



การพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย



ศศิธร รัตนประยูร

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

การพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อ
เป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย"

ของ ศศิธร รัตนประยูร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภีรานนท์)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.จากรุวรรณ แดงบุบผา)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ดาบเพชร)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ดร.เพชรศรี นนท์ศิริ)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ดร.เกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์)

อนุมัติ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กรองกาญจน์ ชูทิพย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย
ผู้วิจัย	ศศิธร รัตนประยูร
ประธานที่ปรึกษา	ดร.จากรุวรรณ แดงบุบผา
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ปร.ด. การจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2566
คำสำคัญ	โซ่คุณค่า, จิตบริการแบบไทย, การร่วมสร้างคุณค่า

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบ บทบาทและกระบวนการร่วมสร้างสรรคคุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย และ 3) เพื่อเสนอแนะรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพรูปแบบชาติพันธุ์วรรณา (ethnography) และกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (Grounded Theory) โดยเก็บข้อมูลด้วยหลากหลายวิธีการและแหล่งข้อมูล โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (กลุ่มเป้าหมายประกอบไปด้วย กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน 50 ราย จากพื้นที่ศึกษา 2 แห่ง คือ ชุมชนบ้านบุไทร และเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว และวิเคราะห์ด้วยกระบวนการ Systematic Coding มีผลการศึกษตามวัตถุประสงค์กล่าวคือ (1) โซ่คุณค่า M-I-T ประกอบด้วย กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักจำแนกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชุมชน องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน องค์กรภาคการศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มเชื่อมโยงที่มีบทบาทในการสร้างคุณค่าร่วมที่จะทำให้เกิดผลสำเร็จ รูปแบบได้แก่ 1. การร่วมอนุรักษ์ (การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น) 2. การร่วมบริหารจัดการ M-I-T เพื่อชุมชน 3. การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (สนับสนุนและจัดสรรงบประมาณงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการร่วมเพิ่มพูนสมรรถนะของบุคลากรในชุมชน 4. การกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนา และ 5. บทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์ โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มต่างก็มีบทบาทที่เชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซ่ เพื่อร่วมกันสร้างคุณค่าให้กับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยมีกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ตลอด ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ด้วยจิตบริการแบบไทย 4 รูปแบบ ได้แก่ ช่วยเหลือ

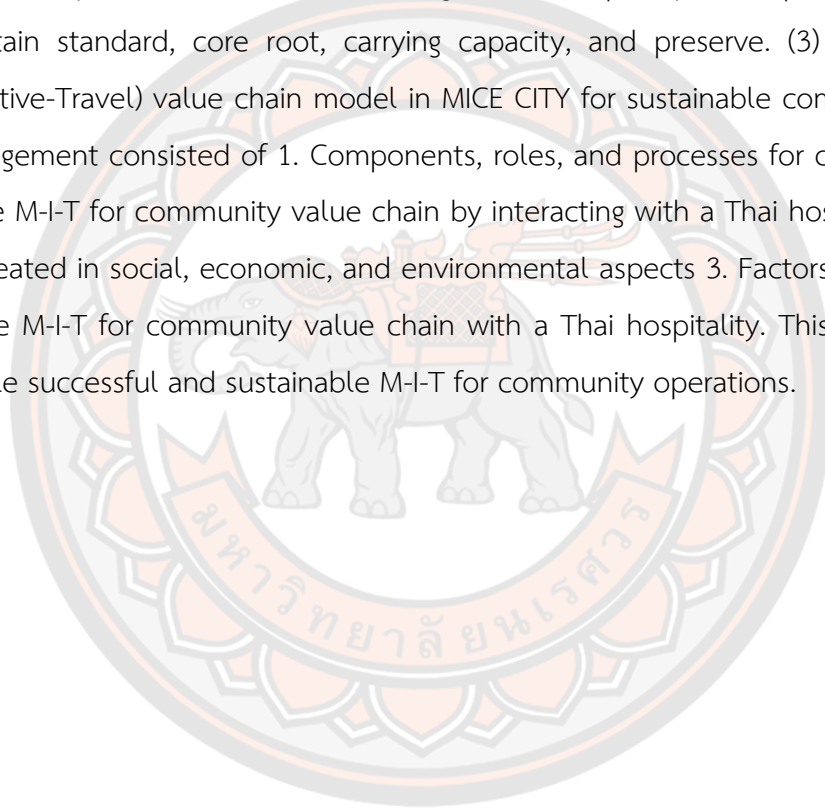
เกื้อกูล ผูกมิตร ไว้เนื้อเชื่อใจ และใช้วิถีถิ่น (2) ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากมีส่วนได้ส่วนเสีย การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการหารือร่วมกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้าน MICE จำนวน 11 ท่าน ด้วยวิธีการ Delphi พบเกณฑ์ในการเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) 8 ปัจจัย ได้แก่ 1. แพคเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่าย 2. ผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง 3. การให้บริการเกินความคาดหวัง 4. ความเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน 5. การรักษามาตรฐานด้านการให้บริการและมีการพัฒนาอยู่เสมอ 6. ทรัพยากรท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนที่มีแก่นราก 7. การจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และ 8. การรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย (3) รูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ที่ประกอบไปด้วย 1. องค์กรประกอบ บทบาทหน้าที่ และกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย 2. คุณค่าที่ถูกสร้างขึ้นด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม 3. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนด้วยจิตบริการแบบไทย โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างประสบความสำเร็จและยั่งยืน

Title	MEETING-INCENTIVE-TRAVEL VALUE CHAIN WITH THAI HOSPITALITY APPROACH TO MODELLING MICE FOR COMMUNITY
Author	Sasithorn Rattanaprayoon
Advisor	Jaruwan Daengbuppha, Ph.D.
Academic Paper	Ph.D. Dissertation in Tourism and Hospitality Management - (Type 2.1), Naresuan University, 2023
Keywords	Value Chain, Thai Hospitality, Co-creation

ABSTRACT

This study aims to 1) analyze the components of Roles and Value Co-creation Process of M-I-T Value Chain Stakeholders for Communities in MICE CITY of Thailand 2) analyze the success factors of M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) for community value chain in the MICE CITY of Thailand and 3) suggest a model of M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) value chain in MICE CITY for sustainable community-based tourism management. This study used a qualitative approach in ethnography style, used grounded theory process and collect data form 50 stakeholders who related with M-I-T for community of Busai Community and Noen Maprang community cooperative network with multiple realities method. The researcher examined data by methodological triangulation and analyzed by systematic coding process. The results of the study according to the objectives are as follows: (1) The M-I-T for community value chain consists of 6 stakeholder groups: community members, government agencies, private sectors, academic sectors, tourists, and connector that play 8 roles in co-creating value. The 5 roles consist of conservation, M-I-T for community management, budget support for the tourism development, policies setting for development supporting, and co-creating experiences. Each stakeholder group has roles that are linked together in a chain for co-creating values for M-I-T for the community operations. The process of value co-creation started with groups of stakeholders co-create value through various roles. The roles consisted of nature conservation, preservation of local lifestyle and culture, M-I-T Management for

Community, budget support, increasing knowledge, policy formulation, performance appraisal and creating experience. The 3 processes of co-creating value through interaction consist of upstream, middle stream and downstream that used 4 forms of Thai hospitality interaction. The 4 forms of Thai hospitality interaction were supporting, congeniality, constant, and local culture (2) The researcher also created key factors for the success of the M-I-T for community value chain by survey, literature review, and discussion with a group of 11 MICE experts (Delphi Technique). These 8 key factors were entire Package, leadership, beyond expectation, network, maintain standard, core root, carrying capacity, and preserve. (3) M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) value chain model in MICE CITY for sustainable community tourism management consisted of 1. Components, roles, and processes for co-creating value in the M-I-T for community value chain by interacting with a Thai hospitality 2. Value co-created in social, economic, and environmental aspects 3. Factors for the success of the M-I-T for community value chain with a Thai hospitality. This model aims to enable successful and sustainable M-I-T for community operations.



ประกาศคุณูปการ

การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีจากความกรุณาของ ดร.จากรุวรรณ แดงบุบผา อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ผู้คอยสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้อย่างเต็มที่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา อีกทั้งยังเป็น ต้นแบบในการทำงานด้านวิชาการในอนาคตต่อไป นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริ เพ็ญ ดาบเพชร ในความเมตตาให้คำแนะนำในการศึกษาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา และเพิ่มพูนความรู้ทาง วิชาการครั้งนี้ อีกทั้งขอขอบพระคุณท่าน รองศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภีรานนท์ ประธานกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ รวมถึงอาจารย์กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิได้แก่ ดร.เกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์ และ ดร.เพชรศรี นนทศิริ ที่กรุณาให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ และแนวคิด ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องในการทำวิจัย จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่า ในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ใน การวิจัยพร้อมทั้งให้คำแนะนำ ตลอดจนข้อคิดที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัย

ขอขอบพระคุณอาจารย์วีรยา มีสวัสดิกุล อาจารย์เบญจพร แยมจำเมือง และอาจารย์กิตติ พิชญ์ กิตติพรไพบูลย์ สนับสนุนความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล รวมถึงการเรียนรู้อีกกันตลอด ระยะเวลาที่ผ่านมา

เหนือสิ่งอื่นใดขอขอบพระคุณบิดา มารดา สามี บุตร และครอบครัว ในการเป็นกำลังใจ สำหรับการทำงาน และเป็นแรงบันดาลใจสำคัญสำหรับการเรียนตลอดชีวิตที่ผ่านมาและในอนาคต

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่าคุณค่าจากการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถสร้างคุณประโยชน์ให้แก่แหล่ง ท่องเที่ยวแสวงบุญทั้งหลาย รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาด้านการท่องเที่ยวต่อไป คุณประโยชน์ใดๆ ก็ตามอันเป็นผลจากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขออุทิศให้ให้แก่พระศาสนาและผู้มีคุณทุกท่าน

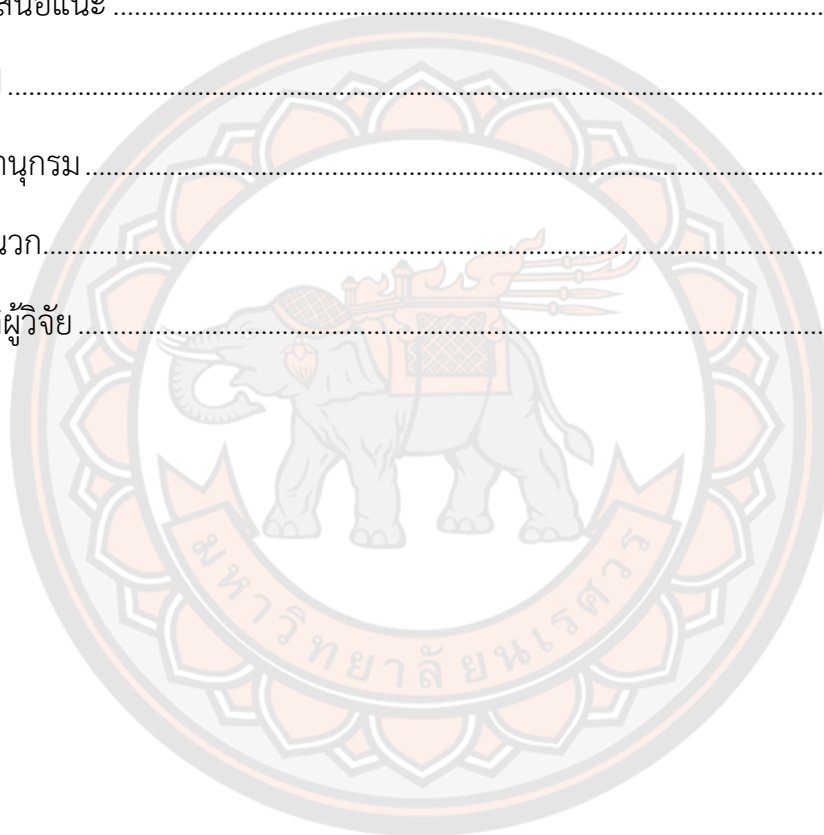
ศศิธร รัตนประยูร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
ประกาศคุุณูปการ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูปภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	13
ขอบเขตของงานวิจัย.....	13
ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	14
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	17
นิยามศัพท์เฉพาะ	19
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	21
สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Situation of Community Based Tourism)	21
โมเดลเพื่อชุมชน (M-I-T for Community).....	23
องค์ประกอบและบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	37
แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	40
การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย (Thai Hospitality).....	49

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนด้วยจิตบริการ แบบไทย	63
บริบทพื้นที่	67
กรอบแนวคิดการวิจัย	77
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	78
การออกแบบการวิจัย	80
กระบวนทัศน์การวิจัย (Research Paradigm)	80
วิธีการ (Method)	81
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	85
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	86
แผนการทำงานวิจัย	94
การเก็บรวบรวมข้อมูล	95
การวิเคราะห์ข้อมูล	98
จริยธรรมการวิจัย	103
สรุป	104
บทที่ 4 ผลการวิจัย	105
องค์ประกอบ บทบาทและกระบวนการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย ของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย	106
ตอนที่ 1 องค์ประกอบของโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	106
ตอนที่ 2 บทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	156
ตอนที่ 3 กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบ ไทย	177

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของ ประเทศไทย	201
บทที่ 5 บทสรุป.....	222
สรุปผลการวิจัย.....	222
อภิปรายผลการวิจัย	253
ข้อเสนอแนะ	301
สรุป	303
บรรณานุกรม	304
ภาคผนวก.....	325
ประวัติผู้วิจัย	365



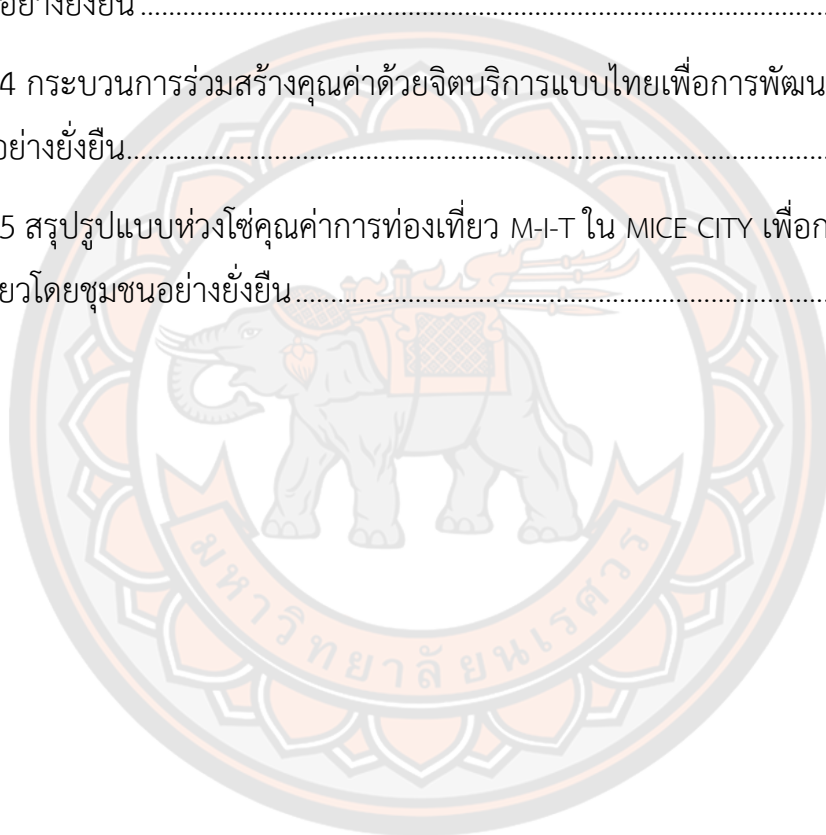
สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ความแตกต่างระหว่างการประชุมของสมาคมกับการประชุมของบริษัท.....	30
ตาราง 2 สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อธุรกิจ	35
ตาราง 3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	87
ตาราง 4 แผนการทำงานวิจัย.....	94
ตาราง 5 สรุปลักษณะของผู้นำชุมชน	110
ตาราง 6 สรุปและเปรียบเทียบในด้านของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม	150
ตาราง 7 บทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ที่ประสบความสำเร็จจาก case study.....	157
ตาราง 8 การมีส่วนร่วมในกระบวนการการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย (ภาพรวม).....	178
ตาราง 9 คุณค่าที่ถูกสร้างขึ้นจากกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย.....	197
ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อความที่เกี่ยวกับความเห็นด้วยของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญใน ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน โดยเรียงตามร้อยละของเสียงข้างมาก.....	203
ตาราง 11 การเปรียบเทียบการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของพื้นที่ศึกษาทั้ง 2 แห่งตามปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน 8 ปัจจัย.....	205

