่อให้แนวคิดดังกล่าวได้พิสูจน์ในบริบทอื่น ๆ จึงได้นำผลการศึกษามาทำซ้ำ ในแผนงาน วิจัยนี้ เป็นการขยายผลให้เกิดความคมชัดในเรื่องรูปแบบการประสานการทำงานร่วมกันของหลายภาคส่วน และการออกแบบงานที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวตามรูปแบบการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community-based Design Model) ตามที่ได้กำหนดนิยามไว้ดังนี้

> "การออกแบบบนฐานรากของชุมชน คือ การคิดจากความเป็นชุมชน ที่อยู่บนพื้นฐานที่ว่า ทุกความคิดสร้างสรรค์ควรเป็นในแบบแตกต่างอย่างมีที่มาจากความเป็นท้องถิ่นนำมา

ออกแบบสร้างสรรค์ให้ทันยุคตามแนวทางคนรุ่นใหม่ที่เห็นคุณค่าของความเป็นไทยอย่าง ลึกซึ้ง" (จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และคณะ, 2558)

การขยายผลงานวิจัยทำเพิ่มเติมในสองมิติ คือ การขยายผลเชิงพื้นที่ (Areas based) และ และการ ขยายผลเชิงประเด็น (Issues based) จากแผนงานวิจัยชุดที่แล้ว กล่าวคือ มีการเชื่อมเรื่องการท่องเที่ยวโดย ชุมชนกับภาคการเกษตรและระบบอาหาร มีการขยายสาขางานศิลป์ ทดลองทำซ้ำ ทำเพิ่มเติม กระบวนการนี้ จะทำให้ได้ทฤษฎีที่จะนำมาเป็นกรอบแนวทางในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถ นำมาคิดให้มีความเชื่อมต่อกับระบบการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เช่น อาหาร งานหัตถกรรมพื้นบ้าน งานออกแบบ ผ่านกระบวนการออกแบบบนฐานรากของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย การสืบค้น (Content) ร้อย เรียง (Concept) และออกแบบ (Design) ตามกรอบแนวคิด 3 เสาหลักของวิถีไทยคือ ธรรมชาติ ชีวิต และ ศิลปะ

แผนงานวิจัยชุดนี้จะเป็นกลไกสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดผลต่อความตื่นตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิง นโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม ก่อให้เกิดการพัฒนาทักษะการคิดเชื่อมโยง ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในท้องถิ่นให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและได้ประสิทธิผลสูงสุด เรื่อง เหล่านี้นอกจากเป็นส่วนสำคัญในระบบการท่องเที่ยวยังส่งผลต่อความเป็นดีอยู่ดีของคนไทยโดยภาพรวมด้วย โดยผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะนำไปขยายผลเป็นแนวทางให้เกิดการประสานทำงานร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อ ประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญา ท้องถิ่นสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย ได้แก่ ชุมชน ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ นักออกแบบ เชฟศิลปิน โดยชี้ให้เห็น ถึงศักยภาพของคนเหล่านี้ในการสืบค้นวิถีไทย (ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ) นำมาร้อยเรียง คิดจากความเป็น ท้องถิ่น สามารถพัฒนาออกแบบสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวให้ทันยุคตาม แนวทางคนรุ่นใหม่ที่เห็นคุณค่าของความเป็นไทยอย่างลึกซึ้ง โดยมีโครงการย่อยที่ตอบคำถามวิจัยอย่าง เชื่อมโยงในชุดแผนนี้ดังนี้

โครงการย่อยที่ 1 (แนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากกรณีศึกษาตัวอย่างเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรทำอย่างไร)

แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Local Wisdoms and Value Creation: Art of sustainable food tourism)

โครงการย่อยที่ 2 (การสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ของเยาวชน จากกรณีศึกษาตัวอย่าง เรื่องการออกแบบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ตามแนวคิดการออกแบบจากฐาน ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรทำอย่างไร)

นวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อน ด้วยคุณค่า (Tourism Innovation and Creativity and Local Value-driven Experience: the perspectives from our next generation)

#### 1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน

- 1. เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการ ขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทย และพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2. เพื่อประยุกต์แนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อนำสู่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า
- 3. เพื่อศึกษาแนวคิดในการสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยว ตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Community based Design)
- 4. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของผลการสร้างสรรค์เพื่อพร้อมนำไปทดสอบ ประเมินความพร้อมก่อนสู่ตลาดต่อไป (Commercialised Process)

#### 1.3 ขอบเขตการวิจัย

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

กรอบแนวคิดแผนงาน แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า เพื่อ สร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นการต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถี ไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อศึกษาและสร้างต้นแบบ แนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์และ การออกแบบผลิตภัณฑ์สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ตามแนวทางที่ได้ค้นพบในงานวิจัยที่ ผ่านมา โดยจะนำมาขยายผลในงานวิจัยนี้ต่อไป ดังนี้

การสืบค้น (Content)

การศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยใช้กรอบความคิดใน การศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ภายใต้ 3 กลุ่มความคิดหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การสืบค้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่สามารถ เปิดวงพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่ แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น

2) การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึง ผู้ที่ไม่มี ความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด อาจประกอบด้วย นักวิจัย นัก ออกแบบ ศิลปิน พ่อครัว หรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถสืบค้นเรื่องราว ต่าง ๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมผัสบรรยากาศ ของพื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่อย่างเปิด กว้าง

การสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed) การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่าง เต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อมและบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความ เชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยน เพิ่มพูน และเติม เต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่และเปิดโอกาส ให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อม กัน

#### การร้อยเรียง (Concept)

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็น กระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนอ อัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบ จาก การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

- 1) การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated) เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้นสามารถเป็น เรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้งอาจเป็นเรื่องราวที่มี ความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้
- 2) การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related) เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้นอาจ มีรายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลายซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของเรื่องราว ต่าง ๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

#### การออกแบบ (Design)

การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอ ถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็น ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การออกแบบที่มี คุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การ สัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting) นอกเหนือจากนี้ยังต้องมี ลีลา (Sophistication) ซึ่งหมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่

นำเสนอโดยมีการใช้ Tourism Community-based Design เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนให้เกิดการ กระจายประโยชน์ สามด้าน คือ ด้านที่ 1 การกระจายเวลาในการท่องเที่ยวและการจัดการฤดูกาลท่องเที่ยว (Distribution of time) ด้านที่ 2 การเดินทางกระจายไปในเมืองหลัก เมืองรองได้ทั่วถึง (Distribution of Place) และ ด้านที่ 3 การท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์กับภาคส่วนและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้อง โดยตรงและไม่เกี่ยวข้องโดยตรง (Distribution to other sectors)

#### ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย

แผนงานวิจัยนี้เป็นการขยายผลทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประเด็นเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มาทำให้มีความ ชัดเจนยิ่งขึ้นจากงานวิจัยที่ผ่านมา พัฒนาเป็นทฤษฎีที่จะนำไปเป็นกรอบแนวทางในการเสริมสร้างการเพิ่ม มูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่าง ๆ สามารถนำมาคิดให้มีความเชื่อมต่อกับระบบการ ท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เช่น การเกษตร งานหัตถกรรมพื้นบ้าน งานศิลปะการแสดง และการออกแบบ เป็นต้น

คำถามของงานวิจัยนี้ คือ แนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวจากกรณีศึกษาตัวอย่างเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด สมาร์ทฟาร์ม เมอร์และการออกแบบผลิตภัณฑ์สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ควรทำอย่างไร ดังนั้น จึง นำคำถามนี้มาเป็นแนวทางในการกำหนดแบบ โดยใช้แนวทางในการพิจารณาพื้นที่ศึกษาจากหัวข้อการวิจัย และการตอบรับให้ความร่วมมือในการใช้เป็นพื้นที่ในการวิจัย พิจารณาเลือกพื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหาร จัดการครบมิติ มีคุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่โดดเด่น รวมทั้ง เป็นพื้นที่ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ ผ่านมา โดยได้คัดเลือกมาทั้งหมด 4 พื้นที่ ดังนี้

- 1) ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 2 ชุมชน
  - ก. ชุมชนบ้านเจริญสุข
  - ข. ชุมชนบ้านสนวนนอก
- 2) ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มการท่องเที่ยว คือ
  - ก. 14 ชุมชนที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองกระบี่
  - ข. ชุมชนบ้านหนองทะเล (นอกเขตเมือง)

ในความหลากหลายของบริบทนี้ ไม่พบข้อแตกต่างในผลที่ได้จากการวิจัย

#### ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เป็นการทดลองทำ (Experiment) ที่ใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหลัก เนื่องจากมี วัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการค้นหากระบวนการ (Process) การมีส่วนร่วมที่จะทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าจาก หลากหลายมิติ โดยมิได้ให้ความสำคัญกับจำนวนหรือความเป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย (Representatives of the Population) ที่จะศึกษาแต่อย่างไร โดยธรรมชาติของการศึกษาเชิงคุณภาพมุ่งหวังที่เนื้อหาเป็นสำคัญ ดังนั้น การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นการกำหนดตามความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาและความเป็นผู้รู้ในเรื่องที่กำหนด วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือก

ตัวอย่างที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเจตนาในการเลือกตัวอย่างไว้อย่างเฉพาะเจาะจง ในกรณีนี้คือ เป็นผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียเรื่องอาหาร เรื่องการท่องเที่ยว เรื่องงานออกแบบและงานศิลปะท้องถิ่น ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดยมีมิติครอบคลุมเพื่อให้เป็นผู้ให้ข้อมูล (Key informants) ดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ คนรุ่นใหม่ที่สามารถพัฒนาให้มีทักษะเป็นนักวิจัย สามารถสืบค้น เข้าใจทรัพยากรของชุมชน
- 2) คนรุ่นใหม่ที่ดำเนินธุรกิจและเป็นสมาชิกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่รวมตัวกันอย่างมีโครงสร้าง การทำงานชัดเจน ในกรณีนี้คือ Young Entrepreneur Club (YEC) สังกัดอยู่ภายใต้การ ดูแลของหอการค้าไทยในพื้นที่ ที่มีกระจายอยู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย
- 3) นักออกแบบรุ่นใหม่ คนรุ่นใหม่กำลังศึกษาด้าน Product Design, Fashion Design, Graphic Design (Communication Art)
- 4) นักออกแบบอาชีพในสายงานอาหารและแฟชั่น ผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบท้องถิ่น ใส่ใจชีวิต และวิถีชุมชน มีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชน

#### 1.4 วิธีการดำเนินการ

#### เครื่องมือวิจัย

โครงการวิจัยนี้ดำเนินการทดลองทำ โดยออกแบบงานวิจัยด้วยระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) เพื่อความเข้าใจเชิงลึกในการค้นหารูปแนวทางหรือแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดประสานกับวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ในสาขางานศิลป์ที่ หลากหลาย ทั้งนี้ จะใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งจะเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่าง เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย เพื่อค้นหาคำตอบร่วมกัน มุ่งให้ได้รับข้อมูลด้านความรู้สึกนึกคิดและเข้าใจ ถึงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จากการเข้าไปสัมผัสกับข้อมูลหรือปรากฏการณ์โดยตรง โดยมีการใช้เครื่องมือ วิจัย ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) อันมีเหตุผลและวิธีการ ศึกษาวิจัยโดยสรุป ดังต่อไปนี้

## การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research)

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารวิชาการ ตำรา ตลอดจนงานวิจัยประเภทต่าง ๆ การศึกษาวิเคราะห์เบื้องต้นเป็นการดำเนินการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยต่าง ๆ รวมทั้งค้นคว้าจากอิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้มาจากเว็บไซต์ทางอินเตอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ใน กระบวนการสร้างพื้นฐานขององค์ความรู้อย่างบูรณาการในทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-driven Economy Approach) การเพิ่มมูลค่า (Value Creation) การท่องเที่ยว เชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) แนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmers) แนวคิดทฤษฎี ยู (U Theory) รวมทั้ง ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย 4.0

#### การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation)

การสังเกตระหว่างการระดมความคิดเห็น คือ การสังเกตชนิดที่ผู้สังเกตเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มคนที่ ถูกศึกษา มีการร่วมทำกิจกรรมด้วยกัน ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การสังเกต การซักถาม และการจดบันทึก (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) เพื่อนำไปประกอบการพิจารณากับข้อมูลที่ได้รับจากผู้ถูกสัมภาษณ์ ใช้ร่วมสรุป ผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ในกรณีนี้เป็นการสังเกตพลวัตของการระดมความคิดเห็น พฤติกรรมและรูปแบบ การระดมความคิดเห็นที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ร่วมคิด ร่วมวางแผนได้อย่างครบถ้วน

นอกจากนี้ เพื่อทดลองสร้างต้นแบบ (Prototype) แนวคิดกิจการที่กำเนิดมาจากการประสานการ ทำงานร่วมกันกับชุมชนและความเข้าใจที่มาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง จึงได้จัดค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน เพื่อ เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก โดยนำแนวคิด Community-based Design มาใช้ในการกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจ และนำเสนอแนวทางในการประยุกต์ใช้เรื่องราวของดี ของเด่น ในท้องถิ่นสู่แนวคิดการออกแบบธุรกิจ และแนวคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบต่อยอดทางธุรกิจต่อไป โดย คณะนักวิจัยได้เข้าร่วมสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

#### การสัมภาษณ์และเครื่องมือที่ใช้

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ ครบถ้วน ของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากการระดมความคิดเห็นแบบสัมภาษณ์ กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน แบบเข้มงวดพอประมาณ โดยผู้วิจัยที่ทำการสัมภาษณ์ข้อคำถามในกรอบการคิดเรื่องการมีส่วนร่วม เพื่อใช้เป็น เครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว โดยใช้ เทคนิคที่เป็นความเชี่ยวชาญจากตัวกระตุ้น (Catalyst) ในงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งอยู่บนกรอบแนวคิดของภูมิ ปัญญาชาวบ้านในพื้นที่วิจัย เพื่อใช้ในจัดค่ายเชิงปฏิบัติการ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยกระบวนการวิเคราะห์เพื่อ พัฒนาผลิตภัณฑ์และมีการนำแบบสอบถามออนไลน์มาใช้ในการสำรวจความเป็นไปได้ในการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ ตลาดเพื่อให้เป็นไปในเชิงพาณิชย์ต่อไป นอกจากนั้น ในงานวิจัยนี้ได้สร้างเกณฑ์ในการคัดเลือกตัวกระตุ้น เพื่อให้งานวิจัยได้ผลตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

# 2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย ข้อค้นพบ

ผลการวิจัย สามารถแยกได้เป็น สองส่วนคือ การค้นหากระบวนการ (Process) และ การทดลองทำ ตามกระบวนการจนได้มาซึ่ง สินค้าและบริการที่มาจากการสืบค้นราก ร้อยเรียงและออกแบบเป็นตัวอย่าง สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ใน 2 กลุ่มคือ กลุ่มอาหาร (รายละเอียด ในโครงการย่อยที่ 1) และ กลุ่มธุรกิจเชิงสร้างสรรค์จากวิถีท้องถิ่นเพื่อประโยชน์ของท้องถิ่นและชุมชน ใน รูปแบบ Social enterprises และ Community Enterprises (รายละเอียดในโครงการย่อยที่ 2)

#### กระบวนการ (Process)

กระบวนการที่จะทำให้เกิดการวางรากฐานในการพัฒนาสู่เศรษฐกิจเชิงคุณค่าได้ต่อไป จากข้อค้นพบ ของงานวิจัยนี้ สรุปเป็นภาพรวม ได้ดังนี้ (รายละเอียดในโครงการย่อยทั้ง 2 โครงการ)

#### กระบวนการการวางรากฐานในการพัฒนาสู่เศรษฐกิจเชิงคุณค่า

สืบค้นราก ร้อยเรียงเรื่อง ออกแบบสินค้าและบริการ

ทั้งคนใน คนนอก ทำ พร้อม กับ ชุมชน

ชุมชน นักออกแบบ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่

มีผู้ประสานให้เกิดการ แลกเปลี่ยนสร้าง กระบวนการ

E TOTAL MASIN

Creative Space: Bootcamp

U Theory
Creative process

# การพัฒนาศักยภาพคน ธุรกิจ และ การทำงานร่วมกัน

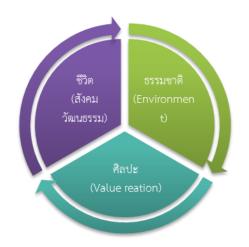
กระบวนการทฤษฎี ยู ให้ความสำคัญกับการเปิดรับข้อมูลอย่างไม่ปิดกั้น ไม่ด่วนสรุปหรือตัดสิน เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้น เข้าใจระบบมากขึ้น มุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ สิ่งดี ๆ ร่วมกัน เพื่อสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงแก้ไขปัญหาในระบบ จะต้องเริ่มต้นด้วยการเปิดกว้างทิ้งกรอบข้อมูล อ้างอิงเดิม (Open Mind) มีความกล้าหาญทางจิตใจ เปิดหัวใจ (Open Heart) โดยมิได้ยึดติดกับเหตุผลและ มุ่งมั่นด้วยเจตจำนงอันแน่วแน่ (Open Will) ที่จะสรรสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้น และจาก 3 กระบวนการแห่งการ เรียนรู้ ชามเมอร์ได้สรุปนำเสนอขั้นตอนที่จะก่อให้เกิดการร่วมสรรค์สร้างสิ่งดี ๆ 7 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

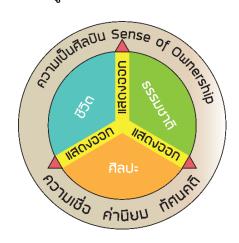
- 1) ฟัง รับรู้ อย่างไม่ปิดกั้น ไม่ตัดสิน (Holding the Space & Downloading)
- 2) เฝ้าสังเกตุ สิ่งรอบข้างความเป็นไป (Observing)
- 3) รับรู้ความเชื่อมโยงของสิ่งต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง จากความรู้สึก ละทิ้งอัตตา (Sensing)
- 4) รับรู้ ตัวตน อย่างตื่นรู้ (Presencing)
- 5) เลือกสรรความคิดใหม่ สิ่งใหม่ ๆ (Crystalizing)
- 6) ออกแบบ สร้างต้นแบบเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Prototyping)

โดยในการดำเนินการนี้ ออกแบบจัดทำเป็น ค่ายสร้างสรรค์ (Creative Bootcamp) ในพื้นที่ที่เปิด โอกาสให้เกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนได้อย่างดีที่สุด ข้อค้นพบเชิงกระบวนการที่ได้ทดลองทำในทั้งสองโครงการย่อย สรุปได้จากแผนงานวิจัยเป็นแนวคิด สำคัญได้ดังนี้

จากแกน 3 เสา พบปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณค่า คือ การส่งเสริมให้เกิดศิลปินท้องถิ่นที่มีการแสดงออก (Expression) อย่างมีสุนทรียศิลป์

## การเปรียบเทียบข้อค้นพบแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ

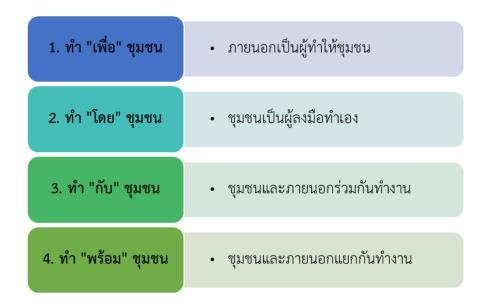




ในการต่อยอดการศึกษาในระยะที่ 2 นี้

พบว่าสามารถนำแนวทางการสืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบนี้ไปประยุกต์ใช้ได้ ในกรณีนี้มีการขยายผลสู่สายงาน ศิลป์ที่หลากหลายจากการทดลองในกลุ่มยุวนักวิจัย ที่มีความเชี่ยวชาญในสายศิลปะ นาฏศิลป์ไทย สู่กลุ่ม ผู้ประกอบการรุ่นใหม่และกลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องราวทรัพยากรชุมชน วัตถุดิบ อาหาร และงานออกแบบแฟชั่นออกมาเป็นการออกแบบจากฐานรากได้เป็นรูปธรรมนำไปสู่โอกาสทางการสร้างสรรค์ ธุรกิจได้ ข้อค้นพบในการวิจัยทำให้มีการต่อยอดแนวทางในการสืบค้นนี้ จากเดิมที่มีการมุ่งเน้นไปที่กรอบการ สืบค้น 3 ด้าน คือ ชีวิต ธรรมชาติ และศิลปะ ในการดำเนินงานพบว่า หัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนการ ท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจเชิงคุณค่าต้องสร้างบุคลากรที่มีความเป็นศิลปิน มีสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics) สามารถ เห็นคุณค่าจากสิ่งที่เห็นและเป็นอยู่ เพื่อให้เกิดความเป็นเจ้าของ (Sense of ownership) แล้วนำมาร้อยเรียง ให้เป็นงานเชิงคุณค่าให้ได้ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้แนวทางเพิ่มเติมต่อยอดจากโครงการที่แล้ว โดยให้ ความสำคัญกับการแสดงออกของศิลปะแขนงต่าง ๆ ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการสร้าง "ศิลปินท้องถิ่น เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนผ่านการบอกเล่าหรือแสดงออกความเป็นชุมชนผ่านศิลปะรูปแบบต่าง ๆ (Art Expression) เช่น การแต่งกาย การแสดงพื้นบ้าน การตกแต่งสำรับอาหาร ซึ่งการนำเสนอเหล่านี้อาจ แสดงออกมาโดยที่คน ๆ นั้นรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ และมีโอกาสที่จะพัฒนาศักยภาพนี้ต่อไป

ได้ทางเลือกในการทำงานกับชุมชนท้องถิ่น ในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงคุณค่าจากฐานราก



การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อน ด้วยคุณค่าจำเป็นต้องมีแนวทางปฏิบัติที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม ที่ผ่านมาชุมชนหรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องต่อประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมักประสบปัญหาในการ ขาดการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดพัฒนาอย่างแท้จริง เนื่องจากมักทำตามแนวทางอันเป็นสูตรสำเร็จ โดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสมและความต้องการของพื้นที่และทำตามกระแส ทำให้ไม่สอดคล้องกับความ ต้องการของตลาด สินค้ามีคุณภาพและปริมาณไม่สม่ำเสมอ ไม่มีการควบคุมมาตรฐานต่อเนื่อง ขาดตลาดใน การจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน เป็นการทำ เพื่อ ชุมชน และเมื่อพยายามให้ชุมชนได้เป็นผู้ดำเนินการเอง ทำ โดย ชุมชน ก็พบข้อจำกัดในทักษะด้านต่าง ๆ ที่ชุมชนไม่พร้อม โดยเฉพาะการออกแบบ การทำ กับ ชุมชน ได้เริ่มมี รูปแบบนี้เพิ่มมากขึ้น โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้ความช่วยเหลือในการเพิ่มศักยภาพและทำร่วมกัน แต่ที่ปรากฏคือ เมื่อหมดช่วยเวลาที่ผู้เชี่ยวชาญให้การช่วยเหลือ ชุมชนไม่ได้ดำเนินการต่อเนื่อง

งานวิจัยชุดนี้ได้นำเปิดแนวคิดทางเลือก คือ การสืบค้นรากร่วมกัน และนำคุณค่าจากฐานทรัพยากรที่ มีอยู่ในพื้นที่มาสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งได้นำเอาผู้ที่ เกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงานต่อประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย เช่น กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (เชฟศิลปินและนักออกแบบงานศิลป์สาขาต่าง ๆ) ปราชญ์หรือศิลปินท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หน่วยงานภายรัฐในพื้นที่มาประสานการทำงานเชิงบูรณาการ โดยไม่จำเป็นต้องจำกัดเฉพาะคนในชุมชน เท่านั้น แต่สามารถเปิดรับกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outsider) มาร่วมกันทำงานในลักษณะสร้างคุณค่า ร่วมกัน (Creating Shared Values) กล่าวคือ ไม่ต้องดำเนินการในสิ่งเดียวกันหรือทำงานร่วมกันในทุก กระบวนการของการพัฒนา เพราะแต่ละกลุ่มมีศักยภาพและข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไปแต่สามารถ สร้างสรรค์คุณค่าร่วมกัน ตามทางเลือกในแบบ ทำ พร้อม ชุมชน ซึ่งมิได้มีข้อเสียหายประการใดในการที่ ผู้เชี่ยวชาญสาขาต่าง ๆ จากภายนอกจะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดและสร้างสรรค์ เนื่องจากท้ายที่สุดแล้วผลงานดังกล่าวยังสามารถสื่อถึงความเป็นชุมชนและสะท้อนถึงคุณค่าและความหมาย

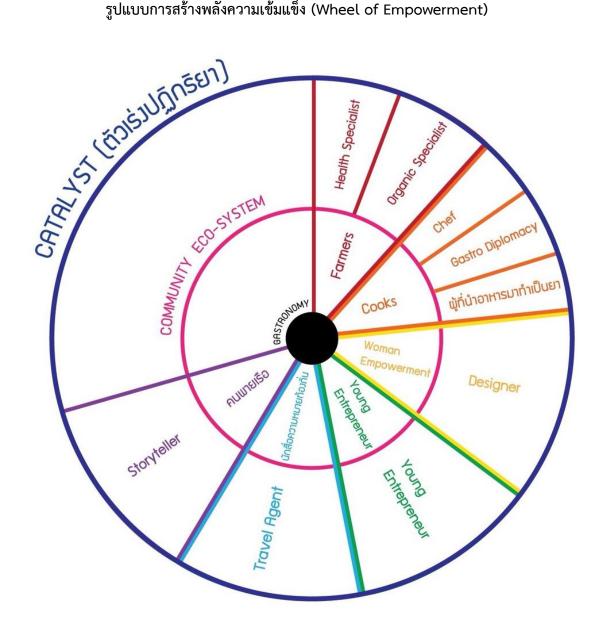
ของสถานที่ (Sense of Place) จากแนวคิดที่ได้จากแผนงานที่แล้ว คือ สันถวไมตรีแห่งอาหาร (Gastro-diplomacy) สู่แนวคิดการเป็นทูตหรือสันถวไมตรี ผ่านสินค้าและบริการสร้างสรรค์ในแบบอื่น ๆ ที่ยังสามารถ เชื่อมโยงกลับมาที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากความต้องการในการมาเยือนต้นทาง ที่มาของสินค้าเชิงคุณค่า เหล่านั้นได้ นำผลสู่การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ที่มาจากคุณค่ามากกว่าเพียงการท่องเที่ยวในแบบทั่วไป ใน กรณีนี้พบ การท่องเที่ยวตามเส้นทางอาหาร เรียนรู้เส้นทางการผลิตไหม วัตถุดิบท้องถิ่น ผ้าท้องถิ่นจาก เรื่องราวภูเขาไฟ เป็นต้น สินค้าเหล่านี้ จึงทำหน้าที่เป็นสื่อทางการตลาดได้เป็นอย่างดี หากสามารถพัฒนา อย่างมีที่มาของท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน เป็นการเปิดมุมมองการท่องเที่ยวที่จะสามารถสร้างสรรค์จากเรื่องราว ท้องถิ่นได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

งานวิจัยนี้พบอีกกว่ากลุ่มคนภายนอกเหล่านี้ยังสามารถทำหน้าที่เป็นผู้เร่งปฏิกิริยา (Catalyst) กระตุ้น ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนได้ด้วยจากการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบบนฐานของชุมชน Community-based Design ซึ่งช่วยกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้น ในชุมชน อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องมีทักษะการวิจัย ซึ่งพบว่าทำให้รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อความเป็นชุมชนได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากนักออกแบบมีความเข้าใจบริบทของชุมชน ในเชิงลึกมากขึ้นเมื่อเข้าร่วมกระบวนการการสืบค้นร่วมกัน แม้แต่นักออกแบบที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่แม้ ประสบการณ์ด้านการออกแบบจริงมีอยู่น้อย แต่เมื่อเพิ่มทักษะการวิจัยและการสืบค้นในกระบวนการออกแบบ ก็ปรากฏว่าสามารถทำงานร่วมกับชุมชนได้ดี เพราะคนรุ่นใหม่เหล่านี้มีความพร้อมด้านองค์ความรู้ด้านศิลปะ และทักษะด้านการออกแบบ หากได้รับโอกาสในการใส่ความคิดสร้างสรรค์ สร้างสินค้าไทยให้เท่เพื่อเพิ่มมูลค่า ก็จะสามารถผลักดันให้เกิดการส่งออกทางด้านวัฒนธรรมไทยไปทั่วโลกได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริม ให้เกิดการฝังรากความเป็นไทยให้กับการท่องเที่ยวและใช้การท่องเที่ยวให้เป็นเครื่องมือที่ประสานภาคส่วนอื่น ๆ เข้าด้วยกัน โดยให้เยาวชนมาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม

ในขณะเดียวกัน ชุมชนเองจำเป็นต้องพัฒนาคนในชุมชนให้รู้จักบริหารจัดการชุมชนซึ่งจะสร้างความ เข้มแข็งจากภายใน โดยต้องมีการปรับเปลี่ยนความเชื่อเดิม (Mindset) ที่ว่า ชุมชนต้องเก็บรักษาวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ และนำเสนอเผยแพร่ในรูปแบบที่เป็นของแท้และดั้งเดิมตามแบบฉบับเดิมเท่านั้น มาเป็น ชุมชนสามารถปรับเปลี่ยนสิ่งเดิม พัฒนาให้ร่วมสมัย ทันสมัย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ได้ ในขณะที่คุณค่าหรือ แก่นก็ยังอยู่ แม้รูปลักษณ์อาจเปลี่ยนแปลงไป กรรมาวิธี อาจมีนวัตกรรม แต่ เรื่องราว คุณค่ายังคงอยู่ การเล็งเห็นความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลง (Change) เพื่อให้ดีขึ้นนี้นับเป็นปัจจัย สำคัญในการสร้างเศรษฐกิจเชิงคุณค่า ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนั้นมิได้หมายถึงแค่เปลี่ยนการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือบรรจุภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่ต้องสามารถเพิ่มมูลค่าจากคุณค่าที่มีที่ต้นทางถึงปลายทาง โดยงานวิจัยนี้ได้นำ กระบวนการออกแบบบนฐานของชุมชน (Community-based Design) ที่เน้นการบอกเล่าเรื่องราว (Story telling) ซึ่งชุมชนไทยมีฐานทรัพยากรที่หลากหลาย มีรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตแตกต่างกันไปตามลักษณะของ ภูมิศาสตร์เฉพาะท้องถิ่น จึงมีเสน่ห์ของวิถีการดำเนินชีวิต แสดงออกมาทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม การแต่ง กาย อาหารการกิน และความเชื่อ ดังนั้น หากถูกนำมาใช้อย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สิ่งของประเภทเดียวกันให้มี

ความแตกต่างตามแต่เอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นในรูปแบบของเรื่องราว (Stories) อรรถรส (Senses) และ ลีลา (Sophistication) อันเป็นพื้นฐานของการสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-based Economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจให้ก้าวหน้าโดยเพิ่มคุณค่าสินค้าและบริการ ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจฐานความเชื่อมโยง (Connectivity-based Economy) เศรษฐกิจฐานดิจิทัล (Digital-based Economy) เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) และเศรษฐกิจฐานความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-based Economy) มุ่งเน้นการเชื่อมโยงทุนของประเทศ ได้แก่ ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพทุน สังคม ทุนมนุษย์ ทุนการเงิน และทุนวัฒนธรรม เป็นตัวผลักดันการเปลี่ยนแปลงประเทศจากเศรษฐกิจยุคเก่า เข้าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่บนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) ที่ได้จากการศึกษา (Education) การ สร้างสรรค์งาน (Creativity) และการทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐาน ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ผสมผสานกับความรู้ของสังคมเทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่ (สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ในการสร้างผลงานที่แตกต่างและเป็นปัจจัยใน การขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ ปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวผลักดันทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจ สมัยใหม่ อันมีสาระสำคัญ คือ การบูรณาการวัฒนธรรมเข้ากับอุตสาหกรรมต่าง ๆ เน้นการสร้างสรรค์คุณค่า และสิ่งที่แปลกใหม่ที่นำไปสู่ธุรกิจและความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อน ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเป็นทางออกหนึ่งในการสร้างความเติบโตให้กับประเทศอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถ สร้างดุลยภาพทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ควบคู่กับการเพิ่มรายได้ให้แก่คนในชุมชนได้ รวมทั้ง เกิด ความรักและความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่นของตน งานวิจัยนี้จึงได้ข้อสรุปที่ใช้เป็นแนวทางในการกำหนด แผนการพัฒนาคน (Wheel of Empowerment) ได้ จำเป็นต้องให้เห็นคุณค่าในงานอาชีพที่มีอยู่ ที่เคยทำใน แบบเดิม สู่การเห็นเส้นทางการพัฒนาศักยภาพตนเองสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ อย่างมีคุณค่าในเชิง ้ลึก ตัวอย่างแนวคิดที่ค้นพบจากการวิเคราะห์ผลของงานวิจัยนี้ในกรณีการนำเรื่อง อาหารมาประยุกต์ทดลอง ทำ พบว่า โครงสร้างระบบคนที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวและเรื่องอาหาร (Community ecosystem and gastronomy) เมื่อมี คนนอกที่เป็นผู้รู้เฉพาะทางมาทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Catalyst) ทำ ให้เกิดแรงผลักที่เห็นว่า คนในชุมชนที่มีความรู้เฉพาะทางที่เป็นแบบเดิม สามารถก้าวหน้าในความเชี่ยวชาญ ้นั้น ๆ จนสามารถพัฒนาศักยภาพเป็น ผู้รู้ในด้านต่าง ๆ ได้ เมื่อแนวคิดนี้สามารถก่อตัวในท้องถิ่นมากขึ้น การ เพิ่มพูนจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เห็นคุณค่า ของวัฒนธรรม ศิลปะท้องถิ่น จะเป็นไปได้มากขึ้น เช่น การทำอาหาร ในฐานะ แม่ครัวในชุมชน สามารถสร้างคุณค่าในความรู้ที่มีมาอย่างยาวนานในแบบเดิม สู่การพัฒนาศักยภาพ เป็นผู้รู้ด้านโภชนาการอาหารท้องถิ่น ดังตัวอย่างใน wheel of empowerment คือ Health Specialist organic specialist เป็นต้น

## รูปแบบการสร้างพลังความเข้มแข็ง (Wheel of Empowerment)



ข้อค้นพบ ในส่วนผลที่ได้เป็นรูปแบบ สินค้าและบริการ การคิดค้นจากราก ทำให้ได้สินค้าและบริการ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ใน 2 กลุ่มคือ กลุ่มอาหาร (รายละเอียดในโครงการย่อยที่ 1) และ กลุ่มธุรกิจเชิงสร้างสรรค์จากวิถีท้องถิ่นเพื่อประโยชน์ของท้องถิ่นและชุมชน ในรูปแบบ Social enterprises และ Community Enterprises (รายละเอียดในโครงการย่อยที่ 2)

จากการสืบค้นราก ร้อยเรียงเรื่อง สู่การออกแบบสินค้าและบริการ พบว่า การดำเนินการตาม กระบวนการที่ได้ทดลองทำ ได้ สินค้าและบริการที่มีเรื่องราวจากท้องถิ่น ที่มีโอกาสในการสร้างเป็นธุรกิจเพื่อ ชุมชนได้จริง ตัวอย่าง ดังนี้ (รายละเอียดอาหารอื่น ๆ ในโครงการย่อย 1)

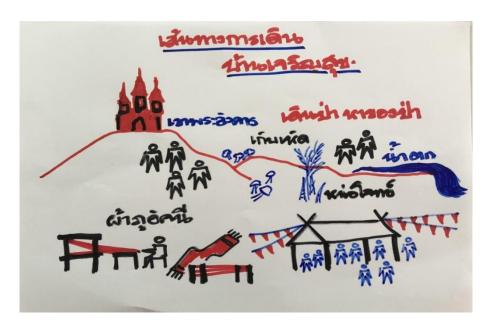
#### ตัวอย่างอาหารสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร



จากการออกแบบอาหารนำไปสู่การออกแบบเส้นทางและรูปแบบการท่องเที่ยว บ้านเจริญสุข จังหวัด บุรีรัมย์: เข้าป่า เก็บเห็ด กินแกง (From Forest to Folk) - community forest trekking tour, foraging and come to cook

จากการสืบค้นพบว่าสิ่งที่น่าสนใจและทำให้บ้านเจริญสุขแตกต่างจากชุมชนท่องเที่ยวอื่น นั่นคือ การมี ป่าเต็งรังที่สมบูรณ์และมีวัตถุดิบด้านอาหารที่สามารถนำมาปรุงได้หลากหลายเมนู จึงควรพัฒนาเส้นทาง ท่องเที่ยวแบบ Gastronomic Tourism และ เส้นทางแบบ Food Foraging กล่าวคือ ให้นักท่องเที่ยวได้มี โอกาสออกหาของป่าเองและได้ทดลองนำมาปรุงอาหารเป็นเมนูของตัวเอง นอกจากนี้ควรทำปฏิทินของป่า ตามฤดูกาลเพื่อให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำในทุกฤดู (รายละเอียดตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวในโครงการย่อย 1) โดยสามารถจัดเส้นทางตามภาพด้านล่าง เมื่อมีการส่งเสริมให้เห็นคุณค่าของวัตถุดิบท้องถิ่นเหล่านี้ นำไปสู่การ เล็งเห็นความสำคัญของการจัดระบบการเกษตร ที่เป็นต้นทางสำคัญของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ซึ่งจะเป็น ที่มาสำคัญต่อไปในการสร้างระบบการจัดการผลผลิต ในรูปแบบสมาร์ทฟาร์มเมอร์ที่ไม่ได้มุ่งเน้นการทำ การเกษตรเพียงเพื่อการเพิ่มผลผลิตอย่างเดียวแต่คำนึงถึงผลทางการตลาดและการเพิ่มทั้งคุณค่าและมูลค่าได้ ต่อไป

#### ตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยว



ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนามาจากของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ ดังที่แสดงไว้ในบทที่ 4 (รายละเอียด ในโครงการย่อย 2) จำนวน 7 ชิ้นงาน ได้แก่

- 1) ไอซครีมรสเผ็ดสมุนไพร ยี่ห้อ Tajae
- 2) เสื้อผ้าไทยยี่ห้อ PUKA ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากผ้าภูอัคนีของบุรีรัมย์
- 3) เสื้อผ้าไหมที่มีการตัดเย็บแบบสวมสบายเหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย โดยประยุกต์การ "เข้ายา" สิ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านในการนำสมุนไพรมาร่วมกันแล้วมัด มาเป็นลายปักบนเสื้อผ้าไหม ที่ห้อ UNISII K
- 4) กระเป๋าและผ้าปาเต๊ะจากชุมชนเมืองเก่าพัฒนาและเครื่องประดับมุกจากชุมชนร่วมจิตร่วมใจ สามารถเปลี่ยนรูปแบบได้ตามแรงบันดาลใจในแต่ละช่วงฤดูและดอกไม้ที่ขึ้นตามธรรมชาติของแต่ ละพื้นที่ ยี่ห้อ FLOTIC
- 5) กล่องข้าวชุมชน เป็นการทำอาหารชุมชนใส่ลงในกล่องแบบพกพาได้ โดยต้องใช้วัตถุดิบจากชุมชน ตามฤดูกาล และระบุที่มาของวัตถุดิบว่ามาจากชุมชนไหน ยี่ห้อ CHAN-CE
- 6) เรือแพ ใช้ในการนำนักท่องเที่ยวล่องเรือชมพระอาทิตย์ขึ้นที่หนองทะเลชมวิถีชีวิตท้องถิ่นยี่ห้อ AFZ RAFTING
- 7) กระดาษที่สามารถนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและ Backdrop ในงาน event ต่าง ๆ ซึ่ง พัฒนามาจากผลิตภัณฑ์กระดาษใยสัปปะรด ยี่ห้อ YEUYAI เยื่อใย

## ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มาสู่การสร้างสรรค์ธุรกิจ

แรงบันดาลของผู้ประกอบการ
รุ่นใหม่ในจังหวัดบุรีรีมย์ที่เป็น
เด็กหนุ่มรุ่นใหม่มีวิถีชิวิตใน
แบบสนุกสนานเรียบง่าย อยาก
ได้ผ้าไหมที่มีการตัดเย็บแบบ
สวมสบาย สามารถใส่เล่นกีฬา
หรือแตะบอลได้
โดยประยุกต์การ "เข้ายา" สิ่ง
เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านใน
การนำสมุนไพรมาร่วมกันแล้ว
มัด มาเป็นลายปักบนเสื้อผ้า
ไหมที่ถูกออกแบบให้ใส่ง่าย ใส่
สบายในทุกโอกาส เหมาะ
สำหรับทุกเพศทุกวัย

UNISILK







จากผลการทดลองใช้กระบวนการและการสรรสร้าง ธุรกิจต่าง ๆ นี้ เป็นการคิดค้น ที่ได้เป็นต้นแบบ สินค้าและบริการ แต่จำเป็นต้องมีการดำเนินงานต่อเนื่องในการนำไปสู่ตลาดได้ต่อไป กระบวนการสร้างธุรกิจ จากฐานรากในรูปแบบธุรกิจเพื่อชุมชน หรือ เพื่อชุมชนนี้ ยังไม่มีความชัดเจนในโครงสร้าง และการจัดการ ดังนั้น ระบบวิธีการนำไปสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิผลจำเป็นต้องมีการศึกษาต่อไป

กิจการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้มีการตอบรับการดำเนินงานเพื่อสังคมนี้เช่นกัน แต่หาก ยังไม่มีรูปแบบแนวทางที่ชัดเจน กิจการเพื่อสังคมที่ดำเนินการและเกิดใหม่โดยกลุ่มเยาวชนหรือคนรุ่นใหม่ นับว่าเป็นอนาคตในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สิ่งแวดล้อมผ่านเครื่องมือการพัฒนาการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มธุรกิจเพื่อสังคมเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์และมีแบบ เฉพาะในตนเองมากขึ้น การวิเคราะห์ศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมในกลุ่มเหล่านี้นับว่ามี ความสำคัญในการพัฒนาหาแนวทางที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวไทยต่อไป

#### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยต่อไปจึงควรศึกษาให้เห็นรูปแบบนี้ที่ชัดเจน ประเทศไทยท่ามกลางการ เปลี่ยนแปลงของสังคม การเชื่อมต่อฐานรากหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดเป็นนวัตกรรมจึงจำเป็นต้องสร้างการ มีส่วนร่วมของกลุ่มเยาวชนหรือคนรุ่นใหม่ให้เกิดขึ้นในทันที เพื่อตอบโจทย์ความคาดหวังที่จะให้กลุ่มเยาวชน เป็นผู้ขับเคลื่อนประเทศในอนาคต ดังนั้นการสร้างนวัตกรรมโดยเยาวชนและการดำเนินงานสู่การเป็นกิจการ เพื่อสังคมของคนกลุ่มนี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมากในปัจจุบัน เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งภายในและ ภายนอกที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวไทยไม่มองข้ามคนรุ่นใหม่ และเพื่อให้คนรุ่นใหม่เองเล็งเห็นคุณค่าของชุมชน ท้องถิ่น ภูมิปัญญาและที่มาของศิลปวัฒนธรรมไทยที่สามารถต่อยอดด้วยทักษะและความสามารถของกลุ่ม เยาวชนอย่างสร้างสรรค์ได้

มีแนวคิดเกิดขึ้นมากมายแต่ยังไม่ได้มีการศึกษาสังเคราะห์กรอบแนวคิดเหล่านี้อย่างถี่ถ้วน เช่น ผู้ประกอบการที่สร้างธุรกิจ (Entrepreneur) ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม หรือที่เรียกว่า Social Entrepreneur กลไกการประกอบการทางสังคม คือ Social Entrepreneurship ธุรกิจเพื่อสังคม คือ Social Business กิจการเพื่อสังคม หรือวิสาหกิจเพื่อสังคมที่เน้นการพึ่งตัวเอง ไม่เน้นกำไรสูงสุด คือ Social Enterprise โดยมีระบบส่งเสริมกิจการเงินร่วมลงทุนทางสังคม ที่เรียกว่า Social Venture Capital ให้การ สนับสนุน รูปแบบเหล่านี้จำเป็นต้องมีการศึกษาเพื่อสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวได้อย่าง เหมาะสมตามสภาพความเป็นจริงของบริบทไทย

# 3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

ประเทศไทยได้แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่าที่มีการบูร ณาการอย่างมีส่วนร่วม เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดภูมิปัญญาเชิง สร้างสรรค์ โดยก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1) ประเทศไทยได้แนวทางการบูรณาการแผนจากระดับนโยบายให้เกิดแนวทางการขับเคลื่อนแผนจาก การทำงานร่วมของหลากหลายภาคส่วน จากตัวอย่างการวิจัยเชิงปฏิบัติการเรื่องการท่องเที่ยวเชิง ศิลปะอาหารและการสร้างนวัตกรรมเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถี ไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 2) สร้างต้นแบบการวิจัยที่เน้นภาคปฏิบัติ (Action Research) โดยมีภาคีร่วมที่หลากหลาย มุ่งเป้า ทำงานเพื่อให้สามารถสร้างนวัตกรรมและนำผลการวิจัยไปใช้ได้จริง
- 3) นักวิจัยได้กรอบแนวคิดวิธีวิจัยที่เป็น Grounded Theory ที่นำไปสู่การสร้างกรอบงานวิจัยเพื่อการ ท่องเที่ยวที่เกิดจากการมีส่วนร่วมคิดเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าและการต่อ ยอดภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์

#### 4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากข้อค้นพบของแผนงานวิจัยนี้ การนำไปใช้ประโยชน์ คือ การนำรูปแบบการสร้างงานบริการที่มี มูลค่าสูงจากฐานรากควรมีส่งเสริมการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งกำลังมีความเติบโตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้ง โลกให้ความสำคัญกับการประกอบกิจการที่ได้ทั้งผลกำไรและสามารถสร้างผลกระทบเพื่อสังคมที่ดีขึ้น (Social impacts) รูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมนี้ทำให้เกิดนโยบายส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจกระแสใหม่ (New Economy) เป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดย คำนึงถึงความยั่งยืนทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อต้องการยกระดับการพัฒนาประเทศจากการเป็นประเทศ "รับจ้างผลิตสินค้า" เป็นประเทศที่มีความสามารถใน "การพัฒนานวัตกรรม" โดยใช้จุดแข็งของประเทศ เช่น ต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นเครื่องมือสำคัญใน การสร้างขีดความสามารถของระบบเศรษฐกิจผ่านการปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งประกอบด้วยภาค เศรษฐกิจ 5 สาขาหลัก คือ เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio economy) เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) เศรษฐกิจเพื่อสังคม (Social Economy) และเศรษฐกิจสูงวัย (Silver Economy) ซึ่งจัดทำโดยคณะอนุกรรมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูป เศรษฐกิจกระแสใหม่ ในคณะกรรมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูป ประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูป ประเทศและผ่านความเห็นชอบเรียบร้อยแล้ว

แผนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเพื่อความยั่งยืนจะต้องคำนึงถึงสมดุลของทั้งสามภาคส่วน คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม การพัฒนาที่เกิดขึ้นควรตอบสนองต่อประชาชนส่วนใหญ่ และ การพัฒนาไม่ควรเกิดจากการหวังพึ่งแต่ภาครัฐเพียงอย่างเดียว ในการสร้างมูลค่าเพิ่มและขีดความสามารถใน การแข่งขัน การร่วมมือของทั้งสามภาคส่วนต้องหันมาสร้างการกระจายรายได้และความเท่าเทียมกันทางสังคม ด้วยการสร้างคุณค่าร่วม (shared value) การจัดการทรัพยากรที่ดี รักษาสิ่งแวดล้อม และลดความเหลื่อมล้ำ ที่ไม่ก่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจกระจุกตัวอยู่ที่กลุ่มร่ำรวย ที่มีจำนวนคนไม่ถึง 20% เท่านั้น หรือไม่ใช่ หวังพึ่งแต่เงินสนับสนุนจากรัฐบาลหรือเงินบริจาค เพราะการที่ประเทศเติบโตขึ้นโดยวัดจากค่า GDP ไม่ได้ หมายความว่าจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและสังคมได้อย่างแท้จริง แผนงานวิจัยนี้จึง จัดทำขึ้นตามกรอบที่มาของคำว่า ระบบเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาสังคม (Social Economy) ที่มีเป้าหมายเพื่อ สร้างคุณภาพชีวิต โดยใช้การพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเครื่องมือ ระบบเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาสังคมมีหลักการ สำคัญ คือ การกำหนดการพัฒนาเศรษฐกิจให้เป็นเครื่องมือ ระบบเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมอง บทบาทของการทัฒนาในมุมที่สร้างสรรคในรูปแบบการประกอบการสังคม มีการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน ผ่านรูปแบบองค์กรที่มุ่งเน้นการสร้างผลกระทบทางสังคมสูง (Social impact business) ธุรกิจเพื่อสังคม (Social business) หรือกิจการเพื่อสังคม (Social enterprise)

การก่อให้เกิดรูปแบบกิจการ (Business Model) และกระบวนการในการทำงานในการกำหนดทิศ ทางการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมสำหรับการท่องเที่ยวไทยและการสร้างนวัตกรรมชุมชนอย่างต่อเนื่องที่ สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในการท่องเที่ยวไทย นักวิจัย และนักวิชาการ ชุมชนท้องถิ่น และกลุ่มเยาวชนหรือคนรุ่นใหม่ให้เกิดขึ้นได้จริง เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยน ผ่านการพัฒนาประเทศสู่การเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากฐานราก (Value-based Economy) และการ สร้างเศรษฐกิจเพื่อสังคม (Social economy) ตามกรอบแนวคิด Thailand 4.0 ได้ แผนงานวิจัยนี้จึงเสนอให้ มีการกำหนดเป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcomes) ในการดำเนินงานวิจัยต่อไปไว้ดังนี้

- 1) แนวทางการสร้างเศรษฐกิจเพื่อสังคมในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่อง
- 2) การสร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคมทั้งในระดับชุมชน ระดับประเทศ พร้อมก้าวสู่การเป็น ผู้ประกอบการในระดับสากล
- 3) กิจการที่มีความคิดสร้างสรรค์ และสามารถพัฒนารากฐานและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดมูลค่า ได้
- 4) การกระตุ้นการสร้างธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprises) ในการท่องเที่ยวไทยที่สามารถ สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมในระดับสากล
- 5) เครือข่ายการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมชุมชนที่เชื่อมโยงกันในระดับนานาชาติ องค์ประกอบหลักสองส่วนคือ ส่วนที่หนึ่งที่เกี่ยวข้องกับกิจการหรือธุรกิจ การศึกษารูปแบบกิจการ เพื่อสังคมโดยการวิเคราะห์ทิศทางและรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมที่มีในต่างประเทศและในประเทศไทย (Social enterprises and business model) ศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายกิจการเพื่อสังคมใน ระดับประเทศและระดับภูมิภาคเพื่อนำมาจัดทำแบบธุรกิจจำลองที่เหมาะสมและ ส่วนที่สองคือ ชุมชนที่ เกี่ยวข้องกับการสร้างระบบในการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างนวัตกรรมเพื่อชุมชน โดยจำเป็นต้องเข้าใจกรอบ แนวคิดเรื่องความเป็นดีอยู่ดีที่เป็นเป้าหมายของการสร้างผลกระทบของกิจการเหล่านี้ ดังนี้

# กระบวนการเรียนรู้สู่กิจการเพื่อชุมชน (ที่มา : จุฑามาศ วิศาลสิงห์และคณะ, 2559)



การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ความสำคัญกับการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชน ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดกระบวนการทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นและมุ่งเป้าไปที่การกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนที่จะได้นำกลับมาบำรุงดูแล รักษาและจัดการแหล่ง ท่องเที่ยว รวมทั้ง สามารถนำมาฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงถือได้ว่าเป็น "เครื่องมือและกลไกของชุมชนท้องถิ่น" นำมาใช้ในชุมชนเพื่อช่วยให้เกิดการกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรม จารีตประเพณีอันหลากหลายของ ชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ดังนั้นงานวิจัยต่าง ๆ จึงเห็นค่อนข้างสอดคล้องกันว่าความหมายและ องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีดังต่อไปนี้

- 1) ต้องเป็นการจัดท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีการมีส่วนร่วมที่มิได้เป็นการทำงานเป็นรายปัจเจกหรือโดย คนใดคนหนึ่ง (Collective Action)
- 2) ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิตของชุมชน ในทางกลับกันจะเป็นการเผยแพร่เรียนรู้และ ส่งเสริมขนบธรรมเนียมวิถีชีวิตและสิ่งดีงามของชุมชนให้เป็นที่รู้จัก (Socio-cultural and Environmental Quality)
- 3) ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีทางสังคม (Social cohesion) เพื่อให้เกิดเป็นทุนทางสังคม (Social Capitals) ในการพัฒนาท้องถิ่นได้ร่วมกันอย่างไม่ก่อให้เกิดความแตกแยกของคนในชุมชนและ การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องนำไปสู่ปลายทางเป้าหมายที่ยั่งยืน
- 4) มีเป้าหมายปลายทางที่ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น (Community Wellbeing and Quality of Life)

#### บทคัดย่อ

แผนงานวิจัยนี้เป็นการขยายผลทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประเด็นเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มาทำให้ผล การศึกษาจากงานวิจัยแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ผ่านมามีความชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งนี้ วัตถุประสงค์เพื่อนำไปเป็นกรอบแนวทางในการ เสริมสร้างการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่าง ๆ สามารถนำมาคิดให้มีความ เชื่อมต่อกับระบบการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น โดยเน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวตามรูปแบบการออกแบบบนฐานของชุมชน (Community-based Design Model) คือ การคิดจาก ความเป็นชุมชนที่อยู่บนพื้นฐานที่ว่า ทุกความคิดสร้างสรรค์ควรเป็นในแบบแตกต่างอย่างมีที่มา ชี้ให้เห็นถึง ศักยภาพในการสืบค้นจากความหลากหลายของที่มาของรากทางวัฒนธรรม นำเรื่องราวมาร้อยเรียงและ ออกแบบสร้างสรรค์ให้ทันยุค โดยให้คนรุ่นใหม่เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาความคิดทั้งกระบวนการ สามารถ นำวิถีไทย วิถีถิ่นมานำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ได้ โดยหาทิศทางเพื่อนำประเทศไทยสู่การเปลี่ยน ผ่านจากการพัฒนาสู่การเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากฐานราก (Thailand 4.0- Value based Economy)

ผลการวิจัยนำเสนอว่า หากนำผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงานต่อประเด็น การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขา งานศิลป์ที่หลากหลาย มาประสานการทำงานเชิงบูรณาการในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Values) ระหว่างชุมชน (Insider) และคนจากภายนอก (Outsider) เช่น เชฟศิลปิน นักออกแบบงานศิลป์ สาขาต่าง ๆ ปราชญ์หรือศิลปินท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หน่วยงานภายรัฐในพื้นที่ แต่ไม่จำเป็นทำ พร้อมกัน ผู้ที่มีความพร้อมสามารถนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งพบว่ารูปแบบของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อความเป็นชุมชนได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากนักออกแบบมีความ เข้าใจบริบทของชุมชนในเชิงลึกด้วยจากการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบนฐานของชุมชน สะท้อนถึงคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ในขณะเดียวกัน กลุ่มคนภายนอกเหล่านี้ ยัง สามารถทำหน้าที่เป็นผู้เร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ช่วยกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ในการสร้าง สิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในชุมชนได้ด้วย

**คำหลัก** การท่องเที่ยวโดยชุมชน เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร เยาวชนและ นวัตกรรม

#### Abstract

This research project was an extended result in terms of spatial and issue-based data that aimed to utilize the findings to clarify the research outcome on the previous research project Mechanisms for Tourism with Thainess: a Multi-Stakeholder Participation and Community-based Approach. The research objective was to implement the framework approach for value-adding to tourism-based components that could be mutually connected to tourism system. The study areas of this research are 2 destinations (Burirum and Keabi) representing different scales of tourism development. Based on a theoretical analysis, a working model was formulated. An action research was then designed to experiment how the model could be materialized. Brainstorming elicitation and in-depth interview were employed to reflect on how each element could be integrated. The data, efficiently collected from the community's cultural diversity, was able to linked to create the innovative tourism products that could transmit the country towards Thailand 4.0- Value based Economy.

The research outcome indicated that the stakeholders in terms of the policy and commerce and the responsible persons should work together to create the shared value between the insiders (community members) and the outsiders (chef, artist, designer, local philosopher, artist, new- gen business owner, and the local government organizations). However, these stakeholders could work independently as they had their own goals and interests. Accordingly, based on Community-based Design approach, the product design could perfectly present the community's identity since the designer deeply understood the context by developing their ideas from the community in order to authentically represent the value and sense of the place. In addition, those outsiders could be the catalysts to give an inspiration for the community to create their new products.

**Key words**: Community-based tourism, value-driven economy, gastronomy tourism, tourism innovation

# สารบัญ

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)	ข
1. บทนำ	ข
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	ข
1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน	จ
1.3 ขอบเขตการวิจัย	จ
1.4 วิธีการดำเนินการ	গ
2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	ฌ
3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย	ถ
4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	ท
บทคัดย่อ	บ
Abstract	ป
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของปัญหาและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน	2
1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	7
1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย	8
1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล	16
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	16
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
1) กรอบแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนและการท่องเที่ยวโดยชุมชน	18
2) เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-driven Economy Approach)	19

3) แนวทางการออกแบบบนฐานของชุมชน (Community-based Design)	21
4) การสร้างมูลค่าเพิ่มในการท่องเที่ยว (Value Creation)	23
5) การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomic Tourism)	25
6) นวัตกรรม การเพิ่มมูลค่าและคุณค่า (Value Creation and Innovation)	26
7) แนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmers)	27
8) ทฤษฎี ยู (Theory U)	28
9) ข้อมูลพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์	31
10) ข้อมูลพื้นที่จังหวัดกระบี่	33
2.2 กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	36
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	40
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
3.4 การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล	46
3.5 การแปลผลข้อมูล: เกณฑ์ และการให้ความหมาย	47
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	50
4.1 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1	52
4.2 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2	55
4.3 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 3	60
4.4 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 4	62
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	63
5.1 สรุปผลการวิจัย	63
5.2 อภิปรายผล	64
5.3 ข้อเสนอแนะ	77
บรรณานกรม	79

# สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	1 กรอบขั้นตอนการวิจัย	7
แผนภาพที่	2 เกณฑ์การคัดเลือกตัวกระตุ้น (Catalyst)	15
แผนภาพที่	3 กรอบแนวคิดวิถีไทย	22
แผนภาพที่	4 ประสบการณ์เชิงกลยุทธ์ 5 ด้าน	24
แผนภาพที่	5 Three Instruments: Open Mind, Open Heart, Open Will	29
แผนภาพที่	6 ความเชื่อมโยงของแผนงานวิจัย	37
แผนภาพที่	7 กรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทย	38
แผนภาพที่	8 กรอบแนวคิดงานวิจัย	39
แผนภาพที่	9 เกณฑ์การคัดเลือกตัวกระตุ้น (Catalyst)	44
แผนภาพที่	10 การเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจเชิงคุณค่าขับเคลื่อนจากชุมชนฐานราก (Value	
based Eco	onomy)	51
แผนภาพที่	11 การเปรียบเทียบข้อค้นพบแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ	53
แผนภาพที่	12 กรอบการสร้างพลังความเข้มแข็ง (Wheel of Empowerment)	55
แผนภาพที่	13 แนวทางการสืบค้นวิถีไทยเพื่อเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า	68
แผนภาพที่	14 กรอบการสร้างพลังความเข้มแข็ง (Wheel of Empowerment)	69
	15 ระบบการจัดการการเกษตรรูปแบบใหม่	
แผนภาพที่	16 วิวัฒนาการของแนวทางการทำงานในระดับชุมชน	75
แผนภาพที่	17 การประสานการทำงานระหว่างชุมชนและคนจากภายนอก	77

# สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 เกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ศึกษานำร่องที่	10
ตารางที่ 2 ระยะเวลาของการดำเนินงานวิจัย	
ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างและคุณสมบัติ	13
ตารางที่ 4 รายละเอียดกลุ่มตัวอย่าง	
ตารางที่ 5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	43

# สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่	1 การออกแบบการล่องเรือของชุมชนบ้านหนองทะเล	56
•	2 การออกแบบอาหารสำหรับกลุ่มโรงแรมขนาดเล็กที่ต้องการสื่อสารเรื่องราวของชุมชน	
รูปภาพที่	3 การออกแบบสินค้าจากแนวคิดดอกไม้ประจำท้องถิ่นสู่แบรนด์เครื่องประดับ Flotic	58
รูปภาพที่	4 การออกแบบ Packaging จากแนวคิดสมุนไพรชุมชนบ้านสนวนนอกและบ้านเจริญสุข	58
รูปภาพที่	5 การออกแบบเสื้อผ้าภายใต้ที่มาผ้าภูอัคนีจากบุรีรัมย์สู่แบรนด์ PUKA	59
-	6 แบรนด์ PUKA เปิดตัวที่งาน Surabaya Fashion Parade ประเทศอินโดนีเซีย	
รูปภาพที่	7 ตัวอย่างผลงานการออกแบบ (โครงการย่อยที่ 2)	71

# บทที่ 1 บทนำ

# 1.1 ความสำคัญของปัญหาและที่มาของปัญหา

ปัจจุบันเศรษฐกิจของไทยกำลังเผชิญความท้าทายหลายด้าน เนื่องจากที่ผ่านมาประเทศพึ่งพิงภาค การส่งออกเป็นหลัก พิจารณาจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมที่สูงกว่าร้อยละ 70 แต่พบว่า อัตราการเติบโตของภาคการส่งออกของไทยหดตัวลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2549 ซึ่งเป็นผลจากปัญหาเชิง โครงสร้าง ทั้งปัจจัยภายในได้แก่ ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ขาดการลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิตมา เป็นเวลานานและความต้องการสินค้าของโลกมีแนวโน้มลดลง และปัจจัยภายนอกได้แก่ การเปลี่ยนแปลง โครงสร้างการค้าของโลก กล่าวคือ แม้เศรษฐกิจโลกจะขยายตัวในอัตราเดิมแต่กลับไม่ทำให้การส่งออกของไทย ขยายตัวสูงและอุปสงค์ของเศรษฐกิจโลกยังพื้นตัวแบบเปราะบาง (วินัสยา สุริยาธานินทร์, 2558) ประกอบกับ ในภาวะปัจจุบันที่มีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้นจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการเชื่อมต่อของ เศรษฐกิจในภูมิภาคต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ดังนั้น ประเทศไทยจึงมีความจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อ สร้างความเข้มแข็งและลดความอ่อนไหวตามภาวะเศรษฐกิจโลก เนื่องจากหลายทศวรรษที่ผ่านมา สินค้าหลัก ที่ไทยส่งออก ได้แก่ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์สำเร็จที่รับจ้างผลิตให้กับตราสินค้าต่าง ๆ (Original Equipment Manufacturer) ซึ่งต้องเผชิญการแข่งขันด้านค่าแรงที่ถูกกว่า ด้วยสถานการณ์ดังกล่าว ประเทศ ไทยจึงจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจใหม่จาก "เศรษฐกิจฐานการผลิต" (Production-based Economy) ไปสู่ "เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า" (Value-driven Economy) (วรพล โสคติยานุรักษ์, 2557) เพื่อให้อุตสาหกรรมสามารถเติบโตในบริบทใหม่ทางเศรษฐกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

"เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่าคือ เศรษฐกิจที่มุ่งเน้นคุณค่าของสินค้า นำมาเป็นปัจจัยใน การกำหนดราคา ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายแพงกว่าเพื่อให้ได้สินค้าที่ถูกใจและมีคุณค่า ใช้ ประโยชน์ได้มากกว่า ซึ่งมาจากนวัตกรรมที่ใช้ในการออกแบบให้เห็นความสวยงามจากใจ มี คุณลักษณะที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดึงดูดให้เห็นถึงการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ ของท้องถิ่นอย่างหลากหลาย" (วรพล โสคติยานุรักษ์, 2557)

ปัจจุบัน ประเทศไทยได้พยายามปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่แนวคิดดังกล่าว โดยมีฐานคิด หลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิง "นวัตกรรม" เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศ ด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม รวมทั้ง เปลี่ยน จากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น โดยมีเป้าหมายคือ จะนำประเทศไทยไปสู่การ เป็น "ไทยแลนด์ 4.0"

แผนงานวิจัยนี้ได้นำเอาการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในศึกษาเพื่อหาแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ด้วยคุณค่า โดยดึงเอาอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ออกมาสร้างเป็นจุดขาย สร้างคุณค่าจากฐานรากของชุมชน และพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creativity-based Economy) นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าแก่สินค้า และบริการที่สอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งนี้ ได้นำเอาแนวทางและกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่ ค้นพบจากแผนงานวิจัยที่ผ่านมา (แผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) มาขยายผลให้เกิดความคมชัดในเรื่องรูปแบบการประสานการทำงาน ร่วมกันของหลายภาคส่วนและการออกแบบงานที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวตามรูปแบบการออกแบบบนฐาน รากของชุมชน (Community-based Design Model)

"การออกแบบบนฐานรากของชุมชน คือ การคิดจากความเป็นชุมชน ที่อยู่บนพื้นฐานที่ว่า ทุกความคิดสร้างสรรค์ควรเป็นในแบบแตกต่างอย่างมีที่มาจากความเป็นท้องถิ่นนำมา ออกแบบสร้างสรรค์ให้ทันยุคตามแนวทางคนรุ่นใหม่ที่เห็นคุณค่าของความเป็นไทยอย่าง ลึกซึ้ง" (จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และคณะ, 2558)

การขยายผลงานวิจัยทำในสองมิติ คือ การขยายผลเชิงพื้นที่ (Areas based) และ และการขยายผล เชิงประเด็น (Issues based) จากแผนงานวิจัยชุดที่แล้ว กล่าวคือ มีการเชื่อมเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับ ภาคการเกษตรและระบบอาหาร มีการขยายสาขางานศิลป์ ทดลองทำซ้ำ ทำเพิ่มเติม กระบวนการนี้จะทำให้ ได้ทฤษฎีที่จะนำมาเป็นกรอบแนวทางในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถนำมาคิดให้ มีความเชื่อมต่อกับระบบการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เช่น อาหาร งานหัตถกรรมพื้นบ้าน งานออกแบบ ผ่านกระบวนการออกแบบบนฐานรากของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย การสืบค้น (Content) ร้อยเรียง (Concept) และออกแบบ (Design) ตามกรอบแนวคิด 3 เสาหลักของวิถีไทยคือ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ

แผนงานวิจัยชุดนี้จะเป็นกลไกสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดผลต่อความตื่นตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิง นโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม ก่อให้เกิดการพัฒนาทักษะการคิดเชื่อมโยง ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในท้องถิ่นให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและได้ประสิทธิผลสูงสุด เรื่อง เหล่านี้นอกจากเป็นส่วนสำคัญในระบบการท่องเที่ยวยังส่งผลต่อความเป็นดีอยู่ดีของคนไทยโดยภาพรวมด้วย โดยผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะนำไปขยายผลเป็นแนวทางให้เกิดการประสานทำงานร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อ ประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญา ท้องถิ่นสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย ได้แก่ ชุมชน ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ นักออกแบบ เชฟศิลปิน โดยชี้ให้เห็น ถึงศักยภาพของคนเหล่านี้ในการสืบค้นวิถีไทย (ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ) นำมาร้อยเรียง คิดจากความเป็น ท้องถิ่น สามารถพัฒนาออกแบบสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวให้ทันยุคตาม แนวทางคนรุ่นใหม่ที่เห็นคุณค่าของความเป็นไทยอย่างลึกชี้ง

## 1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน

5. เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการ ขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทย และพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- 6. เพื่อประยุกต์แนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อนำสู่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า
- 7. เพื่อศึกษาแนวคิดในการสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยว ตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Community based Design)
- 8. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของผลการสร้างสรรค์เพื่อพร้อมนำไปทดสอบ ประเมินความพร้อมก่อนสู่ตลาดต่อไป (Commercialised Process)

# 1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย

งานวิจัยทั้ง 2 โครงการย่อยเป็นประเด็นที่ต้องการความเข้าใจเชิงลึกที่สามารถอธิบายกระบวนการ เพื่อตอบคำถามทำอะไร และทำอย่างไร (What and How?) เกี่ยวกับกลุ่มคนซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพมีความ ยืดหยุ่นมากกว่าการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการแสวงหา ความรู้โดยการพิจารณาปรากฏการณ์ทางสังคมในกรณีนี้คือ การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการผ่านการทดลองทำ เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์และการนำนวัตกรรมและ แนวคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่มาออกแบบผลิตภัณฑ์สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ สอดประสานวิถีไทยจากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริงในทุก ๆ มิติ โดยมุ่งให้ได้รับข้อมูลด้านความรู้สึกนึก คิด เข้าใจซึ่งพฤติกรรมหรืออุดมการณ์ของกลุ่มตัวอย่างภายใต้รูปแบบการดำเนินชีวิต โดยเน้นการเข้าไปสัมผัส กับข้อมูลหรือปรากฏการณ์โดยตรง ไม่เน้นการใช้สถิติตัวเลขในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การสังเกตแบบมีส่วน ร่วมและการสัมภาษณ์เป็นวิธีหลักเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความและสร้างข้อสรุป แบบอุปนัย (Inductive) (กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติและคณะ, 2554) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุภางค์ จัน ทวานิช (2554) กล่าวว่า นักวิจัยควรใช้วิธีการเชิงคุณภาพในสภาพการ เมื่อต้องการทำวิจัยในเรื่องที่มีลักษณะ เป็นนามธรรม เช่น เรื่องเกี่ยวกับค่านิยม โลกทัศน์ ความเชื่อถือ ความหมายของสิ่งของต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ บทบาททางสังคมและวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