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ห่วงโซ่คุณค่าของ Porter.....	40
ภาพ 2 รูปแบบห่วงโซ่คุณค่าด้านกิจกรรมท่องเที่ยว.....	47
ภาพ 3 กระบวนการถ่ายทอดจิตบริการแบบไทย.....	51
ภาพ 4 การถ่ายทอดค่านิยมจิตบริการแบบไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ.....	52
ภาพ 5 กลุ่มชุมชน (Community) ของเครือข่ายชุมชนคนรักเนินมะปราง.....	68
ภาพ 6 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องการพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัด ประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย.....	77
ภาพ 7 การออกแบบการวิจัยเรื่อง การพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัด ประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย.....	79
ภาพ 8 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	100
ภาพ 9 การพัฒนารูปแบบ.....	102
ภาพ 10 องค์ประกอบของโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน.....	107
ภาพ 11 องค์ประกอบของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ฝั่งอุปทาน.....	108
ภาพ 12 รูปแบบของการนำของผู้นำชุมชนในการพัฒนา M-I-T เพื่อชุมชน.....	111
ภาพ 13 การวิเคราะห์ Systematic Coding ด้านองค์ประกอบของกลุ่มผู้ดำเนินงาน.....	116
ภาพ 14 การทำซ้ำแวแตกงา.....	125
ภาพ 15 กิจกรรมปิ่นเขาหินปูนโง้งถ้ำหนอง.....	126
ภาพ 16 อุโมงค์ไม้ไผ่ สวนลุงอินทร์.....	129
ภาพ 17 ห้องประชุมของชุมชนบ้านผารังหมี.....	131
ภาพ 18 รถรำนำเที่ยวของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง.....	133

ภาพ 19 รถอีแต่นำเที่ยวของเครือข่ายเชียงใหม่คนรักเนินมะปราง	133
ภาพ 20 กลุ่มวัฒนธรรมไททรงดำของเครือข่ายเชียงใหม่คนรักเนินมะปราง	135
ภาพ 21 องค์ภครภาครัฐในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน	139
ภาพ 22 องค์ภครภคการศึกษาในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน	142
ภาพ 23 คุณค่าที่ถูกสร้างขึ้นจากกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการอย่างยั่งยืน	199
ภาพ 24 กระบวนการร่วมสร้างคุณค่าด้วยจิตบริการแบบไทยเพื่อการพัฒนา M-I-T เพื่อชุมชนอย่างยั่งยืน	200
ภาพ 25 สรุปรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน	235



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 90 โดยได้รับการสนับสนุนจาก NoVib ซึ่งเป็นองค์กรด้านการพัฒนาจากเนเธอร์แลนด์ (Hummel, 2012) การท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิดการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Mathieson and Wall, 1982; Wall and Mathieson, 2006) ที่ประกอบด้วย การปรับปรุงมาตรฐานการครองชีพและการลงทุนและเพิ่มกิจกรรมทางธุรกิจ (Belisle & Hoy, 1980; Tosun, 2002; Um & Crompton, 1990; Liu et al., 1987; Prentice, 1993) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน (Lankford & Howard, 1994; Liu & Var, 1986) การฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิม (Wang et al., 2015) รวมไปถึงการกระตุ้นสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย (Var & Kim, 1989) และในระยะหลังทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวกระแสหลักได้ถูกพัฒนาขึ้นให้เป็นกลยุทธ์ยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนและบริหารจัดการผลกระทบด้านลบที่เกิดจากการท่องเที่ยวแบบมวลชนที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (López-Guzmán, 2011; Mtapuri & Giampiccoli, 2017; Gadi Djou et al, 2017) ซึ่งพบในยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ปี 2555 – 2559 ที่มุ่งเน้นในการป้องกันและแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว การสร้างและกระจายรายได้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่นเดียวกัน โดยในปี พ.ศ. 2559 รัฐบาลไทย ได้ผลักดันให้เกิดโครงการ “Localism & Staycation” หรือ “ที่สุดของการท่องเที่ยวท้องถิ่น” ที่มุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างสำนึกพื้นถิ่น (Localism) เพื่อสร้างโอกาสให้คนในท้องถิ่นได้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาท้องถิ่นของตนเองได้อย่างสร้างสรรค์ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) นำไปสู่การเกิดกระแสนิยมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชุมชนขยายตัวจาก 50 ล้านคน ในปี 2554 เป็น 90 ล้านคน ในปี

2561 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) และในปีเดียวกันนั้นรัฐบาลได้ดำเนินโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเสริมสร้างความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานราก ที่มั่นคงและมีเสถียรภาพ ซึ่งโครงการนี้ส่งผลให้เกิดการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน การเข้าถึงช่องทางในการจัดจำหน่ายที่สะดวกขึ้น การพัฒนาวิธีการนำเสนอความสร้างสรรค์ เสน่ห์ อัตลักษณ์ และวิถีชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณค่า (กรมการพัฒนาชุมชน, 2561) ซึ่งผลการดำเนินงานนี้ ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นลำดับที่ 4 ของโลกในปี 2561 โดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3 ล้านล้านบาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

แม้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถสร้างรายได้มากมาย แต่จากการศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของนักวิจัยหลายท่านพบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไม่ได้ถูกใช้จ่ายในชุมชนอย่างแท้จริง ผลประโยชน์ส่วนใหญ่มักตกแก่ผู้ประกอบการภายนอกชุมชน เช่น ผู้นำเที่ยว บริษัททัวร์ รีสอร์ท หรือโรงแรมชื่อดัง (Rebutin, 2009; Lacher & Nepal, 2010) และในประเทศไทยได้พบกรณีการกระจายผลประโยชน์และผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้เช่นกัน จากการศึกษาขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในปี 2561 พบว่าเกิดการรั่วไหลของเม็ดเงินที่เป็นต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการของชุมชนจากมูลเหตุสำคัญอันได้แก่ การที่ชุมชนหรือคนในชุมชนไม่ได้เป็นเจ้าของธุรกิจด้วยตนเอง การจ้างบุคลากรจากนอกพื้นที่ ทั้งในการบริหารจัดการและการให้บริการ และการนำเข้าวัตถุดิบหรือสินค้าจากนอกพื้นที่มาประกอบการผลิตสินค้าและบริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทำให้เกิดต้นทุนที่สูงจนไม่คุ้มค่ากับรายได้ที่เกิดขึ้นแก่ชุมชน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนแล้วแต่สร้างความยากลำบากในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เกิดความพัฒนาดังความมุ่งหวังของรัฐบาลไทยที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว อันได้แก่ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว บุคลากรทางการท่องเที่ยว การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยว การยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวในภาพรวม และการลดปัญหาทางการท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนาเครื่องมือ กระบวนการและแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในสอดคล้องกับสถานการณ์ท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2561; สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561) จากเหตุผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวด้วย

รูปแบบเดิมๆ อาจยังไม่สามารถสร้างผลกระทบด้านบวกให้แก่ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก จนทำให้การท่องเที่ยวในชุมชนเกิดการล่มสลายไปในบางชุมชน และในหลายๆ ชุมชนกำลังเกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ โดยสาเหตุที่เกิดขึ้นมาจากการที่ชุมชนท่องเที่ยวขาดการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ คือ ปัญหาด้านการตลาด การบริหารจัดการ การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) นอกจากนั้นแล้วการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมาทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการทำลายวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมดั้งเดิม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนอีกด้วย (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2562)

อย่างไรก็ตามภาครัฐได้มีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยนับตั้งแต่ปี 2561 รัฐบาลไทยโดยการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ได้มีการดำเนินโครงการ Thailand 7 MICE Magnificent Themes อันประกอบไปด้วย 1. การผจญภัย (Exhilarating Adventures) 2. นำเสนออาหารไทยทุกการจัดงานที่หลากหลาย (Culinary Journeys) 3. กิจกรรม CSR และการประชุมเชิงอนุรักษ์ (CSR and Green Meetings) 4. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Fascinating History and Culture) 5. การสร้างทีมเวิร์ค (Treasured Team Building) 6. การจัดงานและกิจกรรมหรูหรามีระดับ (Lavish Luxury) และ 7. กิจกรรมบรรยากาศชายหาด (Beach Bliss) เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการท่องเที่ยวในประเทศรูปแบบใหม่ๆ ควบคู่กับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยใช้นโยบาย “ไมซ์เพื่อชุมชน”(MICE for community) (1) เพื่อพัฒนาสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์หรือเส้นทางกิจกรรมไมซ์ใหม่สำหรับผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมไมซ์ และ (2) เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและระบบเศรษฐกิจในชุมชน ด้วยคุณลักษณะสำคัญของธุรกิจไมซ์ที่สามารถเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย (ประพนธ์ เล็กสุมา และนรินทร์ สังข์รักษา, 2021) โครงการไมซ์เพื่อชุมชนมีการดำเนินงานร่วมกันระหว่างสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และกรมส่งเสริมสหกรณ์ โดยดำเนินการคัดเลือกชุมชนสหกรณ์ที่มีศักยภาพในการรองรับการจัดงานไมซ์ ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนสหกรณ์เหล่านี้กลายเป็นแหล่งฝึกอบรม ศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรมเรียนรู้นอกสถานที่ รวมไปถึงกิจกรรมพิเศษผ่านการสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาทั้งในด้านของเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กันไป (MARKETEER TODAY, 2018) ในการดำเนินโครงการในปีที่ 1 ได้มีชุมชนสหกรณ์ที่เข้าร่วมจำนวน 35 ชุมชนสหกรณ์

และการดำเนินโครงการในครั้งนั้นประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงได้มีการต่อยอดเพิ่มเติม เป็น 85 ชุมชนสหกรณ์ในปีถัดมา การดำเนินโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่ต้องการรูปแบบใหม่ของห้องประชุมและสถานที่ รูปแบบการเข้าร่วมประชุม และประสบการณ์ใหม่ที่ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง โดยโครงการนี้สามารถกระตุ้นให้ชุมชนได้ตื่นตัวและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมากขึ้น โดยเฉพาะชุมชนบ้านตะเคียนเตี้ย ที่ตั้งอยู่ในเมืองพัทยา นั้นมีรายได้เพิ่มมากขึ้นถึง 200% (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2562) อีกทั้งยังทำให้ชุมชนมีความเข้าใจไมซ์มากขึ้นอีกด้วย การดำเนินการในส่วนนี้ทำให้เกิดช่องทางในการเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวในชุมชนอีกหนึ่งช่องทาง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและประชุมสัมมนาในชุมชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการจัดไมซ์ให้ครอบคลุมไปยังชุมชนต่างๆ ทำให้ตลาดไมซ์ชุมชนเจริญเติบโตและกระจายรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชนอย่างทั่วถึงและแท้จริง

แต่จากการดำเนินการโครงการไมซ์เพื่อชุมชนโดยสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในปี พ.ศ. 2561 – 2562 ประกอบกับการลงพื้นที่เพื่อศึกษาชุมชนเป้าหมายทั้ง 2 แห่ง อันได้แก่ชุมชนบ้านบุไทรและเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักนินมะปร่าง ที่ดำเนินกิจกรรมไมซ์เพื่อชุมชนไปแล้วในเบื้องต้นทำให้ทราบว่า สำหรับการดำเนินงานด้าน MICE ในชุมชนอาจจะยังไม่เหมาะสมที่จะดำเนินการให้ครบทั้ง 4 กิจกรรม (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) สาเหตุมาจากข้อจำกัดของขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชน เนื่องจากกิจกรรม Conventions คือ การประชุมนานาชาติที่มีผู้เข้าร่วมประชุมเป็นจำนวนมาก ซึ่งโดยปกติจะมีผู้เข้าร่วมประมาณ 800 และมักจะเป็นการจัดของสมาคมระดับนานาชาติ (Trišić, 2018) ส่วน Exhibitions คือ การจัดงานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อขายให้แก่อุตสาหกรรมร้านค้า และผู้ซื้อที่ต้องใช้สถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย โดยทั่วไปแล้วมักจะจัดในพิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ ห้องแสดงสินค้าขนาดใหญ่ และงานแสดงสินค้านานาชาติ (Štetiš, 2011) ซึ่งทั้ง 2 กิจกรรมนี้ไม่เหมาะสมที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับบริบทชุมชน เนื่องจากผลการดำเนินงานโครงการไมซ์เพื่อชุมชนที่ผ่านมาและผลจากการสำรวจพื้นที่เป้าหมายเบื้องต้นทั้ง 2 แห่ง พบว่า จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่ชุมชนส่วนใหญ่สามารถรองรับได้คือไม่เกิน 500 คน อีกทั้งอุปสรรคในการสื่อสารภาษาต่างชาติของชุมชนยังคงเป็นข้อจำกัดหนึ่งที่ยังเป็นประเด็นสำคัญอยู่ จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึง

เล็งเห็นถึงความเหมาะสมของการนำกิจกรรมท่องเที่ยว M-I-T หรือ Meeting, Incentive และ Travel มาประยุกต์ใช้กับบริบทของชุมชนเนื่องจาก Meeting (การประชุม) หมายถึง ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร ซึ่งเป็นการจัดประชุมของกลุ่มบุคคลในองค์กรเดียวกันหรือเครือข่ายเดียวกัน อาจเป็นการประชุมระดับชาติ ภูมิภาค นานาชาติ หรือระดับภายในประเทศก็ได้ โดยทั่วไปแล้วจะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 50 คน การประชุมอาจใช้ระยะเวลาถึง 45 วัน ดังนั้นจึงต้องมีการจัดเตรียมที่พักและสถานที่ประชุมให้พร้อม (Stetiš, 2011) โดยเฉพาะการประชุมของบริษัท หรือ Meeting of Corporations and Conferences ที่มีรูปแบบกิจกรรมที่มีความหลากหลาย มีจำนวนผู้เข้าร่วมน้อยกว่า 200 คน มักจะถูกจัดในโรงแรม ศูนย์การประชุม และสถานที่แปลกใหม่ มีระยะเวลาในการจัดงานโดยปกติ 2-3 วัน และเป็นการประชุมที่สามารถจัดงานได้ตลอดทั้งปี (Rogers, T., 2008) โดยการประชุมประเภทนี้จะมีบริบทที่มีความลงตัวสำหรับการจัดการประชุม M-I-T เพื่อชุมชนอย่างมาก เนื่องจากเป็นการประชุมที่ต้องการสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ ซึ่งสถานที่ประชุมในชุมชนที่มีมีอัตลักษณ์และกลิ่นอายของธรรมชาติก็สามารถตอบโจทย์ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งการจัดงานที่สามารถจัดได้ตลอดทั้งปียังสามารถลดจุดด้อยของการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่เป้าหมายที่มักจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังชุมชนในช่วงฤดูหนาวเท่านั้น (อรุณศรี นามชุย, 2559) และในส่วนของ Incentive travel (การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายของบริษัท โดยบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งจะเป็นเครื่องมือที่บริษัทใช้เพื่อกระตุ้นพนักงานให้สามารถแสดงศักยภาพในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น (Swarbrooke & Horner, 2001) โดยรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนี้จะมีลักษณะสำคัญ คือ เป็นการการท่องเที่ยวที่เน้นเฉพาะสิ่งที่ดีที่สุด เนื่องจากเป็นรางวัลสำหรับผู้ที่มีผลงานดีเด่น เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างความประทับใจ (ปภาวดี ประจักษ์ศุภานิติ และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา 2546) จากความสำคัญดังกล่าว การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจึงมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เนื่องด้วยความหลากหลายของพื้นที่กิจกรรม ทรัพยากรท่องเที่ยว และความมีอัตลักษณ์ของชุมชนเอง ก็จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีอีกด้วย (ชำนานญา, 2021) และลำดับสุดท้าย Travel (การเดินทางท่องเที่ยว) หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด สัมผัสกับสถานที่และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ที่มีใช้สถานที่ที่พำนักอาศัยประจำ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้นจะต้องเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งสถานที่ที่ไปเยี่ยมชมต้องมีสิ่งดึงดูดใจ และมีการ

จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่ผู้เดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยวผ่านการใช้ปฏิสัมพันธ์ (McIntosh, Goeldner, and Ritchie, 1995; Coltman, 1989; Mills, 1990; ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร, 2542) หากกล่าวให้ลึกลงไปนั้น การท่องเที่ยวประเภทไมซ์และการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจก็มีความสัมพันธ์กันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากกิจกรรมหลักของการเดินทางกลุ่มไมซ์คือ การประชุมสัมมนา และกิจกรรมรองหลังจากเสร็จสิ้นจากกิจกรรมหลักนั้นก็คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจนั่นเอง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2561) ดังนั้นการพัฒนาชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม อันได้แก่ M-I-T จึงเป็นสิ่งที่ชุมชนต้องเร่งรีบในการดำเนินการ เพื่อเร่งเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในลำดับต้นๆ