การศึกษาระยะที่ 1 การสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่ผ่านมา ก่อนการลงพื้นที่ คณะศึกษานำวรรณกรรมที่ ทบทวนและเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมามาสรุป สังเคราะห์และจัดสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการใช้ออกแบบ เครื่องมือสำหรับงานวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้งโครงการย่อย โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเอกสาร การศึกษาวิเคราะห์เบื้องต้นเป็นการดำเนินการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกี่ยวกับเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-driven Economy Approach) การเพิ่มมูลค่า (Value Creation) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) แนวคิด สมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmers) แนวคิดทฤษฎี ยู (U Theory) ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย 4.0 ข้อมูลแนวโน้มด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท รวมทั้ง ข้อมูลของ 2 จังหวัด

ขั้นตอนที่ 2 สร้างกรอบแนวคิดการวิจัย เป็นการพัฒนา Working Model จากการทบทวน วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อประมวลผลเป็นแนวทางการเพิ่มมูลค่าเพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า และนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม รวมทั้งออกแบบ Stakeholder Matrix ที่จะนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บ ข้อมูล โดยกำหนดตามความเกี่ยวข้องและความรอบรู้ในเนื้อหา

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบเครื่องมือสำหรับงานวิจัย เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ครบถ้วนของเนื้อหาตาม วัตถุประสงค์ของงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือ วิธีการดำเนินการ และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะใช้ การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) และการติดตามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ตามบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรง

การศึกษาระยะที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ คณะนักวิจัย ยุวนักวิจัย และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ลงพื้นที่ โดยการนำ Working Model ที่ได้มาทดลองใช้ (Experiment) ตามเครื่องมืองานวิจัยที่ได้ออกแบบ เพื่อค้นหาแนวทางและรูปแบบที่เหมาะสมในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในพื้นที่ตามแนวทางเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า โดยใช้กรอบแนวคิดในการดำเนินงานโดยใช้ทฤษฎี ยู (U Theory)

ขั้นตอนที่ 4 สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากการจัดประชุมเชิง ปฏิบัติการของโครงการย่อยที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ใน เรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน รวมทั้ง การบูรณาการกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า ในการลงพื้นที่ได้จัด กิจกรรมระดมสมองและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ตามเครื่องมืองานวิจัยที่ได้ออกแบบ เพื่อสืบค้นหาของดีของ เด่นของแต่ละพื้นที่และให้ได้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการสร้างความร่วมมือของชุมชนในกระบวนการ มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว โดยใช้การวิจัยเชิง ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อจัดทำกระบวนการนวัตกรรมและ ค้นหาแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอาศัยกระบวนการ Social Lab หรือการคิดค้นทางออกเชิงสังคมอย่างสร้างสรรค์และมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ ที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน รวมถึงการบูรณาการกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า ในขั้นตอนนี้ได้กำหนดให้มีการเพิ่มตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ได้แก่ นักออกแบบ (Designer) ที่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจ นักออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Designer) นักออกแบบอาหาร (Chef) เข้าไปในกระบวนการทดลองตามทฤษฎี Influencer Model โดยมีการลงพื้นเพื่อ สืบค้นหาของดีของเต่นในพื้นที่เป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 5 การทดลองนำไปปฏิบัติออกแบบสร้างสรรค์งานตามแนวคิดวิถีไทยและติดตามจัดทำ แนวคิด โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการระดมสมองออกแบบนวัตกรรมที่นำเสนอวิถีไทยเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะกระบวนการในการนำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของ ชุมชนจากการพัฒนาให้การเกิดมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมที่จะช่วยออกแบบการสื่อ

ความหมายภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการท่องเที่ยววิถีไทย โดยการจัดค่ายสัมมนาเชิงปฏิบัติการ นำผลที่ สังเคราะห์และผลงานตัวอย่าง จัดทำเป็นข้อมูลประกอบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ระหว่างกลุ่มหัตถกรรม ร่วมกับนักออกแบบ นักศึกษา ภายใต้การดูแลของหัวหน้าโครงการวิจัยและผู้ร่วมวิจัย ทดลองฝึกปฏิบัติ พัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยสรุปขั้นตอน การดำเนินกิจกรรมตามแนวทางของศุภชัย สิวห์ยะบุศย์และคณะ (2548) ตามขั้นตอนหลัก ๆ คือ

- (1) การปรับฐานคิดและปฏิบัติเบื้องต้นด้านการออกแบบและการผลิต โดยการทำความ เข้าใจในศักยภาพของกลุ่มแล้วนำเสนอความรู้เกี่ยวกับศิลปะและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่ง นอกจากนี้ยังมีการให้ความรู้และเทคโนโลยีด้านการออกแบบและการผลิต การตกแต่งที่ เหมาะสม เพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้า
- (2) วิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ เชื่อมโยงการตลาดสู่การออกแบบด้านผลิตภัณฑ์ โดย ใช้ 2 ฐานคิดหลักเป็นพื้นฐานด้านวิธีคิดในการออกแบบและการสร้างต้นแบบ คือ (2.1) องค์ความรู้ด้านการตลาดของกลุ่มและทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในตลาด ปัจจุบัน
  - (2.2) องค์ความรู้จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะ ลักษณะเด่น ทางด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิต วัตถุดิบ

ในขั้นตอนนี้มีการลงพื้นที่เพื่อการจัดกิจกรรมระดมสมองและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อทดลองใช้ (Experiment) ตามเครื่องมืองานวิจัยที่ได้ออกแบบ โดยการกำหนดโจทย์ให้ผู้ร่วมทดลองร่วมออกแบบตาม กระบวนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของผลการสร้างสรรค์เพื่อพร้อมนำไปทดสอบประเมินความพร้อม ก่อนสู่ตลาดต่อไป (Commercialized Process) มีการบันทึกกระบวนการการเก็บข้อมูลด้วยวิธีวิจัยในรูปแบบ Film Documentary นำมาประกอบเป็นเครื่องมือการวิจัยแบบสร้างสรรค์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการเรียนรู้ ในหลักสูตรการศึกษามุ่งหวังให้เกิดการถอดกระบวนวิธีวิจัยมาเป็นวิธีการเรียนการสอนจากกระบวนการ ตัวอย่างเป็นรูปแบบในการเรียนรู้สำหรับประเทศไทยต่อไป รวมถึงเพื่อใช้ในการสื่อสารด้านการตลาด เก็บ ข้อมูลผลการวิจัยเพื่อจัดทำเครื่องมือให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวตาม แนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Community-based Design) มีการการติดตาม สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อยืนยันความถูกต้องสมบูรณ์ในทุกประเด็นที่ได้จากการสังเกตแบบ มีส่วนร่วมในระหว่างการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยมีประเด็นคำถามการวิจัยเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการ ท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่เป็นแบวทางในการ ท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าต่อไป

การศึกษาระยะที่ 3 การจัดทำแนวคิด โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการระดมสมอง เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะ กระบวนการในการนำไปสู่การพัฒนาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

ขั้นตอนที่ 6 พิจารณาผลการเรียนรู้ ในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบและสร้าง มูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ใช้เทปบันทึกเสียง บันทึกภาพและจดบันทึกข้อมูลในระหว่างการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยพิจารณาและหาคำตอบ 3 ประเด็น ดังนี้

- (1) เพื่อจัดทำแนวทางการปฏิบัติที่สอดคล้องกับศักยภาพและภูมิปัญญาดั้งเดิมของแต่ละ กลุ่มหัตถกรรม
- (2) เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ศักยภาพการเรียนรู้ของสมาชิกกลุ่ม ในการประยุกต์ภูมิ ปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
- (3) เพื่อหาแนวทางในการคิดค้นปัญหา วิเคราะห์ปัญหา แก้ไข และกำหนดแผนการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาล้านนาให้มีความสวยงามเป็นที่ต้องการของตลาด

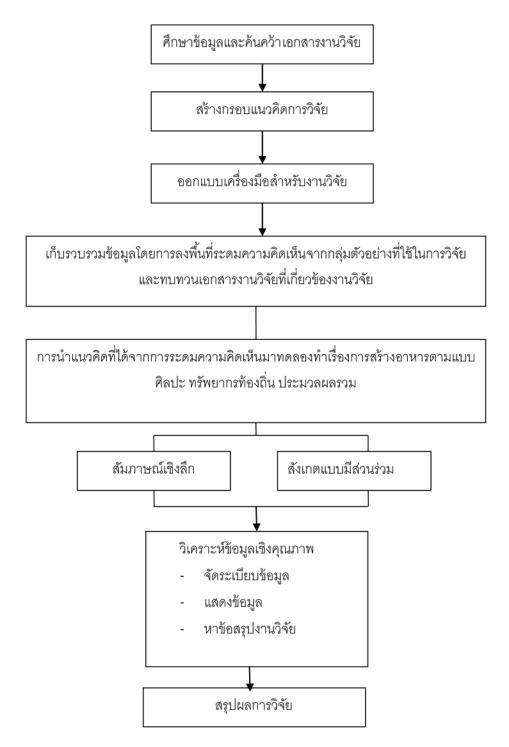
**การศึกษาระยะที่ 4 การสรุป สังเคราะห์ผลและการจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์** หลังจากการลงพื้นที่ และการจัดกิจกรรมในพื้นที่ที่เลือกศึกษา คณะนักวิจัยนำผลการศึกษาที่ได้ตามวัตถุประสงค์มาสรุป วิเคราะห์ สังเคราะห์ผล และจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยแล้วเสร็จในระดับ 100% โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 7 ประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นขั้นตอนที่จำเป็นต้องดำเนินการเป็นคู่ขนานไปพร้อม กับกระบวนการเก็บข้อมูล เช่น ข้อมูลที่ได้จากการระดมสมอง และการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต ระหว่างกิจกรรมที่ได้จัดขึ้น จะผ่านกระบวนการวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหา (Content Analysis) โดยการนับคำ ซ้ำ ๆ ในผลที่ได้ เพื่อหาแก่นเรื่อง (Themes) ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์กล่าวถึงเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของ การท่องเที่ยววิถีไทยอย่างมีส่วนร่วม ตัวแปรที่ได้ในแต่ละขั้นตอนจะนำไปต่อยอดเพื่อสร้างทฤษฎีและแนวคิดที่ ชัดเจน

**ขั้นตอนที่ 8 จัดรายงานฉบับสมบูรณ์ สรุปผลงานวิจัยและเผยแพร่** นำผลการศึกษาจัดพิมพ์รูปเล่ม รายงานฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยในระดับประเทศ และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นทางการต่อไป

โดยแบ่งวิธีวิจัยเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ในการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยตาม กรอบขั้นตอนการวิจัย ดังแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1 กรอบขั้นตอนการวิจัย



### 1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-driven Economy) คือเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นคุณค่าของสินค้า เป็นปัจจัยกำหนดราคา ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายแพงกว่าเพื่อให้ได้สินค้าที่ถูกใจและมีคุณค่า ใช้ประโยชน์ได้ มากกว่า ซึ่งอาจเป็นเพราะนวัตกรรมที่ใช้การออกแบบ ความสวยงาม คุณลักษณะที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดูดี หรือทุก อย่างที่กล่าวมารวมกัน (วรพล โสคติยานุรักษ์, 2557)

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้น ประสบการณ์เกี่ยวกับมรดกของท้องถิ่น (Local heritage) ผ่านการเรียนรู้โดยใช้อาหารท้องถิ่นเป็นสื่อกลาง (Kesimoglu, 2015)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) คือ วิธีการที่ใช้เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับทรัพยากรหรือ ผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างคุณค่าเพื่อให้กับความรู้สึกของผู้บริโภคและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลทำให้ สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น

สมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) หมายถึง เกษตรกรที่มีความรู้อย่างถ่องแท้เกี่ยวกับการ ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีความคิดในการวางแผนเป็นเลิศ ผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของ ตลาด มีความสามารถในเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและแก้ปัญหาได้รวดเร็วโดยการวิเคราะห์ข้อมูลรอบด้าน ตามหลักการและเหตุผล รู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการเกษตร เน้นผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อ ผู้บริโภค (ฤทัยชนก จริงจิตร, 2559)

#### 1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

กรอบแนวคิดแผนงาน แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า เพื่อ สร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นการต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถี ไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อศึกษาและสร้างต้นแบบ แนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์และ การออกแบบผลิตภัณฑ์สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ตามแนวทางที่ได้ค้นพบในงานวิจัยที่ ผ่านมา โดยจะนำมาขยายผลในงานวิจัยนี้ต่อไป ดังนี้

### การสืบค้น (Content)

การศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยใช้กรอบความคิดใน การศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ภายใต้ 3 กลุ่มความคิดหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การสืบค้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

- (1) การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ สามารถเปิดวงพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญ หรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และเป็นที่ ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มี หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น
- (2) การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึง ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด อาจประกอบด้วย นักวิจัย นักออกแบบ ศิลปิน พ่อครัว หรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถ

สืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การ สัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก ของพื้นที่อย่างเปิดกว้าง

การสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed) การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่าง เต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อม และบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความ เชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยน เพิ่มพูน และเติม เต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ และเปิดโอกาส ให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อม กัน

### การร้อยเรียง (Concept)

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็น กระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนอ อัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบ จาก การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

- (1) การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated) เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้น สามารถเป็นเรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้ง อาจ เป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้
- (2) การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related) เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการ สืบค้น อาจมีรายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความ เชื่อมโยงของเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

#### การออกแบบ (Design)

การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living Interpretation) การออกแบบการนำเสนอ ถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็น ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การออกแบบที่มี คุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การ สัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting) นอกเหนือจากนี้ยังต้องมีลีลา (Sophistication) ซึ่งหมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่ นำเสนอโดยมีการใช้ Community-based Design เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนให้เกิดการกระจาย

ประโยชน์ สามด้าน คือ ด้านที่ 1 การกระจายเวลาในการท่องเที่ยวและการจัดการฤดูกาลท่องเที่ยว (Distribution of time) ด้านที่ 2 การเดินทางกระจายไปในเมืองหลัก เมืองรองได้ทั่วถึง (Distribution of Place) และด้านที่ 3 การท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์กับภาคส่วนและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้อง โดยตรงและไม่เกี่ยวข้องโดยตรง (Distribution to Other Sectors)

# ขอบเขตด้านพื้นที่

แผนงานวิจัยนี้เป็นการขยายผลทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประเด็นเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มาทำให้มีความ ชัดเจนยิ่งขึ้นจากงานวิจัยที่ผ่านมา พัฒนาเป็นทฤษฎีที่จะนำไปเป็นกรอบแนวทางในการเสริมสร้างการเพิ่ม มูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่าง ๆ สามารถนำมาคิดให้มีความเชื่อมต่อกับระบบการ ท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เช่น การเกษตร งานหัตถกรรมพื้นบ้าน งานศิลปะการแสดง และการออกแบบ เป็นต้น

การกำหนดเกณฑ์เพื่อนำมาพิจารณาเลือกพื้นที่ในการศึกษาได้กำหนดจากแนวทางการเลือกพื้นที่ตาม แบบการใช้กรณีศึกษา (Case Study) ไม่ได้มุ่งให้เกิดตัวแทน (Representation) ของพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยว โดยชุมชนของไทย แต่เป็นการเลือกให้เกิดตัวแทนของหัวข้อ (Theory) ดังนั้น ในการเลือกพื้นที่จึงใช้บริบท ของพื้นที่และกรอบหัวข้อการศึกษาเป็นตัวตั้ง เป็นการบ่งชี้ให้เห็นบริบทที่ทฤษฎีและรูปแบบค้นพบจากการ ทดลอง ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างกรอบเฉพาะของการประยุกต์ใช้หรือที่เรียกว่า Generalization ของผล การศึกษา ข้อค้นพบจากงานวิจัยสามารถสร้างเป็นรูปแบบขึ้นตามกรอบบริบทพื้นที่ซึ่งข้อสรุปที่ได้ สามารถ นำมาพัฒนาให้เห็นกระบวนการ แนวทาง และโมเดล ในการวิจัยต่อไป ในกรณีนี้หากมีพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบท ต่างจากพื้นที่ที่ทำการศึกษา สามารถนำผลการศึกษานี้ไปทำการศึกษาซ้ำ ทำเพิ่ม หรือทำเทียบเคียง หากมีการ ค้นพบใหม่ สามารถเพิ่มข้อค้นพบได้ต่อไป ตามข้อเสนอแนะของงานวิจัยที่ผ่านมาที่ใช้กรณีศึกษาในลักษณะ เดียวกัน

คำถามของงานวิจัยนี้ คือ แนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวจากกรณีศึกษาตัวอย่างเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด สมาร์ทฟาร์ม เมอร์และการออกแบบผลิตภัณฑ์สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ควรทำอย่างไร ดังนั้น จึง นำคำถามนี้มาเป็นแนวทางในการกำหนดแบบ โดยได้คัดเลือกมาทั้งหมด 2 พื้นที่ ๆ ละ 2 ชุมชน เบื้องต้น พิจารณาเลือกพื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการครบมิติ มีคุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่โดดเด่น และเป็นพื้นที่ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ผ่านมา โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ศึกษานำร่องที่เหมาะสม (ตารางที่ 1) ดังนี้

ตารางที่ 1 เกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ศึกษานำร่องที่

พื้นที่ 1	พื้นที่ 2
การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับนานาชาติ	การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับประเทศ
(International Tourist Destination)	(Domestic Tourist destination)

พื้นที่ 1	พื้นที่ 2
มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญ	มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญ
ฐานทรัพยากรทางศิลปะและวัฒนธรรมที่	ฐานทรัพยากรทางศิลปะและวัฒนธรรมที่
หลากหลาย	หลากหลาย
มีต้นทุนเป็นวัตถุดิบที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน	มีต้นทุนเป็นวัตถุดิบที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน
เมืองที่มีการนำเอาศิลปะและวัฒนธรรมมาเป็นกรอบ	เมืองที่มีการนำเอาศิลปะและวัฒนธรรมมาเป็นกรอบ
ในการพัฒนาเมืองด้านการท่องเที่ยว	ในการพัฒนาเมืองด้านการท่องเที่ยว
การเข้าถึง (การเดินทาง)	การเข้าถึง (การเดินทาง)
ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด	ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด
ด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เน้นการ	ด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เน้นการ
ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อ	ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อ
เพิ่มมูลค่า	เพิ่มมูลค่า
ฐานความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน	ฐานความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน
มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สนใจเข้าร่วมใน	มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สนใจเข้าร่วมใน
กระบวนการวิจัย	กระบวนการวิจัย
ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือใน	ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือใน
การศึกษางานวิจัย	การศึกษางานวิจัย
มีชุมชนที่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง	มีชุมชนอยู่นอกเขตเทศบาลเมือง
พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้คือ ชุมชนในจังหวัด	พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้คือ ชุมชนในจังหวัด
กระบี่ (ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่ และ บ้าน	บุรีรัมย์ (หมู่บ้านเจริญสุข และหมู่บ้านสนวนนอก)
หนองทะเล)	

การดำเนินงานวิจัยที่ใช้กรณีศึกษาจากข้อมูลเชิงลึกที่จำเป็นจากพื้นที่วิจัย มักมีข้อจำกัด (Limitation) หากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ไม่ให้ความร่วมมือมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานร่วมกันตั้งแต่ต้นจนจบโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยนี้เป็นการทดลองปฏิบัติจริง (Experimental Study) ที่มีงบประมาณและเวลาที่ จำกัด แม้ว่าการกำหนดเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นทำให้มีพื้นที่ที่เข้าเกณฑ์อย่างหลากหลาย แต่เกณฑ์ที่จำเป็นที่สุด ในการเลือกพื้นที่คือความร่วมมือของภาคีเครือข่าย และการสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบาย และการนำไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับชุมชน ในกรณีนี้ โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัด บุรีรัมย์ และนายกเทศมนตรีเมืองกระบี่ตามลำดับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของโครงการวิจัยนี้

#### ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยใช้ระยะเวลา 12 เดือน ระหว่างเดือนมิถุนายน 2560 ถึงเดือนพฤษภาคม 2561 มีการ ดำเนินงานเป็น 2 ระยะ คือ

ระยะที่หนึ่ง การศึกษา สืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบ (Community-based Design Model) ระยะที่สอง การพัฒนาต้นแบบ (Prototyping) การนำต้นแบบมาทดสอบ ปรับปรุง เพื่อพร้อม นำเสนอสู่ตลาด (Prototype Testing and Commercialize Products/Innovation) การสร้าง เครื่องมือขยายผลสู่ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและระดับสาก (Internationalization and Best Practices)

โดยกำหนดกิจกรรมและช่วงเวลาในดำเนินงานตามตารางที่ 2 มีการบูรณาการวัตถุประสงค์ของทั้ง สองโครงการย่อยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนนำไปสู่การค้นพบแนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่ เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

ตารางที่ 2 ระยะเวลาของการดำเนินงานวิจัย

กิจกรรม		เดือนที่										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ศึกษาวิเคราะห์เบื้องต้น												
2. พัฒนา Working Model												
3. รวบรวมรายชื่อชุมชนที่มีความ												
เป็นไปได้												
4. ลงพื้นที่เพื่อสำรวจศักยภาพและ												
ความพร้อมของชุมชน												
5. กำหนดพื้นที่ที่เป็นโครงการนำร่อง												
6. ระบุประเด็นการศึกษาของพื้นที่ที่												
คัดเลือก และออกแบบเครื่องมือเพื่อ												
สำรวจข้อมูล												
7. ระดมความคิดเห็น/ สังเกตการณ์												
แบบมีส่วนร่วมจากการประชุมเชิง												
ปฏิบัติการ												
8. ค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน/												
ทดลอง/ สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม												
จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ												

9. ติดตามสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่ม						
ตัวอย่าง						
10. ประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพ						
11. จัดทำร่างรูปแบบและวิธีการที่						
เหมาะสม						
12. จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจาก						
ชุมชนในพื้นที่						
13. สรุปผลการศึกษา						
14. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์						

#### ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการค้นหากระบวนการการมีส่วนร่วมที่จะทำให้เกิด การเพิ่มมูลค่าจากหลากหลายมิติ โดยมิได้ให้ความสำคัญกับจำนวนหรือความเป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมาย (Representatives of the Population) ที่จะศึกษาแต่อย่างไร โดยธรรมชาติของการศึกษาเชิงคุณภาพ มุ่งหวังที่เนื้อหาเป็นสำคัญ ดังนั้น การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นการกำหนดตามความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาและ ความเป็นผู้รู้ในเรื่องที่กำหนด วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเจตนาในการเลือกตัวอย่างไว้อย่าง เฉพาะเจาะจง ในกรณีนี้คือ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเรื่องการท่องเที่ยว โดยมีมิติครอบคลุมเพื่อให้เป็นผู้ให้ข้อมูล (Key informants) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างและคณสมบัติ

กลุ่มตัวอย่าง	ท 3 กลุ่มตาอยางและคุณสมบัต คุณสมบัติ
ชุมชน	สมาชิกครัวเรือนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ไม่จำกัดอายุ
ผู้ประกอบการรุ่นใหม่	- คนรุ่นใหม่ที่สามารถพัฒนาให้มีทักษะเป็นนักวิจัย สามารถ
	สืบค้น เข้าใจทรัพยากรของชุมชน
	- คนรุ่นใหม่ที่ดำเนินธุรกิจและเป็นสมาชิกผู้ประกอบการรุ่น
	ใหม่ YEC สังกัดอยู่ภายใต้การดูแลของหอการค้าไทยใน
	พื้นที่
นักออกแบบรุ่นใหม่	คนรุ่นใหม่กำลังศึกษาด้าน Product Design, Fashion Design,
	Graphic Design (Communication Art)
นักออกแบบอาชีพในสายงาน	เป็นผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบท้องถิ่น
อาหารและแฟชั่น (ตาม	ใส่ใจชีวิตและวิถีชุมชน
กรณีศึกษาของงานวิจัย)	มีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชน

#### เครื่องมือวิจัย

โครงการวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยโดยระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) เพื่อความเข้าใจเชิงลึกใน การค้นหารูปแนวทางหรือแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดประสานกับ วิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ในสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย ทั้งนี้ จะใช้กระบวนการวิจัยเชิง ปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งจะเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย เพื่อ ค้นหาคำตอบร่วมกัน มุ่งให้ได้รับข้อมูลด้านความรู้สึกนึกคิดและเข้าใจถึงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง จากการ เข้าไปสัมผัสกับข้อมูลหรือปรากฏการณ์โดยตรง โดยมีการใช้เครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย การศึกษาข้อมูล เอกสาร (Documentary Research) การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) และการ สัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) อันมีเหตุผลและวิธีการศึกษาวิจัยโดยสรุป ดังต่อไปนี้

### การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research)

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสารวิชาการ ตำรา ตลอดจนงานวิจัยประเภทต่าง ๆ การศึกษาวิเคราะห์เบื้องต้นเป็นการดำเนินการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยต่าง ๆ รวมทั้งค้นคว้าจากอิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่ได้มาจากเว็บไซต์ทางอินเตอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ใน กระบวนการสร้างพื้นฐานขององค์ความรู้อย่างบูรณาการในทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับเกี่ยวกับเศรษฐกิจ ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-driven Economy Approach) การเพิ่มมูลค่า (Value Creation) การท่องเที่ยว เชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) แนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmers) แนวคิดทฤษฎี ยู (U Theory) รวมทั้ง ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย 4.0

### การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation)

การสังเกตระหว่างการระดมความคิดเห็น คือ การสังเกตชนิดที่ผู้สังเกตเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มคนที่ ถูกศึกษา มีการร่วมทำกิจกรรมด้วยกัน ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การสังเกต การซักถาม และการจดบันทึก (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) เพื่อนำไปประกอบการพิจารณากับข้อมูลที่ได้รับจากผู้ถูกสัมภาษณ์ ใช้ร่วมสรุป ผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ในกรณีนี้เป็นการสังเกตพลวัตของการระดมความคิดเห็น พฤติกรรมและรูปแบบ การระดมความคิดเห็นที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ร่วมคิด ร่วมวางแผนได้อย่างครบถ้วน

นอกจากนี้ เพื่อทดลองสร้างต้นแบบ (Prototype) แนวคิดกิจการที่กำเนิดมาจากการประสานการ ทำงานร่วมกันกับชุมชนและความเข้าใจที่มาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง จึงได้จัดค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน เพื่อ เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก นำเสนอแนวทางในการประยุกต์ แนวคิดการออกแบบธุรกิจ และแนวคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบต่อยอดทางธุรกิจต่อไป โดยคณะนักวิจัยไดเข้า ร่วมสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

#### การสัมภาษณ์และเครื่องมือที่ใช้

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ ครบถ้วน ของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากการระดมความคิดเห็นแบบสัมภาษณ์ กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน แบบเข้มงวดพอประมาณ โดยผู้วิจัยที่ทำการสัมภาษณ์ข้อคำถามในกรอบการคิดเรื่องการมีส่วนร่วม เพื่อใช้เป็น เครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว โดยใช้ เทคนิคที่เป็นความเชี่ยวชาญจากตัวกระตุ้น (Catalyst) ในงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งอยู่บนกรอบแนวคิดของภูมิ ปัญญาชาวบ้านในพื้นที่วิจัย เพื่อใช้ในจัดค่ายเชิงปฏิบัติการ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยกระบวนการวิเคราะห์เพื่อ พัฒนาผลิตภัณฑ์และมีการนำแบบสอบถามออนไลน์มาใช้ในการสำรวจความเป็นไปได้ในการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ ตลาดเพื่อให้เป็นไปในเชิงพาณิชย์ต่อไป นอกจากนั้น ในงานวิจัยนี้ได้สร้างเกณฑ์ในการคัดเลือกตัวกระตุ้น เพื่อให้งานวิจัยได้ผลตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังแผนภาพที่ 6

แผนภาพที่ 2 เกณฑ์การคัดเลือกตัวกระตุ้น (Catalyst) Fashion/Packaging Artisan Chef Designers Thai citizen . Thai citizen Perform Expertise on Sustainable local arts and handicrafts Concept Practice Acceptance Zero waste of Works Selling International Outlet Popular Availability Willingness to Good employ local Reputation wisdom Willingness to employ local wisdom

### 1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล

คณะนักวิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาภาคสนาม และเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาจำแนก ข้อมูลแยกออกเป็นประเด็นตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยที่ตั้งไว้ตามกระบวนการวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาแก่นเรื่อง (Themes) และตรวจสอบความสมบูรณ์ความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้ง หนึ่งว่าข้อมูลที่ได้มีความครบถ้วนเพียงพอเหมาะสมแก่การนำไปวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล แล้วหรือไม่ ในกรณีที่ ข้อมูลที่ได้มามีความสอดคล้องกันผู้วิจัยจะใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) และหากมี ข้อมูลส่วนใดที่ยังไม่สมบูรณ์ นักวิจัยจะทำการเก็บข้อมูลในส่วนที่ขาดหายไปเพิ่มเติมใหม่อีกครั้งเพื่อให้ ครบถ้วนของเนื้อหาต่อไป แล้วนำเสนอข้อมูลที่ได้มาสรุปอภิปรายผลในเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

#### 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประเทศไทยได้แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่าที่มีการ บูรณาการอย่างมีส่วนร่วม เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดภูมิปัญญาเชิง สร้างสรรค์ โดยก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1) ประเทศไทยได้แนวทางการบูรณาการแผนจากระดับนโยบายให้เกิดแนวทางการขับเคลื่อนแผนจาก การทำงานร่วมของหลากหลายภาคส่วน จากตัวอย่างการวิจัยเชิงปฏิบัติการเรื่องการท่องเที่ยวเชิง ศิลปะอาหารและการสร้างนวัตกรรมเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถี ไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 2) สร้างต้นแบบการวิจัยที่เน้นภาคปฏิบัติ (Action Research) โดยมีภาคีร่วมที่หลากหลาย มุ่งเป้า ทำงานเพื่อให้สามารถสร้างนวัตกรรมและนำผลการวิจัยไปใช้ได้จริง
- 3) นักวิจัยได้กรอบแนวคิดวิธีวิจัยที่เป็น Grounded Theory ที่นำไปสู่การสร้างกรอบงานวิจัยเพื่อการ ท่องเที่ยวที่เกิดจากการมีส่วนร่วมคิดเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าและการต่อ ยอดภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์

โดยมีเป้าหมายของผลผลิตดังต่อไปนี้

### เป้าหมายของผลผลิต (Output)

- 1) ได้แนวทางหรือรูปแบบในการคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ ท่องเที่ยวที่การสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น นำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจ ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า
- 2) ได้แนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการ ขับเคลื่อนโดยกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยการต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทย และพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

- 3) ได้แนวคิดในการสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวตาม แนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Community-based Design)
- 4) ได้กระบวนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของผลการสร้างสรรค์ เพื่อพร้อมนำไปทดสอบประเมิน ความพร้อมก่อนสู่ตลาดต่อไป (Commercialized Process)
- 5) ได้สื่อในรูปแบบ Film Documentary บันทึกกระบวนการการเก็บข้อมูล วิธีวิจัย นำมาประกอบเป็น เครื่องมือการวิจัยแบบสร้างสรรค์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการเรียนรู้ในหลักสูตรการศึกษา มุ่งหวังให้ เกิดการถอดกระบวนวิธีวิจัยมาเป็นวิธีการเรียนการสอนจากกระบวนการตัวอย่างเป็นรูปแบบในการ เรียนรู้สำหรับประเทศไทยต่อไป รวมถึงเพื่อใช้ในการสื่อสารด้านการตลาด
- 6) ได้พัฒนาเกษตรกรในชุมชนตามแนวทางสมาร์ทฟาร์มเมอร์โมเดลและรูปแบบการท่องเที่ยวโดยยึด แนวคิดการเกษตรกับคนรุ่นใหม่จะทำอย่างไรให้เกิดเป็นสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่หลากหลายและ การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารการส่งเสริมให้เกษตรกรเพิ่มแหล่งผลิตในชุมชน
- 7) ได้ข้อมูลผลการวิจัยแนวคิดหรือรูปแบบในการจัดทำเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้า และบริการท่องเที่ยวตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Community-based Design) ภายใต้ theme Thailand Destination of Gastronomy พร้อมรวบรวมผลจาก การศึกษานำเสนอเป็น Gastronomic trail/art of food/ Food technology/ Sustainable Food Tourism ต่อไป

#### เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome)

สามารถนำวิถีไทยมานำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนผ่าน การพัฒนาประเทศสู่การเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากฐานราก (Thailand 4.0- value based economy) งานวิจัยนี้จึงนำแนวทางที่ได้มาขยายผลให้เกิดการประสานทำงานร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน เน้นส่งเสริม การออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามแบบ Community-based Design Model

#### าเทที่ 2

# แนวคิด ทฤษฏี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แผนงานวิจัยนี้มีการนำทฤษฎีที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-driven Economy Approach) ในการเพิ่มมูลค่า (Value Creation) ให้แก่การท่องเที่ยวเชิงอาหารตามแนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmers) และการออกแบบผลิตภัณฑ์สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่ ความยั่งยืน โดยใช้แนวคิดการออกแบบบนฐานทรัพยากรของชุมชน (Community-based Design) ที่ค้นพบ ในงานวิจัยที่ผ่านมาในการดำเนินงานร่วมกับแนวคิดทฤษฎี ยู (U Theory) ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างการมีส่วน ร่วมเพื่อการขับเคลื่อนแนวคิดใหม่ สร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มจากต้นทางถึงปลายทางที่นำไปสู่การ เปลี่ยนแปลง

# 2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1) กรอบแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนและการท่องเที่ยวโดยชุมชน

งานวิจัยชุดนี้ได้เปิดมิตินิยามความหมายของคำว่า "ชุมชน" ในมุมกว้าง เพื่อให้ครอบคลุมชุมชนทุก ระดับที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววิถีไทย โดยความหมายของชุมชนได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ (Pauld et al., 2012)

- (1) ชุมชนตามความหมายเชิงพื้นที่ (Area-based) ทั้งที่เป็นชุมชนในเมือง ชนบท หรือในบริบทต่าง ๆ ซึ่งหมายถึง กลุ่มคนที่มีถิ่นพำนักอาศัยในบริเวณเดียวกันหรือมีลักษณะคล้ายกัน
- (2) ชุมชนตามความหมายของการเป็นกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์คล้ายคลึงกัน (Identity-based) เช่น เชื้อ ชาติ ภาษาที่ใช้ ชาติพันธุ์ เผ่าพันธุ์ ศาสนาและความเชื่อ เพศวิถี อายุ การใช้ชีวิต เป็นต้น ซึ่ง สอดคล้องกับแนวคิด Diversity Inclusion ของประชาคมโลก
- (3) ชุมชนตามความหมายของการเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจคล้ายคลึงกัน (Self-interest) หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่ในวิชาชีพ องค์กร หรือแวดวงเดียวกัน
- (4) ชุมชนตามความหมายของการเป็นกลุ่มคนที่ใช้วิธีการปฏิสัมพันธ์ (Mode of Interaction) เช่น ชุมชนออนไลน์

James et al. (2012) ได้สรุปว่า "ชุมชน" สามารถใช้ได้กับรูปแบบของการรวมกลุ่มกันของมนุษย์ (Form of human grouping) ซึ่งมีความหลากหลายตามบริบทต่าง ๆ ของโลก ในเชิงลึกการระบุลักษณะ ความสัมพันธ์ของมนุษย์ในชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

- (1) Grounded community relations หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นสถานที่ (place) หรือบุคคล (people) อย่างเฉพาะเจาะจงในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างบุคคล ซึ่งจัดเป็นประเภทที่มี ขอบเขตอย่างชัดเจนทั้งในเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อม
- (2) Lifestyle community relations หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นลักษณะเฉพาะเจาะจง (particularities) ของสถานที่หรือบุคคล เช่น ความเชื่อมโยงของความเชื่อและกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ใช้

- ในการปฏิบัติร่วมกันที่กลุ่มบุคคลตกลงกันในการใช้ชีวิต (Moral-framed) ความเชื่อมโยงของ แนวโน้มความสนใจหรือสุนทรีย์ (Interest-based) เป็นต้น
- (3) Projected community relations หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นการตระหนักรู้ในตัวตนซึ่ง ก่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะที่ถูกสร้างขึ้นมา (created entity) ซึ่งสามารถเกิดได้จากความคิด สร้างสรรค์ต่าง ๆ ที่หลากหลาย โดยไม่ผูกติดกับสถานที่และบุคคล ชุมชนที่มีลักษณะ ความสัมพันธ์นี้ครอบคลุมถึง กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มคนหัวรุนแรง กลุ่มคนยุคใหม่ เป็นต้น

ดังนั้นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างมีส่วนร่วมโดยชุมชนและเพื่อชุมชน เป็นการค้นหารูปแบบและ กระบวนการ การจัดการที่มุ่งเน้นการรับฟัง ร่วมคิด ร่วมวางแผนร่วมกำหนดทิศทาง และกำหนดอนาคตที่ ชุมชนปรารถนาจะเห็น บนความเข้าใจที่มีในเรื่องนั้น ๆ การมีส่วนร่วมที่แท้จริง จึงมีแนวคิดเรื่องการออกเสียง (Voice heard) ชี้ให้เห็นการวิเคราะห์โครงสร้างการมีส่วนร่วม เข้าใจบริบท และบทบาทที่แตกต่างเพื่อให้เกิด การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่เห็นผลสัมฤทธิ์มากขึ้น ชุมชนหรือกลุ่มคนที่หลากหลายที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เดียวกันหรือเป็นชุมชนที่มีลักษณะต่าง ๆ เช่น คนรุ่นเก่า รุ่นใหม่ บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ คุณลักษณะความเป็นผู้นำ ผู้ตาม ผู้ทำ จึงมีสิทธิในการออกเสียง ออกความคิดเห็น กำหนดทิศทางที่ควรจะเป็น ให้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ เป็นต้น

ความซับซ้อนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มักเป็นเรื่องกระบวนการทำงานที่สร้างให้เกิดการ มีส่วนร่วมนี้ จากการถอดบทเรียนจากการดำเนินงานชุมชนต้นแบบและการทบทวนงานการพัฒนาการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชนพบว่า องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) กำหนดหลักการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน มีหลักการดังนี้

- (1) ชุมชนเป็นเจ้าของ
- (2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ
- (3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
- (4) ยกระดับคุณภาพชีวิต
- (5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
- (6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- (7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
- (8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- (9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
- (10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

### 2) เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-driven Economy Approach)

เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่าคือ เศรษฐกิจที่มุ่งเน้นคุณค่าของสินค้าเป็นปัจจัยกำหนดราคา ผู้บริโภค ยินดีจะจ่ายแพงกว่าเพื่อให้ได้สินค้าที่ถูกใจ มีคุณค่า และใช้ประโยชน์ได้มากกว่า ซึ่งอาจเป็นเพราะนวัตกรรมที่ ใช้การออกแบบ ความสวยงาม คุณลักษณะที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดูดี การจะพัฒนาเป็น Value-Driven Economy ได้นั้นจะต้องสร้างคุณค่าจากความสามารถที่มีอยู่ ด้วยการสร้างฐานเศรษฐกิจ 4 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจฐานความ เชื่อมโยง เศรษฐกิจฐานดิจิตอล เศรษฐกิจฐานความรู้ เศรษฐกิจฐานความคิดสร้างสรรค์ โดยวรพล โสคติยานุ รักษ์ (2557) ได้วิเคราะห์บริบทของประเทศไทยในแต่มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 เศรษฐกิจฐานความเชื่อมโยง (Connectivity-based Economy) การที่ประเทศไทยมีที่ตั้งอยู่ ศูนย์กลางของภูมิภาค ทำให้ไทยมีโอกาสในการเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนของประชาคมเศรษฐกิจอาเชียน ภูมิภาคที่มีผู้บริโภคถึง 600 ล้านคน และเศรษฐกิจที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 7 ของโลก โดยการวางตัวเป็นจุด ศูนย์กลางการเชื่อมต่อของภูมิภาค ประเทศไทยจะต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการขนส่งและการ คมนาคมให้เชื่อมโยงทั้งภูมิภาคเพราะไทยอยู่ในที่ตั้งเป็นศูนย์กลาง ไม่ว่าเป็นจะการขนส่งทางราง ทางบก และ ทางเรือ และการพัฒนาอลังหาริมทรัพย์ที่เอื้ออานวยในการประกอบธุรกิจโดยสะดวก เพื่อสร้างโอกาสในการ วางตนเองเป็นศูนย์กลางทางการขนส่ง (Logistics Hub) ศูนย์กลางการค้าระดับสากล (International Trading Center) ที่ตั้งสานักงานใหญ่ของนานาประเทศ (International Headquarter) สร้างนิคม อุตสาหกรรมด้านโลจิสติกส์ นิคมอุตสาหกรรมชายแดน (Logistics and Cross Border Industrial Estate) เพื่อให้นักลงทุนเข้าถึงแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายขึ้น เขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) ที่มีความพร้อมรองรับนักลงทุน การพัฒนาเป็นศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าในระดับสากล (Meeting Incentives, Conferencing, Exhibitions หรือ MICE) และการเป็นศูนย์กลางในการค้าขาย (Trading Hub) ตลอดจนเร่งพัฒนาอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ เพื่อรองรับการใช้พื้นที่เป็นสานักงานและ พื้นที่อยู่อาศัยทางแนวราบและแนวตั้ง

มิติที่ 2 เศรษฐกิจฐานดิจิตอล (Digital-based Economy) ต้องอาศัยการพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ต และ ICT ที่มีประสิทธิภาพและความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการพัฒนาซอฟต์แวร์จะ สร้างโอกาสในการส่งเสริมให้เกิดช่องทางต่าง ๆ มากมาย เช่น การระดมทุนโดยผู้ประกอบกิจการขนาดกลาง และขนาดย่อมผ่านระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ (Crowd Funding Portal) การซื้อขายหลักทรัพย์ผ่าน ระบบอินเทอร์เน็ต (Internet Trading and Brokerage) การพัฒนาแอพพลิเคชันเชิงสร้างสรรค์ (Innovative Applications) และ การพัฒนาศูนย์กลางการทาธุรกิจผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก (World Class Emarket Places)

มิติที่ 3 เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) คือการเสริมสร้างความรู้ ความ เชี่ยวชาญบางด้านที่ไทยมีศักยภาพและมีความจาเป็นเพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ไทยมีฐานและมี ความได้เปรียบ โดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์ การวิจัยและพัฒนา โดยต้องส่งเสริมนิคมวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี (Science and Technology Park) ซึ่งจะเป็นแหล่งบ่มเพาะนักประดิษฐ์ นักวิทยาศาสตร์ และ นวัตกรรม การพัฒนาด้านเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) เทคโนโลยีการอาหาร (Food Technology) ที่ช่วยพัฒนาการเกษตรหรือนาผลผลิตการเกษตรไปต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่า และการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็น ศูนย์กลางนวัตกรรม (Innovation Hub) ด้านที่ไทยมีศักยภาพของภูมิภาคในที่สุด โดยในส่วนของ Knowledge-based Economy นี้ ต้องพัฒนายกระดับความสามารถ เมื่อเรามีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ผนวกกับโครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางที่สะดวก ในส่วนของ Connectivity-based

Economy และการบริการที่ดีเยี่ยมของไทย ก็จะช่วยส่งเสริมโอกาสของประเทศในการเป็นศูนย์กลางทาง การแพทย์ (Medical Hub) ได้เช่นกัน

มิติที่ 4 เศรษฐกิจฐานความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-based Economy) ซึ่งเป็นความสามารถที่เป็น จุดเด่นของคนไทยอยู่แล้ว อันจะเห็นได้จากผลงานของคนไทยที่ได้สร้างชื่อเสียงระดับโลกมากมายโดยอาศัย ความคิดสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นการทาการ์ตูนแอนิเมชัน ภาพยนตร์ การออกแบบสินค้าแฟชั่นและผลิตภัณฑ์ ซึ่งควรได้รับการสนับสนุนให้ต่อยอดขึ้นไปอีก เช่น การพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางของตลาดสื่อดิจิตอล (Digital Marketing Hub) การพัฒนาศูนย์กลางการออกแบบสินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Product Design Center) การพัฒนาอุตสาหกรรมการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design Industry) การพัฒนาตลาด ให้สินค้า OTOP และสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่น เป็นต้น

#### 3) แนวทางการออกแบบบนฐานของชุมชน (Community-based Design)

จากผลการวิจัยในแผนงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยที่ผ่านมา พบว่ากระบวนการขับเคลื่อน ในการนำอัตลักษณ์ชุมชนตามแบบวิถีไทยมาสอดประสานในอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหารแบบ ดั้งเดิมโดยชุมชนหรือการสร้างสรรค์การนำเสนออาหารในรูปแบบใหม่โดยเชฟศิลปิน (Artisan Chef) รวมทั้ง การออกแบบงานศิลปะโดยยุวนักวิจัย ล้วนแล้วแต่มีแนวทางที่สอดคล้องกัน 3 ขั้นตอน ซึ่งเป็นแนวทางการ สอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยวโดยได้นำมาขยายผลในงานวิจัยนี้ ดังนี้

#### (1) การสืบค้น (Content)

การศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยใช้กรอบความคิดใน การศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ภายใต้ 3 กลุ่มความคิดหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ (แผนภาพที่ 3) จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การสืบค้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) กล่าวคือ เป็นคนท้องถิ่นหรือผู้มีหน้าที่ที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ สามารถพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ของชุมชนได้ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจ มีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน

การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) ในที่นี้ หมายถึง ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องใดใน พื้นที่หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด เช่น นักวิจัย นักออกแบบ ศิลปิน พ่อครัว เยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ และการสอบถามข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของ พื้นที่

โดยรูปแบบการสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed) ซึ่งเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อม และบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญใน ศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยน เพิ่มพูน และเติมเต็ม ประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ และเปิดโอกาสให้ บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

# แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดวิถีไทย (ที่มา : จุฑามาศ วิศาลสิงห์และคณะ, 2559)



#### (2) การร้อยเรียง (Concept)

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็น กระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนออัต ลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบจากการ สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated) เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้น สามารถเป็น เรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้ง อาจเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญ ต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้

การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related) เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้น อาจมี รายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีจุด ร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

(3) การออกแบบ (Design) การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการ ท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อ เพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์ อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง

ประการที่ 2 อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การ สัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting)

ประการที่ 3 ลีลา (Sophistication) หมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้ จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอ โดยมีการใช้ Community-based Design เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนให้เกิดการกระจายประโยชน์ สามด้าน คือ ด้านที่ 1 การกระจายเวลาใน การท่องเที่ยวและการจัดการฤดูกาลท่องเที่ยว (Distribution of time) ด้านที่ 2 การเดินทางกระจายไปใน เมืองหลัก เมืองรองได้ทั่วถึง (Distribution of Place) และด้านที่ 3 การท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์กับภาค ส่วนและอุตสาหกรรมอื่นๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและไม่เกี่ยวข้องโดยตรง (Distribution to other sectors)

ผลจากงานวิจัยชุดที่แล้วนำเสนอรูปแบบ (Model) แนวทางการสอดประสานวิถีไทยเพื่อเพิ่มมูลค่า และคุณค่าจากฐานรากสู่สากล โดยการออกแบบวิถีไทยให้ไปไกล ร่วมสมัยและทันสมัย ผ่านต้นแบบอาหาร ท้องถิ่นนำเสนอในรูปแบบ Artisan Kitchen ตามแนวคิด Community-based Design ร่วมสร้างยุวนักวิจัย ต้นแบบ ในการสืบสานวิถีไทย ตามแนวคิด "เสน่ห์ กิน ถิ่น ไทย" ทดลองทำและนำเสนอต้นแบบการแสดง ศิลปะไทยในการสื่อความหมายอาหารไทยและเรื่องราววัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เสนอแนะ ต้นแบบตัวอย่างการออกแบบเส้นทางและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศิลปะและอาหาร (Gastronomic trail) รูปแบบการสร้างการมีส่วนร่วมตามบริบทการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามขนาดที่หลากหลาย (Scale) สำหรับงานวิจัยชุดนี้ มีประเด็นคำถามสำคัญเกี่ยวข้องกับแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและ บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นควรทำอย่างไร

### 4) การสร้างมูลค่าเพิ่มในการท่องเที่ยว (Value Creation)

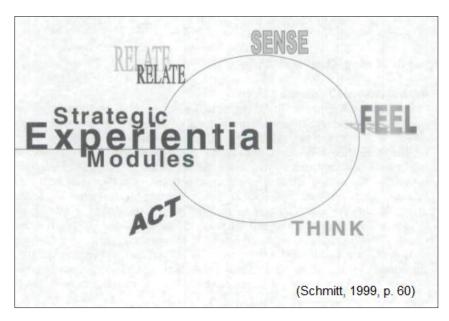
การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การสร้างคุณค่าสำหรับผู้บริโภคให้ดีขึ้นโดยเพิ่มคุณภาพการผลิตหรือการ บริการที่ดีกว่าซึ่งจะส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า นำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือซื้อ ผลิตภัณฑ์และบริการ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ และการสร้างความแตกต่างและเป็น ผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (ปัทมา เลาหสินณรงค์, 2555) นอกจากนี้ Nilson (1992) ยังได้ให้ความหมายของการ สร้างมูลค่าเพิ่มว่าเป็นการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอย่างสูงสุดและเกินความคาดหมาย ทั้งนี้ มูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มเติมสิ่งที่นอกเหนือไปจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดไว้ว่าจะได้รับ การสร้าง มูลค่าเพิ่มนั้นมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (ปัทมา เลาหสินณรงค์, 2555) ดังต่อไปนี้

- (1) การสร้างมูลค่าเพิ่มที่มากกว่าคู่แข่งสามารถตอบสนองความต้องการและเพิ่มความพอใจให้ ผู้บริโภคได้มากขึ้น
- (2) การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุด
- (3) การสร้างมูลค่าเพิ่มช่วยให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่าง รุนแรงได้ และได้เปรียบทางการแข่งขัน

สำหรับการท่องเที่ยว การสร้างมูลค่าเพิ่มหมายถึง การสร้างประสบการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถ สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เป็นการจัดการประสบการณ์วิธีหนึ่ง เป็นการสร้างอารมณ์ความรู้สึกให้กับ ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสินค้าหรือบริการนั้นมีความโดดเด่นน่าสนใจและสัมผัสได้ เป็นการสร้าง ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ น่าจดจำ น่าประทับใจและมีเอกลักษณ์ ซึ่งการจัดการประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

ในลักษณะนี้ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดของ Schmitt (1999) เกี่ยวกับการสร้างองค์รวมแห่งประสบการณ์ (Total Experience) ที่นำไปสู่การสร้างความประทับใจที่ดีให้กับลูกค้าได้อย่างเป็นขั้นตอนดังแผนภาพที่ 4

แผนภาพที่ 4 ประสบการณ์เชิงกลยุทธ์ 5 ด้าน (ที่มา : Schmitt, 1999)



Schmitt ได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับชุดการจัดการประสบการณ์เชิงกลยุทธ์ 5 ด้าน ได้แก่ การรับสัมผัส (Sense) ที่มุ่งเน้นการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสของนักท่องเที่ยวด้วยวิธีการสื่อสารด้วย ภาพ เสียง การสัมผัส จับต้อง กลิ่น และรสชาติในหลายรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีความสนใจและเปิดใจรับสิ่งที่ นำเสนอ (ปราณี, 2548) อารมณ์ความรู้สึก (Feel) คือ การจัดการที่มุ่งเน้นสร้างประสบการณ์ในด้านความรู้สึก และอารมณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างทัศนคติด้านบวกและความรู้สึกที่ดีต่อสินค้า นักท่องเที่ยวมีความ ภาคภูมิใจเมื่อได้ใช้บริการ เกิดความประทับใจและเผยแพร่กันไปแบบปากต่อปากสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่และ นักท่องเที่ยวเดิมกลับมา ใช้บริการซ้ำ การคิด (Think) คือ การสร้างประสบการณ์เพื่อสร้างความคิดให้กับ นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการหาความรู้และคำตอบ สามารถใช้การนำเสนกลุ่มสินค้าและบริการเข้า สู่ตลาดเป้าหมายเพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจในสินค้า บริการ และองค์กร การกระทำ (Act) คือ การ ส่งเสริมประสบการณ์การบริโภคสินค้าและการบริการของกลุ่มเป้าหมายโดยนำเสนอทางเลือกใหม่ให้ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การอ้างอิงและการสื่อสารผ่านบุคคลที่เป็นแบบอย่างและเป็นที่ยอมรับ ของสังคม เช่น นักแสดง นักร้อง นักกีฬา นักธุรกิจ เป็นต้น อาจใช้เป็นหลักการ เหตุผลและแรงจูงใจที่ส่งผลให้ ลูกค้าเปลี่ยนวิถีชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคใหม่ได้ การเชื่อมโยง (Relate) คือ การสร้างความสัมพันธ์จาก องค์ประกอบของประสบการณ์ 4 ด้าน (การรับสัมผัส อารมณ์ความรู้สึก การคิด และการกระทำ) โดยนำ ประสบการณ์ในแต่ละส่วนมาประสานเชื่องโยงกันจนทำให้ประสบการณ์เฉพาะบุคคล ตัวอย่างเช่น Smith, et al. (2010) ได้กล่าวถึงประเทศไทยว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีวัฒนธรรมการกินที่แปลกใหม่และ หลากหลาย อาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกว่าเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่

ท่องเที่ยวแห่งนั้น เนื่องจากอาหารสามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่ง เป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากการมาท่องเที่ยวในแหล่งนั้น

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวอาจทำได้โดยการเริ่มต้นที่การสำรวจและคัดสรรเอกลักษณ์และ จุดเด่นของพื้นที่เพื่อสร้างและกำหนดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้เป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะ การสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างเอกลักษณ์ควรเลือกเอาจุดแข็งด้านใดด้านหนึ่งของพื้น ที่มาส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก เพื่อสร้างให้เป็นจุดเด่นและเอกลักษณ์ที่จะทำให้ผู้คนรู้จักและจดจำ โดยต้องเลือกให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้วยว่า ต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวประเภทใด เมื่อเลือกจุดเด่นที่จะนำเสนอได้แล้ว ขั้นต่อมาคือ เลือก concept ที่เป็นความคิดรวบยอดของกิจกรรมทั้งหมดที่จะต้องทำเพื่อสร้างตราสินค้าขึ้นมา (สิริมา, 2553)

#### 5) การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomic Tourism)

อาหารและการท่องเที่ยวเป็นสองสิ่งที่ไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้ ไม่ว่าจะด้วยความจำเป็นใน ความอยู่รอด หรือจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สร้างเป็นจุดขายของจุดหมายปลายทางได้เช่นกัน (Chen, 2013) การรับประทานอาหารถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินและเวลา มากที่สุดประมาณ 1 ใน 3 ของการใช้จ่ายเงินทั้งหมดสำหรับการเดินทาง (Harrington & Ottenbacher, 2010; Chen 2013) จากสถิติต่าง ๆ พบว่านักท่องเที่ยวเกินกว่า 30% ที่มองหาอาหารการกินดี ๆ รับประทาน ระหว่างการท่องเที่ยวและกว่า 85% ของนักท่องเที่ยวที่มีฐานะมั่งคั่งต้องการได้รับประสบการณ์จากการ รับประทานอาหารในร้านอาหารที่แปลกใหม่ ซึ่งถือเป็นความต้องการมากที่สุดอันดับหนึ่งของทุกกิจกรรม ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีฐานะมั่งคั่ง (Miller & Washington, 2014) แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์อาหารให้เป็นโอกาสในการประชาสัมพันธ์จุดหมายปลายทางที่จะสามารถบรรจุเป็นยุทธศาสตร์ใน การพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ (Harrington & Ottenbacher, 2010) รวมถึงใช้เป็นตัวช่วยในการทำ การตลาดและประชาสัมพันธ์ หรือการสร้างแบรนด์สำหรับจุดหมายปลายทาง และขยายฤดูกาลท่องเที่ยวให้ไม่ กระจุกตัวได้อีกด้วย (Chen, 2013)

การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomic Tourism) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากการพัฒนา สินค้าและบริการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ใขว่คว้ามองหา ประสบการณ์ที่แตกต่างมากขึ้น ซึ่งเกิดจากแนวคิดที่ว่าอาหารประจำท้องถิ่นเป็นหนึ่งในส่วนประกอบที่สำคัญ มากที่สุดในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้ (Herrera et al., 2012; Chen, 2013) นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการเยี่ยมชมสถานที่หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ อาหาร เช่น แหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร งานแสดงอาหาร ตลาดการเกษตร งานแสดงการประกอบ อาหาร กิจกรรมชิมอาหาร เป็นต้น (Hall et al., 2003)

คุณค่าของอาหารเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อสุขภาพของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก โดย Santich (1996) ได้ กล่าวว่าแนวคิดเกี่ยวกับอาหารต่อสุขภาพของผู้บริโภคโดยครบองค์รวมนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ ครอบคลุมตั้งแต่ วิธีการผลิต การดูแล การจัดเก็บ การขนส่ง การแปรรูป การปรุงและตกแต่ง วิธีการ รับประทาน สารอาหาร การย่อยอาหาร ผลกระทบต่อร่างกาย ตัวเลือกอาหาร และขนบธรรมเนียมประเพณีใน การรับประทานอาหาร

นอกจากคุณค่าทางโภชนาการแล้ว การศึกษาองค์ประกอบของอาหารในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวทางสังคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์ สามารถครอบคลุมถึงสังคมวิทยา ภูมิศาสตร์ เกษตรกรรม การท่องเที่ยว การจัดการ เศรษฐศาสตร์การเมือง นโยบาย ประวัติศาสตร์ จิตวิทยา การสื่อสาร สถาปัตยกรรม และปรัชญา จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ อาหารเป็นแนวคิดแบบสหวิทยาการที่สามารถเชื่อมโยงศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน สะท้อนความรู้ทางวัฒนธรรม ต่าง ๆ ผ่านการบริโภคอาหาร และไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว (Kesimoglu, 2015) หากอาหารท้องถิ่นจะสามารถ บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ เหล่านี้แก่นักท่องเที่ยวได้ในแต่ละจาน นักท่องเที่ยวก็จะสามารถสัมผัสถึงประสบการณ์ การรับประทานอาหารที่ตราตรึงใจ ได้เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมการกิน ได้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างรับประทานอาหาร ด้วยความรื่นรมย์ ก่อให้เกิดความสุขกายสุขใจได้ (Richards, 2003) ดังนั้นเมื่อนำศิลปะอาหารมาเชื่อมโยงกับ การท่องเที่ยว จึงเป็นการออกแบบประสบการณ์ที่กว้างกว่าการรับรู้รสชาติของอาหารที่สามารถสะท้อนการ เชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ ในท้องถิ่น ถ่ายทอดเป็นประสบการณ์การบริโภคได้ (Kesimogku, 2015) ปัจจัยหรือ เรื่องราวต่าง ๆ ดังกล่าว ประกอบกับวิวัฒนาการต่าง ๆ ทางสังคมและวัฒนธรรมหรือความเปลี่ยนแปลงตาม ธรรมชาติ ผสมผสานวัตถุดิบและเทคนิคการประกอบอาหาร แสดงออกมาเป็นอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น (Gastronomic Identity) เช่น รสชาติที่โดดเด่น รูปลักษณ์ของอาหาร องค์ประกอบของอาหารบนจานหรือบน โต๊ะอาหาร วิจีหรือมารยาทในการรับประทานอาหาร และตำราอาหาร เป็นต้น (Harrington, 2005)

### 6) นวัตกรรม การเพิ่มมูลค่าและคุณค่า (Value Creation and Innovation)

กระบวนการนวัตกรรมเป็นกระบวนแห่งการพัฒนาซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่ การค้นหา การเลือกสรร การนำไปปฏิบัติ จนถึงการเรียนรู้ โดยจุดเริ่มต้นของการเกิดนวัตกรรม เป็นการสำรวจ สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก (วุทธิศักดิ์ โภชนุกูล, 2557) เพื่อดำเนินการเปลี่ยนแปลงจากแนวคิด ที่รวบรวมขึ้นมาเพื่อเลือกสรรแนวคิดที่โดดเด่นไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับการนำแนวคิดที่ได้รับ การคัดสรรไปปฏิบัติยังประกอบด้วยขั้นตอนย่อย ๆ อีก 4 ขั้นตอน ได้แก่ การรับถ่ายทอดแนวคิดใหม่ การนำ แนวคิดใหม่สู่การปฏิบัติ ซึ่งในระหว่างการปฏิบัติอาจจำเป็นต้องอาศัยทักษะการแก้ปัญหา (Problem-solving) เป็นเครื่องมือช่วยในการนำแนวคิดใหม่สู่การปฏิบัติ หลังจากนั้น จึงเป็นการนำเสนอแนวคิดใหม่ที่ได้นำไปทดลอง ปฏิบัติจริง และการรักษาสภาพการยอมรับนวัตกรรมให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป ขั้นตอนสุดท้ายของ กระบวนการนวัตกรรม คือ การสรุปการเรียนรู้จากกระบวนการนวัตกรรมตลอดทั้งกระบวนการ เพื่อให้สามารถ นำไปใช้พัฒนาวิธีการจัดการสำหรับกระบวนการนวัตกรรมใหมีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

นวัตกรรมหมายถึงการใช้ประโยชน์จากความแปลกใหม่เพื่อวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างความ เข้มแข็งหรือการปรับปรุงสถานะ การแข่งขันของบริษัท นวัตกรรมจะขึ้นอยู่กับผลของการใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ชุดใหม่ระบบนวัตกรรมอาจได้มาจากการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีเป้าหมาย เพื่อการสร้างและการนำนวัตกรรมไปใช้ (Nordic Innovation Center, 2005) งานสร้างสรรค์ร่วมกัน (Cocreation) เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางสังคมบนพื้นฐานของการทำงานร่วมกันของผู้ผลิตและผู้บริโภค (Piller, Ihl & Vossen; 2010)เป็นทฤษฎีที่ได้รับการนำมาใช้เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณค่าทางการ ตลาดในหลายอุตสาหกรรม หนึ่งในนั้นคืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยการรับรู้ข้อมูลความต้องการทางการตลาด และรูปแบบการบริโภคของลูกค้า

#### 7) แนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmers)

คณะกรรมการนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ได้จัดทำแผนการพัฒนาการเกษตรของ ประเทศไทย ตามบทบัญญัติของพระราชบัญญัติเศรษฐกิจการเกษตร พ.ศ. 2522 ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 โดยแผนการพัฒนาการเกษตรดังกล่าวมีเป้าหมาย 3 ประการ คือ (สาคร ศรีมุข, 2558)

- (1) ความผาสุกของเกษตรกรเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 80 ในปี พ.ศ. 2559
- (2) เศรษฐกิจภาคเกษตรเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.0 ต่อปี
- (3) ทรัพยากรการเกษตรมีความเหมาะสมต่อการผลิตทางการเกษตรเพิ่มขึ้น

เพื่อให้การดำเนินงานสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางการ พัฒนาการเกษตรไว้ คือ 1) พัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกร 2) พัฒนาขีดความสามารถในการผลิต การจัดการ สินค้าเกษตร และความมั่นคงด้านอาหาร 3) พัฒนาทรัพยากรการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ สมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ ได้กำหนดกระบวนการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติเพื่อเป็นกลไกสำคัญที่จะนำแผนพัฒนาการเกษตรของ ประเทศไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผน

โครงการพัฒนาเกษตรกรสู่การเป็นสมาร์ทฟาร์มเมอร์เป็นโครงการหนึ่งในยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนา คุณภาพชีวิตเกษตรกรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกษตรกรมีความสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีภูมิคุ้มกันพร้อมรับ ความเสี่ยงด้านการผลิต การตลาด และมีการกระจายรายได้ที่ทั่วถึง มีความสามารถในการผลิตและการตลาด ก้าวสู่ผู้จัดการฟาร์มที่เป็นมืออาชีพ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ให้มุมมองที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดสมาร์ทฟาร์ม เมอร์ ไว้ดังนี้ (ฤทัยชนก จริงจิตร, 2556 อ้างถึงในสาคร ศรีมุข, 2558)

(1) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ แนวคิดหลักของ "สมาร์ทฟาร์มเมอร์" คือ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสารในการพัฒนาทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรไป จนถึงผู้บริโภค (From Farmer to Market) เพื่อยกระดับผลิตภาพการผลิต ลดต้นทุน รวมทั้ง พัฒนามาตรฐานสินค้าดังนั้น หลักการของแนวคิด "สมาร์ทฟาร์มเมอร์" คือ ความพยายาม ยกระดับการพัฒนาเกษตรกรรมใน 4 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ 1) การลดต้นทุนในกระบวนการผลิต 2) การเพิ่มคุณภาพมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานสินค้า 3) การลดความเสี่ยงในภาคเกษตร ซึ่ง เกิดจากการระบาดของศัตรูพืชและจากภัยธรรมชาติ และ 4) การจัดการและส่งผ่านความรู้ (Knowledge Management and Transfer) โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศจากการวิจัยไป

ประยุกต์สู่การพัฒนาในทางปฏิบัติและให้ความสำคัญต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของ เกษตรกรในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานสินค้านั้น แนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์ ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการผลิต โดยเน้นการประยุกต์ใช้ระบบอัตโนมัติ (Automation/Robotic System) และการพัฒนาองค์ความรู้ทางการผลิตโดยระบบการติดตาม และเตือนภัยล่วงหน้า ในด้านการจัดการผลผลิต แนวคิด "สมาร์ทฟาร์มเมอร์" ให้ความสำคัญกับ ระบบควบคุมผลผลิตให้มีความสม่ำเสมอทั้งปริมาณและคุณภาพ

(2) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ให้มุมมองถึงสมาร์ทฟาร์มเมอร์ว่าหมายถึง เกษตรกรที่มีความ รู้ อย่างถ่องแท้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีความคิดในการวางแผนเป็นเลิศ โดยเฉพาะการรู้ถึงอุปสงค์ของตลาดและเตรียมการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการ รวมทั้ง ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และความพร้อมในการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน นอกจากนั้นยังมีความสามารถในการแก้ปัญหาได้รวดเร็ว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลรอบ ด้านเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนหลักการและเหตุผล ตลอดจนรู้จักประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีในการเกษตรในมิติของผลผลิต สมาร์ทฟาร์มเมอร์จะเน้นการผลิตสินค้าเกษตรที่มี คุณภาพสูง ปลอดภัยต่อผู้บริโภค และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในด้านรายได้ ปัจจุบันรายได้เฉลี่ย ของเกษตรกรอยู่ที่อัตราครัวเรือนละ 132,000 บาทต่อปี การก้าวสู่สมาร์ทฟาร์มเมอร์นั้น เกษตรกรจะมีรายได้อย่างน้อยในระดับเดียวกับหรือมากกว่าค่าแรงขั้นต่ำ ซึ่งหมายถึง วันละ 300 บาทเป็นอย่างน้อย ซึ่งหมายถึงรายได้ที่จะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่า 180,000 บาท หรือเท่ากับ เงินเดือนขั้นต่ำของผู้จบปริญญาตรี รายได้ที่สูงขึ้นนี้จึงสะท้อนว่าสมาร์ทฟาร์มเมอร์คือ เกษตรกร ซึ่งมีระดับมาตรฐานความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตดี สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า หากโครงการพัฒนาเกษตรกรสู่การเป็นสมาร์ทฟาร์มเมอร์ประ สบผลสำเร็จในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมจะส่งผลให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ภาครัฐไม่ จำเป็นต้องกำหนดนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและโอบอุ้มเกษตรกรอย่างที่เป็นมาในอดีต

### 8) ทฤษฎี ยู (Theory U)

ทฤษฎี ยู ถูกคิดค้นโดยศาสตราจารย์ออตโต ชามเมอร์ (Otto Scharmer) ศาสตราจารย์ทางด้าน เศรษฐศาสตร์และการจัดการจากประเทศสหพันธรัฐเยอรมันสอนที่ MIT ผู้ให้ความสนใจด้านองค์กรแห่งการ เรียนรู้ (Organization Learning) ได้นำเสนอกระบวนการทฤษฎี ยู เพื่อเสนอเป็นทางออกให้กับการเรียนรู้ใน อนาคต โดยการสร้างการเปลี่ยนแปลง สร้างความร่วมมือในการพัฒนาและเรียนรู้ และหาทางออกอย่าง สร้างสรรค์ตามบริบทของสังคม ตามทฤษฎีกล่าวว่า ไม่มีใครคนใดคนหนึ่งหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งสามารถ แก้ไขหรือหาทางออกได้โดยลำพัง การสร้างความเข้าใจในภาพใหญ่ ปัญหาและความท้าทาย และสร้างความ ร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียในระบบจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ โดยชามเมอร์ได้เสนอกระบวนการ 3 ขั้นตอนแห่งการ เรียนรู้อย่างมีระบบคือ เปิดความคิด (Open Mind) เปิดหัวใจ (Open Heart) และเปิดความมุ่งมั่น (Open Will) ให้ความสำคัญกับการเปิดรับข้อมูลอย่างไม่ปิดกั้น ไม่ด่วนสรุปหรือตัดสิน เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึง เรื่องราวที่เกิดขึ้น เข้าใจระบบมากขึ้น มุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่ดีงามร่วมกัน เพื่อสร้างให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงแก้ไขปัญหาในระบบ กล่าวคือต้องเริ่มต้นด้วยการเปิดกว้างทิ้งกรอบข้อมูลอ้างอิงเดิม มี ความกล้าหาญทางจิตใจ เปิดหัวใจ โดยมิได้ยึดติดกับเหตุผลและมุ่งมั่นด้วยเจตจำนงอันแน่วแน่ ที่จะสรรสร้าง สิ่งใหม่ให้เกิดขึ้น และจาก 3 กระบวนการแห่งการเรียนรู้ ชามเมอร์ได้สรุปนำเสนอขั้นตอนที่จะก่อให้เกิดการ ร่วมสรรค์สร้างสิ่งดี ๆ 7 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะวางตัวตามลักษณะการเขียนอักษรตัวยู (แผนภาพที่ 5) โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (วนิดา ผาระนัด, 2558)

แผนภาพที่ 5 Three Instruments: Open Mind, Open Heart, Open Will (ที่มา : Scharmer, 2007)