หากพิจารณาองค์ประกอบของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ M-I-T เพื่อชุมชน จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะที่แตกต่างกันตามแนวคิดของ Bruce (2016) คือกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ กับกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ แต่สำหรับการดำเนินงานในลักษณะที่มีการรวมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกลุ่ม M-I-T ไว้ด้วยกันนั้นยังไม่เคยมีการศึกษาวิจัยมาก่อนว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าวจะมีลักษณะและบทบาทหน้าที่อย่างไร อีกทั้งยังมีนักวิชาการให้ข้อคิดเห็นว่าข้อสำคัญของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้นั้นคือ จะต้องศึกษาและตระหนักถึงองค์ประกอบและบทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดทุกกระบวนการ (Sauter and Leisen, 1999; Swarbrooke, 2001; Freeman, 2010) เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีสิทธิเท่าเทียมกันในการดำเนินงานและมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานนั้นๆ อย่างเท่าเทียมกันด้วยเช่นกัน (Healey, 1996) อีกทั้ง Shamir (1990) ได้ให้ข้อเสนอว่าหากมีการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบ บทบาทหน้าที่ในการมีส่วนร่วม และการสร้างความสัมพันธ์อันดีของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็จะทำให้การดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นองค์ประกอบของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย M-I-T เพื่อชุมชน จึงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจและศึกษาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนต่อไป เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจักเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชนต่อไป เนื่องจากมีการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะดำเนินงานตามหน้าที่ของตนอย่างสุดความสามารถหากรู้จักบทบาทอันแท้จริงของตนเองที่มีในกลุ่ม และรู้สึกว่าเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งขององค์กร (Brown, 1984; Turner, et al, 1979)

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญขององค์กรต่างๆ เป็นอย่างมาก โดยได้มีการศึกษามากมายเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ ความสัมพันธ์ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Aakhus & Bzdak, 2015; Greenwood, 2007; Kujala & Sachs, 2019; J. R. MITchell et al., 2022; Noland & Phillips, 2010; Sachs & Kujala, 2021b) ซึ่งถือว่าเป็นคนหรือกลุ่มคนที่มีผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆขององค์กร (Freeman, 1984) โดยการศึกษาเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมักจะมุ่งเน้นไปที่การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เนื่องจากเป็นประเด็นที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อองค์กร (Freudenreich et al., 2020; Harrison et al., 2010; Harrison & Wicks, 2013) เนื่องจากการศึกษาเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ (AccountAbility, 2011; SocialResponsibility Center, 2013; Siam Cement Group, 2014) นักวิชาการด้านทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมักจะให้ความสำคัญต่อการทำความเข้าใจรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Andriof et al., 2002; Bridoux & Stoelhorst, 2016; Bundy et al., 2013; Harrison & Wicks, 2013; Jones et al., 2018; R. K. MITchell et al., 2015) โดยเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวและการที่องค์กรธุรกิจจะประสบความสำเร็จในระยะยาวได้นั้น องค์กรต้องมีการบริหารโดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรด้วย (Freeman, 2010) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า เนื่องจากทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่าเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้น โดยแนวคิดของคำว่าห่วงโซ่คุณค่าจึงหมายถึงการเชื่อมโยงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทต่างๆ ในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างมูลค่านำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและเชื่อมโยงการทำงานระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าให้ขึ้น เช่น การแบ่งปันทรัพยากรและองค์ความรู้ระหว่างบริษัทท้องถิ่น ตัวแทนจำหน่าย ผู้จัดส่งวัตถุดิบ และผู้นำในตลาด (UNECA, 2014) ซึ่งหากนำเอาแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าเข้ามาใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะทำให้เกิดการสร้างคุณค่าให้แก่กิจกรรมทุกกิจกรรมที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในห่วงโซ่คุณค่า จนเกิดการสร้างคุณค่าของสินค้า/บริการ ที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง ทำให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นในสายตาลูกค้า (Porter, 1985)

แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าเป็นแนวคิดที่ใช้สำหรับพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดให้ธุรกิจเจริญเติบโตในตลาดได้เป็นอย่างดี (Porter, 1985) โดยการสร้างความร่วมมือเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างแต่ละกิจกรรมย่อยและกิจกรรมสนับสนุน เรียกว่าระบบสร้างคุณค่า ซึ่งถูกใช้อย่างเหมาะสมเพื่อให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Porter, 1985) สำหรับการประยุกต์ใช้รูปแบบของห่วงโซ่คุณค่าแบบเดิมมาเป็นห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนบางอย่างให้เหมาะสม (Christie, 2010) จากห่วงโซ่คุณค่าแบบดั้งเดิมของ Porter เปลี่ยนให้มาอยู่ในรูปแบบของห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนจากภาคการผลิตให้มาเป็นภาคบริการ ห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความสามารถในการสร้างและการจัดการภาคส่วนต่างๆของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้รับการช่วยเหลือและสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ในการผลักดันให้เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง (Corigliano, 2012) จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่อยู่ในห่วงโซ่ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นบุคคล องค์กร หรือบริษัท ล้วนแล้วแต่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าที่จะต้องดำเนินงานร่วมกันเพื่อสร้างคุณค่าในทุกๆ กระบวนการให้สามารถส่งมอบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวแก่ลูกค้าได้อย่างน่าพึงพอใจ (Bititci Y. Y., 2006; Romero and Tejada, 2011) จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า นักวิชาการให้ความสำคัญกับห่วงโซ่คุณค่าในฐานะเป็นกลยุทธ์ในการสร้างโอกาสให้แก่ธุรกิจเพื่อเข้าสู่การแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าในช่วงเวลาที่ผ่านมามักจะเป็นการศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคและการวิเคราะห์องค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมหรือองค์กรภาคเอกชนที่ไม่ได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง แต่มุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมการผลิตเสียเป็นส่วนใหญ่ (Mete and Acuner, 2014; Vattikoti and Razak, 2018; Setthachot sombut, 2020) แต่ก็มีบางส่วนที่ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวโดยตรง แต่เป็นการศึกษาเพื่อนำห่วงโซ่คุณค่าไปใช้ในการยกระดับการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจหรือการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว (Kaplinsky, 1999; Kaplinsky and Morris, 2001; Filda Rahmiati et al, 2019) และด้านสิ่งแวดล้อมหรือการศึกษาถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อลดภาวะเรือนกระจกที่นานาประเทศต่างก็เป็นกังวล (Donald, 2004; Halberg, 2004; Dalgaard et al., 2008) ซึ่งถือว่ายังไม่เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ เนื่องจากขาดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอีก 1 องค์ประกอบ อันได้แก่ ด้านสังคม กล่าวได้ว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังมีช่องว่างขององค์ความรู้

นั่นคือการขาดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านสังคม ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงเลือก ทำการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน ในการยกระดับการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดย ชุมชนของพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 แห่ง ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างประโยชน์แก่ การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างยั่งยืน รวมถึงประโยชน์ด้านวิชาการต่อไป

เพราะเหตุนี้เพื่อเป็นการเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญ ของการยกระดับ M-I-T เพื่อชุมชน ด้วยการนำกรณีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยเข้ามาใช้เพื่อ มุ่งเน้นในการร่วมสร้างคุณค่าด้านสังคม เนื่องจากจิตบริการแบบไทยนอกจากสามารถนำมาเป็นกล ยุทธ์ในการให้บริการเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการแล้ว ยัง สามารถนำมาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดความสามารถในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมี ประสิทธิภาพ และการพัฒนาเพื่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีไทยให้อยู่ ควบคู่สังคมไทยไปอย่างยั่งยืน เนื่องจากจิตบริการแบบไทยคือการผสมผสานอย่างลงตัวของจิตบริการ เชิงพานิชย์ จิตบริการเชิงสังคม และจิตบริการส่วนบุคคล (จารุวรรณ แดงบุบผา และคณะ, 2562) นอกจากนั้นแล้วด้วยคุณลักษณะเด่นของห่วงโซ่คุณค่าในโมเดลเพื่อชุมชนที่มุ่งเน้นในเรื่องของการ ดำเนินงานร่วมกันของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในลักษณะที่เชื่อมโยงกันเหมือนห่วงโซ่ หรือเป็น การเชื่อมโยงกันของผู้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในโมเดลเพื่อชุมชน อีกทั้งยังเป็นการ ร่วมกันรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมาอย่างทั่วถึงกัน (Bititci Y. Y., 2006; Romero and Tejada, 2011) จึงทำให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า ไม่ ว่าจะเป็นในด้านของปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนของอุปทาน และในด้านของ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนของผู้สงค์และอุปทาน (Hadziahmetovic, 2013) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโมเดลเพื่อชุมชนที่ใช้จิตบริการแบบไทยใน การดำเนินงานร่วมกันของทุกกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเป็นลักษณะของผู้คนที่ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าในโมเดลเพื่อชุมชน ที่ต่างก็ได้รับอิทธิพลจากหลักศาสนา ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีชีวิตในสังคมไทย หรือเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangible) แสดงออกผ่านตัวบุคคลสู่ การดำเนินงานร่วมกันและการให้บริการ โดยจิตบริการแบบไทยถือว่าเป็นตัวแทนของพิธีกรรมที่มี ความสอดคล้องกับการปฏิบัติทางศาสนาของพุทธศาสนิกชนและค่านิยมหลักของจิตบริการแบบ ไทยหรือหลักศีลธรรมนั่นเอง นอกจากนี้คุณลักษณะของจิตบริการแบบไทยยังมีส่วนที่เป็นค่านิยม ร่วมกันทั้งประเทศ (Thai tradition) และค่านิยมเฉพาะของท้องถิ่น (local tradition) อีกด้วย

(Siripen Dabphet, 2020; จารุวรรณ แดงบุผา และคณะ, 2560 เพชรศรี นนท์ศิริ, 2563) โดยการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าเป็นการศึกษาผ่านมุมมองของความเป็นเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน ในรูปแบบของความเป็นองค์กรธุรกิจมิใช่รูปแบบของการดำเนินงานโดยชุมชน ดังนั้นการศึกษาถึงลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยของไมซ์เพื่อชุมชนจึงเป็นการดำเนินงานรูปแบบใหม่ที่ยังไม่มี การศึกษามาก่อน ทำให้ยังไม่ทราบว่าการปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยของไมซ์เพื่อชุมชนมี ลักษณะเป็นอย่างไร สามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มใด ในด้านใด อย่างไรบ้าง และควรมีปัจจัยใดบ้างที่จะทำให้การดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชนมีความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จ จนเป็นการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนในชุมชน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมๆที่เคยนำมาใช้ในชุมชนแล้ว

คำว่าปฏิสัมพันธ์ (Interaction) คือ ความสัมพันธ์เชิงพฤติกรรมหรืออากัปกริยา (Action) ที่แสดงออกในการติดต่อซึ่งกันและกันกับผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย การทักทาย การยิ้ม การโต้ตอบ การแสดงอากัปกริยาและท่าทางต่อกัน (ธรรมรงค์ ใจสมคม, 2562) ส่วนการให้บริการอย่างมีจิตบริการแบบไทยสามารถกล่าวโดยสรุปว่า คือ การต้อนรับดูแลประดุจญาติมิตร นั่นเอง ซึ่งจากการศึกษาพื้นที่เป้าหมายเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงการให้ความสำคัญของการมีปฏิสัมพันธ์กันของผู้มาเยือนกับท้องถิ่น ชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยว ในรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน ที่ชุมชนได้ถ่ายทอดออกมาผ่านการให้บริการแก่ผู้มาเยือน จิตบริการแบบไทยจึงเป็นองค์ประกอบของประสบการณ์เชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Experience) ที่เป็นการสร้างสรรค์ร่วมกัน (Co-creation) ของทั้งฝั่งอุปสงค์และอุปทาน (จารุวรรณ แดงบุผา และคณะ, 2560) อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาเกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยทำให้ทราบว่า มีเพียงการมุ่งเน้นในเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการกับผู้รับบริการในฐานะเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนในบริบทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเสียเป็นส่วนใหญ่ (Siripen Dabphet, 2020; จารุวรรณ แดงบุผา และคณะ, 2560; เพชรศรี นนท์ศิริ, 2563) ขณะที่การศึกษาด้านจิตบริการในอุตสาหกรรมต่างมุ่งเน้นในด้านของการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการระหว่างผู้นำองค์กรกับพนักงานในองค์กร และพนักงานในองค์กรกับเพื่อนร่วมงานเท่านั้น (Hershcovis & Bhatnagar, 2017; Priesemuth, 2013; Zoghbi-Manrique-de-Lara et al., 2013) มีเพียงการศึกษาเกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยในหมู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งฝั่งอุปสงค์และอุปทานและทุกระดับของการดำเนินองค์กร (การบริหารองค์กร การออกแบบบริการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และ

การตลาดเชิงวัฒนธรรม) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ (ธุรกิจท่องเที่ยว ที่พัก สปา และการจัดประชุม) พัฒนาแนวคิดค่านิยมของจิตบริการแบบไทย (Thai Hospitality Values) (4C ที่ประกอบไปด้วย วัฒนธรรมไทย (Culture) การเอาใจใส่ (Caring) การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (Compassion) และการทำให้เข้ากันได้ (Compatibility) ที่มุ่งยกระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ โดย จารุวรรณ แดงบุบผา และคณะ (2560) จึงพบว่า จิตบริการแบบไทยมีความสำคัญต่อการยกระดับคุณค่าของการบริการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาในด้านของการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งยังไม่มีการศึกษาที่มุ่งด้านนี้มาก่อน ดังนั้นการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยเพื่อสร้างคุณค่าอย่างยั่งยืนในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ทั้งในฝั่งอุปสงค์และอุปทาน จึงเป็นประเด็นที่ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อจะได้เป็นการสร้างสรรค์คุณค่าให้แก่การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้แล้วการมีปฏิสัมพันธ์ที่อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับอรรถประโยชน์ที่ส่งผลในทางลบ (Fyrberg and Juriado, 2009) ก็จะสามารถสร้างความเสียหายให้แก่การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้ ดังนั้นการมีหลักการหรือแนวทางให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ที่มุ่งเน้นไปที่กระบวนการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยเพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันเพื่อสร้างคุณค่าด้านบวกและสร้างความสำเร็จได้นั้น จำต้องมีปัจจัยแห่งความสำเร็จควบคู่ไปด้วย เนื่องจากปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากที่ต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์และเป้าหมาย หรือเป็นการให้หลักการ แนวทาง หรือวิธีการที่ชุมชนจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายได้ ปัจจัยแห่งความสำเร็จจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือหรือวิธีการฝึกการแยกแยะและวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่จะต้องเร่งดำเนินการให้ดีที่สุด เพื่อการบรรลุเป้าหมายการประกอบการที่เหนือกว่าในกลุ่มผู้ประกอบการนั้นๆ (สุกานดา ภมรศิลป์ธรรม, 2560)

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จถูกกล่าวถึงครั้งแรก โดย Daniel (1961) ว่า เป็นปัจจัยที่สามารถชี้ขาดต่อความสำเร็จขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม และต่อมา Ghosh et. al. (2001) ได้ให้นิยามไว้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ยอดเยี่ยมขององค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างคุณค่าและผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการดำเนินงานโดยทั่วไป (Pinto & Slevin, 1987) ซึ่งที่ผ่านมามีการออกแบบและสร้างปัจจัยสู่ความสำเร็จในหลากหลายบริบท (Christensen et al., 1987;

Mintzberg, 1990b; McKinsey Global Institute ,1998; ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2564) และใน ส่วนของปัจจัยแห่งความสำเร็จของห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวโดยทั่วไปก็มีผู้ที่ได้ทำการศึกษา เอาไว้เช่นกัน โดย United Nations Economic Commission for Africa (UNECA, 2014) ได้ ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการแก้ไข ปัญหาความยากจน (Pro-poor Tourism) เสนอว่า ประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ (1) มีการ ปรับปรุงจุดอ่อนในห่วงโซ่คุณค่า (2) มีการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและเชื่อมโยงการทำงานระหว่าง องค์กรในห่วงโซ่คุณค่าให้ขึ้น (3) มีการสร้างการเชื่อมโยงใหม่ๆ ในห่วงโซ่คุณค่า โดยมุ่งให้เกิดผลลัพธ์ที่ ดีต่อผู้มาใหม่หรือห่วงโซ่คุณค่าในภาพรวม จากข้อมูลข้างต้นทำให้ทราบว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่เป็นตัววัดผลการดำเนินงานในแต่ละด้านขององค์กร ที่มีความสำคัญในการสร้างความ ได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งมีการออกแบบและสร้างปัจจัยสู่ ความสำเร็จในหลากหลายบริบท แต่ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เป็นแนวคิดใหม่ที่ยังไม่มี นักวิชาการท่านใดเคยศึกษามาก่อน ทำให้หลักเกณฑ์ของปัจจัยแห่งความสำเร็จยังคงยังไม่ปรากฏแน่ ชัดและยังไม่ทราบว่าการดำเนินงานด้าน M-I-T แบบไหนที่เรียกว่าประสบความสำเร็จ ดังนี้แล้ว งานที่ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมคือ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อ ชุมชนด้วยจิตบริการแบบไทย จึงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจและศึกษาเพื่อพัฒนาองค์การความรู้ ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนต่อไป โดยชุมชนที่จะทำการศึกษา นั้นประกอบไปด้วยพื้นที่ 2 แห่ง ได้แก่ ชุมชนบ้านบุไทร ที่เป็นตัวแทนของชุมชนที่มีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนแบบ ชุมชนเดี่ยว และเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ที่เป็นตัวแทนของชุมชนที่มีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนแบบชุมชนเครือข่ายหรือการดำเนินงานร่วมกันด้วยหลายชุมชน ซึ่งพื้นที่เป้าหมาย ทั้ง 2 แห่ง เป็นชุมชนที่มีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และประสบความสำเร็จมาแล้ว โดย เป็นชุมชนที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น มีการสืบทอดวัฒนธรรม และมีการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย ทำให้เกิดเป็นชุมชนที่มีความยั่งยืน ผู้วิจัยจึงได้เข้าไปฝังตัวเพื่อทำการศึกษา วิจัยและถอดบทเรียนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 แห่ง โดยมี คำถามการวิจัย คือ

1. รูปแบบของการจัดการ MICE เพื่อชุมชนที่จะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดย ชุมชนอย่างยั่งยืนควรเป็นอย่างไร

2. องค์ประกอบ บทบาทหน้าที่ และกระบวนการของโซ่คุณค่าไมซ์เพื่อชุมชนมีอะไรบ้าง

3. ผลกระทบของกระบวนการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าคืออะไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ บทบาท และกระบวนการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนด้วยจิตบริการแบบไทย ใน MICE CITY ของประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนะรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชน ด้วยจิตบริการแบบไทย ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ศึกษา ประกอบไปด้วย องค์ประกอบ บทบาท และกระบวนการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่า โดยใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นกระบวนการ ซึ่งประกอบไปด้วย กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน โดยกิจกรรมหลัก กิจกรรมหลักประกอบไปด้วย 5 กิจกรรมย่อย โดยเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค (Porter, 1985) ซึ่งจะนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวคิดโซ่คุณค่าของไมซ์ซิตี้ (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2017) ที่ประกอบไปด้วยกระบวนการต้นน้ำ (Upstream) กลางน้ำ (Middle Stream) ปลายน้ำ (Down Stream) และโครงสร้างพื้นฐานและการจัดการ (Infrastructure and Management) รวมไปถึงการศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบในการดำเนินงานในโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน โดยมุ่งเน้นไปที่การร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย อันประกอบไปด้วย 4 ลักษณะ ได้แก่ วัฒนธรรมไทย (Culture) การเอาใจใส่ (Caring) การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (Compassion) และการประนีประนอม (Compromising) ของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วย ชุมชน องค์กรภาครัฐ องค์กรท่องเที่ยว ผู้ประกอบการขนาดย่อม องค์กรภาคเอกชน นักท่องเที่ยว ผู้ผลิต พนักงาน องค์กรภาคการศึกษา สาธารณูปโภค และการคมนาคม

(Louise Boronyak et al, 2010) เพื่อสร้างรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

2. ขอบเขตด้านสถานที่

ขอบเขตพื้นที่ศึกษาและเก็บข้อมูลใน 2 ชุมชน ได้แก่ 1. ชุมชนคนเนินมะปรางในจังหวัดพิษณุโลก และ 2. ชุมชนบ้านบุไทรในจังหวัดนครราชสีมา

3. ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา

(1) ชุมชนในโครงการ MICE FOR COMMUNITY ใน MICE CITY

(2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน MICE for Community

1. ชาวบ้านในชุมชนในโครงการ MICE FOR COMMUNITY ใน MICE CITY

2. ผู้นำชุมชนในโครงการ MICE FOR COMMUNITY ใน MICE CITY

3. ภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ในโครงการ MICE FOR COMMUNITY ใน MICE CITY

4. ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวของชุมชนในโครงการ MICE FOR COMMUNITY ใน MICE CITY

4. ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการศึกษาวิจัยเป็นเวลา 15 เดือน ในพื้นที่ศึกษาตามขอบเขตด้านพื้นที่

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. การกำหนดปัญหางานวิจัย และทบทวนวรรณกรรม

การกำหนดปัญหาจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์วรรณกรรมที่มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนในปัจจุบัน (Situation Analysis) เพื่อให้พบปัญหาที่เป็นช่องว่างทางการศึกษาในขณะนี้ (Academic Gap) จากนั้นจึงทำการทบทวนวรรณกรรมในหัวข้อที่มีความเกี่ยวข้อง อันได้แก่ การจัดการท่องเที่ยวในชุมชน การจัดการ MICE การจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดการธุรกิจ การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม ห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว และจิตบริการแบบไทย โดยขั้นตอนของการกำหนดปัญหาและการทบทวนวรรณกรรมนั้นจำเป็นต้องดำเนินการไปพร้อมกันเพื่อนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดในการดำเนินงานวิจัย

2. การพัฒนากรอบแนวคิด

การพัฒนากรอบแนวคิด จากการศึกษาและรวบรวมแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ในด้านการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชนที่ผ่านมาและศึกษาความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวในชุมชน

- ด้านการจัดการ MICE เพื่อให้ทราบถึงประเภทของ MICE แนวทางในการจัดการ ขั้นตอนการดำเนินงาน และรูปแบบการจัดการด้าน MICE ในปัจจุบัน แล้วนำมาปรับใช้กับบริบทของการท่องเที่ยวในชุมชน

- ด้านการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์และศึกษาแนวทางการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในระบบการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน

- ห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงประเภทของห่วงโซ่คุณค่าและวิธีการเพิ่มมูลค่าให้แก่การดำเนินธุรกิจ M-I-T เพื่อชุมชน

- จิตบริการแบบไทย เพื่อนำมาใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐานในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชน

3. การกำหนดระเบียบวิธีวิจัย และกำหนดเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

จากการพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อให้เข้าใจถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้การศึกษาที่เหมาะสม โดยกำหนดระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) / Ethnography เป็นแนวทางที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยกำหนดเครื่องมือ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation) และการเดลฟาย (Delphi Technique)

4. การเก็บและบันทึกข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลายวิธีประกอบกัน ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ การเก็บข้อมูลภาคสนามซึ่งเป็นการพูดคุยโดยมีแนวคำถามที่ตั้งไว้ล่วงหน้าเป็นแนวทางสำคัญ มีการบันทึกข้อมูลลงสมุดบันทึก การใช้เครื่องบันทึกเทป เพื่อช่วยบันทึกข้อมูลและการใช้กล้องถ่ายรูปช่วยในการบันทึกภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1) การศึกษาจากเอกสาร ได้แก่ การศึกษาวิจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน การจัดการ MICE การจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดการธุรกิจ การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม ห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว จิตบริการแบบไทย และข้อมูลบริบทพื้นที่ชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา และชุมชนในจังหวัดพิษณุโลก จำนวนทั้งหมด 2 ชุมชน

2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยจะเฝ้าสังเกตการณ์ในฐานะคนในที่มีส่วนร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นระหว่างการเก็บข้อมูล จุดมุ่งหมายของการมีส่วนร่วมคือการได้รับความไว้วางใจจากผู้ถูกสังเกตจนสามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกได้

3) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation) ผู้วิจัยเป็นผู้สังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นในชุมชนเพื่อศึกษาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสภาพการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นจริง โดยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

4) การสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interview) เป็นการพูดคุยระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ ผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชน ผู้ประกอบการ MICE หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชนทุกกลุ่ม โดยเป็นการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interview) ที่มีแนวคำถามช่วยกำกับทิศทางการสนทนา รวมไปถึงการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งจะใช้ควบคู่กับการสังเกต และเพื่อให้ได้ข้อมูลและมุมมองที่กว้างขึ้น การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์อาจจะต้องเก็บข้อมูลจากบุคคลในพื้นที่ใกล้เคียง และบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ในการศึกษาด้วย

5) การอภิปรายกลุ่ม สำหรับการศึกษารั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การอภิปรายกลุ่มเพื่อให้เห็นภาพรวมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในตอนเริ่มต้นดำเนินการวิจัย โดยเชิญบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนมาสะท้อนความคิดเห็นและให้ข้อมูลในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการรับรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

6) การเดลฟาย สำหรับการศึกษารั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การเดลฟายในการตัดสินใจหรือลงข้อสรุปในเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 11 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (Grounded Theory) และสำหรับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้กระบวนการ Systematic Coding ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โดยการให้รหัสของการวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล โดยวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของวลี คำ และประโยคที่ถอดได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม จากนั้นทำการเชื่อมโยงกับทฤษฎีแนวคิดด้านการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน การจัดการ MICE การจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว และจิตบริการแบบไทย เพื่อสร้างรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและตอบคำถามการวิจัย

6. การสรุปและอภิปรายผลข้อมูล

ขั้นตอนสุดท้ายนี้จักดำเนินการสรุปผลในอยู่ในรูปแบบของแผนภาพพร้อมคำบรรยายหรือผังมโนทัศน์เพื่อสรุปผลการศึกษาที่ได้ และนำไปตอบปัญหาการวิจัยในขั้นแรก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การดำเนินงานวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยชุมชน ด้วยการประยุกต์ใช้ห่วงโซ่คุณค่าและจิตบริการ จักก่อให้เกิดคุณประโยชน์ต่อภาคส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ภาครัฐ

1.1 หน่วยงานภาครัฐสามารถนำรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยชุมชน ด้วยการประยุกต์ใช้ห่วงโซ่คุณค่าและจิตบริการไปปรับใช้กับชุมชนอื่นๆ ได้ เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนรูปแบบใหม่

1.2 หน่วยงานภาครัฐได้ทราบถึงสภาพปัญหาของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งระบบ เพื่อนำไปเป็นเป้าหมายในการดำเนินการแก้ไขและการพัฒนาอย่างตรงจุด

1.3 หน่วยงานภาครัฐได้ทราบถึงความต้องการของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชน

2. ภาคเอกชน

2.1 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทในการร่วมพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ด้วยการเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวในชุมชน

2.2 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสามารถใช้การท่องเที่ยวในชุมชนเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ สร้างการพัฒนาด้านเศรษฐกิจให้แก่ผู้ประกอบการที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมด

3. ภาคประชาชน

3.1 ชุมชนเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน อันจะสร้างให้เกิดความรัก ห่วงแหน และร่วมกันอนุรักษ์ไว้ตลอดไป

3.2 คนในชุมชนมีงานทำเพิ่มขึ้นอย่างเพียงพอ เหมาะสม และยั่งยืน ส่งผลให้เกิดการลดอัตราการย้ายถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพในเมืองหลวง

3.3 ชาวบ้านในชุมชนมีรายได้จากการดำเนินธุรกิจในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจนปราศจากความยากจน

3.4 ผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นจากกิจกรรมการเพิ่มคุณค่าในโซ่คุณค่า ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มมากขึ้นในฐานะผู้ผลิตอาหารรายเล็กและผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่ปลอดภัยปราศจากความหิวโหย

4. ภาควิชาการ

4.1 นักวิชาการ อาจารย์ นิสิต นักศึกษา นักวิจัย ที่สนใจศึกษาในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง ได้ใช้ข้อมูลเพื่อต่อยอดการวิจัยหรือใช้เป็นกรณีศึกษา รวมถึงเป็นฐานข้อมูลเพื่อการอ้างอิงในกระบวนการพัฒนางานวิจัยในอนาคตต่อไป

4.2 หน่วยงานการศึกษาทางด้านการท่องเที่ยว และการตลาดการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาเนื้อหาการเรียนการสอนในด้านการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนและการจัดการ MICE ในชุมชน รวมถึงมาตรฐานการบริการด้วยจิตบริการแบบไทย อีกทั้งนิสิตนักศึกษาในสถาบันต่างๆ สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการศึกษาต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

M-I-T เพื่อชุมชน (Meeting-Incentive-Travel for Community) หรือ การท่องเที่ยว ด้านธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชุมชน คือ ธุรกิจท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวผู้เดินทางเข้าร่วมประชุมขององค์กร ซึ่งเป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลในองค์กรเดียวกันหรือสมาคมเดียวกัน และธุรกิจท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด รวมไปถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งเป็นการบริหารจัดการโดยชุมชนท้องถิ่น

ชุมชน คือ ชุมชนท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการเป็นส่วนหนึ่งของ M-I-T เพื่อชุมชน คือ ชุมชนบ้านบุไทรในจังหวัดนครราชสีมาและชุมชนคนเนินมะปรางในจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งตั้งอยู่ในเมืองไมซ์ ด้วยเป็นเมืองที่มีศักยภาพรองรับผู้เดินทางกลุ่มไมซ์และมีทรัพยากรด้านไมซ์อย่างเพียงพอที่จะสามารถรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจการด้านธุรกิจท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวผู้เดินทางเข้าร่วมประชุมขององค์กร และธุรกิจท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้โดยชุมชนท้องถิ่น

การบริหารจัดการ M-I-T เพื่อชุมชน คือ การบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวผู้เดินทางเข้าร่วมประชุมขององค์กร และธุรกิจท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้โดยชุมชนท้องถิ่น

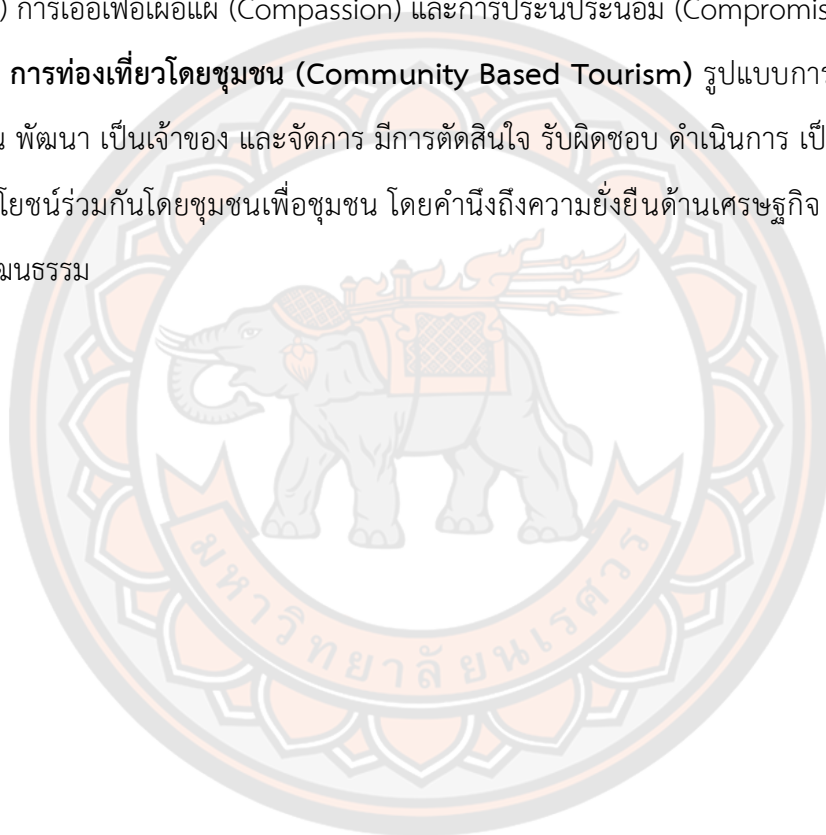
ไมซ์ซิตี (MICE City) คือ เมืองที่มีความพร้อมด้านศักยภาพที่สามารถรองรับการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวประเภทไมซ์ อันได้แก่ การประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้า/นิทรรศการ รวมถึงความพร้อมในการรองรับผู้เข้าร่วมงานของแต่ละประเภทอย่างเต็มศักยภาพ (TCEB, 2557)

ไมซ์เพื่อชุมชน (MICE for community) คือ การนำกิจกรรม 4 ประเภทอันได้แก่ การจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดนิทรรศการ และงานแสดงสินค้านานาชาติ เข้าไปดำเนินการภายในชุมชนเพื่อดึงดูดกลุ่มนักเดินทางธุรกิจที่มีกำลังซื้อ หรือกลุ่มองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีความประสงค์จะศึกษาดูงาน เป็นหนึ่งในรูปแบบของการปรับตัวของชุมชนท่องเที่ยว

เพื่อเตรียมความพร้อมในการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ในรูปแบบใหม่ (TCEB, 2563)

จิตบริการแบบไทย (Thai Hospitality) คือ การให้บริการอย่างจริงใจที่ไม่ใช่เป็นเพียงการปฏิบัติตามหน้าที่แต่เป็นการปฏิบัติงานด้วยความจริงใจผ่านจิตใต้สำนึกของค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้รับบริการจนเกิดความสุขและความพึงพอใจ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์เชิงสังคมที่ประกอบสร้างด้วยค่านิยมเรื่อง วัฒนธรรมไทย (Culture) การเอาใจใส่ (Caring) การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (Compassion) และการประนีประนอม (Compromising)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการวางแผน พัฒนา เป็นเจ้าของ และจัดการ มีการตัดสินใจ รับผิดชอบ ดำเนินการ เป็นเจ้าของ และรับผลประโยชน์ร่วมกันโดยชุมชนเพื่อชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคมวัฒนธรรม



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยห่วงโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย ได้ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้แนวคิดและทฤษฎีเพื่อใช้ เป็นแนวทางในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ไมซ์เพื่อชุมชน M-I-T เพื่อชุมชน องค์ประกอบและบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า ห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยว จิตบริการแบบไทย การสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ และปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนด้วยจิตบริการแบบไทย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Situation of Community Based Tourism)

ต้นกำเนิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเริ่มมาจากแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเลือกในปี 1970 (Giampiccoli A. a., 2012) ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนถือว่าการท่องเที่ยวทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวกระแสหลักที่เกิดขึ้นเพื่อชดเชยผลกระทบด้านลบที่เกิดจากการท่องเที่ยวแบบทั่วไปหรือการท่องเที่ยวมวลชน เช่น การทำลายทรัพยากรธรรมชาติเนื่องจากขาดการควบคุมดูแลที่ดีของชุมชน และในขณะเดียวกันก็เป็นกลยุทธ์ของชุมชนในการพัฒนาความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นด้วย (López-Guzmán, 2011; Mtapuri & Giampiccoli, 2017; Gadi Djou et al, 2017; Mtapuri & Giampiccoli, 2017 ; Widodo, & Fandeli, 2017) โดยคำนิยามของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่มีการวางแผน พัฒนา เป็นเจ้าของ และจัดการ โดยชุมชนเพื่อชุมชน ซึ่งจะต้องมีการตัดสินใจ รับผิดชอบ ดำเนินการ เป็นเจ้าของ และรับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างทั่วถึง อีกทั้งต้องคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมด้วย โดยแนวคิดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะขึ้นอยู่กับโครงสร้างทางสังคมและสถาบันของแต่ละท้องถิ่น และต้องมีการยอมรับในความคิดริเริ่มของสมาชิกแต่ละคนในชุมชนด้วย (WWF International, 2001; Blackstock, 2005; Choi & Sirakaya, 2006; Manyara & Jones, 2007; Goodwin & Santalli, 2009; Tasci et al, 2013) ซึ่งแนวคิดหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือการบูรณาการองค์ประกอบต่างๆ เข้าด้วยกันไม่ว่าจะเป็น

การจัดการโรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม การบริการ และการจัดการการท่องเที่ยว และยังรวมไปถึงระบบย่อยอื่นๆ อีก เช่น โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสุขภาพ การศึกษา และสิ่งแวดล้อมด้วย เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนแก่ชุมชน อีกทั้งยังเป็นการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวให้เป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ให้เกิดความเท่าเทียมกันทางสังคม เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นในระยะยาว (Ciocce et al., 2007; Stone & Stone, 2011) การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความแตกต่างกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นตรงที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มกำไรสูงสุดสำหรับนักลงทุนแต่เป็นการสร้างประโยชน์สูงสุดเพื่อสมาชิกในชุมชน อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นไม่ให้เลือนลางและสูญหายไปอีกด้วย (Ruiz- Ballesteros, 2011) โดยการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Ping, 2009) 1. โครงการที่สมาชิกในชุมชนได้รับการว่าจ้างโดยใช้ระบบหมุนเวียนและผลกำไรจะถูกจัดสรรให้กับชุมชนหรือปันผลให้แก่สมาชิกในชุมชน 2. โครงการที่ถูกริเริ่มโดยครอบครัวหรือกลุ่มภายในชุมชนด้วยการใช้ทุนทรัพย์ของชุมชนเอง และ 3. การร่วมทุนระหว่างชุมชนหรือครอบครัวภายในชุมชนและพันธมิตรทางธุรกิจจากภายนอกชุมชน โดยสิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือ การให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับต้องครอบคลุมองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มากกว่าการให้ความสำคัญกับโครงสร้างผู้ถือหุ้น (Rachel Dodds et al., 2016)

ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและมอบอำนาจให้แก่ชุมชนในการจัดหาเงินทุน การพัฒนา การจัดการ และการเป็นเจ้าของ เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนและรวมไปถึงการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (The Association of Southeast Asian Nations, 2016; Beeh, 2017) โดยชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการหลักและเปรียบเสมือนกองกำลังแรงงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Briones et al, 2017) และที่สำคัญอย่างยิ่งคือชุมชนจะต้องมีส่วนในการออกความคิดเห็นในโครงการด้านการท่องเที่ยวทุกโครงการ เนื่องจากชุมชนเหล่านี้เป็นผู้ที่จะได้รับผลกระทบโดยตรงจากโครงการต่างๆ เหล่านี้เป็นกลุ่มแรก (Briones, 2017) ซึ่งหากกล่าวถึงลักษณะเฉพาะหรือคำจำกัดความของการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามหลักการแล้วมีด้วยกัน 3 ประการ ได้แก่ 1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของสมาชิกในชุมชน 2. การได้รับผลประโยชน์จากกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน และ 3. ชุมชนท้องถิ่นได้รับการศึกษาเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยว (Amerta, 2017)

แต่ในความเป็นจริงแล้วบางชุมชนไม่มีสิทธิแม้ในการเข้าถึงหรือใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองด้วยซ้ำไป ยิ่งไปกว่านั้นในขณะที่ชุมชนได้รับหน้าที่เปรียบเสมือนกองกำลังแรงงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่หน้าที่ที่พวกเขา มักจะได้รับคือหน้าที่ในระดับล่าง เช่น การทำความสะอาด การรักษาความปลอดภัย หรือหน้าที่อื่นๆ ในระดับเดียวกันนี้ ในขณะที่ตำแหน่งงานในระดับสูงกลับถูกมอบหมายให้แก่คนภายนอกชุมชนหรือคนในเมือง นักพัฒนามักพูดว่าต้องการรวมชุมชนเข้ากับการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการแต่แทบจะไม่มีนักพัฒนาคนไหนลงพื้นที่อย่างจริงจังและแทบไม่มีใครสอบถามจากชุมชนว่าพวกเขาต้องการจะพัฒนาสิ่งใดหรือรูปแบบใด มีเพียงการดำเนินการพัฒนาในรูปแบบของการสั่งการเสียมากกว่า (Naik, 2014) อีกทั้งยังมีการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงความล้มเหลวของการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการขาดความคิดริเริ่มในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตนเองของชุมชนเอง ยังต้องรอคอยความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอก (Rachel Dodds et al., 2016) หรือการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ถูกใช้จ่ายในชุมชนอย่างแท้จริง ผลประโยชน์ส่วนใหญ่มักตกแก่ผู้ประกอบการภายนอก เช่น ผู้นำเที่ยว บริษัททัวร์ รีสอร์ท หรือโรงแรมชื่อดัง (Rebutin, 2009) และในกรณีที่เกิดการรั่วไหลของเม็ดเงินที่เป็นต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการของชุมชน จากการทำไม่ได้เป็นเจ้าของธุรกิจด้วยตนเอง จากการจ้างบุคลากรจากนอกพื้นที่ทั้งในการบริหารจัดการและการให้บริการ และจากการนำเข้าวัตถุดิบหรือสินค้าจากนอกพื้นที่มาประกอบการผลิตสินค้าและบริการ ทำให้เกิดต้นทุนที่สูงจนไม่คุ้มค่ากับรายได้ที่เกิดขึ้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561) เหล่านี้ล้วนเป็นสาเหตุที่ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความล้มเหลว

โมซ์เพื่อชุมชน (M-I-T for Community)

จากปัญหาข้างต้นภาครัฐจึงได้มีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับคุณภาพการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยในปี 2561 รัฐบาลไทยโดยการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ได้มีการดำเนินโครงการ Thailand 7 MICE Magnificent Themes อันประกอบไปด้วย 1. การผจญภัย (Exhilarating Adventures) 2. นำเสน้อาหารไทยทุกการจัดงานที่หลากหลาย (Culinary Journeys) 3. กิจกรรม CSR และการประชุมเชิงอนุรักษ์ (CSR and Green Meetings) 4. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Fascinating History and Culture) 5. การสร้างทีมเวิร์ค

(Treasured Team Building) 6. การจัดงานและกิจกรรมหรูหรามีระดับ (Lavish Luxury) และ 7. กิจกรรมบรรยากาศชายหาด (Beach Bliss) เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการท่องเที่ยวในประเทศรูปแบบใหม่ๆ ควบคู่กับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยในการดำเนินโครงการพัฒนาเส้นทางและจัดทำคู่มือวางแผนกิจกรรมไมซ์ ในโครงการ Thailand 7 MICE Magnificent Themes นี้ สสพ. ได้ใช้นโยบาย “ไมซ์เพื่อชุมชน”(MICE for community) (1) เพื่อพัฒนาสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์หรือเส้นทางกิจกรรมไมซ์ใหม่เพื่อผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมไมซ์ และ (2) เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและระบบเศรษฐกิจในชุมชน ด้วยคุณลักษณะสำคัญของธุรกิจไมซ์ที่สามารถเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย อันได้แก่ 1. กลุ่มผู้ให้บริการ คือ เจ้าของงาน ผู้จัดงาน และผู้ร่วมงาน 2. กลุ่มผู้ให้บริการ คือ กลุ่มผู้มารองรับความต้องการในกลุ่มที่ 1 และ 3. กลุ่มผู้สนับสนุน และส่งเสริมการจัดกิจกรรม MICE โดยทั้ง 3 กลุ่มมีการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดวัตถุประสงค์และวางแผนงาน ขั้นตอนที่ 2 การติดต่อประสานงาน เตรียมงานให้เป็นที่ไปตามวัตถุประสงค์ของงาน และขั้นตอนที่ 3 การดำเนินงาน และเข้าร่วมงานของแต่ละภาคส่วน โดยทั้ง 3 ขั้นตอนนี้เป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้และคุณประโยชน์ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้มากมาย (ยุรพร ศุภรัตน์, 2552) จากการดำเนินการดังกล่าวจึงทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของไมซ์เพื่อชุมชน ในฐานะที่เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ถูกใช้ในการยกระดับการท่องเที่ยวในชุมชนได้ ด้วยกิจกรรมอันหลากหลายของไมซ์เพื่อชุมชนนี้เองที่จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดอาชีพแก่ชาวบ้านในชุมชนอย่างแท้จริง โดยไมซ์เพื่อชุมชนจะก้าวมาเป็นความหวังใหม่ให้แก่ชุมชนในการแก้ไขปัญหาของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น เนื่องจากไมซ์เพื่อชุมชนจะเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการสนับสนุนการจ้างงานในท้องถิ่นอย่างไม่เลือกปฏิบัติและมีความเสมอภาค ถือเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทเชิงบวกในด้านการสร้างความมั่นคงต่อชุมชนท้องถิ่น ซึ่งช่วยให้เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและการจ้างงานได้เป็นอย่างดี (Hanna et al., 2020) เนื่องจากการ ดำเนินการไมซ์เพื่อชุมชนต้องอาศัยองค์ประกอบหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากมาย เพื่อให้บริการแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ เช่น สถานที่ประชุม ที่พัก การคมนาคมขนส่ง อาหารเครื่องดื่ม บริการสุขภาพ ร้านจำหน่าย สินค้าของที่ระลึก สถานที่ท่องเที่ยว สถานบันเทิง เป็นต้น (อรุณศรี นามสุข, 2559) ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนให้มีส่วนในการเป็นเจ้าของและดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เป็นการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เงินทุนเกิดการหมุนเวียนอยู่ภายในชุมชน และนั่นเองที่จะทำให้รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวตกอยู่ภายในชุมชน

อย่างแท้จริง อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมและทำนุบำรุงวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป นอกจากนี้ยังจะเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับห่วงโซ่อุปทานมากยิ่งขึ้นด้วย (The Global Sustainable Tourism Council, 2023; Korea National Tourism Organization, 2016) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่ได้รับรู้ถึงกิจกรรมไมซ์ที่ชื่นชอบมากที่สุด อันได้แก่ กิจกรรมเกี่ยวกับวิถีชุมชน เรียนรู้เกี่ยวกับ เรื่องราวของความเป็นอยู่ชุมชนที่ไม่เคยสัมผัสมาก่อน เช่น วิถีชีวิตชาวประมง วิถีชีวิตของเกษตรกรบนดอย การปลูกกาแฟ และการชิมอาหารพื้นถิ่น กิจกรรมที่ได้ทำร่วมกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน เช่น กิจกรรมการกวาดลานวัด และที่สำคัญคือ กิจกรรมการเรียนรู้ ที่ได้แลกเปลี่ยนรู้กับชุมชน และการรับรู้ถึงคุณค่าที่ส่งมอบให้แก่ชุมชนอย่างแท้จริง (อาทิตยา ปาทาน, 2565) ยิ่งทำให้เห็นถึงความสำคัญของการนำไมซ์เพื่อชุมชนมาแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดีทีเดียว

โครงการไมซ์เพื่อชุมชน จะมีการดำเนินกิจกรรมด้วยการรวบรวมชุมชนที่มีอัตลักษณ์ และมีเสน่ห์ เพื่อร่วมกันนำต้นทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของแต่ละชุมชนมีอยู่แล้ว มาบริหารจัดการองค์ความรู้ เพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนาให้มีความยั่งยืนต่อไป โดย สสปน. ได้กำหนดนิยามของคำว่า “ไมซ์เพื่อชุมชน” ว่าหมายถึง กิจกรรมไมซ์ที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมไมซ์ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง โดยสามารถแบ่งการมีส่วนร่วม 4 รูปแบบ ดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมในการจัดการกิจกรรมไมซ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในชุมชน 2) การมีส่วนร่วมบางส่วนที่มีการใช้สถานที่ในชุมชนในการจัดกิจกรรมไมซ์ 3) การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมไมซ์ในสถานที่จัดงานไมซ์นอกชุมชน และ 4) การมีส่วนร่วมในการนำสินค้าชุมชนเพื่อจัดแสดงและนำเสนอเป็นสินค้าที่ระลึกใน สถานที่จัดงานไมซ์นอกชุมชน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ, 2561) ซึ่งรวมไปถึงการนำกิจกรรม 4 ประเภทอันได้แก่ การจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดนิทรรศการ และงานแสดงสินค้านานาชาติ เข้าไปดำเนินการภายในชุมชนเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อ หรือกลุ่มองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่มีความประสงค์จะศึกษาดูงาน เป็นหนึ่งในรูปแบบของการปรับตัวของชุมชนท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมในการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในรูปแบบใหม่หลังวิกฤต COVID-19 และยังเป็นการสร้างอาชีพให้แก่ชาวบ้านในชุมชนเพิ่มขึ้นอีกด้วย โดยมีชุมชนที่เป็นสมาชิกทั้งสิ้น 68 ชุมชนจากทั่วประเทศ ซึ่งสามารถแยกออกเป็นชุมชน 2 ประเภท ได้แก่ 1. ชุมชนเดี่ยว หรือเป็นชุมชนที่มีสมาชิกในกลุ่มเพียง 1 ชุมชน เช่น ชุมชนบ้านท่าขันทอง ชุมชนบ้านท้องฝาย ชุมชนบ้านไร่กองขิง เป็นต้น และ 2. ชุมชนเครือข่าย หรือเป็นชุมชนที่มีสมาชิกใน

กลุ่มมากกว่า 1 ชุมชน และมีการดำเนินงานร่วมกัน เช่น ชุมชนเมืองสามน้ำ ซึ่งครอบคลุมชุมชนในพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอบางคนที และ 3 ตำบลในอำเภออัมพวา และชุมชนเมืองทวารวดีอุททอง ที่มีสมาชิกประกอบด้วย บ้านดงเย็น บ้านโคก และบ้านหัวโต เป็นต้น โดยหลักสำคัญของการให้บริการไมซ์เพื่อชุมชนแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบด้วยกัน (TCEB, 2563)

1. Meaningful Storytelling การบอกเล่าเรื่องราวต่างๆอันมีคุณค่าของชุมชน นำเสนอภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์และกลมกลืนกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน

2. Interact การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ต่างๆ ระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน

3. Care การให้บริการแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ด้วยความพิถีพิถัน ทั้งในเรื่องสุขอนามัยและเรื่องความปลอดภัยแก่นักเดินทาง

4. Experience การเปิดโอกาสให้นักเดินทางได้ร่วมลงมือปฏิบัติกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์

โดยไมซ์เพื่อชุมชนมีความเหมาะสมกับชุมชนที่มีความพร้อมในด้านของความโดดเด่นทางด้านอัตลักษณ์และความมีเสน่ห์ของชุมชน ต้องเป็นชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรมที่เปรียบพร้อมและน่าสนใจ โดยไมซ์ชุมชนต้องมีการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักเดินทางด้วยกิจกรรม 7 ประเภท อันได้แก่ (TCEB, 2563)

1. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นกิจกรรมการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีคุณค่าทางจิตใจของชุมชน และกิจกรรมการเรียนรู้วัฒนธรรมดั้งเดิม วิถีชีวิต เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมนิยม และประเพณีของชุมชน

2. การผจญภัย เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีสภาพแวดล้อมแตกต่างจากสถานที่อยู่อาศัยปกติ และต้องมียอดประกอบอย่างน้อย 2 อย่าง จาก 3 อย่าง ได้แก่ กิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหวร่างกาย มีสภาพแวดล้อมธรรมชาติ และมีการฝังตัวอยู่ในชุมชนเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ จนเปรียบเสมือนเจ้าของพื้นที่

3. การสร้างทีมเวิร์ค เป็นกิจกรรมสร้างความสามัคคีให้แก่สมาชิกในองค์กรในรูปแบบต่างๆ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. กิจกรรม CSR และการประชุมเชิงอนุรักษ์ เป็นกิจกรรมการจัดประชุมที่ส่งผลกระทบต่อด้านลบให้แก่สิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เพื่อสร้างคุณค่าและผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนในระยะยาว

5. กิจกรรมบรรยากาศชายหาด เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นในบริเวณชายหาด ทะเล หรือเกาะ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สวยงามและมีชื่อเสียงของประเทศไทย และสร้างความแตกต่างให้กับงานประชุมได้อย่างมีเอกลักษณ์

6. การจัดงานและกิจกรรมหรรหามีระดับ เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสและสร้างประสบการณ์ให้แก่พนักงานได้สัมผัสกับความหรูหรา และสร้างความพิเศษให้แก่พนักงาน

7. กิจกรรมนำเสนออาหารไทยในทุกการจัดงานที่หลากหลาย เป็นกิจกรรมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆด้านอาหารให้แก่พนักงาน เปิดโอกาสให้นักเดินทางได้ลิ้มรสอาหารที่มีชื่อเสียงของชุมชนและมีส่วนร่วมในการผลิตอาหารด้วย

ซึ่งจากการศึกษาการดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชนทำให้ทราบว่า กิจกรรมไมซ์คือการที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมไมซ์ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ที่สามารถแบ่งการมีส่วนร่วม 4 รูปแบบ อันได้แก่ การจัดประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดประชุมระดับชาติ และนานาชาติ (Conference) และ การจัดนิทรรศการ (Exhibition) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (TCEB, 2563; Štetiš, 2011)

1. Meeting (M) หมายถึง ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร ซึ่งเป็นการจัดประชุมของกลุ่มบุคคลในองค์กรเดียวกันหรือเครือข่ายเดียวกัน อาจเป็นการประชุมระดับชาติ ภูมิภาค นานาชาติ หรือระดับภายในประเทศก็ได้ โดยทั่วไปแล้วจะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 50 คน การประชุมอาจใช้ระยะเวลาถึง 45 วัน ดังนั้นจึงต้องมีการจัดเตรียมที่พักและสถานที่ประชุมให้พร้อม (TCEB, 2563; Štetiš, 2011) ซึ่งการประชุมสามารถแบ่งย่อยออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. การประชุมของสมาคม (Meeting of Association) เป็นการประชุมที่มีการอภิปรายข้อมูลระหว่างผู้เข้าร่วมในวิชาชีพเดียวกัน สมาคมเดียวกัน หรือศาสนาเดียวกัน และ 2. การประชุมของบริษัท (Meeting of Corporations and Conferences) โดยทั่วไปจะมีระยะเวลา 1 – 2 วัน โดยมีกำหนดการอย่างเป็นทางการและแจ้งผู้เข้าร่วมทราบล่วงหน้า เป็นการจัดงานบันเทิงหรูหราที่บริษัทจะจัดเตรียมให้แก่ลูกค้าคนสำคัญเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทต่อสายตาคนในสังคมหรือในสังคมธุรกิจ (Štetiš, 2011) เช่น การแข่งขันกีฬา งานคอนเสิร์ต หรืองานอื่นๆ ที่มีรายละเอียดสูง

2. Incentive travel (I) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายของบริษัท โดยบริษัทจะเป็น

ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งจะเป็นเครื่องมือที่บริษัทใช้เพื่อกระตุ้นพนักงานให้สามารถแสดงศักยภาพในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น (Swarbrooke & Horner, 2001; TCEB, 2563)

3. Convention (C) ที่หมายถึง การประชุมนานาชาติของกลุ่มบุคคลที่มีสายอาชีพเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน เพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยน ค้นหาค้นหาข้อเท็จจริง แก้ปัญหา หรือปรึกษาหารือกัน ซึ่งโดยปกติจะมีผู้เข้าร่วมประมาณ 800 คน (TCEB, 2563; Trišiš, 2018)

4. Exhibition (E) หมายถึง การจัดแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อจำหน่ายให้แก่อุตสาหกรรม ร้านค้า และผู้บริโภค จะมีการจัดงานในระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค หรือระดับชาติก็ได้ โดยผู้จัดงานจะต้องจ่ายค่าเช่าในอัตราที่ขึ้นอยู่กับขนาดของพื้นที่หรือสถานที่สำหรับใช้แสดงสินค้าหรือบริการ (TCEB, 2563) ซึ่งการจัดงานประเภทนี้มุ่งเน้นที่กิจกรรมทางการตลาดเป็นหลัก โดยทั่วไปแล้วมักจะจัดในพิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ ห้องแสดงสินค้าขนาดใหญ่ และงานแสดงสินค้าระดับโลก สิ่งที่มีมักจะถูกนำมาจัดแสดง ได้แก่ งานศิลปะที่ถูกแสดงอยู่ในพิพิธภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงหรือพิพิธภัณฑ์ขนาดเล็ก งานนิทรรศการเชิงสื่อความหมาย ประวัติศาสตร์ธรรมชาติ และพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ รวมไปถึงการจัดแสดงสินค้าเชิงพาณิชย์หลากหลายประเภทที่เรียกว่านิทรรศการเชิงพาณิชย์ (Commercial exhibitions) หรืองานแสดงสินค้า (Trade Fair) จัดขึ้นเพื่อให้องค์กรหรืออุตสาหกรรมได้มีโอกาสในการจัดแสดงและสาธิตผลิตภัณฑ์หรือบริการชิ้นใหม่ให้แก่ผู้บริโภค โดยงานแสดงสินค้าบางงานเปิดให้บุคคลทั่วไปเข้าร่วมงานได้ แต่บางงานเปิดให้เพียงตัวแทนของบริษัทคู่ค้าหรือสื่อมวลชนเข้าร่วมงานเท่านั้น ดังนั้นผู้เข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าจึงมีจำนวนมากและสร้างรายได้ให้แก่เจ้าบ้านได้มหาศาลเลยทีเดียว (Štetis, 2011)

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพื้นที่เป้าหมายและชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมไมซ์เพื่อชุมชนไปแล้วในเบื้องต้น ประกอบกับผลจากการดำเนินงานไมซ์เพื่อชุมชนที่ผ่านมา ทำให้ทราบว่า สำหรับธุรกิจ MICE ในชุมชนอาจจะยังไม่เหมาะสมที่จะดำเนินการให้ครบทั้ง 4 กิจกรรม (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) สาเหตุมาจากข้อจำกัดของขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชน เนื่องจากกิจกรรม Conventions คือการประชุมนานาชาติที่มีผู้เข้าร่วมประชุมเป็นจำนวนมาก ซึ่งโดยปกติจะมีผู้เข้าร่วมประมาณ 800 คน และมักจะเป็นการจัดของสมาคมระดับนานาชาติ (TCEB, 2563; Trišiš, 2018) ส่วน Exhibitions คือ การจัดงานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อขายให้แก่อุตสาหกรรม ร้านค้า และผู้ซื้อที่ต้องใช้สถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย โดยทั่วไปแล้วมักจะจัดในพิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ ห้องแสดงสินค้าขนาดใหญ่ และงานแสดงสินค้าระดับ

โลก (Štetiš, 2011) ซึ่งทั้ง 2 กิจกรรมนี้ไม่เหมาะสมที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับบริบทชุมชน เนื่องจากผลการดำเนินงานโครงการไมซ์เพื่อชุมชนที่ผ่านมาและผลจากการสำรวจพื้นที่เป้าหมายเบื้องต้นทั้ง 2 แห่ง พบว่า จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่ชุมชนส่วนใหญ่สามารถรองรับได้คือไม่เกิน 500 คน อีกทั้งอุปสรรคในการสื่อสารภาษาต่างชาติของชุมชนยังคงเป็นข้อจำกัดหนึ่งที่ยังเป็นประเด็นสำคัญอยู่

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความเหมาะสมของการนำกิจกรรมท่องเที่ยว M-I-T หรือ Meeting, Incentive และ Travel มาประยุกต์ใช้กับบริบทของชุมชน เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

Meeting (การประชุม) หมายถึง ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร ซึ่งเป็นการจัดประชุมของกลุ่มบุคคลในองค์กรเดียวกันหรือเครือข่ายเดียวกัน อาจเป็นการประชุมระดับชาติ ภูมิภาค นานาชาติ หรือระดับภายในประเทศก็ได้ โดยทั่วไปแล้วจะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 50 คน การประชุมอาจใช้ระยะเวลาถึง 45 วัน ดังนั้นจึงต้องมีการจัดเตรียมที่พักและสถานที่ประชุมให้พร้อม (TCEB, 2563; Štetiš, 2011) ซึ่งการประชุมสามารถแบ่งย่อยออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การประชุมของสมาคม (Meeting of Association) เป็นการประชุมที่มีการอภิปรายข้อมูลระหว่างผู้เข้าร่วมในวิชาชีพเดียวกัน สมาคมเดียวกัน หรือศาสนาเดียวกัน และการประชุมของบริษัท (Meeting of Corporations and Conferences) โดยทั่วไปจะมีระยะเวลา 1 – 2 วัน โดยมีกำหนดการอย่างเป็นทางการและแจ้งผู้เข้าร่วมทราบล่วงหน้า เป็นการจัดงานบันเทิงหรูหราที่บริษัทจะจัดเตรียมให้แก่ลูกค้าคนสำคัญเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทต่อสายตาคอนในสังคมหรือในสังคมธุรกิจ (Štetiš, 2011) เช่น การแข่งขันกีฬา งานคอนเสิร์ตเล็กๆ หรืองานอื่นๆ ที่มีรายละเอียดสูง ซึ่งหากเปรียบเทียบความแตกต่างของการประชุม 2 ประเภทนี้สามารถแสดงได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 1 ความแตกต่างระหว่างการประชุมของสมาคมกับการประชุมของบริษัท

การประชุมของบริษัท Meeting of Corporations and Conferences	การประชุมของสมาคม Meeting of Association
องค์กรที่มีผลกำไร	องค์กรที่ไม่มีผลกำไร
ภาคอุตสาหกรรมหรือภาคบริการ	ภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ และองค์กร ด้านมนุษยธรรม
มีการวางแผนการจัดงานในระยะสั้น (2-3 สัปดาห์ หรือ หลายเดือน)	มีการวางแผนการจัดงานในระยะยาว (2-3 ปี)
รูปแบบกิจกรรมที่มีความหลากหลาย	รูปแบบกิจกรรมที่ไม่หลากหลาย
จำนวนผู้เข้าร่วมน้อยกว่า 200 คน	จำนวนผู้เข้าร่วม 200 – 300 คน
มักจัดในโรงแรม ศูนย์การประชุม และสถานที่ แปลกใหม่	มักจัดในโรงแรม ศูนย์การประชุม และ มหาวิทยาลัย
บริษัทรับผิดชอบค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทาง และค่าธรรมเนียมเข้าร่วมงานให้แก่ผู้ร่วมงาน	ผู้ร่วมงานรับผิดชอบค่าใช้จ่ายสำหรับการ เดินทางและค่าธรรมเนียมเข้าร่วมงานด้วย ตนเอง
สามารถจัดงานได้ตลอดทั้งปี	มักจัดงานในช่วงฤดูหนาวและบางครั้งจะจัด ในช่วงฤดูร้อน
ระยะเวลาในการจัดงานโดยปกติ 2-3 วัน	ระยะเวลาในการจัดงานโดยปกติ 3-4 วัน
โรงแรม 3 ดาวหรือมากกว่าจะถูกจัดเตรียม เป็นที่พักสำหรับผู้ร่วมงาน	ประเภทของที่พักจะมีความหลากหลาย ตามแต่ความสามารถในการชำระเงินของ ผู้เข้าร่วมงาน
มักไม่มีผู้ติดตามเข้าร่วมการจัดประชุม	มักมีผู้ติดตามเข้าร่วมการจัดประชุม

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก Rogers, T., (2008)

จากตารางจะพบว่า การประชุมของบริษัท หรือ Meeting of Corporations and Conferences จะมีบริบทที่มีความลงตัวสำหรับการจัดการประชุม M-I-T เพื่อชุมชนอย่างมาก เนื่องจากเป็นการประชุมที่ต้องการสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ ซึ่งสถานที่ประชุมในชุมชนที่มีมรดก

ลักษณะและกลิ่นอายของธรรมชาติก็สามารถตอบโจทย์ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งการจัดงานที่สามารถจัดได้ตลอดทั้งปียังสามารถลดจุดด้อยของการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่เป้าหมายที่มักจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมายังชุมชนในช่วงฤดูหนาวเท่านั้น (อรุณศรี นามสุข, 2559) ซึ่งปัญหาดังกล่าวยังทำให้ชาวบ้านในชุมชนบ้านบุไทร พื้นที่เป้าหมายต้องประสบกับรายได้ที่ลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงฤดูร้อนและฤดูฝน เนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน ยังคงเหลือแต่เพียงรายได้จากการเกษตรกรรมเท่านั้น ซึ่งหากนำเอาการจัดประชุมเข้ามาเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่แก่ชุมชนก็จะทำให้ชาวบ้านในชุมชนมีรายได้และมีอาชีพที่มีความมั่นคงและยั่งยืนได้โดยไม่ต้องออกนอกพื้นที่ไปหาอาชีพอื่นที่มั่นคงอีกต่อไป อีกทั้งการประชุมของบริษัทยังเป็นประเภทของการประชุมที่เป็นที่นิยมมากที่สุดในโลกอีกด้วย (Mureşan and Nistoreanu, 2017) ซึ่งจะทำให้มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์เดินทางเข้ามาใช้บริการไมซ์เพื่อชุมชนเป็นจำนวนมากตามไปด้วย

Incentive travel (การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายของบริษัท โดยบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งจะเป็นเครื่องมือที่บริษัทใช้เพื่อกระตุ้นพนักงานให้สามารถแสดงศักยภาพในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น (Swarbrooke & Horner, 2001; TCEB, 2563) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) Individual Incentives หมายถึง การจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานรายบุคคล ซึ่งพนักงานแต่ละคนจะสามารถเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการได้แต่จะมีการจำกัดขอบเขต เช่น เป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือเป็นการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เป็นต้น

2) Group Incentives หมายถึง การจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานเป็นกลุ่ม ซึ่งเป็นรูปแบบของการให้รางวัลที่นิยมกันมาก การท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องมีการวางแผนมากกว่าแบบ Individual Incentive และมักจะไม่มีการจำกัดสำหรับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางเป็นกลุ่มขนาดใหญ่จะมีความประหยัดกว่าการเดินทางรายบุคคล สำหรับการท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถแบ่งกลุ่มย่อยได้อีกเป็น 3 กลุ่ม คือ

2.1) Channel Incentives เป็นการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่ตัวแทนจำหน่ายของบริษัทที่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย

2.2) User Incentives เป็นการจัดการท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้าเพื่อเดินทางท่องเที่ยว โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัทและสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าต่อบริษัท

2.3) Inner Incentives เป็นการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานของบริษัทตนเอง

โดยนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนี้ถูกจำกัดความว่าเป็นนักท่องเที่ยวลูกผสม นั้นหมายความว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแบบการพักผ่อนหย่อนใจ แต่สำหรับแง่มุมของการชำระเงินหรือการซื้อนั้นจะมีลักษณะทางธุรกิจ หรือมีองค์กรรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้ตนเอง (Mill and Morrison, 1985)

โดยการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนี้ถือเป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจที่จะทำให้พนักงานหรือบุคลากรในองค์กรนั้นๆ เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน หรือเรียกว่าเป็นสิ่งจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นนั่นเอง โดย Shinew & Backman (1995) ได้กล่าวว่า ผลตอบแทนที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากบุคลากรที่ทำงานในองค์กรต่างๆ ได้แก่ เงิน แต่ในขณะเดียวกันแรงจูงใจที่สามารถกระตุ้นหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในปัจจุบันที่นอกเหนือจากรูปตัวเงินนั้นคือ การสร้างแรงจูงใจโดยใช้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมาตอบแทน ซึ่งถูกนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน แรงจูงใจในลักษณะนี้แตกต่างจากแรงจูงใจอื่นๆ โดยเป็นการกำหนดเป้าหมายในการจูงใจพนักงาน และใช้รางวัลดังกล่าวเป็นเครื่องแสดงให้ผู้อื่นได้เห็นถึงชัยชนะของผู้ที่บรรลุเป้าหมายนั้น ซึ่งในเวลานี้ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นสิ่งที่ผู้บริหารองค์กรหรือฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ควรให้ความสำคัญและนำมาประยุกต์ใช้ใน การบริหารงานบุคคลเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานต่อไป และได้มีงานวิจัยเพื่อทดสอบแนวคิดดังกล่าวกับพนักงานในธุรกิจประกันภัย และยืนยันผลการวิจัยว่าการจัดการแข่งขันของพนักงานโดยการให้รางวัลท่องเที่ยวแก่ผู้ชนะ สามารถดึงดูดใจผู้รับรางวัลได้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับรางวัลประเภทอื่นๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวมีคุณค่าด้านเกียรติยศแก่ผู้รับรางวัลและมีผลต่อการเสริมแรงด้านความรู้สึกที่ดีได้เป็น ระยะเวลาาน นอกจากนี้การสำรวจของ Incentive Federation Inc. (2005) ยังสนับสนุนความสำคัญของรางวัลท่องเที่ยว โดยพบว่าผู้รับรางวัลมีความคิดเห็นว่าการให้รางวัลที่เป็นสิ่งของ เครื่องใช้ และการเดินทางท่องเที่ยว มีความหมายมากกว่าการให้รางวัลเป็นเงินสด โดยระบุว่า การให้รางวัลเป็นเงิน

สดเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของค่าจ้างหรือเงินเดือน ในขณะที่ได้รับรางวัลเป็นสิ่งของหรือการท่องเที่ยวที่มีความตื่นเต้นและมีความประทับใจและความทรงจำที่ดีกว่าและยาวนานกว่า

โดยรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนี้จะมีลักษณะสำคัญ คือ เป็นการการท่องเที่ยวที่เน้นเฉพาะสิ่งที่ดีที่สุด เนื่องจากเป็นรางวัลสำหรับผู้ที่มีผลงานดีเด่น องค์กรจึงสมควรจัดหาสิ่งที่ดีที่สุดให้ไม่ว่าจะเป็นการให้การต้อนรับ ที่พักแรม อาหาร การเดินทาง รายการบันเทิง รวมทั้งรายการเชิงวิชาการหรือเสริมความรู้ทางธุรกิจรูปแบบต่างๆ เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างประทับใจ รายการตามโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลควรเน้นการสร้างประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวกับทุกกิจกรรมตลอดการ เดินทาง เนื่องจากความประทับใจจะนำไปสู่ความทรงจำความรู้สึกที่ดีและความผูกพันกับองค์กร ซึ่งส่งผลต่อการสร้างผลงานที่มีคุณภาพต่อไป และต่อการบำรุงรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ นอกจากนี้ความประทับใจยังนำไปสู่การบอกต่อหรือสื่อสารไปยังบุคลากรอื่นๆ ในองค์กร ทำให้บุคลากรเหล่านั้นเกิดความฮึกเหิมที่จะสร้างผลงานให้มากขึ้น เพื่อให้มีโอกาสรับรางวัลในครั้งต่อไปเช่นกัน (ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิติ และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา 2546)

จากความสำคัญดังกล่าว การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจึงมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เนื่องด้วยความหลากหลายของพื้นที่ ความหลากหลายของกิจกรรม ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว และความมีอัตลักษณ์ของชุมชนเอง ก็จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีอีกด้วย (ชานาญฉา, 2021) นอกจากนี้ Shinew & Backman (1995) ยังได้กล่าวอีกว่า ขนาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีขนาดใหญ่ โดยในระยะครั้งแรกของปีงบประมาณ พ.ศ.2561 พบว่า กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีจำนวนนักท่องเที่ยว 176,005 คน สามารถสร้างรายได้ 10.282 ล้านบาท (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2018) ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอื่นอีกมากมาย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ผู้ที่ได้รับรางวัลสามารถพาครอบครัวเข้าร่วมได้แต่ต้องชำระค่าเดินทางด้วยตัวเอง ก็ยิ่งทำให้ส่งผลกระทบต่อค่าบริการในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นด้วย ด้วยเหตุนี้ก็จะยังเป็นการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างยั่งยืนให้กับชุมชนเป็นอย่างมากเลยทีเดียว

กลุ่มการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Meetings & Incentives) หรือ MI เป็นธุรกิจที่มีอัตราการขยายตัวสูงสุดเมื่อเทียบกับธุรกิจไม้อื่นๆ ในแต่ละปี โดยเฉพาะข้อมูลในปี พ.ศ.2560 พบว่า ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รวมทั้งสิ้น 531,694

คน สร้างรายได้ถึง 41,174 ล้านบาท โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาประชุมสัมมนาและท่องเที่ยว 259,901 คน และกลุ่มการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล 271,793 คนโดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.13 (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560) จากข้อมูลแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและกลุ่มประชุมสัมมนาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น เนื่องจากการจัดประชุมมักจัดควบคู่กับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีค่าใช้จ่ายต่อคนสูงสุด มีสาเหตุจากการขยายตัวของเศรษฐกิจ การลงทุน การค้าขายตัวมากขึ้น ในขณะเดียวกันตลาดทางด้านธุรกิจเกิดใหม่และสร้างโอกาสการเติบโตให้นักเดินทางธุรกิจทั่วโลก ซึ่งทำให้การใช้จ่ายของนักธุรกิจอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้องค์กรให้รางวัลกับผู้ที่ทำยอดขายสูงสุด (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560) จากเหตุผลดังกล่าวจึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาให้ชุมชนสามารถกลายเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดประชุมเพื่อสร้างโอกาสให้แก่ชุมชนสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ด้วยการดำเนินงานด้าน M-I-T ที่มีคุณภาพ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างมีศักยภาพต่อไป

Travel (การเดินทางท่องเที่ยว) หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด สัมผัสกับสถานที่และประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ที่มีใช้สถานที่ที่พำนักอาศัยประจำ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้นจะต้องเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งสถานที่ที่ไปเยี่ยมชมต้องมีสิ่งดึงดูดใจ และมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่ผู้เดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยวผ่านกรณีปฏิสัมพันธ์ (McIntosh, Goeldner, and Ritchie, 1995; Coltman, 1989; Mill, 1990; Davidson, 1995; ไพฑูริย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร, 2542; สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2546) สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจนั้น หากจะกล่าวว่าเป็นคนละประเภทกับการเดินทางกลุ่มไมซ์ก็เป็นได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวของทั้ง 2 กลุ่มนั้นมีความต้องการที่แตกต่างกัน โดยนักเดินทางกลุ่มไมซ์จะมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่มีความพิเศษมากกว่า เช่น ความต้องการศูนย์การประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ เป็นต้น แต่หากกล่าวให้ลึกซึ้งไปนั้น การท่องเที่ยวประเภทไมซ์และการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจก็มีความสัมพันธ์กันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากกิจกรรมหลักของการเดินทางกลุ่มไมซ์คือการประชุมสัมมนา และกิจกรรมรองหลังจากเสร็จสิ้นจากกิจกรรมหลักนั้นก็คือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจนั่นเอง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2561) ดังนั้นการ

พัฒนาชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม อันได้แก่ M-I-T จึงเป็นสิ่งที่ชุมชนต้องเร่งรีบในการดำเนินการ เพื่อเร่งเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในลำดับต้นๆ

และจากคำอธิบายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนนี้ จะสามารถแบ่งองค์ประกอบออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม M-I ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรือการท่องเที่ยวที่เน้นให้บริการแก่ผู้ที่เดินทางมาเยี่ยมชมเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากองค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐหรือองค์กรภาคเอกชน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง และกลุ่ม T ซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งจะเป็นการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาด้วยตนเองเสียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งตามข้อมูลที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ทำให้ทราบถึงลักษณะของการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจที่มีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยสามารถสรุปได้ตามตารางต่อไปนี้ Bruce, (2016)

ตาราง 2 สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อธุรกิจ

	การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ	การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ
เป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> - ความสนุก การพักผ่อน - สำรวจแหล่งท่องเที่ยวใหม่และเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - เครือข่ายธุรกิจและการแบ่งปันข้อมูล - การศึกษาและการรับรอง
แรงขับ	<ul style="list-style-type: none"> - ความสามารถในการซื้อ - แหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์ - ประเภทของกิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย 	<ul style="list-style-type: none"> - สภาพของเศรษฐกิจภายในประเทศ - คุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานของสถานที่จัดงาน เช่น สถานที่จัดประชุม ห้องประชุม โรงแรม - ความสามารถในการซื้อและการติดต่อ
ผู้ตัดสินใจ	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยว - บริษัททัวร์ - ตัวแทนการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้วางแผนการประชุม - ผู้จัดการประชุม/ผู้จัดนิทรรศการ - สมาคมและองค์กร

ตาราง 2 สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อธุรกิจ (ต่อ)

	การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ	การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ
รายจ่าย	ค่าใช้จ่ายส่วนตัวสำหรับกิจกรรม ท่องเที่ยว ค่าซื้อของ	ค่าใช้จ่ายส่วนตัวและค่าใช้จ่ายทาง ธุรกิจ ซึ่งจะสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 2-3 เท่า
ผู้ให้บริการ	- บริษัททัวร์/ตัวแทนการท่องเที่ยว - สายการบิน - โรงแรม	- ผู้จัดการงาน - เจ้าของพื้นที่ (พื้นที่สำหรับการ ชุมนุมและกิจกรรมต่างๆ) - ศูนย์การประชุม
แนวทางการตลาด	- ประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยว โดยตรง - แพคเกจทัวร์ผ่านบริษัททัวร์ / ตัวแทนการท่องเที่ยว	- การเสนอราคาสำหรับการประชุม / นิทรรศการระดับนานาชาติ - ประสานงานกับหน่วยงานรัฐบาล และหน่วยการค้า - จำหน่ายโดยตรงกับสมาคมหรือ บริษัท

ที่มา : พัฒนามาจาก Bruce, 2016

หากพิจารณาจากลักษณะของการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภท ทำให้ทราบว่า โดยทั่วไปนั้น องค์ประกอบของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ M-I-T เพื่อชุมชน จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะที่ แตกต่างกันตามแนวคิดของ Bruce (2016) ที่ได้จำแนกกลุ่มผู้ตัดสินใจและกลุ่มผู้ให้บริการออกจาก กันเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจกับกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ แต่ สำหรับการดำเนินงานในลักษณะที่มีการรวมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของกลุ่ม M-I-T ไว้ด้วยกันนั้นยังไม่ เคยมีการศึกษาวิจัยมาก่อนว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าวจะมีลักษณะและบทบาทหน้าที่ ใดอย่างไร อีกทั้งยังมีนักวิชาการให้ข้อคิดเห็นว่าคุณค่าของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชน ให้ประสบความสำเร็จได้นั้น คือจะต้องศึกษาและตระหนักถึงองค์ประกอบและบทบาทหน้าที่ของกลุ่ม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมดทุกระบวนการ (Sauter and Leisen, 1999; Swarbrooke,

2010; Freeman, 2010) เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีสิทธิเท่าเทียมกันในการดำเนินงานและมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานนั้นๆ อย่างเท่าเทียมกันด้วยเช่นกัน (Healey, 1996) อีกทั้ง Shamir (1990) ได้ให้ข้อเสนอว่าหากมีการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบ บทบาทหน้าที่ในการมีส่วนร่วม และการสร้างความสัมพันธ์อันดีของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็จะทำให้การดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นองค์ประกอบของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย M-I-T เพื่อชุมชน จึงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจและศึกษาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนต่อไป เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อจักเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชนต่อไป เนื่องจากมีการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะดำเนินงานตามหน้าที่ของตนอย่างสุดความสามารถหากรู้จักบทบาทอันแท้จริงของตนเองที่มีในกลุ่มและรู้สึกว่าคุณเองเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งขององค์กร (Brown, 1984; Turner, et al, 1979)

องค์ประกอบและบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญขององค์กรต่างๆ เป็นอย่างมาก โดยได้มีการศึกษามากมายเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ ความสัมพันธ์ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Aakhus & Bzdak, 2015; Business Roundtable, 2019; Freeman et al., 2017; Greenwood, 2007; Kujala & Sachs, 2019; J. R. M-I-Tchell et al., 2022; Noland & Phillips, 2010; Sachs & Kujala, 2021b) ซึ่งถือว่าเป็นคนหรือกลุ่มคนที่มีผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร (Freeman, 1984) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอาจแบ่งเป็น 2 ระดับใหญ่ๆ คือ ระดับปฐมภูมิ เป็นกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานขององค์กร ในการ แลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ ได้แก่ พนักงาน ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ คู่ค้า ลูกค้า ผู้แทนจำหน่าย และระดับทุติยภูมิ เป็นกลุ่มที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจ แต่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ ชุมชน รัฐบาล กลุ่มกิจกรรม สื่อมวลชน กลุ่มสนับสนุนธุรกิจ และกลุ่มสาธารณชนทั่วไป (Lawrence & Weber, 2016) โดยการศึกษาเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมักจะมุ่งเน้นไปที่การมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เนื่องจากเป็นประเด็นที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อองค์กร ยกตัวอย่างเช่น บทบาทหน้าที่ในการมีส่วนร่วมในการสร้างมูลค่าเพิ่มของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Freudenreich et al., 2020; Harrison et al., 2010; Harrison & Wicks, 2013) การวางแผนกลยุทธ์และการตัดสินใจ

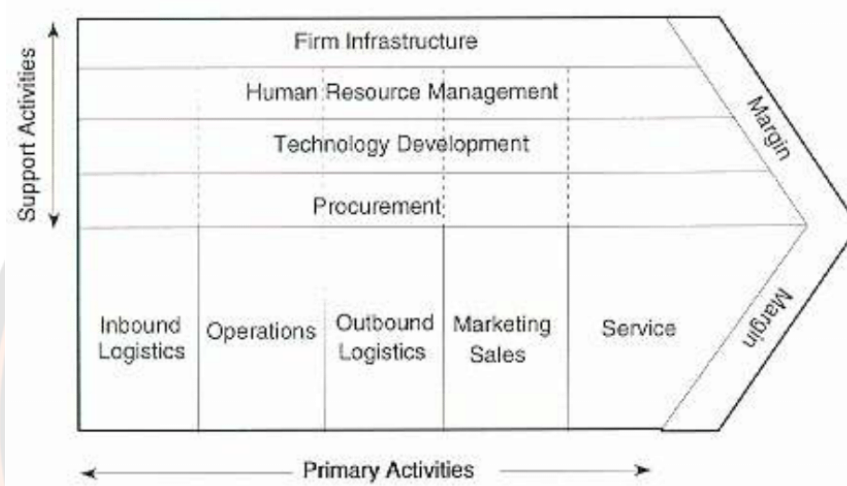
(Castelló et al., 2016; Noland & Phillips, 2010; Ramus & Vaccaro, 2017) การสร้างนวัตกรรม (Alvarez & Sachs, 2021; Baltazar Herrera, 2016; Bendell & Huvaj, 2020; Goodman et al., 2017; Scuotto et al., 2020; Watson et al., 2020) การเรียนรู้และการสร้างความรู้ (Desai, 2018; J. R. M-I-Tchell et al., 2022; Phillipson et al., 2012) การจัดทำบัญชีและการรายงานผล (Desai, 2018; J. R. M-I-Tchell et al., 2022; Phillipson et al., 2012) รวมไปถึงการรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืน (Arenas et al., 2009; Banerjee & Bonnefous, 2011; Dobele et al., 2014; Lindgreen & Swaen, 2010) เป็นต้น เนื่องจากเป็นการศึกษาเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ีระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ (AccountAbility, 2011; SocialResponsibility Center, 2013; Siam Cement Group, 2014) โดย Amaeshiand Crane (2006) ได้แบ่งกระบวนการ การสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ขั้นการระบุและจัดลำดับความสำคัญ (identification and prioritization) เป็นขั้นตอนในการแบ่งประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจัดลำดับความสำคัญของประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือเป็นการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวัง การจำแนกประเภท รวมทั้งการจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม 2) ขั้นการปฏิบัติ (execution) เป็นขั้นตอนของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือเป็นขั้นตอนของการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างต่อเนื่องและหลากหลายช่องทาง ต้องมีการเปิดเผยข้อมูลขององค์กรที่จำเป็นให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และ 3) ขั้นการประเมินผล (evaluation) เป็นขั้นประเมินผลการดำเนินการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งการรวบรวมสิ่งที่องค์กรได้เรียนรู้จากการดำเนินการดังกล่าว นอกจากนั้นการสร้าง ความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และองค์กรควรกำหนดให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร ต้องเน้นการสื่อสารแบบสองทาง รวมทั้งปรับปรุงแนวทางการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอยู่เสมอ