- (1) ขั้นการรู้ข้อมูลแบบเก่า (Downloading) เป็นการเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีแบบเดิม ๆ จาก การทำซ้ำ ๆ จนกลายเป็นกิจวัตรประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการคิด การปฏิบัติ ทำให้เรามีวิธีคิด วิธีการ แก้ปัญหาแบบเดิม ๆ เหมือนคอมพิวเตอร์ที่เข้าถึงคำตอบจากข้อมูลเดิมที่บันทึกไว้แล้วดาวน์โหลดมาใช้ งานได้ทันที
- (2) ขั้นการมองเห็น (Seeing) เป็นการระงับการตัดสินทันที (Judgment) โดยใช้การเฝ้าสังเกตเพื่อ แยกแยะความเป็นจริง เป็นการเปิดจิต (Open Mind) เปิดความคิดและเปิดสายตาให้กว้าง (Seeing) เพื่อให้เห็นความเป็นจริง ไม่ด่วนตัดสิน ใช้การสังเกตที่ละเอียดถี่ถ้วน โดยมีหลักในการป้องกันการรับรู้และ นำความรู้แบบเดิม ๆ มาใช้ คือ
  - (2.1) ใช้คำถามเพื่อให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้น และมีความใส่ใจในเรื่องนั้น ๆ (Clarify Question and Intent)
  - (2.2) เข้าไปมีส่วนร่วมในบริบทเพื่อให้เข้าใจประเด็นและจุดที่มีความสำคัญ (Move into the Contexts that Matter)
  - (2.3) อย่าด่วนตัดสินพยายามคิดตามเพื่อเข้าใจและเชื่อมโยงกันมากขึ้น (Suspend Judgment and Connect to Wonder)

- (2.4) ใช้การสนทนาเข้ามาช่วยเพื่อนำเข้าสู่การเห็นร่วมกัน (Dialogue : Enter the Space of Seeing Together) โดยใช้ 3 กิจกรรมที่มีความแตกต่างกัน คือ
  - (2.4.1) ฟังและเชื่อมต่อให้เข้าถึงการฟังอย่างมีปัญญา ยกตัวอย่างประกอบเพื่อให้ เห็นจริงและเพิ่มความน่าสนใจ
  - (2.4.2) แลกเปลี่ยนประสบการณ์ของตนเองและประสบการณ์ของผู้อื่นโดยนำ กระบวนการกลุ่มเข้ามาช่วย (Small-Group Discussions)
  - (2.4.3) มีการประเมินสถานการณ์ร่วมกันก่อนที่จะมีการออกเสียง
- (3) ขั้นการรับรู้ (Sensing) การเข้าไปในกิจกรรม เข้าไปมีส่วนร่วม สนใจในความแตกต่าง เป็นการ เปลี่ยนแปลงจากการกระทำแบบเดิม ๆ มาสู่กระบวนการคิดแบบใหม่ๆ การกระทำที่แตกต่างไปจากเดิม เปิดหัวใจ (Open Heart) รับรู้ความรู้สึกร่วม (Sensing) เพื่อการเป็นหนึ่งเดียวกันกับสิ่งที่เราสังเกต ด้วย การลุกออกจากมุมมองของเราแล้วเดินไปมองด้านมุมเดียวกับเขา เป็นการเอาใจเขามาใส่ใจเราโดยที่เราก็ ยังเป็นตัวของตัวเอง ไม่จำเป็นต้องคิดเห็นเหมือนกันหมดขั้นตอนนี้จะช่วยให้เกิดความหลากหลายทาง ความคิดโดยมีหลักการที่จะนำไปสู่การรับรู้ร่วมกัน (Co-Sensing together) คือ
  - (3.1) การเติมให้เต็ม (Charging Container) การให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการรับรู้ร่วมกัน สนทนาเพื่อแสดงออกความคิดเห็น (Dialogue Forum) ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น
  - (3.2) การดำดิ่งลงให้ลึก (Deep Diving) เข้าไปมีส่วนร่วม เอาตัวเองไปเป็นเขา แลกเปลี่ยน ประสบการณ์
  - (3.3) การเปลี่ยนทิศทางความสนใจ (Redirecting Attention) ให้ความสนใจในสิ่งที่อยู่ ระหว่างความแตกต่าง
  - (3.4) การเปิดใจ (Open the Heart) การเข้าไปในระดับความลึกของการรับรู้ของอารมณ์ ความรู้สึก ฟังเสียงที่แท้จริงของหัวใจ เพื่อทลายกำแพงกั้นในใจ
- (4) ขั้นการปรากฏ (Presencing) เชื่อมโยงเข้ากับแหล่งกำเนิด (Source) เป็นกระบวนการที่ เปลี่ยนแปลงการกระทำจากที่เคยคิด เคยปฏิบัติแบบเดิม ๆ แต่ให้อยู่กับปัจจุบันที่สุด เราจะเห็นคำตอบ มากมาย ทางเลือกหลากหลายและความเป็นได้ทุกทางในอนาคต ทำให้เราสามารถสร้างจินตนาการและ การกระทำใหม่ ๆ ทำให้เกิดนวัตกรรมขึ้นมา (Open Will)
- (5) ขั้นการตกผลึก (Crystallizing) วิสัยทัศน์ จุดมุ่งหมาย การมองเห็นสิ่งใหม่จากอนาคตที่ต้องการ ให้ปรากฏขึ้น เป็นการตกผลึกของความคิดให้ชัดเจนเข้มแข็ง
- (6) ขั้นการออกแบบ (Prototyping) ร่วมกันสร้างยุทธศาสตร์ของโลกเล็ก ๆ คำนึงถึงประโยชน์ที่เกิด กับชีวิตคนเป็นสำคัญ สิทธิขั้นพื้นฐาน การนำเอาความคิดนั้นมาปรับเปลี่ยนให้เป็น "ต้นแบบ"และฝังอยู่ ภายในตัวตนความคิดของเรา

(7) ขั้นการแสดงออก (Preforming) ฝังลึกลงในบริบทใหม่ที่มีขนาดใหญ่เพิ่มขึ้น ให้ค่อย ๆ พัฒนาใน ระบบที่เกิดจากความสัมพันธ์ของสิ่งมีชีวิต การนำเอาความคิดและลงมือกระทำทั้งหมด เพื่อนำไปสู่ ผลสำเร็จ

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบในการตอบคำถาม งานวิจัย คือ 1) แนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง กับฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรทำอย่างไร 2) การสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ของ เยาวชนในการออกแบบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ตามแนวคิดการออกแบบจากฐาน ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรทำอย่างไร เพื่อให้แนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ทำอยู่บนความเป็นของแท้ (Authenticity) และการนำเสนอให้มีความเป็นตัวตน (Identity) บนฐานทรัพยากรที่ทรงคุณค่า (Assets) โดยให้ความสำคัญกับการสืบทอดและสืบสาน ทำให้คนรุ่น ใหม่เข้าถึงรากของวิถีความเป็นอยู่ในชุมชนได้

# 9) ข้อมูลพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดบุรีรัมย์ตั้งอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างสภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง พื้นที่ ลาดจากทิศใต้ลงไปทางทิศเหนือ พื้นที่มีลักษณะเป็นลูกคลื่นน้อยเป็นที่ราบขั้นบันไดช่องเขาและภูมิประเทศที่ เกิดจากภูเขาไฟ มีเนื้อที่ประมาณ 10,321 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 2.01 ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ ไทย จัดว่าเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 17 ของประเทศ มีหลักฐานการอยู่อาศัยของมนุษย์มาตั้งแต่ สมัยก่อนประวัติศาสตร์สมัยทวารวดีและหลักฐานทางวัฒนธรรมของเขมรโบราณซึ่งมีทั้งปราสาทอิฐและ ปราสาทหินจานวนมากกว่า 60 แห่ง รวมทั้งพบแหล่งโบราณคดีที่สำคัญ คือ เตาเผา ภาชนะดินเผา และ ภาชนะดินเผา ทำให้จังหวัดบุรีรัมย์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญน่าสนใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่ง โบราณสถานศิลปะแบบขอมโบราณที่มีอยู่มากมายกระจายอยู่ในพื้นที่ทั้งจังหวัด อีกทั้งยังเป็นที่รู้จักในฐานะ เมืองเกษตรกรรมและหัตถกรรมเพราะเป็นแหล่งปลูกขาวหอมมะลิที่มีคุณภาพดีและเป็นแหล่งทอผาใหมที่ สวยงามและมีชื่อเสียง นอกจากนี้ด้วยสภาพพื้นที่ตั้งมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านจึงทาให้มีความ หลากหลายของเชื้อชาติซึ่งก่อให้เกิดความหลากหลายของประเพณีวัฒนธรรมจนทำให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปดัง คำขวัญของจังหวัดที่ว่า "เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม" (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์ 2558)

#### สถานการณ์การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวโดยภาพรวมของจังหวัดบุรีรัมย์ที่ผ่านมา ในปี 2559 มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปจำนวน 1,535,714 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,419,833 คน (คิดเป็นร้อยละ 8) ในภาพรวมจะ เห็นได้ว่ามีอัตราเพิ่มขึ้นทั้งนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรในทิศทางที่สดใสขึ้น เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์ และจัดทำโครงการและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์มากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะ เป็นชาวไทยมากกว่าชาวต่างชาติ นอกจากนี้ กระแสการชมเชียร์ฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ซึ่งกองเชียร์ของ ทีมฟุตบอลที่มาแข่งขันกับทีมบุรีรัมย์เป็นส่วนหนึ่งของการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว การพักในโรงแรมและ

รีสอร์ท ตลอดจนการจับจ่ายซื้อของฝากและของที่ระลึก สามารถเพิ่มรายได้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยมีสถิติรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2558 เป็นจำนวนเงิน 2,331.54 ล้านบาท และ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมคือ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำและแหล่ง ท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นโบราณสถานที่มีความสวยงามและมีประวัติศาสตร์ที่ อีกทั้งภาครัฐ/เอกชน ยังจัดกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวทั้งปี อาทิ เป็นแหล่งการศึกษาของนักเรียนนักศึกษาเพื่อ เพิ่มความรู้ทางด้านอารยธรรมขอม การจัดประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งในช่วงเดือนเมษายนของทุกปี นอกจากนี้ใน ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจมากขึ้น คือ อุทยานแห่งชาติป่าดงใหญ่ ละเลิง ร้อยรูและเชื่อนลำนางรองในเขตของอำเภอโนนดินแดง (สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์, 2558). นอกจากนี้ ด้วย ศักยภาพและความพร้อมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปวัฒนธรรม จังหวัดบุรีรัมย์จึงได้รับ คัดเลือกให้เป็น 1 ใน 12 เมืองต้องห้าม...พลาด (เมืองปราสาทสองยุค) และจัดอยู่ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมอีสานใต้ (ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี) ซึ่งจะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งวิถีชีวิตอีสานใต้ร่วมสมัยเชื่อมโยง ลาว กัมพูชา และเวียดนาม

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

ในปีพ.ศ. 2557- 2560 จังหวัดบุรีรัมย์ได้วางวิสัยทัศน์ไว้ว่า "ศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม เศรษฐกิจมั่นคง" โดยได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์เพื่อให้เป็นแนวทางในการวางแผนปฏิบัติเป็น 3 ประเด็น (สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์, 2558).

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าเกษตรปลอดภัย กำหนดข้าวหอมมะลิปลอดภัยเป็น ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของจังหวัด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาไหมพื้นบ้านสู่สากล กำหนดผลิตภัณฑ์ไหมเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ของจังหวัด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาคุณภาพชีวิต โดยมีเป้าประสงค์ในการพัฒนาคือ (1) การสร้างการ เติบโตทางเศรษฐกิจโดยเน้นเพิ่มชีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (2) เกษตรปลอดภัย ผลิตภัณฑ์จากไหมและการค้าชายแดน (3) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน รักษาฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (4) เพื่อสร้างความพึงพอใจและไว้วางใจแก่ประชาชน ตอบสนองข้อ ร้องเรียนของประชาชน

จากการวิเคราะห์เกณฑ์ในการคัดเลือกที่กำหนดไว้จังหวัดบุรีรัมย์เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการศึกษา ตามวัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัยและโครงการย่อย โดยจะเห็นได้ว่าประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สามารถนำมาสนับสนุนการศึกษาและเชื่อมโยงกับงานวิจัยคือ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาเป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวอารยธรรมขอม ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าเกษตรปลอดภัย และยุทธศาสตร์ที่ 3 การ พัฒนาไหมพื้นบ้านสู่สากล มีรายละเอียดดังนี้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม แนวทางพัฒนา

- 1) พัฒนาและพื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและโครงข่ายคมนาคม
- 2) พัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงรุก เชื่อมโยงอารยธรรมขอมและสินค้า OTOP
- 3) พัฒนาบุคลากรและระบบบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
- 4) พัฒนาการค้าชายแดน

กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าเกษตรปลอดภัย

#### แนวทางพัฒนา

- 1) ส่งเสริมการจัดทำ Zoning การผลิตสินค้าการเกษตร
- 2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการเกษตร
- 3) ส่งเสริมและพัฒนาการผลิต การแปรรูป การตลาด สินค้าเกษตรปลอดภัย
- 4) พัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพแรงงานภาคเกษตร กลุ่มอาชีพ และวิสาหกิจชุมชน

# ยุทธศาสตร์การพัฒนาไหมพื้นบ้านสู่สากล

#### แนวทางพัฒนา

- 1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการผลิตไหมปลอดภัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 2) ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหมปลอดภัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 3) เพิ่มช่องทางการจาหน่ายผลิตภัณฑ์ใหมสู่สากล
- 4) จัดระบบการบริหารจัดการพัฒนาหม่อนไหมเชิงพาณิชย์

### 10) ข้อมูลพื้นที่จังหวัดกระบี่

กระบี่เป็นจังหวัดขนาดเล็กตั้งอยู่ทางด้านฝั่งทะเลตะวันตกของภาคใต้ติดกับทะเลอันดามันที่มากด้วย ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ การผสมผสานการดำรงชีวิตของผู้คนที่ ต่างเชื้อชาติ ต่างศาสนา และความเชื่อที่แตกต่างอย่างกลืน จากหลักฐานทางโบราณคดี สันนิษฐานว่าบริเวณ เมืองกระบี่เคยเป็นแหล่งชุมชนโบราณที่เก่าแก่มากแห่งหนึ่งในประเทศไทยตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์และ ต่อเนื่องมาจนถึงสมัยประวัติศาสตร์ ยังมีข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับชื่อเมืองกระบี่ว่าอาจมาจากความหมายที่ แปลว่าดาบ เนื่องจากมีตำนานเล่าสืบต่อกันมาเกี่ยวกับการขุดพบมีดดาบโบราณก่อนที่จะสร้างเมือง

### สถานการณ์การท่องเที่ยว

จังหวัดกระบี่ได้รับการประกาศให้เป็นจังหวัดท่องเที่ยวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 และกลายเป็นเมือง ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทะเล ชายหาด หมู่เกาะ ป่า เขา ธารน้ำ วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสุขภาพ สงบ ผู้คนน่ารักจึงเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับ การพักผ่อนและชื่นชมธรรมชาติอย่างแท้จริง มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยือนในปริมาณที่สูงขึ้นทุกปี มีนัก ลงทุนทั้งชาวไทยและต่างประเทศเข้ามาประกอบกิจการ ภาคบริการและการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง ในแต่ ละปีมีนักท่องเที่ยวมาเยือนไม่ต่ำกว่า 2 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวราว 30,000 ล้านบาทต่อปี มาก เป็นลำดับที่ 5 ของประเทศ รองจากกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี และ เชียงใหม่ โดยในปีพ.ศ.2559 มี นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดกระบี่จำนวน 4,304,713 คน (เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 786,601 คน และชาวต่างชาติจำนวน 3,518,112 คน) ด้วยเหตุนี้ จังหวัดกระบี่จึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

ของประเทศและของโลกและเป็นพื้นที่เป้าหมายสำคัญของรัฐบาลในการสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้กับ ประเทศ (สำนักงานสถิติจังหวัดกระบี่, 2558)

การเติบโตทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ระบบเศรษฐกิจของจังหวัดขยายตัวและเติบโต อย่าง รวดเร็ว นับว่าเป็นผลดีต่อการพัฒนาจังหวัดในภาพรวม นอกจากนี้ ตามแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวปี 2559 – 2561 กระบี่ได้จัดอยู่ในกลุ่มจังหวัดเขตพัฒนาท่องเที่ยวอันดามัน (ภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล) มุ่งเน้น การท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลกบนฐานวัฒนธรรมอันดามันพัฒนาให้จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดกระบี่เป็น ศูนย์กลางการเชื่อมโยงและกระจายนักท่องเที่ยว ด้วยความโดดเด่นทางด้านศิลปวัฒนธรรมองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นภาคีเครือข่ายจึงพยายามผลักดันให้กระบี่เป็นเมืองเมืองศิลปะแห่งอันดามัน (เนติ โชติช่วงนิธิ, 2558) เพื่อนำเสนอกระบี่ในแง่มุมที่แตกต่างออกไปและขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

ในปี 2558 – 2561 จังหวัดกระบี่ได้กำหนดวิสัยทัศน์เพื่อเป็นทิศทางในการพัฒนาไว้ว่า "เมือง ท่องเที่ยวคุณภาพระดับนานาชาติ แหล่งเกษตรอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน สังคมน่าอยู่" และกำหนดประเด็น ยุทธศาสตร์จังหวัดไว้ 3 ประเด็น (องค์การบริหารส่วนตำบลทับปริก, 2559) คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวทางทะเลเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ และสุขภาพสู่ระดับนานาชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความมั่นคงการผลิตภาคเกษตรอุตสาหกรรม ประมง ปศุสัตว์ และอาหาร โดยมี เป้าประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร ให้มีคุณภาพและเพียงพอ และบุคลากรภาคเกษตร และอุตสาหกรรมการเกษตรได้รับการพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนสู่สังคมน่าอยู่ โดยมีเป้าประสงค์เพื่อประชาชนมี คุณภาพชีวิตที่ดีและมีความมั่นคงทางสังคม

โดยมีเป้าประสงค์เพื่อให้ (1) กระบี่เมืองท่องเที่ยวคุณภาพ ที่ยั่งยืนมีชื่อเสียงระดับนานาชาติ (2) เพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร ให้มีคุณภาพและเพียงพอ บุคลากรภาคเกษตรและอุตสาหกรรมการเกษตร ได้รับการพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ (3) ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ ดีและมีความมั่นคงทางสังคม

จากการวิเคราะห์ประเด็นทางยุทธศาสตร์ดังกล่าวทำให้เห็นว่ากระบี่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการ ท่องเที่ยวและการเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของงานวิจัยคือการศึกษาเพื่อให้เกิดวิธีคิดในการพัฒนา จากฐานรากและเชื่อมเรื่องการท่องเที่ยวกับภาคเกษตรและระบบอาหาร โดยมีแนวทางในการพัฒนาในหลาย มิติ

## ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่สู่ความยั่งยืน

แนวทางในการพัฒนา

1) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการให้มีประสิทธิภาพและ เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน

- 2) พัฒนาระบบโครงข่ายการคมนาคมขนส่งให้ได้มาตรฐานและเพียงพอต่อความต้องการ ของ ประชาชน
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนและเกษตรกร
- 4) ส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์ การฟื้นฟู การประยุกต์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี จารีต ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งทำนุบำรุง รักษาโบราณสถาน โบราณวัตถุ เพื่อเป็นแหล่ง เรียนรู้ให้กับประชาชน
- 5) ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเอกภาพในการทำงานระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้าน ศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น
- 6) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งให้ได้มาตรฐานเพื่อรองรับการ ขยายตัวด้านการท่องเที่ยว
- 7) ส่งเสริมและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดกระบี่ให้เป็นที่รู้จัก ทั้งในและต่างประเทศ
- 8) ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเพิ่มจำนวน นักท่องเที่ยว
- 9) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวและ ประชาชน
- 10) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรทางการท่องเที่ยว เพื่อ ยกระดับการให้บริการ รวมถึงรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 11) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศให้แก่ประชาชน และ ผู้ประกอบการ
- 12) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัย รวมถึงระบบเตือนภัย เพื่อสร้าง ความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวและประชาชน

ยุทธศาสตร์สร้างความมั่นคงภาคเกษตร

#### แนวทางการพัฒนา

- 1) พัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภคให้ได้มาตรฐานและเพียงพอต่อความต้องการ ของ ประชาชน รวมถึงเพื่อป้องกันปัญหาการเกิดอุทกภัย
- 2) ส่งเสริมการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในภาคการเกษตรเพื่อลดต้นทุนการผลิตและรักษาคุณภาพดิน
- 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทำการเกษตรด้วยหลักธรรมชาติหรือเกษตรอินทรีย์ เพื่อลด ต้นทุนการผลิตทางการเกษตรและเพื่อให้คุณภาพชีวิตและคุณภาพผลผลิตที่ดีกว่า
- 4) ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ให้มีคุณภาพและแจกจ่ายหรือจำหน่าย ใน ราคายุติธรรม
- 5) ส่งเสริมและสนับสนุนการปรับปรุงดินให้เหมาะสมสำหรับการเพาะปลูกตามบริบทของพื้นที่
- 6) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร

- 7) ส่งเสริมและสนับสนุนการฝึกอาชีพ การพัฒนาอาชีพ การส่งเสริมการประกอบอาชีพให้กับ ประชาชน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ฝีมือ ทัศนคติ การพัฒนาทักษะอาชีพ รวมถึงสร้างประสิทธิภาพ ในการทำงาน
- 8) และให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว
- 9) ส่งเสริมและสนับสนุนการขยายช่องทางการตลาด เพื่อรองรับผลผลิตทางการเกษตรหรือ ผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 10) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทำการเกษตรแบบผสมผสาน เพื่อลดความเสี่ยงจากราคา ผลผลิตทางการเกษตรที่ไม่แน่นอน และสร้างเสถียรภาพและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจให้กับ ประชาชน
- 11) ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร
- 12) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมทัศนศึกษาดูงานเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ใน การผลิตสินค้าเกษตร เพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของท้องถิ่นหรือพื้นที่
- 13) ส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มของประชาชนเพื่อสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ การพัฒนา สินค้าทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการวิเคราะห์พื้นที่ตามเกณฑ์การคัดเลือกที่กำหนด ข้อมูลสถานการณ์การท่องเที่ยว และ นโยบายการพัฒนาจังหวัด พบว่าจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดกระบี่มีความเหมาะสมที่จะนำมาเป็นกรณีศึกษา นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มภาคีเครือข่ายที่พร้อมจะให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัย งานวิจัยนี้ได้ กำหนดเกณฑ์เบื้องต้นในการคัดเลือกพื้นที่ศึกษาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแผนงานหลักและโครงการ ย่อยคือ พื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการครบมิติ มีคุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่โดดเด่น และ เป็นพื้นที่ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังได้กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเฉพาะเพิ่มเติม (รายละเอียด ในพื้นที่ศึกษา) เพื่อให้เห็นผลในเชิงเปรียบเทียบ

# 2.2 กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

การเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเป็นแนวคิดที่จำเป็นต้องหาแนวทาง ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการจากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน เพื่อให้ได้ต้นแบบ การคิดแบบบูรณาการและทฤษฎีที่เกิดมาจากการศึกษาเชิงประจักษ์ (Empirical Study) ผ่านการกระบวนการ ทดลองทำงานจริง (Experiment) และนำไปสู่ทฤษฎีที่ก่อเกิดมาจากภาคปฏิบัติ มิใช่เป็นเพียงงานวิจัยทาง วิชาการเพียงอย่างเดียว ดังนั้น กรอบแนวคิดงานวิจัยนี้จึงให้ความสำคัญกับการประสานการทำงานของผู้ที่ เกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงานต่อประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย ได้แก่ ชุมชน เชฟ ศิลปิน (Artisan Chef) นักออกแบบงานศิลป์สาขาต่าง ๆ (Young Designer) และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Young Entrepreneur) นำไปสู่การสร้างคุณค่าจากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน มีการ

ทดลองผ่านเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารและการสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ผ่าน การออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ โดยแต่ละโครงการย่อยมีคำถามวิจัยที่เชื่อมโยงกันคือ

**โครงการย่อยที่ 1** แนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากกรณีศึกษาตัวอย่างเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรทำอย่างไรจาก

**โครงการย่อยที่ 2** การสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ของเยาวชน จากกรณีศึกษาตัวอย่างเรื่อง การออกแบบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ตามแนวคิดการออกแบบจากฐานทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรทำอย่างไร

### แผนภาพที่ 6 ความเชื่อมโยงของแผนงานวิจัย

SCP Th Model

คิดค้นต้นแบบแนวทางและ รูปแบบการสร้างมูลค่าสินค้า และบริการจากฐานทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่น (ธรรมชาติ ชีวิต ศิลปะ)

nter-generation

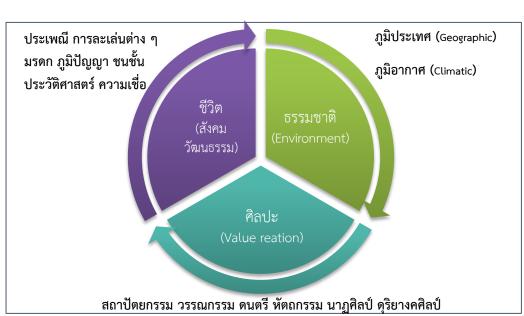
ค้นหารูปแบบการสร้าง
นวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์
จากการมีส่วนร่วมของเยาวชน
จากฐานทรัพยากรและภูมิ
ปัญญาท้องถิ่น (ธรรมชาติ ชีวิต
ศิลปะ)

แผนงานวิจัยนี้นำแนวทางและขยายผลจากกรอบแนวคิดที่ค้นพบจากแผนงานวิจัย "แผนการ ขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน" ที่ผ่านมา โดย นำกระบวนการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Community-based Design) มาเป็นกรอบในการค้นหา แนวทางเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า ซึ่งมี 3 องค์ประกอบ ดังนี้ (จุฑามาศและ คณะ, 2559)

- 1) สืบค้นหาเรื่องราว ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ในท้องถิ่นเพื่อหาเนื้อเรื่อง เนื้อความเป็นฐาน ของเรื่องราว (Content)
- 2) ร้อยเรียงให้เกิดเรื่องราว แนวทางที่น่าสนใจ (Concept)
- 3) สร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาออกแบบให้เกิดคุณค่า น่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและ นักท่องเที่ยวจากภายนอกพื้นที่ (Design)

ทั้งนี้ การสืบค้นเรื่องราวจะครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปะ (แผนภาพที่ 7) อันเป็นกรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทยซึ่งสามารถเห็นการเชื่อมต่อของวัฒนธรรมไทยที่มีความเฉพาะตามวิถีพื้นถิ่น กับการดำรงชีวิตที่ขึ้นอยู่กับธรรมชาติ ซึ่งคนในพื้นที่พยายามเข้าใจและปรับตัวให้อยู่ร่วมกับสภาพแวดล้อมได้ อย่างลงตัวสะท้อนออกมาในรูปแบบของวิถีชีวิต เช่น การแต่งกายที่สะท้อนถึงสภาพความเป็นอยู่ของแต่ละ

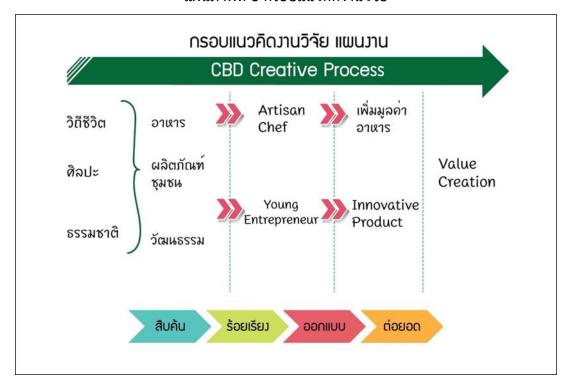
ท้องถิ่น บ้านเรือนในรูปทรงที่ออกแบบให้เข้ากับลักษณะภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ความหลากหลายทางชีวภาพ เหล่านี้ก่อให้เกิดความความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่สามารถแสดงออกมาในรูปแบบของศิลปะแขนงต่าง ๆ ซึ่งเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและธรรมชาติที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวของวิถีพื้นถิ่นที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น กรอบแนวคิดนี้จะเป็นแกนหลักสามเสานี้ในการสืบค้นเรื่องราวเพื่อค้นหาแนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยว ไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า



แผนภาพที่ 7 กรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทย

กรอบแนวคิดงานวิจัยของงานวิจัยนี้มุ่งเน้นให้เกิดผลที่สำคัญคือ การนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยส่งเสริมการต่อยอดงานออกแบบจากฐานคุณค่าของชุมชน (Value-based Approach) ตามกระบวนการ Community-based Design Creative (แผนภาพที่ 8) มีการนำผู้ที่เกี่ยวข้อง กับประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวมาร่วมในกระบวนการทดลองทำงาน มีการสืบค้น เรื่องราวมิติต่าง ๆ ของท้องถิ่นเพื่อหาเนื้อเรื่อง (Content) ร่วมกัน นำไปร้อยเรียงให้เกิดแนวคิดที่น่าสนใจ (Concept) ตามศักยภาพและทักษะของผู้เข้าร่วมในกระบวนการ เพื่อพัฒนาการออกแบบที่สร้างคุณค่า (Design) ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและนักท่องเที่ยวจากภายนอกพื้นที่ ผ่านการศึกษา เรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับฐานการเกษตรของชุมชนร่วมกับเชฟศิลปิน (Artisan Chef) เกิดเป็นอาหารที่มีมูลค่าเพิ่ม (โครงการย่อยที่หนึ่ง) รวมทั้ง นำเอานักออกแบบและผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Young Entrepreneur) เข้ามามีส่วนร่วมในการค้นหารูปแบบการสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ผ่าน การออกแบบผลิตภัณฑ์สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ (Innovative Product) (โครงการ ย่อยที่สอง) โดยผลที่ได้มาถอดบทเรียนเพื่อพัฒนาเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการจากฐาน ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนที่สามารถนำไปเป็นต้นแบบในการทำงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ต่อไป

# แผนภาพที่ 8 กรอบแนวคิดงานวิจัย



### บทที่ 3

#### การดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักในการหาคำตอบเกี่ยวกับแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้า และบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากกรณีศึกษาตัวอย่างเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารที่เชื่อมโยง กับฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรทำอย่างไร (โครงการย่อยที่ 1) และการสร้างนวัตกรรมและ แนวคิดสร้างสรรค์ของเยาวชน จากกรณีศึกษาตัวอย่างเรื่องการออกแบบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวใน รูปแบบต่าง ๆ ตามแนวคิดการออกแบบจากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรทำอย่างไร (โครงการ ย่อยที่ 2) เพื่อให้การวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ คณะนักวิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการไว้เป็นเรื่องๆ ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ และตรวจสอบข้อมูล การแปลผลข้อมูล โดยรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยให้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อสืบค้นแนวทางความร่วมมือที่ก่อให้เกิดการสร้าง ผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำเป็นธุรกิจที่โยงกับการท่องเที่ยวชุมชน จากการศึกษาข้อมูลเอกสาร การศึกษาวิเคราะห์ เบื้องต้นเป็นการดำเนินการทบทวนแนวคิดและสำรวจข้อมูลจากเอกสารเว็บไซต์และรายงานผลการศึกษาวิจัย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนที่จะนำมาเป็นพื้นที่ในการศึกษา โดย รวบรวมรายชื่อชุมชนที่มีความเป็นไปได้ในการเป็นพื้นที่โครงการศึกษา และลงพื้นที่เพื่อสำรวจศักยภาพและ ความพร้อมของชุมชน และเยาวชนในพื้นที่ และดำเนินการวิเคราะห์ ประเมินศักยภาพเพื่อกำหนดพื้นที่ที่เป็น โครงการนำร่อง (Pilot Area) เพื่อระบุประเด็นการศึกษาของพื้นที่ที่คัดเลือก รวมทั้งศึกษาข้อมูลเอกสารที่เป็น แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและวิถีของชุมชน และการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ใน มิติการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างความยั่งยืนในชุมชน เพื่อชุมชน

การดำเนินงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาจากข้อมูลเชิงลึกของพื้นที่วิจัย มักมีข้อจำกัดหากกลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในพื้นที่ไม่ให้ความร่วมมือมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานร่วมกันตั้งแต่ต้นจนจบโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานวิจัยนี้เป็นการทดลองปฏิบัติจริง (Experimental Study) จึงได้พื้นที่ที่จะใช้เพื่อการศึกษาตามกรอบ คุณสมบัติของพื้นที่ทอลองที่ระบุไว้ในบทที่ 1 โดยพิจารณาเลือกพื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการครบมิติ มี คุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่โดดเด่น และเป็นพื้นที่ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ผ่านมา และเกณฑ์ที่ จำเป็นที่สุดในการเลือกพื้นที่คือความร่วมมือของภาคีเครือข่าย และการสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งใน เชิงนโยบาย และการนำไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับชุมชน ในกรณีนี้ โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากผู้ว่า ราชการจังหวัดบุรีรัมย์ และ นายกเทศมนตรีเมืองกระบี่ จึงได้คัดเลือกมาทั้งหมด 2 พื้นที่ ดังนี้

- 1) ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 2 ชุมชน
  - ก. ชุมชนบ้านเจริญสุข
  - ข. ชุมชนบ้านสนวนนอก

- 2) ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ จำนวน 2 ชุมชน
  - ก. 14 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่
  - ข. ชุมชนบ้านหนองทะเล

กรอบแนวคิดการวิจัย เป็นการต่อยอดกลุ่มเฉพาะ (Stakeholder Specific) จากการออกแบบ Stakeholder Matrix ที่ได้จากการผลการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยที่ 1 ที่จะนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการ เก็บข้อมูล โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและตามความเกี่ยวข้องและความรอบรู้ในเนื้อหาเฉพาะด้าน กลุ่มเป้าหมาย (ตารางที่ 4) ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มชุมชน
- 2) กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่
- 3) กลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่
- 4) กลุ่มนักออกแบบมืออาชีพ

โดยมีสรุปจำนวนผู้เข้าร่วมแยกตามพื้นที่ได้ ดังนี้

ตารางที่ 4 รายละเอียดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	คุณสมบัติของกลุ่ม	ผู้ร่วมทำการทดลอง	ผู้ร่วมทำการทดลอง
	ตัวอย่าง	พื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์	พื้นที่จังหวัดกระบี่
ชุมชน	สมาชิกครัวเรือนต่าง ๆ ที่	ชุมชนบ้านเจริญสุข	ชุมชนบ้านท่าคลอง
	อาศัยอยู่ในพื้นที่ ไม่จำกัด	จำนวน 3 คน	จำนวน 3 คน
	อายุ	ชุมชนบ้านสนวนนอก	ชุมชนบ้านปากน้ำ จำนวน
		จำนวน 2 คน	4 คน
		ชุมชนบ้านโคกเมือง	ชุมชนบ้านเมืองเก่าพัฒนา
		จำนวน 3 คน	จำนวน 4 คน
			ชุมชนร่วมจิตรร่วมใจ
			จำนวน 5 คน
			ชุมชนบ้านหนองทะเล
			จำนวน 13 คน
			เยาวชนในชุมชน 16 คน
ผู้ประกอบการรุ่น	คนรุ่นใหม่ที่สามารถ	Young Entrepreneur	Young Entrepreneur
ใหม่	พัฒนาให้มีทักษะเป็น	Club จำนวน 8 คน	Club
	นักวิจัย สามารถสืบค้น		จำนวน 7 คน
	เข้าใจทรัพยากรของชุมชน		
	ตามรูปแบบของยุวนักวิจัย		

กลุ่มตัวอย่าง	คุณสมบัติของกลุ่ม ตัวอย่าง	ผู้ร่วมทำการทดลอง พื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์	ผู้ร่วมทำการทดลอง พื้นที่จังหวัดกระบี่
	ในแผนงานวิจัยการ	,	
	ขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถี		
	ไทยและพัฒนาศักยภาพ		
	การท่องเที่ยวโดยชุมชน		
	เพื่อการท่องเที่ยวอย่าง		
	ยั่งยืน และดำเนินธุรกิจ		
	และเป็นสมาชิก		
	ผู้ประกอบการรุ่นใหม่		
	สังกัดและอยู่ภายใต้การ		
	ดูแลของหอการค้าไทยใน		
	พื้นที่		
นักออกแบบรุ่นใหม่	คนรุ่นใหม่ที่กำลังศึกษา	นักออกแบบผลิตภัณฑ์	นักออกแบบผลิตภัณฑ์
	ด้าน Product Design	(Product Designer)	(Product Designer)
	Communication Art	จำนวน 1 คน	จำนวน 1 คน
	Fashion Design	นักออกแบบแฟชั่น	นักออกแบบแฟชั่น
		(Fashion Designer)	(Fashion Designer)
		จำนวน 1 คน	จำนวน 1 คน
		นักออกแบบการสื่อสาร	นักออกแบบการสื่อสาร
		(Communication	(Communication
		Artist) จำนวน 1 คน	Artist) จำนวน 1 คน
		(นักศึกษาจาก	(นักศึกษาจาก
		มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
นักออกแบบอาชีพ	ผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบ	นักออกแบบอาหาร	นักออกแบบอาหาร
ในสายงานอาหาร	ท้องถิ่น ใส่ใจชีวิตและวิถี	(Food Stylist) จำนวน 1	(Food Stylist) จำนวน 1
แฟชั่น และ	ชุมชน และมีความตั้งใจใน	คน	คน
ผลิตภัณฑ์	การพัฒนาชุมชน	Artisan Chef จำนวน 2	Artisan Chef จำนวน 2
		คน	คน
		อาจารย์นักออกแบบการ	อาจารย์นักออกแบบการ
		สื่อสาร	สื่อสาร
		(Communication	(Communication
		Artist) จำนวน 1 คน	Artist) จำนวน 1 คน

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบเครื่องมือสำหรับงานวิจัยเพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ครบถ้วนของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ ของงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือ (ตารางที่ 5) วิธีการดำเนินการและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะใช้ การจัดระดมความคิดเห็น (Focus Group) และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) เพื่อหาวิถีดั้งเดิมชุมขนเพื่อนำมาเชื่อมโยงสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าที่มีรากมาจาก วิถีชีวิต ศิลปะ และ ธรรมชาติ ของชุมชน เพื่อเป็นการต่อยอดถึงการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการ ติดตามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เพื่อการสืบค้นหาของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ และเพื่อให้ได้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการสร้างความ ร่วมมือของชุมชน

ตารางที่ 5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

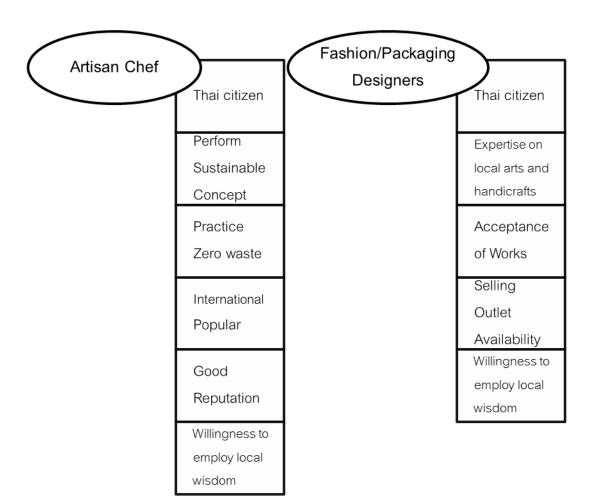
Community Based Design Creative Process	Research Methodologies	Details	Key Respondents/ Informants	Factor A (naaəə) : Catalyst*
สีบค้น	Literature Review, Secondary Data, In-Depth Interview, Dialogue, Observation	Depth (1-2) Site Visit	ศิลปิน (Community Eco-System)	Inside and Outside
ຮ້ວຍເຣັຍນ	Simulation, Brainstorm, Positive Deviance (U-Theory)	- แสดวพลวานขอวดี ขอวเด่น ซุมชน		เพื่อหา : + Driving Force + Restrain Factor
ออกแบบ	Curating Process, Young Entrepreneur Bootcamp, Pitch			
ประเมินพล	Quantitative Research	Concept Test/Evaluation		

Definition of catalyst in English from https://en.oxforddictionaries.com

A substance that increases the rate of a chemical reaction without itself undergoing any permanent chemical change.

A person or thing that precipitates an event.

นอกเหนือจากเครื่องมือวิจัยที่กล่าวมาแล้ว ทีมวิจัยยังได้นำผู้กระตุ้น (Catalyst) ซึ่งผู้มีความเชี่ยวชาญ เฉพาะสาขา ซึ่งทีมนักวิจัยเชื่อว่าเป็นส่วนประกอบในการทดลองที่สำคัญในรูปแบบของผู้มีอิทธิพล (Influencer) ในการทดลองกระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจ ซึ่งมีการจัดค่ายเชิงปฏิบัติการเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยกระบวนการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ (แผนภาพที่ 9)



### แผนภาพที่ 9 เกณฑ์การคัดเลือกตัวกระตุ้น (Catalyst)

## 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ คณะนักวิจัย กลุ่มชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ กลุ่มนัก ออกแบบรุ่นใหม่ กลุ่มนักออกแบบมืออาชีพ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องลงพื้นที่ โดยการนำ Working Model ที่ ได้มาทดลองใช้ (Experiment) ตามเครื่องมืองานวิจัยที่ได้ออกแบบเพื่อค้นหาแนวทางและรูปแบบที่เหมาะสม ในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ตามแนวทางเศรษฐกิจขับเคลื่อน ด้วยคุณค่า โดยใช้ทฤษฎี ยู (U Theory) เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินการ ผ่านการสังเกตการณ์แบบมีส่วน ร่วม (Participant Observation) จากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการของโครงการย่อยที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วม ประชุมได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน รวมทั้ง การบูรณาการ กับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

- (1) เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก
- (2) เพื่อนำเสนอแนวทางในการประยุกต์แนวคิดการออกแบบธุรกิจ

- (3) เพื่อทดลองสร้างต้นแบบ (Prototype) แนวคิดกิจการที่กำเนิดมาจากการทำงานร่วมกัน กับชุมชนและความเข้าใจที่มาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง
- (4) เพื่อนำแนวคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบต่อยอดทางธุรกิจต่อไป

ในการลงพื้นที่ได้จัดกิจกรรมระดมสมองและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ตามเครื่องมืองานวิจัยที่ได้ ออกแบบ เพื่อสืบค้นหาของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่และให้ได้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการสร้างความ ร่วมมือของชุมชนในกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มด้านการ ท่องเที่ยว โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อจัดทำ กระบวนการนวัตกรรมและค้นหาแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดย อาศัยกระบวนการ Social Lab หรือการคิดค้นทางออกเชิงสังคมอย่างสร้างสรรค์และมีส่วนร่วม ซึ่งเป็น กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้และ ประสบการณ์ ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน รวมถึงการบูรณาการกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า ในขั้นตอน นี้ได้กำหนดให้มีการเพิ่มตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ได้แก่ นักออกแบบ (Designer) ที่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจ นักออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Designer) นักออกแบบแฟชั่น (Fashion Designer) นักออกแบบการ สื่อสาร (Communication Artist) และนักออกแบบอาหาร (Chef) เข้าไปในกระบวนการทดลองตามทฤษฎี Influencer Model โดยมีการลงพื้นเพื่อสืบค้นหาของดีของเด่นในพื้นที่เป้าหมาย ลงพื้นที่บุรีรัมย์ ระหว่างวันที่ 26 – 29 สิงหาคม 2560 และลงพื้นที่กระบี่ ระหว่างวันที่ 21 – 22 กันยายน 2560

จากนั้น เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะกระบวนการในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น จึงมี การจัดค่ายสัมมนาเชิงปฏิบัติการระหว่างกลุ่มชุมชนร่วมกับนักออกแบบ เพื่อทดลองปฏิบัติออกแบบผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่ตามแนวทางการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งในขั้นตอนนี้มีการลง พื้นที่เพื่อการจัดกิจกรรมระดมสมองและกิจกรรมเพื่อทดลองลงมือทำ (Experiment) ตามเครื่องมืองานวิจัยที่ ได้ออกแบบ โดยลงพื้นที่บุรีรัมย์ ระหว่างวันที่ 16 – 17 ธันวาคม 2560 ณ ห้องประชุมศาลากลางจังหวัด บุรีรัมย์ และลงพื้นที่กระบี่ ระหว่างวันที่ 19 – 20 ธันวาคม 2560 ณ พื้นที่ในชุมชนหนองทะเลและห้องประชุม ศาลากลางจังหวัดกระบี่ มีการกำหนดโจทย์ให้กลุ่มตัวอย่างทดลองร่วมกันออกแบบตามกระบวนการสร้าง ต้นแบบ (Prototype) ของผลงานสร้างสรรค์เพื่อนำไปทดสอบประเมินความพร้อมก่อนสู่ตลาดต่อไป โดยมี คณะนักวิจัยและกระบวนกรทำหน้าที่เก็บข้อมูลผ่านการสังเกตการณ์ตลอดช่วงกิจกรรม และมีการบันทึก กระบวนการการเก็บข้อมูลด้วยวิธีวิจัยในรูปแบบ Film Documentary นำมาประกอบเป็นเครื่องมือการวิจัย แบบสร้างสรรค์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการเรียนรู้ในหลักสูตรการศึกษา มุ่งหวังให้เกิดการถอดกระบวนวิธี วิจัยมาเป็นวิธีการเรียนการสอนจากกระบวนการตัวอย่างเป็นรูปแบบในการเรียนรู้สำหรับประเทศไทยต่อไป รวมทั้ง เพื่อใช้ในการสื่อสารด้านการตลกด เก็บข้อมูลผลการวิจัยเพื่อจัดทำเครื่องมือให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ใน การสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Community-based Design)

นอกจากนี้ มีการการติดตามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อยืนยันความถูกต้องสมบูรณ์ ในทุกประเด็นที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในระหว่างการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยมีประเด็นคำถาม การวิจัยเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และกลุ่ม ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่เป็นเป้าหมายสำหรับงานที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อสร้างคุณค่าจากทรัพยากรด้านวัฒนธรรม และวิถีชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าต่อไป

## 3.4 การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการไปพร้อมกับกระบวนการเก็บข้อมูล เช่น ข้อมูลที่ได้จากการระดมสมอง และการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตระหว่างกิจกรรมที่ได้จัดขึ้น จะผ่านกระบวนการวิเคราะห์ประเด็น เนื้อหา (Content Analysis) โดยการนับคำซ้ำ ๆ ในผลที่ได้เพื่อหาแก่นเรื่อง (Themes) ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ กล่าวถึงเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของการท่องเที่ยววิถีไทยอย่างมีส่วนร่วม ตัวแปรที่ได้ในแต่ละขั้นตอน จะนำไปต่อยอดเพื่อสร้างทฤษฎีและแนวคิดที่ชัดเจน โดยข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัย ถูกนำมาจัดทำเป็น ระบบและหาความหมาย และองค์ประกอบ รวมทั้ง เชื่อมโยง และหาความสัมพันธ์ของข้อมูล หลังจากนั้นจะ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา แยกข้อมูลตามหมวดหมู่เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจต่อการดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลง ของปรากฏการณ์ที่ศึกษา นอกจากนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลยังมีการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น จากรายงานชุมชน บทความต่าง ๆ เพื่อมุ่งหาคำตอบ ประเด็นปัญหาของการวิจัย โดยการวิเคราะห์เบื้องต้น ตามประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด (Market Analysis)
  - 1.1 การหาข้อมูลเพื่อพัฒนาตลาด (Market Development)
  - 1.2 ลูกค้า (Consumer)
  - 1.3 การสรุปข้อมูลพื้นฐาน (Based Information)
- 2) การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (Product Analysis)
  - 2.1 ข้อมูลพื้นฐาน (Based Information)
  - 2.2 การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอย (Function Analysis)
  - 2.3 การทำงานออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design)
    - 2.3.1 แนวทางการทำงานออกแบบผลิตภัณฑ์
    - 2.3.2 สรุปข้อมูลและเลือกแนวทางการออกแบบ
    - 2.3.3 องค์ประกอบการออกแบบ
  - 2.4 การผลิตในส่วนโครงสร้างและการเลือกใช้วัสดุ (Construction Material Product)

เมื่อได้ผลวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบแล้ว มีการกำหนดแนวทางในการนำเสนอแนวความคิด และหาแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากแนวทางต่าง ๆ ดังนี้

- 1) การใช้รูปทรงและรูปลักษณ์เป็นแนวทาง (Form & Appearance Approach)
- 2) การใช้หน้าที่ประโยชน์ใช้สอยเป็นแนวทาง (Functional Approach)
- 3) การปรับเปลี่ยนองค์ประกอบย่อยเป็นแนวทาง (Minor Change)

- 4) การใช้เทคโนโลยีเป็นแนวทาง (Technology Approach)
- 5) การใช้วัสดุเป็นแนวทาง (Material Approach)
- 6) การใช้การออกแบบรายละเอียดเป็นแนวทาง (Detail Design Approach)
- 7) การใช้ปัจจัยทางวัฒนธรรมและผู้บริโภคเป็นแนวทาง (Culture & User Approach)
- 8) การใช้วิธีการใช้งานแบบใหม่เป็นแนวทาง (Methodology Approach)
- 9) การใช้ทฤษฎี ปรัชญา และแนวคิดต่าง ๆ เป็นแนวทาง (Theory & Philosophy Approach)

เมื่อสังเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะของแนวทางการแก้ปัญหาทางการออกแบบที่มีความสร้างสรรค์ แล้วรวบรวมองค์ประกอบท้องถิ่นที่เหมาะสมในการออกแบบและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สร้างเอกลักษณ์และ มูลค่าเพิ่มให้กับงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมแต่ละกลุ่ม และจัดทำรูปแบบตัวอย่างผลงานที่ใช้องค์ประกอบและภูมิ ปัญญาท้องถิ่นให้เป็นต้นแบบสำหรับการตลาดเพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนได้ ยกระดับต่อไป

#### การตรวจสอบข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความเที่ยงตรง และน่าเชื่อถือ การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยจะใช้หลักการสามเส้า (Triangulation) ใช้วิธีการดังนี้

- 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจาก เอกสารหลาย ๆ แหล่งนั้นถูกต้องหรือเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อหาข้อสรุปของ ข้อมูล
- 2) การเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี (Methodological triangulation) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูล หรือทำการสืบค้นข้อมูลที่มีหัว เรื่องเดียวกัน แต่มีการเปลี่ยนแหล่งข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรง หรืออาจซักถามผู้ให้ข้อมูล หลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงความเป็นจริงหรือไม่
- 3) การตรวจสอบโดยใช้ผู้สัมภาษณ์ที่ต่างกัน วิธีการตรวจสอบของข้อมูลนั้น จะต้องตรวจสอบ แหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล
  - (3.1) การตรวจสอบแหล่งเวลา หมายถึง การตรวจสอบข้อมูลในช่วงเวลาที่ต่างกัน เพื่อให้ทราบว่า ข้อมูลที่ได้รับช่วงเวลาต่าง ๆ นั้นเหมือนกันหรือไม่
  - (3.2) การตรวจสอบสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กัน จะเหมือนกันหรือไม่
  - (3.3) การตรวจสอบบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ ผู้วิจัยต้องการศึกษามีมุมมอง/ประเด็นที่แตกต่างออกไปในหลาย ๆ ด้าน

## 3.5 การแปลผลข้อมูล: เกณฑ์ และการให้ความหมาย

จากผลการวิจัยแผนงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยด้วยการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant observation) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่การศึกษาต่าง ๆ ค้นพบว่ากระบวนการในการ ขับเคลื่อนการนำอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยมาสอดประสานในอาหารไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหารแบบ

ดั้งเดิมโดยชุมชน หรือการสร้างสรรค์การนำเสนออาหารในรูปแบบใหม่ ล้วนแล้วแต่มีแนวทางที่สอดคล้องกัน 3 ขั้นตอนโดยจะนำมาขยายผลในงานวิจัยนี้ต่อไป ดังนี้

#### 1. การสืบค้น (Content)

การศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยใช้กรอบความคิดใน การศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ภายใต้ 3 กลุ่มความคิดหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การสืบค้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

- 1) การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่สามารถ เปิดวงพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่ แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น
- 2) การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึง ผู้ที่ไม่มี ความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด อาจประกอบด้วย นักวิจัย นัก ออกแบบ ศิลปิน เชฟ หรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมผัสบรรยากาศของ พื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่อย่างเปิดกว้าง
- 3) การสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed) การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วม อย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อม และบุคคลภายนอก พื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การ แลกเปลี่ยน เพิ่มพูน และเติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ และเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและ ความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

### 2. การร้อยเรียง (Concept)

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็น กระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนออัต ลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบ จากการ สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

- 1) การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated) เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้น สามารถเป็น เรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้ง อาจเป็นเรื่องราวที่มี ความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้
- 2) การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related) เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้น อาจมีรายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของ เรื่องราวต่าง ๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

#### 3. การออกแบบ (Design)

การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอ ถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็น ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การออกแบบที่มี คุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้

- 1) เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง
- 2) อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การ สัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting)
- 3) ลีลา (Sophistication) หมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะ รู้วิธีที่ เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอ

เพื่อเป็นแนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า เพื่อสร้างการมีส่วน ร่วมจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวผ่านการขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยการต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการ ท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อศึกษาและสร้าง ต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตาม แนวคิดสมาร์ทฟาร์ม เมอร์และการออกแบบผลิตภัณฑ์สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ

## บทที่ 4

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

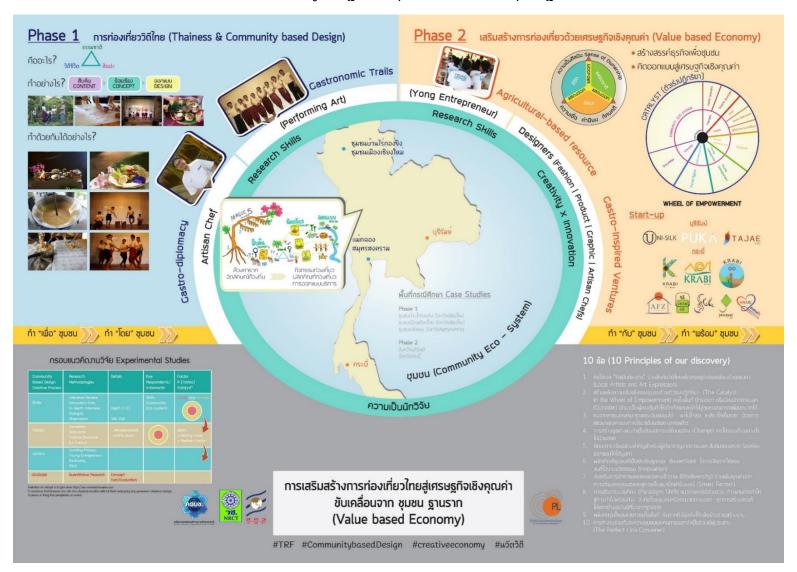
ผลการศึกษาของแผนงานนี้ ได้นำเอาแนวทางและกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่ค้นพบจากแผนงานวิจัยที่ ผ่านมา คือ แผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มาขยายผลให้เกิดความคมชัดในเรื่องรูปแบบการประสานการทำงานร่วมกันของหลาย ภาคส่วนและการออกแบบงานที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวตามรูปแบบการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community-based Design Model)

"การออกแบบบนฐานรากของชุมชน คือ การคิดจากความเป็นชุมชน ที่อยู่บนพื้นฐานที่ว่า ทุกความคิดสร้างสรรค์ควรเป็นในแบบแตกต่างอย่างมีที่มาจากความเป็นท้องถิ่นนำมา ออกแบบสร้างสรรค์ให้ทันยุคตามแนวทางคนรุ่นใหม่ที่เห็นคุณค่าของความเป็นไทยอย่าง ลึกซึ้ง" (จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และคณะ, 2558)

ผลการดำเนินงานโครงการย่อยทั้งสองโครงการได้ข้อค้นพบที่ต่อยอดผลการศึกษาจากแผนงานที่ผ่าน มา นำมาประมวลให้เห็นภาพรวมของผลการวิจัยโดยตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อได้ดังสรุปต่อไปนี้

- 1. เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการ ขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยการต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถี ไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2. เพื่อศึกษาต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยงเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomy Tourism) กับการเกษตรตามแนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สู่สินค้า และบริการการท่องเที่ยวในรูแบบต่าง ๆ
- 3. เพื่อประยุกต์แนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อนำสู่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า
- 4. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของผลการสร้างสรรค์ เพื่อพร้อมนำไปทดสอบ ประเมินความพร้อมก่อนสู่ตลาดต่อไป (Commercialized Process)

แผนภาพที่ 10 การเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจเชิงคุณค่าขับเคลื่อนจากชุมชนฐานราก (Value based Economy)



ผลการวิเคราะห์และข้อค้นพบนำเสนอเป็นภาพสรุปเป็นภาพประกอบและอภิปรายรายละเอียดตาม ผลที่ได้ตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ

## 4.1 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1

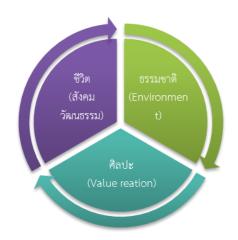
เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการ ขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

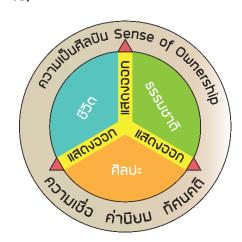
แนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากโครงการใน ระยะที่ 1 (Phase 1) คือ การดำเนินการตามกรอบ (Model) สามขั้นตอน ตามกระบวนการออกแบบบน รากฐานของชุมชน (Community-based Design) ที่สามารถนำมาเป็นกรอบในการค้นหาแนวทางเสริมสร้าง การท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า ซึ่งมี 3 องค์ประกอบ ดังนี้ (จุฑามาศและคณะ, 2559)

- 1) สืบค้นหาเรื่องราว ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ในท้องถิ่นเพื่อหาเนื้อเรื่อง เนื้อความ เป็นฐานของเรื่องราว (Content)
- 2) ร้อยเรียงให้เกิดเรื่องราว แนวทางที่น่าสนใจ (Concept)
- 3) สร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาออกแบบให้เกิดคุณค่า น่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและ นักท่องเที่ยวจากภายนอกพื้นที่ (Design)

ในการต่อยอดการศึกษาในระยะที่ 2 นี้ พบว่าสามารถนำแนวทางนี้ไปประยุกต์ใช้ได้ ในกรณีนี้มีการ ขยายผลสู่สายงานศิลป์ที่หลากหลายจากการทดลองในกลุ่มยุวนักวิจัย ที่มีความเชี่ยวชาญในสายศิลปะ นาฏศิลป์ไทย สู่กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่และกลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องราวทรัพยากร ชุมชน วัตถุดิบ อาหาร และงานออกแบบแฟชั่นออกมาเป็นการออกแบบจากฐานรากได้เป็นรูปธรรมนำไปสู่ โอกาสทางการสร้างสรรค์ธุรกิจได้ ข้อค้นพบในการวิจัยทำให้มีการต่อยอดแนวทางในการสืบค้นนี้ จากเดิมที่มี การมุ่งเน้นไปที่กรอบการสืบค้น 3 ด้าน คือ ชีวิต ธรรมชาติ และศิลปะ ในการดำเนินงานพบว่า หัวใจสำคัญ ของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจเชิงคุณค่าต้องสร้างบุคลากรที่มีความเป็นศิลปิน มีสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics) สามารถเห็นคุณค่าจากสิ่งที่เห็นและเป็นอยู่ แล้วนำมาร้อยเรียงให้เป็นงานเชิงคุณค่าให้ได้ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้แนวทางเพิ่มเติมต่อยอดจากโครงการที่แล้ว โดยให้ความสำคัญกับการแสดงออกของศิลปะ แขนงต่าง ๆ ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการสร้าง "ศิลปินท้องถิ่น" โดยสามารถให้คำจำกัดความได้ว่า คือผู้ที่มี บทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนผ่านการบอกเล่าหรือ แสดงออกความเป็นชุมชนผ่านศิลปะรูปแบบต่าง ๆ (Art Expression) เช่น การแต่งกาย การแสดงพื้นบ้าน การตกแต่งสำรับอาหาร ซึ่งการนำเสนอเหล่านี้อาจแสดงออกมาโดยที่คน ๆ นั้นรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ ข้อค้นพบนี้ ได้รูปแบบแนวทางหรือกรอบแนวคิดเพิ่มเติมดังแผมภาพที่ 11

แผนภาพที่ 11 การเปรียบเทียบข้อค้นพบแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ (ที่มา : คณะนักวิจัย)





แนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการดังกล่าวนี้ เป็นผลจากการมุ่งเป้าไปที่การให้ เกิดการขับเคลื่อนโดยเยาวชน คนรุ่นใหม่ในพื้นที่ (โครงการย่อยที่สอง) โดยสะท้อนผลที่ชัดเจนจากโครงการที่ สองนี้ว่าโครงสร้างทางประชากรศาสตร์ที่กำลังเปลี่ยนไป ประกอบกับการเติบโตของเมืองใหญ่ที่มีความกระจุก ตัวของการความเจริญ ทำให้ชุมชนตัวอย่างมีข้อจำกัดเกี่ยวกับสัดส่วนจำนวนเยาวชนในพื้นที่ (กลุ่มเยาวชนที่มี อายุระหว่าง 15-25 ปี) จากการสัมภาษณ์พบสาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น ในพื้นที่ไม่มีสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา เยาวชนส่วนใหญ่จึงออกไปเรียนหนังสือต่างถิ่น กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้นอกห้องเรียน ไม่ได้มีระบบที่ช่วยเกื้อให้เกิดการเรียนรู้วิถีชีวิตที่มีอยู่ แต่มักเน้นไปที่บทเรียนทางวิชาการที่มุ่งไปที่การ สอบแข่งขันมากกว่าความรู้ที่นำมาใช้จริงในการพัฒนาชุมชนและพัฒนาพื้นที่ งานวิจัยนี้จึงสะท้อนสภาพสังคม ที่อาจเป็นอยู่ในพื้นที่อื่น ๆ เช่นกัน (การขยายผลการศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ จะยืนยันข้อค้นพบนี้ได้ต่อไป)

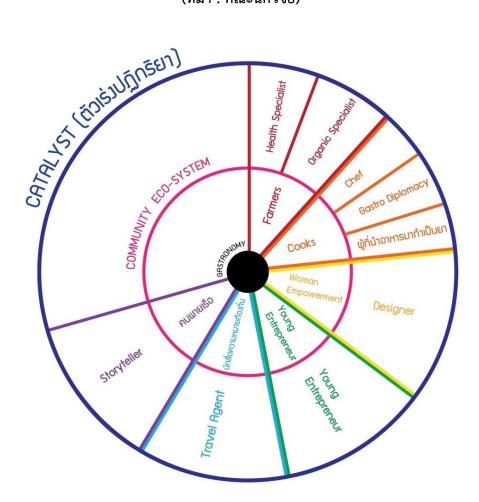
ข้อค้นพบแนวทางในการดำเนินการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการใหม่ สามารถทำได้โดยการให้ ความสำคัญกับการค้นหาแนวทาง "การมีส่วนร่วมเพื่อสร้างคุณค่าควรทำอย่างไร" ในอดีตที่ผ่านมา ก่อนที่จะมี การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นนั้น หน่วยงานที่รับคำสั่งจากส่วนกลางจะทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลชุมชน (ทำ "เพื่อ" ชุมชน) พอหลังปี พ.ศ.2540 ได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญพุทธศักราช 2540 ซึ่งได้บัญญัติเกี่ยวกับการ ปกครองท้องถิ่นและการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นไว้ รัฐบาลกลางถ่ายโอนอำนาจให้ท้องถิ่นมีอำนาจอิสระใน การบริหารงานของตนเองมากขึ้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอิสระในการกำหนดนโยบายตามหลักการ ปกครองตนเองโดยยึดหลักความต้องการของประชาชน ให้ท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองและตัดสินใจในกิจการ ภายในพื้นที่ได้เอง (ทำ "โดย" ชุมชน) ต่อมา รัฐบาลพยายามสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยให้ภาคเอกชนมาลงทำกับชุมชนในรูปแบบประชารัฐ (ทำ "กับ" ชุมชน)

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงแนวทางในการประสานการทำงานร่วมระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่และผู้มีส่วนได้ส่วน เสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) และกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) ที่เน้นส่งเสริม การออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามแบบ Community-based Design Model ผลการศึกษาใน การสร้างมูลค่าจากฐานรากของชุมชน พบว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกันของเครือข่ายต่าง ๆ ที่

เหมาะสมคือ การทำงานร่วมกันในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Values) กล่าวคือ เป็นการ สร้างสรรค์คุณค่าเพิ่มร่วมกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความเป้าหมายในเรื่องเดียวกัน แต่ไม่จำเป็นต้อง ดำเนินการในสิ่งเดียวกันหรือทำงานร่วมกันในทุกกระบวนการของการพัฒนา

ในกระบวนการศึกษางานวิจัยชุดนี้กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ จากภายนอก (ได้แก่ Artisan Chef นักออกแบบ นักวิจัย) ได้ร่วมในกระบวนการสืบค้นกับกลุ่มผู้รู้ในชุมชน (ได้แก่ ปราชญ์ ชาวบ้าน สมาชิกของชุมชน ผู้นำชุมชน) ผ่านการพูดคุย สอบถาม ข้อมูลและเรื่องราวต่าง ๆ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็นระหว่างกันและเติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่ อย่างจำกัดอยู่ รวมทั้ง การสัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลทั้งในระดับปฐมภูมิ (Primary data) และระดับทุติยภูมิ (Secondary data) รูปแบบการสืบค้นดังกล่าว นอกจากเป็นการแสวงหาความรู้และ ความจริงของชุมชนแล้ว ยังสะท้อนถึงรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติของสมาชิกในชุมชนและบรรทัดฐานของสังคม ด้วย รวมทั้ง ก่อให้เกิดการสร้างข้อตกลงร่วมกันและมองเห็นเป้าหมายเดียวกัน เป็นการเปิดโอกาสให้ บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน ดังนั้น ทักษะที่สำคัญคือ ความเป็นนักวิจัย (Research skills) ในทุก ๆ คนที่เกี่ยวข้องมีความสำคัญยิ่ง การ ค้นพบในโครงการระยะที่ชี้ชัดแล้วว่าการสร้างยุวนักวิจัยที่มีทักษะเหล่านี้ ทำให้เกิดการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ในการวิจัยครั้งนี้พบเช่นกัน โดยได้ข้อค้นพบเพิ่มเติมว่า ทักษะและแนวทางในการกระตุ้นให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น โดยพบว่าการสร้างกลุ่มกระตุ้นที่มาเป็นตัวเร่ง ทำให้เกิดการมองของเดิมให้มีคุณค่า ได้มากขึ้น จากประเด็นนี้ทำให้ได้แนวคิดสำคัญ เรื่องการสร้างความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากการนำกลุ่ม กระตุ้นที่มาเป็นตัวเร่งนี้ทำให้เกิดโอกาสในการพัฒนาคนในท้องถิ่นได้ แนวคิด Wheel of Empowerment อันเป็นกรอบการสร้างพลังความเข้มแข็ง ดังแผนภาพที่ 12 เป็นการชี้ให้เห็นความสำคัญของการพัฒนาอย่างมี เป้าหมายการพัฒนาศักยภาพตามความเชี่ยวชาญ สู่การสร้างศักยภาพเป็นอาชีพเฉพาะทางในการพัฒนา เศรษฐกิจเชิงคุณค่าได้ต่อไป โดยให้คำนึงถึงความสามารถและอาชีพเดิมที่เป็นอยู่สู่การต่อยอดคุณค่าเป็นอาชีพ ที่สามารถเป็นที่ยอมรับได้ (Professional or Specialist) ยกตัวอย่างเช่น จากทักษะที่คุ้นชิน การเป็น เกษตรกร สามารถเพิ่มพูนความรู้และทักษะจนสามารถสร้างความเชี่ยวชาญในสายงาน Organic specialist หรือ Health specialist จากทักษะคุ้นชินในการเป็น แม่ครัว พ่อครัว สู่การเป็น ผู้ทำอาหารให้เป็นยา คนพาย เรือ สามารถเพิ่มพูนทักษะการเล่าเรื่องจนในที่สุด อาจกลายเป็นนักเล่าเรื่อง (Story Teller) การส่งเสริม เพิ่มพูนทักษะเหล่านี้เป็นแนวทางในการสร้างเป้าหมายให้การพัฒนาบุคลากรและนำไปสู่การสร้างคุณค่าได้ใน ที่สุด

แผนภาพที่ 12 กรอบการสร้างพลังความเข้มแข็ง (Wheel of Empowerment) (ที่มา : คณะนักวิจัย)



การสืบค้นที่ได้ เป็นแนวทางต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นี้ ในการศึกษานี้มีกรอบกำหนดเฉพาะไป ที่ ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร (Agricultural based Resources) และ นำมาสร้างแรงบันดาลใจใน การร้อยเรียงและออกแบบเป็นสินค้าและบริการที่เพิ่มคุณค่าได้ (Gastro-inspired Venture) เพื่อให้สามารถ ค้นหาวิธีหรือแนวทางในการนำแนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์มาเป็นฐานในการเพิ่มคุณค่าได้ต่อไป โดยได้ข้อค้นพบ หลักจากโครงการย่อยที่ 1 และสามารถสรุปตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ได้ดังนี้

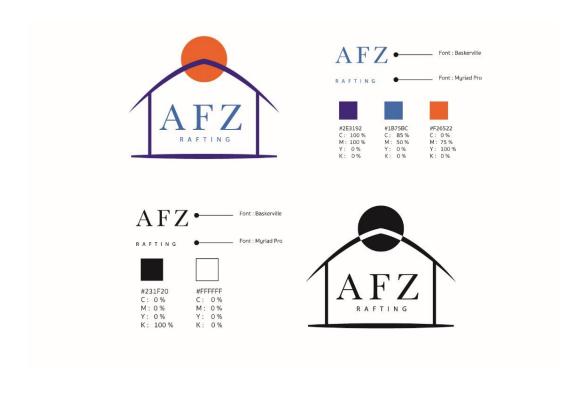
## 4.2 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2

เพื่อประยุกต์แนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อนำสู่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

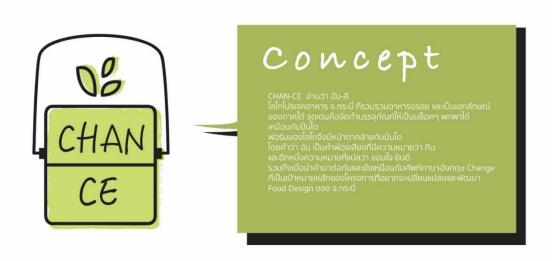
จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ 1 และ 2 ทำให้ได้ผลการประยุกต์แนวทางการคิดสร้างสรรค์สู่การ เพิ่มมูลค่า ตามรายงานผลในโครงการย่อยที่ 2 เกิดธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีที่มาจาก ฐานรากอย่างหลากหลาย ดังต่อไปนี้

## รูปภาพที่ 1 การออกแบบการล่องเรือของชุมชนบ้านหนองทะเล





# รูปภาพที่ 2 การออกแบบอาหารสำหรับกลุ่มโรงแรมขนาดเล็กที่ต้องการสื่อสารเรื่องราวของชุมชน ในแบรนด์ CHAN-CE







#2E3192 C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%



#B1D136 C: 36 % M: 0 % Y: 99 % K: 0 % CHANCE

Font : Noteworthy



#231F20 C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100% #FFFFFF

#FFFFF C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% CHANCE

Font : Noteworthy



## รูปภาพที่ 3 การออกแบบสินค้าจากแนวคิดดอกไม้ประจำท้องถิ่นสู่แบรนด์เครื่องประดับ Flotic



# รูปภาพที่ 4 การออกแบบ Packaging จากแนวคิดสมุนไพรชุมชนบ้านสนวนนอกและบ้านเจริญสุข จ.บุรีรัมย์ สู่ Packaging Ice-cream



## รูปภาพที่ 5 การออกแบบเสื้อผ้าภายใต้ที่มาผ้าภูอัคนีจากบุรีรัมย์สู่แบรนด์ $PUKA^1$



การพัฒนาจากฐานรากนี้ ภายใต้แบรนด์ PUKA ที่ริเริ่มในระหว่างการออกแบบสินค้าและบริการ โดยใช้แนวทางมาประยุกต์ใช้พบว่าสามารถนำไปต่อยอดจนเป็น กิจการของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ Young Designer ได้ออกแบบ Fashion Collection ที่มีเรื่องราวของบุรีรัมย์และได้จัดทำ 12 ชุด จัดแสดงในงาน SURABAYA Fashion Week ตามรูปภาพที่ 6

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> ในระหว่างการดำเนินงานวิจัยนี้ แบรนด์นี้ได้นำไปสู่การพัฒนาต่อยอดและสามารถนำผลงานเข้าแสดงเป็น Collection พิเศษภายใต้แนวคิด From Mountain to Millennials เปิดตัวที่งาน Surabaya Fashion Parade ติดตามผลงานได้ที่ Instagram pouka\_by\_voravaj

# รูปภาพที่ 6 แบรนด์ PUKA เปิดตัวที่งาน Surabaya Fashion Parade ประเทศอินโดนีเซีย (ที่มา : Instagram pouka\_by\_voravaj)



## 4.3 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 3

เพื่อศึกษาแนวคิดในการสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยว ตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Community based Design)

จากาการศึกษาพบว่า การดำเนินการตามกระบวนการที่ได้ทดลอง ทำให้ได้สินค้าและบริการที่มี เรื่องราวจากท้องถิ่น ที่มีโอกาสในการสร้างเป็นธุรกิจเพื่อชุมชนได้จริง "การสืบค้นราก" ทำให้ได้สินค้าและ บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ในโครงการย่อยที่ 1 คือ กลุ่มอาหารท้องถิ่น และ โครงการย่อยที่ 2 คือ กลุ่มธุรกิจเชิงสร้างสรรค์จากวิถีท้องถิ่นเพื่อประโยชน์ของท้องถิ่นและชุมชน ในรูปแบบ

Social enterprises และ Community Enterprises สามารถ "ร้อยเรียงเรื่อง" สู่การออกแบบสินค้าและ บริการ

ผลการทดลองโดยการใช้เครื่องมือและกระบวนการดังกล่าวในโครงการย่อยที่ 1 การออกแบบอาหาร สร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารนำไปสู่การออกแบบเส้นทางและรูปแบบการท่องเที่ยว บ้านเจริญ สุข จังหวัดบุรีรัมย์ จากการสืบค้นพบว่าชุมชนเป็นพื้นที่ที่มีป่าเต็งรังที่สมบูรณ์และมีวัตถุดิบด้านอาหารที่ สามารถนำมาปรุงได้หลากหลายเมนู สามารถพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบ Gastronomic Tourism และ เส้นทางแบบ Food Foraging กล่าวคือ ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสออกหาของป่าเองและได้ทดลองนำมาปรุง อาหารเป็นเมนูของตัวเอง นอกจากนี้ควรทำปฏิทินของป่าตามฤดูกาลเพื่อให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำในทุกฤดู เมื่อมีการส่งเสริมให้เห็นคุณค่าของวัตถุดิบท้องถิ่นเหล่านี้ นำไปสู่การเล็งเห็นความสำคัญของการจัดระบบ การเกษตร ที่เป็นต้นทางสำคัญของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ซึ่งจะเป็นที่มาสำคัญต่อไปในการสร้างระบบการ จัดการผลผลิต ในรูปแบบสมาร์ทฟาร์มเมอร์ที่ไม่ได้มุ่งเน้นการทำการเกษตรเพียงเพื่อการเพิ่มผลผลิตอย่างเดียว แต่คำนึงถึงผลทางการตลาดและการเพิ่มทั้งคุณค่าและมูลค่าได้ต่อไป (รายละเอียดตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวใน โครงการย่อย 1)

ผลการทดลองใช้กระบวนการและการสรรสร้างในโครงการย่อยที่ 2 ทำให้ได้ต้นแบบของสินค้าและ บริการที่พัฒนามาจากของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ จำนวน 7 ชิ้นงาน (รายละเอียดตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใน โครงการย่อย 2) ได้แก่

- (1) ไอศครีมรสเผ็ดสมุนไพร ยี่ห้อ Tajae
- (2) เสื้อผ้าไทยยี่ห้อ PUKA ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากผ้าภูอัคนีของบุรีรัมย์
- (3) เสื้อผ้าไหมที่มีการตัดเย็บแบบสวมสบายเหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย โดยประยุกต์การ "เข้ายา" สิ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านในการนำสมุนไพรมาร่วมกันแล้วมัด มาเป็นลายปักบนเสื้อผ้าไหม ยี่ห้อ UNISILK
- (4) กระเป๋าและผ้าปาเต๊ะจากชุมชนเมืองเก่าพัฒนาและเครื่องประดับมุกจากชุมชนร่วมจิตร่วมใจ สามารถเปลี่ยนรูปแบบได้ตามแรงบันดาลใจในแต่ละช่วงฤดูและดอกไม้ที่ขึ้นตามธรรมชาติของแต่ ละพื้นที่ ยี่ห้อ FLOTIC
- (5) กล่องข้าวชุมชน เป็นการทำอาหารชุมชนใส่ลงในกล่องแบบพกพาได้ โดยต้องใช้วัตถุดิบจากชุมชน ตามฤดูกาล และระบุที่มาของวัตถุดิบว่ามาจากชุมชนไหน ยี่ห้อ CHAN-CE
- (6) เรือแพ ใช้ในการนำนักท่องเที่ยวล่องเรือชมพระอาทิตย์ขึ้นที่หนองทะเลชมวิถีชีวิตท้องถิ่นยี่ห้อ AFZ RAFTING
- (7) กระดาษที่สามารถนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและ Backdrop ในงาน event ต่าง ๆ ซึ่ง พัฒนามาจากผลิตภัณฑ์กระดาษใยสัปปะรด ยี่ห้อ YEUYAI เยื่อใย

จากการศึกษาพบว่า กิจการเพื่อสังคมที่ดำเนินการและสร้างสรรค์โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่นับว่าเป็นอนาคต ในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมผ่านเครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มธุรกิจเพื่อ สังคมเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์และมีแบบเฉพาะในตนเองมากขึ้น ดังนั้น จำเป็นต้องมีการศึกษาถึงระบบวิธีการนำไปสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิผลต่อไป

## 4.4 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 4

เพื่อศึกษากระบวนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของผลการสร้างสรรค์เพื่อพร้อมนำไปทดสอบ ประเมินความพร้อมก่อนสู่ตลาดต่อไป (Commercialised Process)

จากการศึกษาพบชัดเจนว่า การประยุกต์ใช้แนวทางตามกรอบแนวคิด จากฐานราก (Community-based Design) สามารถได้ต้นแบบและสามารถนำผลในการสร้างสรรค์พร้อมนำสู่ตลาดได้ต่อไป ตาม รายละเอียดในโครงการย่อยที่ 1 รายการอาหารสร้างสรรค์ ที่มีเรื่องราวของที่มา และ รายละเอียดในโครงการ ย่อยที่ 2 ผลที่เกิดจาก ค่ายผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ร่วมสร้างสรรค์ สินค้าและบริการพร้อมผลการประเมิน เบื้องต้นความเป็นไปได้ทางการตลาด จากข้อค้นพบเหล่านี้นำไปสู่ข้อสรุปสำคัญเพื่อนำเป็นบทเรียนในการต่อ ยอดขยายผลในพื้นที่ในบริบทอื่น ๆ ได้ต่อไป ดังสรุปในบทที่ 5 เป็นแนวทาง 10 ประการ

#### บทที่ 5

## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อน ด้วยคุณค่าจำเป็นต้องมีแนวทางปฏิบัติที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม ที่ผ่านมาชุมชนหรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องต่อประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมักประสบปัญหาในการ ขาดการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดพัฒนาอย่าแท้จริง เนื่องจากมักทำตามแนวทางอันเป็นสูตรสำเร็จ โดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสมและความต้องการของพื้นที่และทำตามกระแส ทำให้ไม่สอดคล้องกับความ ต้องการของตลาด สินค้ามีคุณภาพและปริมาณไม่สม่ำเสมอ ไม่มีการควบคุมมาตรฐานต่อเนื่อง ขาดตลาดใน การจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน

งานวิจัยชุดนี้ได้นำเอาคุณค่าจากฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่มาสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งได้นำเอาผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงาน ต่อประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญา ท้องถิ่นสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย เช่น กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (เชฟศิลปินและนักออกแบบงานศิลป์สาขาต่าง ๆ) ปราชญ์หรือศิลปินท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หน่วยงานภายรัฐในพื้นที่มาประสานการทำงานเชิง บุรณาการ โดยไม่จำเป็นต้องจำกัดเฉพาะคนในชุมชนเท่านั้น แต่สามารถเปิดรับกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outsider) มาร่วมกันทำงานในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Values) กล่าวคือ ไม่ต้อง ดำเนินการในสิ่งเดียวกันหรือทำงานร่วมกันในทุกกระบวนการของการพัฒนา เพราะแต่ละกลุ่มมีศักยภาพและ ข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไปแต่สามารถสร้างสรรค์คุณค่าร่วมกัน ซึ่งมิได้มีข้อเสียหายประการใดในการที่ผู้ เชี่ยวสาขาต่าง ๆ จากภายนอกจะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดและสร้างสรรค์ เนื่องจาก ท้ายที่สุดแล้วผลงานดังกล่าวยังสามารถสื่อถึงความเป็นชุมชนและสะท้อนถึงคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ในขณะเดียวกัน กลุ่มคนภายนอกเหล่านี้ยังสามารถทำหน้าที่เป็นผู้เร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนได้ด้วยจากการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบบนฐานของชุมชน Community base Design ซึ่งช่วยกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นใน ชุมชน อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องมีทักษะการวิจัย ซึ่งพบว่าทำให้รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อความเป็นชุมชนได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากนักออกแบบมีความเข้าใจบริบทของชุมชน ในเชิงลึก แม้แต่นักออกแบบที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่แม้ประสบการณ์ด้านการออกแบบจริงจะน้อย แต่เมื่อเพิ่มทักษะ การวิจัยและการสืบค้นไป ก็ปรากฏว่าสามารถทำงานร่วมกับชุมชนได้ดี เพราะคนรุ่นใหม่เหล่านี้มีความพร้อม ด้านองค์ความรู้ด้านศิลปะและทักษะด้านการออกแบบ หากได้รับโอกาสในการใส่ความคิดสร้างสรรค์ สร้าง สินค้าไทยให้เท่เพื่อเพิ่มมูลค่า ก็จะสามารถผลักดันให้เกิดการส่งออกทางด้านวัฒนธรรมไทยไปทั่วโลกได้ ซึ่ง สอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมให้เกิดการฝังรากความเป็นไทยให้กับการท่องเที่ยวและใช้การท่องเที่ยวให้

เป็นเครื่องมือที่ประสานภาคส่วนอื่น ๆ เข้าด้วยกัน โดยให้เยาวชนมาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์งาน นวัตกรรม

ในขณะเดียวกัน ชุมชนเองจำเป็นต้องพัฒนาคนในชุมชนให้รู้จักบริหารจัดการชุมชนซึ่งจะสร้างความ เข้มแข็งจากภายใน โดยต้องมีการปรับเปลี่ยนความเชื่อเดิม (Mindset) ที่ว่า "ชุมชนต้องเก็บรักษาวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ และนำเสนอเผยแพร่ในรูปแบบที่เป็นของแท้และดั้งเดิมตามแบบฉบับเท่านั้น " มา เป็น "ชุมชนสามารถปรับเปลี่ยนสิ่งเดิม แล้วสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้ ในขณะที่คุณค่าก็ยังอยู่" แต่ จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง (Change) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนั้นมิได้หมายถึงแค่เปลี่ยนการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือบรรจุภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่ต้องสามารถเพิ่มมูลค่าจากต้นทางถึงปลายทาง โดยงานวิจัยนี้ได้นำกระบวนการ ออกแบบบนฐานของชุมชน (Community-based Design) ซึ่งชุมชนไทยมีฐานทรัพยากรที่หลากหลาย มี รูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตแตกต่างกันไปตามลักษณะของภูมิศาสตร์เฉพาะท้องถิ่น จึงมีเสน่ห์ของวิถีการดำเนิน ชีวิต แสดงออกมาทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม การแต่งกาย อาหารการกิน และความเชื่อ ดังนั้น หากถูกนำมาใช้ อย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สิ่งของประเภทเดียวกันให้มีความแตกต่างตามแต่เอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นใน รูปแบบของเรื่องราว (Stories) อรรถรส (Senses) และลีลา (Sophistication) อันเป็นพื้นฐานของการสร้าง เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value based Economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจให้ก้าวหน้าโดยเพิ่ม คุณค่าสินค้าและบริการ ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจฐานความเชื่อมโยง (Connectivity-based Economy) เศรษฐกิจฐานดิจิทัล (Digital-based Economy) เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) และเศรษฐกิจฐานความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-based Economy) มุ่งเน้นการเชื่อมโยงทุน ของประเทศ ได้แก่ ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพทุนสังคม ทุนมนุษย์ ทุนการเงิน และทุนวัฒนธรรม เป็นตัว ผลักดันการเปลี่ยนแปลงประเทศจากเศรษฐกิจยุคเก่าเข้าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่บนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) ที่ได้จากการศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรมของพื้นที่ผสมผสานกับความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ในการสร้างผลงานที่แตกต่างและเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ ปัจจัยดังกล่าว เป็นตัวผลักดันทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ อันมีสาระสำคัญ คือ การบูรณาการวัฒนธรรมเข้ากับ อุตสาหกรรมต่าง ๆ เน้นการสร้างสรรค์คุณค่าและสิ่งที่แปลกใหม่ที่นำไปสู่ธุรกิจและความสามารถในการ แข่งขัน ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเป็นทางออกหนึ่งในการสร้าง ความเติบโตให้กับประเทศอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถสร้างดุลยภาพทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ควบคู่ กับการเพิ่มรายได้ให้แก่คนในชุมชนได้ รวมทั้ง เกิดความรักและความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่นของตน

#### 5.2 อภิปรายผล

## บทวิเคราะห์กรอบแนวคิดเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและความท้าทาย

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา กระแสชุมชนนิยม (Communitarianism) ได้เติบโตอย่างรวดเร็วและ ขยายวงกว้างมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้เนื่องจากกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกและนโยบายการกระจาย อำนาจสู่ท้องถิ่นของไทย ซึ่งให้ความสำคัญกับบทบาทของชุมชนในการจัดการตนเองจากรากฐานทาง ทรัพยากร ภูมิปัญญา และประวัติศาสตร์การดำรงอยู่ของตนเอง มีสิทธิและอิสระตามสมควรในการตัดสินใจ ต่าง ๆ ภายในพื้นที่ กล่าวคือ มีการกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน และเพื่อชุมชน กระแสดังกล่าว ให้เกิดการเคลื่อนไหวในในหลากหลายแง่มุมด้วย เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การฟื้นฟูวัฒนธรรมพื้น ถิ่น (ภาษา การแต่งกาย ขนบธรรมเนียมปฏิบัติ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น ฯลฯ) การพัฒนาการท่องเที่ยวโดย ชุมชน เป็นต้น

คำจำกัดความของ "ชุมชน" หากอ้างอิงตามแนวคิดทางสังคมวิทยาและมานุษวิทยาจะมุ่งเน้นพันธะ ผูกพันทางอารมณ์ที่มนุษย์ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับกลุ่มมีต่อถิ่นที่อยู่อาศัย ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ประเพณี สัญลักษณ์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ของตนเอง ซึ่งหาใช่มีความหมายเพียงหน่วยในการตั้ง ถิ่นฐานตามเขตการปกครองเท่านั้น (วลัยลักษณ์ ทรงศิริ, 2559) และมิได้หมายถึงบริบทของชนบท พื้นที่นอก เขตเมือง หรือพื้นที่ที่ไม่มีความวุ่นวายของชีวิตเมืองใหญ่เท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้ครอบคลุมชุมชนที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว คำว่า "ชุมชน" ในงานวิจัยชุดนี้ จะมิได้หมายความเฉพาะในบริบทของความเป็น Rural หรือ Urbanization แต่หมายถึง ชุมชนที่มีผู้คนที่อาศัยในที่ที่การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ทั้งทางตรง และทางอ้อม ทั้งที่เป็นผู้ที่เกิดหรือผู้ที่มาอาศัยอยู่จนใช้ชีวิตในวิถีของชุมชนนั้น เป็นพื้นที่ที่มีรูปแบบการจัดการ การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นศูนย์กลาง กล่าวคือ เกิดจากการที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการ ท่องเที่ยวบนฐานคิดที่ว่าคนที่อาศัยในพื้นที่เป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดย การนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ได้แก่ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ขนบประเพณี วิถีชีวิต และวิถีการผลิตอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาใช้เป็นปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้ง มี การพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงาน ตั้งแต่การ ตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินงาน การสรุปบทเรียน อาจจะมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุน แต่คนใน ชุมชนก็ถือเป็นเจ้าบ้านที่ส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการ และประสบการณ์การ ท่องเที่ยวให้แก่ผู้มาเยือน

ชุมชนของประเทศไทยมีรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตแตกต่างกันไปตามลักษณะของภูมิศาสตร์เฉพาะ ท้องถิ่น จึงมีเสน่ห์ของวิถีการดำเนินชีวิต แสดงออกมาทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม การแต่งกาย อาหารการกิน และความเชื่อ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นการไปเยือนเพื่อพบเห็นความแตกต่างและหลากหลายเหล่านี้ โดยมีคนในชุมชนเป็นผู้ส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงมีนัยยะสำคัญ ของการที่ชุมชนเป็นประธาน (Subject) หรือผู้กระทำอยู่ กล่าวคือ เป็นการท่องเที่ยวที่ถูกบริหารจัดการโดย ชุมชนเอง ชุมชนจัดการทรัพยากรธรรมชาติของเขาเอง ซึ่งถ้าจะทำให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องสร้าง กระบวนการเรียนรู้ให้กับชุมชนจากฐานทรัพยากรของตนเอง สร้างกระบวนการพัฒนาคนในพื้นที่ เชื่อมโยง ความสามัคคีให้รักใคร่กลมเกลียวกัน มีความภาคภูมิใจในชุมชน และสร้างเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวโดยชุมชมไม่ใช่การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Convention Tourism) ที่ มุ่งเน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่และส่งเสริมการขายบริการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้ทาง เศรษฐกิจ แต่จัดเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มขนาดเล็ก (Small-scaled Niche Market) ที่ชุมชนสามารถบริหาร จัดการได้ตามขีดความสามารถในการรองรับของแต่ละชุมชน รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวจัดเป็นรายได้เสริม ชุมชนอาจมีการทำการเกษตร การประมง หรือหัตถกรรมอยู่เป็นอาชีพหลัก ดังนั้น แม้ไม่มีการท่องเที่ยว ชุมชน ยังต้องสามารถยืนหยัดอยู่ได้ แต่หากชุมชนที่สามารถรักษาทั้งอาชีพหลักและการท่องเที่ยวได้ก็นับว่าเป็นชุมชน ที่มีศักยภาพ

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างหลากหลายแนวคิดและรูปแบบที่ประสบความสำเร็จก็มาก แต่ที่ไม่ประสบความสำเร็จก็มีไม่น้อยเช่นกัน จากงานวิจัยหลายแห่งระบุว่า บางพื้นที่เกิด ความไม่เข้าใจในความหมายของการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง โดยมุ่งเพิ่มรายได้ ยึดเอาเศรษฐกิจเป็นเป้าหมาย หลัก มิได้เอาระบบชุมชนเป็นศูนย์กลาง (ศิริ ฮามสุโพธิ์, 2543) หลายชุมชนยึดเอานักท่องเที่ยวและ ผลประโยชน์จากนายทุนต่างถิ่นเป็นศูนย์กลาง ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ชุมชนกลายเป็น "ผู้ถูก ท่องเที่ยว" บางพื้นที่มีได้มีการศึกษาศึกษาความเป็นไปได้ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจามองแบบสั่งการจากบนลงล่าง โดยมีองค์กรภายนอกเป็นผู้กำหนดแผนทำให้ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปก้าวก่ายรุกล้ำวิถีชีวิตของ คนในท้องถิ่น (เสรี วังส์ไพจิต, 2546) นอกจากนี้ การศึกษายังระบุถึงสาเหตุสำคัญอื่น ๆ ที่ทำให้ชุมชนไม่ สามารถดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้สำเร็จ ได้แก่ คณะกรรมการท้องถิ่นไม่มีขีดความสามารถ พอที่จะดำเนินการได้ แม้ผ่านการฝึกอบรมมาแล้วหลายครั้ง แต่เป็นการอบรมที่ใช้วิธีการเร่งรัดภายในเวลา จำกัด ส่วนใหญ่เป็นการบรรยาย โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง จึงทำให้ไม่สามารถ ดำเนินการได้ คนในพื้นที่ขาดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการจัดการท่องเที่ยว ขาดความรู้ ทักษะในการ ดำเนินการด้วยตนเองเนื่องจากไม่เคยลงมือปฏิบัติมาก่อน การไม่รู้ข้อมูลสภาพปัญหาที่แท้จริงของชุมชน และ การไม่ให้โอกาสชุมชนเสนอข้อมูลปัญหาความต้องการเพื่อใช้ประโยชน์ รวมทั้ง ขาดการประสานงานในการจัดการแบบมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่นและหน่วยงาน ๆ (สุชาติ ประสิทธิรัฐสินธุ์และคณะ, 2540)

#### ความท้าทาย

การขับเคลื่อนประเทศไปสู่เป้าหมาย มั่นคง ยั่งยืน เพื่อให้พันจากกับดัก 3 อย่าง คือ (1) กับดักรายได้ ปานกลาง เปลี่ยนจากการใช้เครื่องยนต์ มาใช้นวัตกรรมมาเพิ่มรายได้ (2) ความเหลื่อมล้ำ รวยกระจุก จน กระจาย โดยการหาวิธีกระจายความเจริญออกไปนอกกรุงเทพมหานคร และ (3) การพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนเพราะ เน้นไปที่ด้านเศรษฐกิจ ไม่ได้คำนึงถึงด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ตอบโจทย์ ได้ดีที่สุดในแง่การสร้างรายได้ที่จะทำให้ประเทศไทยพ้นจากกับดักและบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ในขณะเดียวกัน ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย และ สิ่งแวดล้อมธรรมชาติไว้ได้ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวมีความสลับชับซ้อนเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ จำเป็นต้อง มีการกำหนดทิศทางและรูปแบบการพัฒนาให้มีความชัดเจน นับเป็นความท้าทายของที่ประเทศไทยจำเป็น จะต้องมีการเตรียมวางแผนเชิงโครงสร้างรับมือการเติบโตดังกล่าว นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องให้เป็นไปตาม กรอบแนวทางปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ *ภารกิจแรก สร้างความ เข้มแข็งจากภายใน* โดยหัวใจ หลักของการสร้างความเข้มแข็งภายใน ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ สร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่าย ยกระดับนวัตกรรมทุกส่วนในประเทศ และสร้างสังคมที่มีจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ *ภารกิจที่* 

สอง เชื่อมโยงภายในสู่เศรษฐกิจโลก มุ่งเน้นกลยุทธ์การนำเทคโนโลยีและออกแบบอย่างมีดีไซน์ขับเคลื่อน เศรษฐกิจการท่องเที่ยวฐานรากสร้างความมั่งคั่งทางการท่องเที่ยวผ่านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์เข้ามาพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวให้มีนวัตกรรม ซึ่งการเชื่อมโยงภายในสู่ภายนอกกับเศรษฐกิจ ครอบคลุมทั้ง 3 ระดับ คือ ภายในประเทศ ภูมิภาค และโลก

จากการศึกษาพบว่า ทั้ง 4 ชุมชนมีการพึ่งพาแรงงานในครอบครัว พึ่งทรัพยากร พึ่งตนเอง และพึ่งกัน และกัน มีศักยภาพอันเป็นรากฐานสำคัญคือ (1) โครงสร้างทางสังคม (Structure) (2) ความสามารถในการ ผลิต (Ability) (3) ทักษะการออกแบบ (Skill) อย่างไรในการสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นจำเป็นต้องมีปัจจัยอื่น ๆ มา เป็นส่วนเสริมในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วย คุณค่าโดยการใช้ชุมชนเป็นฐาน

งานวิจัยชุดนี้มีการทดลองผ่านเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารและการสร้างนวัตกรรม และแนวคิดสร้างสรรค์ผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ โดยแต่ละโครงการย่อยมี คำถามวิจัยที่เชื่อมโยงกันคือ

โครงการย่อยที่ 1 แนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากกรณีศึกษาตัวอย่างเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารที่เชื่อมโยงกับฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรทำอย่างไรจาก

โครงการย่อยที่ 2 การสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ของเยาวชน จากกรณีศึกษาตัวอย่าง เรื่องการออกแบบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ตามแนวคิดการออกแบบจากฐาน ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรทำอย่างไร

โดยมีข้อค้นพบ 10 ประการ ดังนี้

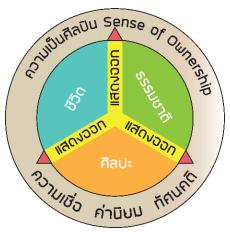
## 1) เพิ่มมิติ "ศิลปินท้องถิ่น" ในแนวทางการสืบค้นวิถีไทยเพื่อเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

งานวิจัยชุดนี้ได้ส่งเสริมการต่อยอดงานออกแบบจากฐานคุณค่าของชุมชน (Value-based Approach) ตามกระบวนการ Community-based Design มีการนำผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเพิ่มมูลค่า สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวมาร่วมในกระบวนการทดลองทำงาน มีการสืบค้นเรื่องราวมิติต่าง ๆ ของ ท้องถิ่นตามแนวทางวิถีไทยเพื่อการศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปะ แล้วนำไปร้อยเรียงคิดจากความเป็นท้องถิ่น เพื่อหาเนื้อเรื่อง ร่วมกัน ให้เกิดแนวคิดที่น่าสนใจตามศักยภาพและทักษะของผู้เข้าร่วมในกระบวนการ นำไปสู่การออกแบบที่ สร้างคุณค่าดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า มิติที่มีความสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาออกแบบสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์และ นวัตกรรมทางการท่องเที่ยวให้ทันยุคตามแนวทางคนรุ่นใหม่ที่เห็นคุณค่าของความเป็นไทยอย่างลึกซึ้ง จำเป็นต้องเพิ่มมิติ "ศิลปินท้องถิ่น" ในแนวทางการสืบค้นวิถีไทยเพื่อเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (แผนภาพ ที่ 18) เนื่องจากคุณค่าที่แท้จริงของชุมชนนั้นมาจากคนในพื้นที่ สิ่งของที่จับต้องได้ไม่สามารถแสดงออกความ เป็นชุมชนได้อย่างครอบคลุม จำเป็นต้องมีการสืบค้นด้านความรู้สึก นึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรม

ในที่นี่ "ศิลปินท้องถิ่น" สามารถให้คำจำกัดความได้ว่า คือ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์ภูมิ ปัญญาท้องถิ่น เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนผ่านการบอกเล่าหรือแสดงออกความเป็นชุมชนผ่าน ศิลปะรูปแบบต่าง ๆ (Art Expression) เช่น การแต่งกาย การแสดงพื้นบ้าน การตกแต่งสำรับอาหาร ซึ่งการ นำเสนอเหล่านี้อาจแสดงออกมาโดยที่คน ๆ นั้นรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้

แผนภาพที่ 13 แนวทางการสืบค้นวิถีไทยเพื่อเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า



สิ่งที่ปราชญ์หรือศิลปินท้องถิ่นเหล่านี้ถ่ายทอดสามารถแสดงให้เห็นถึงองค์ความรู้ ความคิด ทัศนคติ และการกระทำที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งเรื่องราวเหล่านี้จะช่วยให้เชฟศิลปิน (Artisan Chef) และนักออกแบบงานศิลป์สาขาต่าง ๆ (Young Designer) สามารถนำมาเชื่อมโยงกับสถานที่ ตัวสินค้า และ บริการ บางครั้งแม้ชุมชนจะเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน แต่มีเรื่องราวที่มาที่แตกต่างกัน ผ่านกระบวนการผลิต ที่ไม่เหมือนกัน ก็สามารถนำมาออกแบบให้มีสีสันหรือลวดลายที่แตกต่าง กลายเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์และ อัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น สร้างความน่าสนใจและการจดจำ นำไปสู่การสร้างเพิ่มมูลค่าที่สามารถยกระดับ เศรษฐกิจของประเทศเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

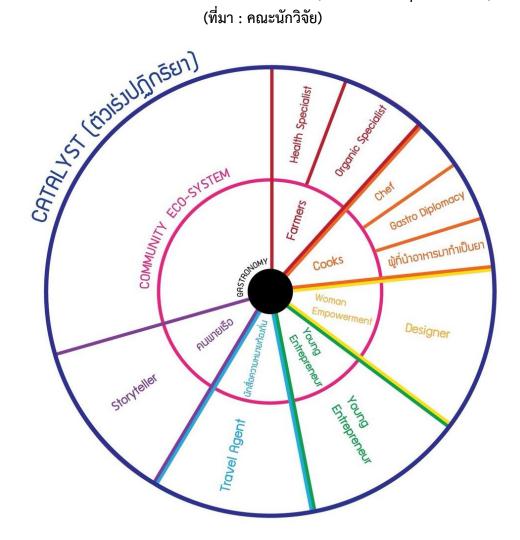
## 2) แนวทางการสร้างพลังความเข้มแข็งของชุมชน (Wheel of Empowerment)

แผนงานวิจัยนี้มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าที่จะนำสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจด้านการ ท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีโจทย์สำคัญคือ ทำอย่างไรชุมชนจึงจะสามารถยกระดับหรือพัฒนาตนเองให้สามารถ เพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ของชุมชนของตนได้

จากผลการศึกษาพบว่า พื้นฐานที่สำคัญคือการพัฒนา "คนในพื้นที่" ให้มีทักษะที่สัมพันธ์กับแนว ทางการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งแนวทางการเพิ่มทักษะเหล่านี้ จำเป็นต้องมีตัวเร่ง ปฏิกิริยา (Catalyst) ทำหน้าที่เป็นผู้กระตุ้นและเร่งเร้าให้ชุมชนสามารถเพิ่มบทบาทของตนเองได้ ซึ่งตัวเร่ง ปฏิกิริยาดังกล่าว ชุมชนอาจมีคนในพื้นที่ (Insider) หรือมีคนจากภายนอก (Outsider) เข้ามาเป็นผู้กระตุ้นทำ ให้เกิดทักษะและนำไปสู่ชุมชมสามารถเพิ่มบทบาทได้ ดังแผนภาพที่ 15 ซึ่งนักวิจัยได้พัฒนากรอบการสร้าง

พลังความเข้มแข็ง (Wheel of Empowerment) กล่าวคือ หากมีตัวเร่งปฏิกิริยา ตัวอย่างเช่น พ่อครัว/ แม่ ครัว (Cook) ในชุมชน หากได้รับการพัฒนาทักษะการตกแต่งอาหาร (Culinary Art) หรือการสร้างสรรค์ เมนูอาหารใหม่ ๆ จากวัตถุดิบในท้องถิ่น ก็สามารถกลายเป็น Chef หรือ Gastro Diplomat

แผนภาพที่ 14 กรอบการสร้างพลังความเข้มแข็ง (Wheel of Empowerment) (ที่มา : คณะนักวิจัย)



ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้คือ ในชุมชนไม่มีผู้ที่สามารถเป็นตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) เช่น คนที่มีทักษะ ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พ่อครัว/แม่ครัวที่มีทักษะในการออกแบบเมนูอาหารจากวัตถุดิบ ในท้องถิ่น จึงได้นำผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกที่มีทักษะที่สัมพันธ์กับแนวทางการดำเนินโครงการของ ชุมชนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยตัวเร่งปฏิกิริยาของโครงการย่อยที่หนึ่งคือ Artisan Chef และ โครงการย่อยที่สองคือ นักออกแบบสาขาต่าง ๆ ได้แก่ Young Designer (Fashion Design, Graphic Design, Communication Design)

#### 3) คนจากภายนอกสามารถยกระดับชุมชนได้

คำถามที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนคือ ชุมชนสามารถจัดการตัวเองได้หรือไม่? ถ้าจะ ยกระดับ ควรทำอย่างไร? และหากมีคนหรือหน่วยงานภายนอกมาช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ควรทำอย่างไร? งานวิจัยชุดนี้จึงได้นำเอาการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยส่งเสริมการต่อยอดงาน ออกแบบจากฐานคุณค่าของชุมชน (Value-based Approach) โดยมีโจทย์สำคัญคือ การนำผู้ที่เกี่ยวข้องกับ ประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวจากภายนอกชุมชน ได้แก่ เชฟศิลปิน (Artisan Chef) นักออกแบบงานศิลป์สาขาต่าง ๆ (Young Designer) และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Young Entrepreneur) มาร่วมในกระบวนการทดลองทำงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ ฐานทรัพยากรของชุมชน

ผลการศึกษาจากทั้งสองโครงการวิจัยย่อยพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรของชุมชนนั้น มิได้มีข้อเสียหายหรือไม่ควรมีข้อจำกัดประการใดในการที่คนภายนอกเหล่านี้จะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ท้องถิ่นไปต่อยอดและสร้างสรรค์ แม้ไม่ได้มีชุมชนร่วมในกระบวนการไปพร้อมกัน เนื่องจากการสร้างสรรค์ ผลงานที่เกิดจากการต่อยอดโดยคนภายนอกนั้นยังสามารถสื่อถึงความเป็นชุมชน และสะท้อนถึงคุณค่าและ ความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ที่มีความแตกต่างจากสิ่งของประเภทเดียวกันในรูปแบบของ เรื่องราว (Stories) อรรถรส (Senses) และลีลา (Sophistication) อันเป็นพื้นฐานของการสร้างเศรษฐกิจ ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value based Economy) รวมทั้ง กลุ่มคนภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในสาขา ๆ ยัง สามารถทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมที่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชน (Catalyst) ได้ด้วย กล่าวคือ เป็นผู้กระตุ้นที่ ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในชุมชน โดยทำหน้าที่ในการเชื่อมคน ความคิด กระบวนการ หรือวิธีการ ต่าง ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้น จากการร่วมสังเกตการณ์พบว่า คนในพื้นที่มีแนวความคิดในการนำ ต้นแบบ (Prototype) ที่ออกแบบโดยคนภายนอกไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้ง เป็นการกระตุ้นให้คน ในพื้นที่เกิดแรงบันดาลใจในการคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ กลุ่มคนภายนอกดังกล่าวยังมีศักยภาพในการผลิต และสามารถบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดเป้าหมายได้ทั่วถึงกว่า ดังตัวอย่างผลงานการ ออกแบบในโครงการย่อยที่สอง ที่นักออกแบบเสื้อผ้าได้สร้าง Prototype นำผ้าของชุมชนบ้านสนวนนอกไป ตัดเย็บและขายได้จริง

## รูปภาพที่ 7 ตัวอย่างผลงานการออกแบบ (โครงการย่อยที่ 2)







## 4) การสร้างมูลค่าเพิ่มจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง (Change)

ที่ผ่านมาความท้าทายที่พบมากที่สุดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนคือ ชุมชนถูกปลูกฝังมาให้มี ความภาคภูมิใจในคุณค่าของตน ต้องอนุรักษ์รักษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และนำเสนอเผยแพร่ใน รูปแบบที่เป็นของแท้และดั้งเดิมที่ถูกต้องตามแบบฉบับเท่านั้น บ่อยครั้งที่มีการกล่าวว่า "ชุมชนต้องเก็บ ของเดิมเอาไว้ โดยไม่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง" ทำให้ชุมชนผลิตสินค้าและประกอบธุรกิจในแบบเดิม ๆ ผลิตบนพื้นฐานปัจจัยการผลิตและความชำนาญที่ตนมีอยู่ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนส่วนใหญ่ในประเทศ ไทยจึงมักเป็นผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านและของที่ระลึกที่มีรูปแบบซ้ำ ๆ กัน ไม่มีความหลากหลาย ขาดความ เข้าใจในกระแสความนิยมหรือพฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาด ทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการ ของตลาด ขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ขาดการทำวิจัยและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ทำให้ขายสินค้าไม่ได้หรือขายตัดราคากันเอง รวมทั้ง การสร้างมูลค่า (เน้นการเพิ่มเชิง เศรษฐกิจ) และการสร้างคุณค่า (เน้นการอนุรักษ์และรักษาของดั้งเดิม) มักถูกแยกออกจากกันและมักมีความ เข้าใจว่า "ชุมชนไม่สามารถเก็บของไว้แบบเดิม แล้วสามารถสร้างมูลค่าได้ แม้คุณค่าจะมีอยู่" โจทย์สำคัญคือ ทำอย่างไรชุมชนจึงจะสามารถสร้างและอนุรักษ์คุณค่าคู่ขนานไปกับการสร้างมูลค่า

จากผลการศึกษาพบว่า แท้จริงแล้วนั้นชุมชนสามารถสร้าง (สรรค์) มูลค่า (Value Creation) เพิ่ม ให้แก่ฐานทรัพยากรเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยคุณค่า แต่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง (Change) เพราะการ เปลี่ยนแปลงคือ การลงทุนซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่า โดยการเปลี่ยนดังกล่าวต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบ ที่ยังคงองค์ประกอบ 3 อย่างคือ (1) ความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) หรือความ เฉพาะตัว ซึ่งจะมีลักษณะที่ไม่เหมือนใคร แตกต่าง และเลียนแบบกันไม่ได้ (2) การมีความคิดริเริ่ม (Originality) หรือการนำความรู้มาประยุกต์ให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้น แตกต่างจากความคิดเดิม และ (3) การมี ความหมาย (Meaning) สามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้หรือต้องมีคนได้ ประโยชน์จากความคิดฉั้น นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงมิได้หมายถึงแค่เปลี่ยนการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือ

บรรจุภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่ต้องมีกระบวนการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community-based Design) เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าจากต้นทางถึงปลายทางผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้ง การ เปลี่ยนความเชื่อเดิม (Mindset) และเปิดการรับรู้ (Perception)

## 5) ทักษะการวิจัยมีส่วนสำคัญสำหรับผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก

กระบวนการสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ จำเป็นต้องปรับกระบวนทัศน์ใหม่ จากงานวิจัยชุดที่ แล้ว Artisan Chef ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารจากภายนอก เข้าร่วมในกระบวนการสืบค้นโดยทางอ้อม กล่าวคือ เป็นการรับข้อมูลชุมชนจากการถ่ายทอดเรื่องราวจากยุวนักวิจัย แล้วนำมาออกแบบเป็นเมนูอาหาร ตามมุมมอง ความเข้าใจ และความถนัดของ Artisan Chef

สำหรับงานวิจัยชุดนี้ คณะนักวิจัยได้ทำการปรับกระบวนทัศน์ โดยให้ Artisan Chef และนัก ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจากภายนอกเรียนรู้ทักษะการวิจัย (ได้แก่ สัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม สังเกตการณ์ การบันทึกภาพหรือวิดีโอ) มีการเข้าร่วมในกระบวนการสืบค้น ตั้งแต่ลงพื้นที่สำรวจวัตถุดิบในพื้นที่ พูดคุยและ สอบถามข้อมูลจากสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้ Artisan Chef และนักออกแบบมีความเข้าใจบริบทของชุมชนใน เชิงลึก ทั้งในด้านกายภาพ ประวัติที่มา ศาสนา ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี ภาษา เป็นต้น ซึ่งผู้เชี่ยวชาญแต่ ละด้านจะมีประเด็นที่ตนสนใจแตกต่างกันไปหลากหลายมิติ อาจมีบางแง่มุมที่นักวิจัยไม่ได้ให้ความสำคัญ นอกจากนี้ เป็นการสร้างความคุ้นเคย อันเป็นพื้นฐานของการสร้างไว้วางใจในการทำงานร่วมกันในพื้นที่ของ ชุมชน นับเป็นช่วงของการใช้เวลาทำความเข้าใจเรื่องราวและปัญหาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง ขั้นตอนนี้จะช่วยให้ ชุมชนและผู้เชี่ยวชาญกำหนดทิศทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ และสามารถตอบสนอง ความต้องการของชุมชนได้อย่างแท้จริง

จากการออกแบบเมนูอาหารพบว่า Artisan Chef นอกจากจะนำเอาวัตถุดิบมาปรุงเป็นอาหารแล้วนั้น ยังนำเอาเรื่องราวของชุมชนร้อยเรียงมาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบเมนูอาหาร รวมถึง การตกแต่งสำรับที่ นำเอาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบ (โครงการย่อยที่หนึ่ง) กลายเป็นสำรับอาหารที่สะท้อนถึงคุณค่า ของชุมชนผ่านวัตถุดิบ เรื่องเล่า งานหัตถกรรมได้อย่างลึกซึ้ง นักออกแบบสามารถทดลองลงมือออกแบบทำ ผลงานต้นแบบ (Prototype) ที่ครอบคลุมในทุก ๆ มิติ ได้แก่ เรื่องเล่า (Stories) อรรถรส (Sense) และลีลา (Sophistication) (โครงการย่อยที่สอง) ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชุมชนชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ จะเห็นได้ ว่ากระบวนการสืบค้นโดยการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม ยังช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์และสามารถสร้างแรง บันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่คนในชุมชน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญสาขาอื่น ๆ ที่ร่วมในโครงการวิจัย ยกตัวอย่างเช่น เมนูอาหารของ Artisan Chef (โครงการย่อยที่หนึ่ง) สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์แก่เหล่า Young Designer (โครงการย่อยที่สอง) หรือแม้แต่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญภายนอก (ที่ ไม่ได้เข้าร่วมในงานวิจัย) ผ่านผลงานที่ได้รับการเผยแพร่

ดังนั้น ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนไม่ว่าจะเป็นคนในพื้นที่หรือคนภายนอก หากเข้ามามี ส่วนในกระบวนการสืบค้นในพื้นที่ นำข้อมูลที่ได้มาร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living Interpretation) และทำให้การออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว

### 6) ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นประดิษฐกรรม (Invention) ไม่ใช่นวัตกรรม (Innovation)

หากพิจารณาตามคำจำกัดความที่กล่าวว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน (Innovation) คือ การสร้าง คุณค่าใหม่โดยการใช้ความรู้ผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ใหม่ในการสร้างความแตกต่างที่เป็น "จุดเด่น" หรือ "จุดขาย" ให้กับผลิตภัณฑ์ นำมาใช้ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมได้จริง ซึ่งเป็นการยกระดับ สินค้าให้สามารถสร้างการแข่งขันในตลาด ตลอดจน สามารถต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและสามารถดำเนินการ ได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2560) ศาสตราจารย์ ดร. ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2543) ได้วาง เกณฑ์การพิจารณานวัตกรรมไว้ 4 ประการ คือ

- 1) เป็นสิ่งใหม่ทั้งหมดหรือบางส่วน
- 2) มีการนำวิธีการจัดระบบ (System Approach) มาใช้พิจารณาองค์ประกอบทั้งส่วนข้อมูลที่ ใช้เข้าไปในกระบวนการและผลลัพธ์ให้เหมาะสมก่อที่จะทำการเปลี่ยนแปลง
- 3) มีการพิสูจน์ด้วยการวิจัยหรืออยู่ระหว่างการวิจัยว่าจะช่วยให้ดำเนินงานบางอย่างมี ประสิทธิภาพสูงขึ้น
- 4) ยังไม่เป็นส่วนหนึ่งในระบบงานปัจจุบัน

กล่าวได้ว่า นวัตกรรมหมายถึง การต่อยอดหรือการใช้ความคิดใหม่จากองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ มาทำให้ เป็นจริงขึ้นมา สามารถสร้างประโยชน์เชิงพาณิชย์และสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น นวัตกรรมไม่ได้ หมายถึงการคิดค้นสิ่งใหม่เท่านั้น แต่อาจหมายถึง การใช้กระบวนการ ระบบ รูปแบบ หรือวิธีการใหม่ จาก การศึกษาข้อมูลในอดีต ความท้าทายคือ ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นมากมาย หลายครั้งที่นักออกแบบคิด ว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นนวัตกรรม แต่แท้จริงแล้วหยุดอยู่แค่ประดิษฐกรรม (Invention) เท่านั้น เพราะเมื่อนำมาใช้ จริงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ

ดังนั้น ในงานวิจัยนี้หากพิจารณาแล้ว อาจกล่าวได้ว่า ผลงานที่ศิลปินและนักออกแบบที่เข้าร่วมใน กระบวนการทดลองได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Prototype) ขึ้นมา (โครงการย่อยที่สอง) สามารถเป็นเพียง "สิ่งประดิษฐ์หรือประดิษฐกรรม" (Invention) คือ การทำให้ความคิดใหม่เป็นความจริงขึ้นมา และสามารถจับ ต้องได้ (พันธุ์อาจ ชัยรัตน์,2547; Smith, 2006) แต่ยังไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็นนวัตกรรม เพราะการพัฒนา นวัตกรรมต้องมีกระบวนการบริหารจัดการ (Innovation Management) มีการปรับกระบวนทัศน์ที่ต้องอาศัย ระยะเวลาในการทำความคิดใหม่ที่เป็นความจริงขึ้นมา รวมทั้ง ต้องปรากฏว่ามีการนำไปทำประโยชน์เชิง พาณิชย์หรือเชิงสังคมอย่างเป็นรูปธรรม

#### 7) การเป็นสมาร์ทฟาร์มเมอร์ยังมีข้อจำกัด

จากกระบวนการสืบค้น (โครงการย่อยที่หนึ่ง) พบว่าทั้ง 4 ชุมชนเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทาง ชีวภาพ (Biodiversity) แต่ไม่ได้มีการส่งเสริมพืชพื้นถิ่นและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นเฉพาะของท้องถิ่น ดังกล่าวไว้อย่างเป็นระบบชัดเจน รวมทั้ง ไม่ปรากฏรูปแบบพัฒนาหรือระบบการจัดการการเกษตรรูปแบบใหม่ (ที่จะก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิต (Productivity) คุณภาพ (Quality) และมูลค่า (Value)

อย่างไรก็ตาม ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอาข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับฐานทรัพยากรทางการเกษตร (Agricultural based Product) ไปเป็นตัวตั้งตนสำคัญในการคิดต่อยอดทางธุรกิจให้กับอุตสาหกรรมที่ เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยว การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ อาหาร เป็นต้น ยกตัวอย่าง ตำบล หนองทะเล (อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่) มีดอกจิกเป็นพืชประจำถิ่นปลูกกระจายอยู่ทั่วชุมชน แต่ไม่ได้ถูก ส่งเสริมในการปลูก หากมีการนำไปใช้มากขึ้น ให้ไปอยู่ในเมนูอาหารหรือในสินค้าที่ทำให้คนเข้าถึงง่ายขึ้น ทำ ให้เป็นที่รู้จักและเกิดความต้องการในการบริโภค ก็จะสามารถขับเคลื่อนความต้องการของผู้บริโภค (Demand driven) ได้ ความต้องการดังกล่าวจะกลับไปสู่การจัดการระบบพื้นที่ทางการเกษตรที่เป็นพืชพรรณเฉพาะถิ่น มากขึ้น

ระบบการจัดการการเกษตร การเพิ่ม
ผลผลิต (Productivity)
คุณภาพ (Quality)
มูลค่า (Value)

แผนภาพที่ 15 ระบบการจัดการการเกษตรรูปแบบใหม่

#### 8) การปรับกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) แนวทางการมีส่วนร่วม

งานวิจัยชุดนี้มีคำถามที่สำคัญว่า "การมีส่วนร่วมเพื่อสร้างคุณค่าควรทำอย่างไร" ในอดีตที่ผ่านมา ก่อนที่จะมีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นนั้น หน่วยงานที่รับคำสั่งจากส่วนกลางจะทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลชุมชน (ทำ "เพื่อ" ชุมชน) พอหลังปี พ.ศ. 2540 ได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญพุทธศักราช 2540 ซึ่งได้บัญญัติเกี่ยวกับ การปกครองท้องถิ่นและการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นไว้ รัฐบาลกลางถ่ายโอนอำนาจให้ท้องถิ่นมีอำนาจอิสระ ในการบริหารงานของตนเองมากขึ้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอิสระในการกำหนดนโยบายตามหลักการ ปกครองตนเองโดยยึดหลักความต้องการของประชาชน ให้ท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองและตัดสินใจในกิจการ ภายในพื้นที่ได้เอง (ทำ "โดย" ชุมชน) ต่อมา รัฐบาลพยายามสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน โดยให้ภาคเอกชนมาลงทำกับชุมชนในรูปแบบประชารัฐ (ทำ "กับ" ชุมชน)

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงแนวทางในการประสานการทำงานร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) และกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) ที่เน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวตามแบบ Community-based Design Model ผลการศึกษาในการสร้างมูลค่าจากฐานรากของ ชุมชน พบว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกันของเครือข่ายต่าง ๆ ที่เหมาะสมคือ การทำงาน ร่วมกันในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Values) กล่าวคือ เป็นการสร้างสรรค์คุณค่าเพิ่ม ร่วมกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความเป้าหมายในเรื่องเดียวกัน แต่ไม่จำเป็นต้องดำเนินการในสิ่งเดียวกันหรือ ทำงานร่วมกันในทุกกระบวนการของการพัฒนา

ในกระบวนศึกษางานวิจัยชุดนี้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก (ได้แก่ Artisan Chef นักออกแบบ นักวิจัย) ได้ร่วมในกระบวนการสืบค้นกับชุมชน (ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน สมาชิกของชุมชน ผู้นำชุมชน) ผ่าน การพูดคุย สอบถาม ข้อมูลและเรื่องราวต่าง ๆ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและเติมเต็มประสบการณ์ ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ รวมทั้ง การสัมผัสบรรยากาศของ พื้นที่ ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลทั้งในระดับปฐมภูมิ (Primary data) และระดับทุติยภูมิ (Secondary data) รูปแบบการสืบค้นดังกล่าวนอกจากเป็นการแสวงหาความรู้และความจริงของชุมชนแล้ว ยังสะท้อนถึงรู้สึกนึก คิดหรือทัศนคติของสมาชิกในชุมชนและบรรทัดฐานของสังคมด้วย รวมทั้ง ก่อให้เกิดการสร้างข้อตกลงร่วมกัน และมองเห็นเป้าหมายเดียวกัน เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของ สถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาและบริบททางสังคม การมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการนั้นอาจทำ ให้เกิดช่องว่างในทางปฏิบัติ เนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่และกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่มีความ พร้อมที่ไม่เท่ากัน ไม่ว่าจะเป็นด้านศักยภาพของคน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน ด้านเทคโนโลยี หากแต่ ถ้าทั้งสองส่วนทำงานตามแนวทางของตนตามศักยภาพ ทำให้มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จได้เร็ว กว่าการทำงานร่วมกันในทุกกระบวนการ ทำให้ชุมชนและกลุ่มบุคคลภายนอกไม่สร้างบรรลุเจตนารมณ์ที่ แท้จริง

จากการนำผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาลงพื้นที่เพื่อทำการทดลองสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากร ของชุมชน พบว่า การทำงานระหว่างชุมชนและคนภายนอกไม่จำเป็นต้องรอซึ่งกันและกัน ผู้ที่มีความพร้อม สามารถเริ่มต้นก่อนได้ เพราะท้ายที่สุดแล้วผลงานต่าง ๆ จะสะท้อนกลับมาที่ชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางการ้ ดำเนินงานที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ (Win-Win Situation) เป็นการสร้าง "คุณค่า" เหนือ "คุณค่า" (ทำ "พร้อม" ชุมชน) หากจะแบ่งวิวัฒนาการของแนวทางการทำงานในระดับชุมชนสามารถแบ่ง 4 ช่วง (แผนภาพที่ 17) ดังนี้

แผนภาพที่ 16 วิวัฒนาการของแนวทางการทำงานในระดับชุมชน

1. ทำ "เพื่อ" ชุมชน
 วายนอกเป็นผู้ภายนอกเป็นผู้ทำให้ ชุมชน
 ชุมชนเป็นผู้ลงมือทำเอง
 ว. ทำ "กับ" ชุมชน
 ชุมชนและภายนอกร่วมกันทำงาน
 4. ทำ "พร้อม" ชุมชน
 ชุมชนและภายนอกแยกกันทำงาน

#### 9. ข้อจำกัดในด้านเยาวชนในพื้นที่

จากการลงพื้นที่เป้าหมายเพื่อทำการศึกษาเพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและ บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ (โครงการย่อยที่สอง) พบว่า ชุมชนมีข้อจำกัดเกี่ยวกับสัดส่วนจำนวนเยาวชนในพื้นที่ (กลุ่มเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี) เนื่องจาก ใน พื้นที่ไม่มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา เยาวชนส่วนใหญ่จึงออกไปเรียนหนังสือต่างถิ่น ทำให้งานวิจัยไม่ สามารถหาตัวอย่างประชากรกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ในเบื้องต้น จากข้อมูล สะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนของ ไทยกำลังประสบปัญหาโครงสร้างประชากรในระดับชุมชน ซึ่งมีจำนวนผู้สูงอายุและเด็กในระดับอนุบาลถึง ประถมศึกษามาก แต่เยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มกำลังสำคัญในการทำหน้าที่เป็นผู้สืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ท้องถิ่นในอนาคตจำเป็นต้องออกนอกพื้นที่

ด้วยเหตุผลดังกล่าว คณะนักวิจัยได้ทำการปรับเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างจากเยาวชนในพื้นที่มาเป็นนัก ออกแบบรุ่นใหม่ที่สนใจงานออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในศิลปะแขนงต่าง ๆ ซึ่งปรากฏ ว่าสามารถทำงานร่วมกับชุมชนได้ดี เพราะคนรุ่นใหม่เหล่านี้มีความพร้อมด้านองค์ความรู้ด้านศิลปะและทักษะ ด้านการออกแบบ หากได้รับการพัฒนาทักษะด้านการวิจัย มีโอกาสได้ลงพื้นที่เพื่อฝึกฝนประสบการณ์ ทำงาน ร่วมกับท้องถิ่นมากขึ้น ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีความหลากหลายมากขึ้น

### 10. การทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและคนภายนอกจำเป็นต้องมีผู้ประสาน (Convener)

โจทย์สำคัญที่มักถูกหยิบยกขึ้นมาเสมอเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับชุมชนคือ แนวทางใน การทำงานร่วมกันระหว่างชุมชน (Insider) และคนจากภายนอก (Outsider) จากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำ ชุมชนของพื้นที่ศึกษา ทั้งหมดได้ให้ความเห็นตรงกันว่า ในการพัฒนาด้านต่าง ๆ นั้น ชุมชนจำเป็นต้องมีคน กลุ่มคน หรือหน่วยงานภายนอกเข้ามาช่วยเหลือหรือสนับสนุน เนื่องจากชุมชนมีข้อจำกัดด้านหลายประการ โดยเฉพาะศักยภาพของคน แต่การทำงานระหว่างคนสองกลุ่มนี้จำเป็นต้องมีผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวประสาน (Convener) (แผนภาพที่ 18) ค่อยเป็นคนกลางในการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกัน สามารถกระตุ้นให้เกิด ความคิดร่วมและทำให้การทำงานง่ายขึ้น บ่อยครั้งที่ชุมชนเกิดความขัดแย้งในการทำงานร่วมกับคนภายนอก

เนื่องจาก คนภายนอกส่วนใหญ่ที่เข้ามาในพื้นที่มักมีเป้าหมายหรือต้องการประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง จากชุมชน รวมทั้ง มีระยะเวลาในการทำงานที่แน่นอน เมื่องานสำเร็จลุล่วงแล้วมักปล่อยให้ชุมชนทำงานต่อเอง ซึ่งหลายชุมชนไม่สามารถไปต่อได้

### แผนภาพที่ 17 การประสานการทำงานระหว่างชุมชนและคนจากภายนอก

ในงานวิจัยนี้คณะนักวิจัยทดลองทำหน้าที่เป็น Convener เชื่อมโยงกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่ Artisan chefs สมาชิกชุมชน และปราชญ์ท้องถิ่นให้ทำงานด้วยกันได้ โดยการนำ กระบวนการ Community-based Design มาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของทั้งสองโครงการย่อย กล่าวได้ ว่า Convener นั้นสามารถเป็นบุคคล กลุ่มคน หรือหน่วยงานใด ๆ ก็ได้ แต่จำเป็นต้องเข้าใจบริบทของชุมชน และสามารถประสานความร่วมมือของกลุ่มต่าง ๆ ได้

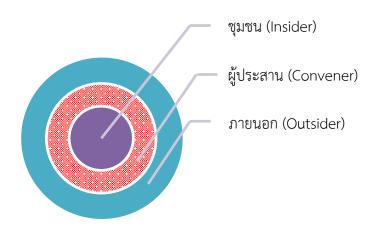
#### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย มีข้อเสนอแนะที่สามารถไปพัฒนาต่อในเชิงวิชาการ เชิงเศรษฐกิจ เชิงสังคม และเชิง นโยบาย ดังนี้

#### เชิงวิชาการ

- 1) นำไปเป็นแนวทางในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชุมชน โดยให้มีการ ดำเนินงานตามกระบวนการสืบค้นราก ร้อยเรียงเรื่อง และออกแบบสินค้าและบริการ
- 2) จัดตั้งกองทุนเฉพาะในการสนับสนุนงานวิจัยที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชุมชน
- 3) สร้างเยาวชนในชุมชนมาเป็นผู้ร่วมการวิจัยด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชุมชนของตน ซึ่งจะทำ ให้เกิดการสืบค้นเรื่องราวของชุมชนไปพร้อม ๆ กับสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นผ่านการเรียนรู้ อันจะนำไปสู่ ความยั่งยืนของรากวัฒนธรรมอย่างแท้จริงและอาจจะบังเกิดผลในทางปฏิบัติ เช่น การสร้าง พิพิธภัณฑ์ชุมชน การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวและนำเที่ยวโดยยุวมัคคุเทศก์
- 4) นำไปเป็นแนวทางในการสร้างโมเดลสมาร์ทฟาร์มเมอร์เพื่อค้นหากรอบแนวคิดในการเชื่อมโยงการ ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างกลุ่มสมาร์ทฟาร์มเมอร์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียใน การท่องเที่ยว

### เชิงเศรษฐกิจ



- 1) กิจกรรมที่เกิดจากการออกแบบสามารถนำมาพัฒนาสินค้าและบริการเชิงพาณิชย์ด้านการท่องเที่ยว (Commercialized Product) ได้หลากหลาย เช่น ของที่ระลึก เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Trails) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ผลิตภัณฑ์ของใช้ ในที่พัก
- 2) นำเยาวชนมาเป็นหนึ่งในกำลังขับเคลื่อนร่วมออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมและสินค้าชุมชน ตามเรื่องราวที่สืบค้นอย่างสร้างสรรค์อาจนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจ Start-up โดยคนรุ่นใหม่ที่เข้าใจราก ตามแนวคิด Community-based Design
- 3) ส่งเสริมให้เกิดการขยายผลในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับศิลปะแขนงอื่นๆ เช่น การออกแบบผ้า การออกแบบและการแปรรูปอาหาร การออกแบบเครื่องปั้น เป็นต้น

#### เชิงสังคมและชุมชม

- 1) วางแนวทางในการดูแลรักษาทรัพยากรที่นำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของในชุมชนทั้ง ในด้านวัฒนธรรมและด้านธรรมชาติ โดยมีการวางแนวทางการบริหารจัดการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ ด้านลบต่อชุมชนหรือน้อยที่สุด รวมทั้ง หาแนวทางในการร่วมกันดูแลรักษาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชุมชนเพื่อให้คงอยู่กับชุมชนสืบไป
- 2) สนับสนุนให้ชุมชนมีนักสื่อความหมายท้องถิ่น ให้ผู้เชี่ยวชาญหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแนะนำแนวทาง หรือจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพนักสื่อความหมายเชิงคุณค่า (Tourism Products/Innovations/Interpretations) ให้สามารถต้อนรับและถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนสู่นักท่องเที่ยวได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

#### เชิงนโยบาย

- 1) นำไปเป็นแนวทางยุทธศาสตร์ในการเคลื่อนนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (พัฒนาเกษตรกร 4.0 อย่างครบ วงจรเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรไทย สู่ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน) โดยการพัฒนา เกษตรกรให้เป็นสมาร์ทฟาร์มเมอร์สนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงภาคเกษตรกับภาคการท่องเที่ยวอย่าง บูรณาการด้านต่าง ๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้ครบห่วงโซ่ อาหารทั้งระบบ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ผ่าน กระบวนการคิดเรื่องต้นน้ำคือ การจัดหาวัตถุดิบ (Purchasing) จากกลุ่มสมาร์ทฟาร์มเมอร์ การคิด เรื่องกลางน้ำคือ การนำวัตถุดิบมาผลิตและแปรรูป (Production) โดยนักออกแบบ นักสร้างสรรค์ และศิลปินแขนงต่าง ๆ นำไปสู่การคิดเรื่องปลายน้ำคือ การนำเสนอผลงานสร้างสรรค์ (Presentation) ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้ง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม การท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกับกลุ่มสมาร์ทฟาร์มเมอร์
- 2) นำไปเป็นแนวทางในการกำหนดโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ วัลเลย์ (Thailand Food Valley) ตามนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทยที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวได้ อย่างบูรณาการ

#### บรรณานุกรม

- จุฑามาศและคณะ. (2558). **แผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดย ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. งานวิจัยสนับสนุนโดยสานักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2543). **กระบวนการสื่อสารการเรียนการสอนในเอกสารการสอนชุดวิชาเทคโนโลยีและ** สื่อสารการศึกษา. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ฤทัยชนก จริงจิตร. (2559). **เจาะลึก "Smart Farmer" แค่แนวคิดใหม่ หรือจะพลิกโฉมการเกษตรไทย**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://tpso.moc.go.th/img/news/1074-img.pdf (วันที่ค้นข้อมูล 1 กุมภาพันธ์ 2561).
- เนติ โชติช่วงนิธิ. (2558). **กระบี่ ปั้นเมืองศิลปะแห่งอันดามัน.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.siamrath.co.th/web/?q=กระบี่-ปั้นเมืองศิลปะแห่งอันดามัน. (วันที่ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2560).
- ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2548). **การตลาดบริการ: คุณภาพการบริการมุ่งเน้นความสำคัญของลูกค้า**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ปที่ 25 ฉบับที่ 1: 41-51
- ปัทมา เลาหสินณรงค์. (2555). รูปแบบและปัจจัยด้านมูลค่าเพิ่มของบรรจุภัณฑ์ซาลาเปาที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- ผู้จัดการรายวัน 360 องศา. (2559). ท่องเที่ยว 4.0 ชูอัตลักษณ์ท้องถิ่นสร้างดุลยภาพทางเศรษฐกิจ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://gotomanager.com/content/ท่องเที่ยว-40-ชูอัตลักษณ์ท้องถิ่น-สร้างดุลยภาพทางเศรษฐกิจ/. (วันที่ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2560).
- วรพล โสคติยานุรักษ์. (2557). **เศรษฐกิจสร้างคุณค่า พัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืน (1)**. เผยแพร่ในคอลัมน์ เปิดบ้าน ก.ล.ต. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 25 ธันวาคม 2557.
- วลัยลักษณ์ ทรงศิริ. (2559). **จากประวัติศาสตร์ท้องถิ่นสู่ประวัติศาสตร์แบบท้องถิ่นนิยม.** เข้าถึงได้จาก http://lek-prapai.org/home/view.php?id=828. (วันที่ค้นข้อมูล 10 มกราคม 2561).
- วนิดา ผาระนัด. (2558). **ทฤษฎีตัวยู (Theory U)**. วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน มหาวิทยาลัยราช ภัฎมหาสารคามปีที่ 2 ฉบับที่ 2(4) เดือน กุมภาพันธ์ - กรกฎาคม พ.ศ. 2558
- วินัสยา สุริยาธานินทร์. (2558). **ภาคบริการ....แรงขับเคลื่อนใหม่ของระบบเศรษฐกิจไทย?**. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารแห่งประเทศไทย ฉบับวันที่ 29 เมษายน 2558
- วุทธิศักดิ์ โภชนุกูล. (2557). **Active Learning**. เข้าถึงได้จาก http://www.pochanukul.com/?p=169 (วันที่ค้นข้อมูล 5 มกราคม 2561)

- สาคร ศรีมุข. (2558). **การปฏิรูประบบการเกษตร : การพัฒนาเกษตรกรปราดเปรื่อง (Agricultural Reform : Smart farmer).** บทความวิชาการสำนักวิชาการสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. 5(5).
  กุมภาพันธ์ 2558
- สินธุ์ สโรบล. (2547). **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.** บทความวารสารประชาคมวิจัย. ฉบับที่ 57 (ก.ย.-ต.ค. 2547)
- สิริมา ศิรมาตยนันท์. (2553). **ฮ่องกงเมืองแห่งเอเชีย (Hong Kong: Asia's World City).**Executive Journal. 30(3). หน้า 37-42.
- สุวัฒน์ คงแป้น. (2559). **ท่องเที่ยวโดยชุมชนทางเลือกหรือทางหลัก**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.codi.or.th/index.php/public-relations/news/14912-2016-07-15-11-12-40 (วันที่ค้นข้อมูล 5 มกราคม 2561).
- สานักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2550). **นิยามนวัตกรรม กลยุทธ์-นวัตกรรม.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.nia.or.th/www\_thai/strategy\_meaning.html. (วันที่ค้นข้อมูล 5 มกราคม 2561).
- สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์. (2560). **เที่ยวไทยเท่.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก
  http://thainews.prd.go.th/website\_th/news/print\_news/TNRPT6004120010004/. (วันที่
  ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2560).
- สำนักงานสถิติจังหวัดกระบี่. (2558). รายงานวิเคราะห์สถานการณ์การจัดทำข้อมูลเชิงพื้นที่จังหวัดกระบี่. รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดกระบี่.
- สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์. (2558). รายงานวิเคราะห์สถานการณ์การจัดทำข้อมูลเชิงพื้นที่ จังหวัดบุรีรัมย์. รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดบุรีรัมย์.
- สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2558). **ประวัติความเป็นมา**. รายงานข้อมูลทั่วไปจังหวัดบุรีรัมย์.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). **ประชากรกับการพัฒนาคุณภาพชีวิ**ต. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- องค์การบริหารส่วนตำบลทับปริก อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. (2559). **ยุทธศาสตร์การบริหาร.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://tubprik.localgov59.in.th/เกี่ยวกับหน่วยงาน/ยุทธศาสตร์การบริหาร/. (วันที่ ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2560).
- Chen, Q. (2013). **An Investigation of Food Tourism in Chongqing**. International Journal of Management Cases, *15*(4), 110-121.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). Food tourism around the world: Development, management and markets. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Harrington, R. J. (2005). **Defining Gastronomic Identity: The impact of environment and culture on prevailing components**. Journal of Culinary Science and Technology, 4(2/3), 129-152.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism: A case study of the gastronomic capital. Journal of Culinary Science and Technology, 8, 14-32.
- Herrera, C. F., Herranz, J. B., & Arilla, J. P. (2012). **Gastronomy's Importance in the Development of Tourism Testinations in the Torld.** UNWTO Global Report on Food Tourism, 4, 6-9.
- Kesimoglu, A. (2015). A reconceptualization of Gastronomy as Relational and Reflexive.

  Hospitality and Society, 5(1), 71-91.
- Miller, R. K., & Washington, K. (2014). **Travel & Tourism Market Research Handbook 2015- 2016.** Loganville: Richard K. Miller & Associates.
- Nilson, T. H. (1992). Creating Customer Value. The Part to Sustainable Competitive Advantage. Thompson Executive Press, OH.
- Richards, G. (2003). "Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?" In Tourism and Gastronomy. London and New York: Routledge.
- Santich, B. (1996). Looking for flavour. Kent Town: Wakefield Press.
- Schmitt, B. H. (1999), Experiential Marketing. New York, NY: Free Press.
- Sharmer, C. O. (2007). **Theory U: Leading form the future as it emerges**. Cambridge, MA: SoL Press.
- Wisansing, J. (2004). **Tourism Planning and Destination Marketing towards a Community- Driven Approach: A case of Thailand**. A thesis submitted in fulfillment of the requirement for the Degree of Doctor of Philosophy at Lincoln University.