นักวิชาการด้านทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมักจะให้ความสำคัญต่อการทำความเข้าใจรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Andriof et al., 2002; Bridoux & Stoelhorst, 2016, 2020; Bundy et al., 2018; Harrison & Wicks, 2013; Jones et al., 2018; R. K. M-I-Tchell et al., 2015) โดยเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการสร้าง ความสัมพันธ์อันดี

ระหว่างกันของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวและการที่องค์กรธุรกิจจะประสบความสำเร็จในระยะยาวได้นั้น องค์กรต้องมีการบริหารโดยให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานขององค์กรด้วย (Freeman, 2010) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า เนื่องจากทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่าเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้น โดยแนวคิดของคำว่าห่วงโซ่คุณค่าจึงหมายถึงการเชื่อมโยงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทต่างๆ ในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างมูลค่านำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและเชื่อมโยงการทำงานระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าให้ดีขึ้น เช่น การแบ่งปันทรัพยากรและองค์ความรู้ระหว่างบริษัทท้องถิ่น ตัวแทนจำหน่าย ผู้จัดส่งวัตถุดิบ และผู้นำในตลาด (UNECA, 2014) โดย Laplinsky and Morris (2000) ได้กล่าวถึงความสำคัญของห่วงโซ่คุณค่าที่มีต่ออุตสาหกรรม 3 ประการ คือ การสร้างความสามารถในการเผชิญการแข่งขัน การประหยัดต้นทุนการผลิต และการสร้างความยั่งยืนจากพลวัตของห่วงโซ่คุณค่า จากแนวคิดข้างต้น John & Govindarajan (1993) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ห่วงโซ่คุณค่าคือกิจกรรมสร้างมูลค่าตลอดทุกกระบวนการตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบขั้นพื้นฐานจากแหล่งผลิตไปจนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคในขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าที่อยู่ในกระบวนการสร้างคุณค่า (Shank & Govindarajan, 1992) โดยห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมจะเริ่มต้นที่กระบวนการสร้างคุณค่าของผู้ผลิตที่ดำเนินการจัดหาวัตถุดิบและส่วนประกอบหลัก และการสร้างคุณค่าจะถูกดำเนินต่อไปในทุกกระบวนการจนถึงขั้นตอนการส่งมอบสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค อีกทั้งยังครอบคลุมไปจนถึงการนำกลับมาใช้ซ้ำของผู้บริโภคด้วย (Dekker, 2003) กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ซึ่งประกอบไปด้วย การวิจัยและพัฒนา การออกแบบ การผลิต การตลาด การจัดจำหน่าย และการบริการหลังการขาย ส่วนกิจกรรมสนับสนุนก็จะประกอบไปด้วย การบัญชี การเงิน ทรัพยากรมนุษย์ และเทคโนโลยีต่างๆ (SchM-I-Tz, 2005) จะต้องถูกเพิ่มคุณค่าเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคนั่นเอง (Horngren et al., 2012) ซึ่งหากนำเอาแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าเข้ามาใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะทำให้เกิดการสร้างคุณค่าให้แก่กิจกรรมทุกกิจกรรมที่อยู่ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในห่วงโซ่คุณค่า จนเกิดการสร้างคุณค่าของสินค้า/บริการ ที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง ทำให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นในสายตาลูกค้า (Porter, 1985)

แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ห่วงโซ่คุณค่าเป็นแนวคิดที่ใช้สำหรับพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดให้ธุรกิจเจริญเติบโตในตลาดได้เป็นอย่างดี (Porter, 1985; Ensign, 2001; P. Y. Yang, 2013) โดยการสร้างความร่วมมือเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างแต่ละกิจกรรมย่อยและกิจกรรมสนับสนุน เรียกว่าระบบสร้างคุณค่า ซึ่งถูกใช้อย่างเหมาะสมเพื่อให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Porter, 1985)



ภาพ 1 ห่วงโซ่คุณค่าของ Porter

ที่มา: Porter, M. (1985)

ห่วงโซ่คุณค่าประกอบไปด้วยกิจกรรมคุณค่าและกิจกรรมขายขอบ โดยกิจกรรมคุณค่า คือกิจกรรมที่มีความแตกต่างกันทางกายภาพและเทคโนโลยีที่บริษัทดำเนินการ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทกว้างๆ คือ กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน กิจกรรมหลักประกอบไปด้วย 5 กิจกรรมย่อย โดยเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย (Porter, 1985) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับสินค้าหรือบริการ การขนส่ง การจัดเก็บและการแจกจ่ายวัตถุดิบ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการการผลิต กิจกรรมการจัดเก็บและจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ กิจกรรมการจูงใจลูกค้าเพื่อซื้อสินค้าและบริการ และกิจกรรมการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการหลังการขาย ส่วนกิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย 4 กิจกรรมย่อย ได้แก่ กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหาวัตถุดิบนำเข้าไปมาใช้ในกิจกรรมหลัก กิจกรรมพัฒนา

เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต กิจกรรมการบริหารทรัพยากรบุคคล และโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร

สำหรับการประยุกต์ใช้รูปแบบของห่วงโซ่คุณค่าแบบเดิมมาเป็นห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวก็ต้องการปรับเปลี่ยนบางอย่างให้เหมาะสม (Christie, 2010) จากห่วงโซ่คุณค่าฉบับดั้งเดิมของ Porter เปลี่ยนให้มาอยู่ในรูปแบบของห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนจากภาคการผลิตให้มาเป็นภาคบริการ ห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความสามารถในการสร้างและการจัดการภาคส่วนต่างๆของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้รับการช่วยเหลือและสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ในการผลักดันให้เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง (Corigliano, 2012) จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อส่วนต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่อยู่ในห่วงโซ่ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นบุคคล องค์กร หรือบริษัท ล้วนแล้วแต่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าที่จะต้องดำเนินงานร่วมกันเพื่อสร้างคุณค่าในทุกๆ กระบวนการให้สามารถส่งมอบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวแก่ลูกค้าได้อย่างน่าพึงพอใจ (Bititci Y. Y., 2006; Romero and Tejada, 2011)

รูปแบบห่วงโซ่คุณค่าที่ของ Porter ได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวจนถึงปัจจุบัน (Ensign, 2001; Bititci, 2006; Christie, 2010; Hwy, 2012; Acuner, 2014; Curta, 2014; H. Skipworth, 2015; Martel Alain, 2016; V. B. Laiskodat, 2017) โดยห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญในแง่ของการสร้างผลประโยชน์ที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในห่วงโซ่ทั้งหมด (Filda Rahmiati et al, 2019) แต่มีการปรับเปลี่ยนบางอย่างให้เหมาะสมในการประยุกต์ใช้รูปแบบของห่วงโซ่คุณค่าแบบเดิมมาเป็นห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยว (Christie, 2010) โดยปรับเปลี่ยนจากภาคการผลิตให้มาเป็นภาคบริการ และพบว่า ห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความสามารถในการสร้างและการจัดการภาคส่วนต่างๆของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ จะประกอบไปด้วย (1) การช่วยเหลือและสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ในการผลักดันให้เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง (Corigliano, 2012) และ (2) การดำเนินงานร่วมกันเพื่อสร้างคุณค่าในทุกๆกระบวนการให้สามารถส่งมอบสินค้าและบริการด้านการ

ท่องเที่ยวแก่ลูกค้าได้อย่างน่าพึงพอใจของบุคคล องค์กร หรือบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า (Bititci Y., 2006; Romero and Tejada, 2011)

ห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวมุ่งเน้นไปที่ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ชุดของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้รับจากประสบการณ์ที่ได้สัมผัสกับผู้ให้บริการ เช่น ผู้ให้บริการทางอากาศ โรงแรม ร้านอาหาร หรือบริษัทนำเที่ยว ในการสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้แก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการจะต้องร่วมมือกันพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดีที่สุด (Yilmaz and Bititci, 2006) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว ตามทฤษฎีเศรษฐกิจศาสตร์เชิงประสบการณ์ (Pine and Gilmore, 1999) พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้ต้องการซื้อบริการ แต่พวกเขาต้องการซื้อประสบการณ์ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการไม่ใช่การให้บริการที่มีคุณภาพ แต่สิ่งที่พวกเขาต้องการคือการได้รับความทรงจำที่ดี (Hemmington, 2007) ประสบการณ์ของลูกค้า คือ เหตุการณ์ที่ทำให้บุคคลมีส่วนร่วมในด้านอารมณ์ กายภาพ และทางสติปัญญา (Pine and Gilmore, 1999) ดังนั้นผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการจัดเตรียมสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้แก่ลูกค้าเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีเยี่ยม (SchM-I-Tt, 1999) เพื่อตอบสนองรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นพลวัตของนักท่องเที่ยว (Michelle Christian et al, 2011) โดยการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มเพื่อช่วยในการเข้าใจและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น อีกทั้งยังทำให้เป็นผู้บริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย (Pearch and Schott, 2005) ดังนั้นหากต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการให้บริการจึงต้องมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าเป็นสำคัญ (A. Fearn, 2012; D. Palacios-Marques, 2016) การสร้างคุณค่าผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการได้แก่กิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงความสำคัญของประสบการณ์เดินทางของนักท่องเที่ยวอันจะสามารถเป็นตัวช่วยในการพัฒนาสินค้าและบริการให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี (Nikolova, 2008; Filda Rahmiati et al, 2019) ในรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวตามประสบการณ์ท่องเที่ยวที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้จะมุ่งเน้นไปที่รูปแบบกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าของประสบการณ์นักท่องเที่ยว

การให้ความสำคัญในการมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีแก่นักท่องเที่ยวเป็นภารกิจหลักขององค์กรด้านการท่องเที่ยว โดยการนำเอาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวมาเป็น

แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง (Filda Rahmiati et al, 2019) ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการให้บริการคือความเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว (Liang, 2008; Hidayah, 2016) การส่งเสริมประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีส่วนในการสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวได้หากนักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยว (Ying et al, 2016) ซึ่งเป้าหมายหลักของแนวคิดกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยววันนี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการสร้างประสบการณ์พิเศษให้แก่การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวสามารถประเมินการค่าใช้จ่ายและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคตได้ (Yilmaz and Bititci, 2006) รูปแบบกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวนี้ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1. ขั้นประสบการณ์ก่อนเดินทางท่องเที่ยว 2. ขั้นประสบการณ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และ 3. ขั้นประสบการณ์หลังเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 ขั้นตอนล้วนแล้วแต่มีแนวทางในการวัดประเมินค่าของแต่ละขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 ครอบคลุมประสบการณ์ก่อนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งขั้นตอนนี้จะกล่าวถึงข้อมูลรายละเอียดก่อนออกเดินทาง ขั้นตอนที่ 2 ครอบคลุมประสบการณ์ระหว่างเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ขั้นตอนที่ 2 นี้หมายถึงกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมและสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว และขั้นตอนที่ 3 ครอบคลุมประสบการณ์หลังการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลลัพธ์ของกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวจะถูกประเมินค่าในขั้นตอนนี้ การประเมินผลที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 นี้จะแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางท่องเที่ยว โดยรายละเอียดของกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวทั้ง 3 ขั้นตอนสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้ (Filda Rahmiati et al, 2019)

1) ขั้นประสบการณ์ก่อนเดินทางท่องเที่ยว (Pre-trip Experience)

นักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุดและนักท่องเที่ยวจะประเมินผลจากประสบการณ์ที่ได้รับจากข้อมูลต่างๆ (Nikolova, 2008) ในขั้นตอนนี้ นักท่องเที่ยวจะมีตัวเลือกหลายตัวเลือกก่อนที่จะตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ดังนั้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับขั้นตอนนี้เนื่องจากมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางของพวกเขา คุณภาพของการให้บริการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและส่วนประกอบอื่นๆ ที่ละเอียดและถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวก็มีความสำคัญมากต่อประสบการณ์ท่องเที่ยวก่อนการเดินทางเพราะจะสามารถประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้

(Yilmaz and Bititci, 2006; P. Chithambarathan et al, 2015; Yahya, 2017) ในการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวที่อยู่นักท่องเที่ยวมักจะขอความช่วยเหลือจากตัวแทนการท่องเที่ยวหรือบางกรณีนักท่องเที่ยวก็จะดำเนินการด้วยตนเองในการจองผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต ดังนั้นสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งสำหรับประสบการณ์ก่อนการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคือความสะดวกในการตรวจสอบสถานะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ตนเอง (ห้องพัก ตัวเครื่องบิน หรือรถเช่า และอื่นๆ) กิจกรรมสำคัญสำหรับประสบการณ์ก่อนเดินทางท่องเที่ยวอีกหนึ่งกิจกรรมคือการเตรียมเอกสารสำคัญก่อนการเดินทาง เช่น ข้อกำหนดเกี่ยวกับวีซ่า โดยขั้นตอนนี้เรียกว่า กระบวนการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ขั้นตอนประสบการณ์ก่อนการเดินทางท่องเที่ยวนี้จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวและเริ่มวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในที่สุด (Filda Rahmiati et al, 2019)

2) ชั้นประสบการณ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Trip Experience)

ในขั้นนี้นักท่องเที่ยวจะอยู่ระหว่างการใช้บริการผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว เช่น การคมนาคมขนส่งขาเข้าและขาออก ที่พักแรมระหว่างการเดินทาง และกิจกรรมท่องเที่ยวอีกมากมาย เป็นต้น ส่วนแรกที่เกี่ยวข้องในขั้นตอนนี้คือการคมนาคมขนส่งซึ่งจะแยกเป็นการคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศและในประเทศสำหรับการขนส่งระหว่างประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดคือ การขนส่งทางอากาศ (Michelle Christian et al, 2011) แต่ในปัจจุบันการขนส่งระหว่างประเทศก็มีบริการล่องเรือทางบกด้วย (Cruise on Land) ในส่วนของการขนส่งในประเทศก็จะมีผู้ให้บริการขนส่งหลายประเภทรวมไปถึงบริการการขนส่งในท้องถิ่นด้วย ซึ่งปกติแล้วบริษัทขนส่งในประเทศมักจะมีการประสานงานและความร่วมมือกับบริษัทท่องเที่ยวระหว่างประเทศด้วย (Filda Rahmiati et al, 2019) ส่วนถัดไปจะกล่าวถึงที่พักแรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่มีหลากหลายประเภทด้วยกัน เช่น โรงแรม (Hotels) โรงแรมขนาดเล็ก (Boutique Hotels) ห้องพักรักสำหรับนักเดินทาง (Motel) เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ (Apartments) รีสอร์ท (Resort) เป็นต้น และส่วนสุดท้ายคือกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส กิจกรรมท่องเที่ยวประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวธรรมชาติ ความบันเทิง เทศกาล และการซื้อสินค้า โดยประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในขั้นนี้จะเริ่มเมื่อนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ระหว่างเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้าหรือการใช้บริการ กิจกรรมเหล่านั้นอาจอยู่ในรูปแบบของการซื้อสินค้าที่จับต้องได้ เช่น สินค้าที่ระลึก อาหาร และเครื่องดื่มก็ได้ หรือจะอยู่ในรูปแบบของการบริการที่จับต้องไม่ได้ เช่น การพักในโรงแรม การชมวิวทิวทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติก็ได้ กิจกรรมทั้งหลายที่ได้กล่าวไปนั้นอาจเป็นตัวการหลักในการนำพาให้นักท่องเที่ยว

กลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อีกครั้งหนึ่ง การจัดหาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ดีที่สุดมอบให้แก่นักท่องเที่ยวจะนำไปสู่ความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวได้ด้วย (Júlio da Costa Mendes et al, 2010) เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการและเป็นการให้บริการที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ทำให้มีผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพการให้บริการที่พึง การต้อนรับ ความบันเทิงและการขนส่ง คุณภาพการให้บริการรถแท็กซี่ เป็นต้น ซึ่งการศึกษาเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจ การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และความเต็มใจที่จะบอกต่อไปยังเพื่อนฝูงและเครือข่ายต่อไป (Latiff and Imm, 2015) และสำหรับกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวนี้ก็คำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการที่สำคัญเช่นกัน เนื่องจากคุณภาพของการบริการเปรียบเสมือนเครื่องมือชิ้นหนึ่งที่ช่วยทำให้องค์กรได้เปรียบคู่แข่งในตลาดการท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์ที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ซึ่งจะดำเนินการโดยการวิเคราะห์กิจกรรม ห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยวจากมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยว โดยแยกตามกิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วม เช่น บริการขนส่ง บริการที่พัก และกิจกรรมท่องเที่ยว (Filda Rahmiati et al, 2019)

3) ชั้นประสบการณ์หลังเดินทางท่องเที่ยว (Post-trip Experience)

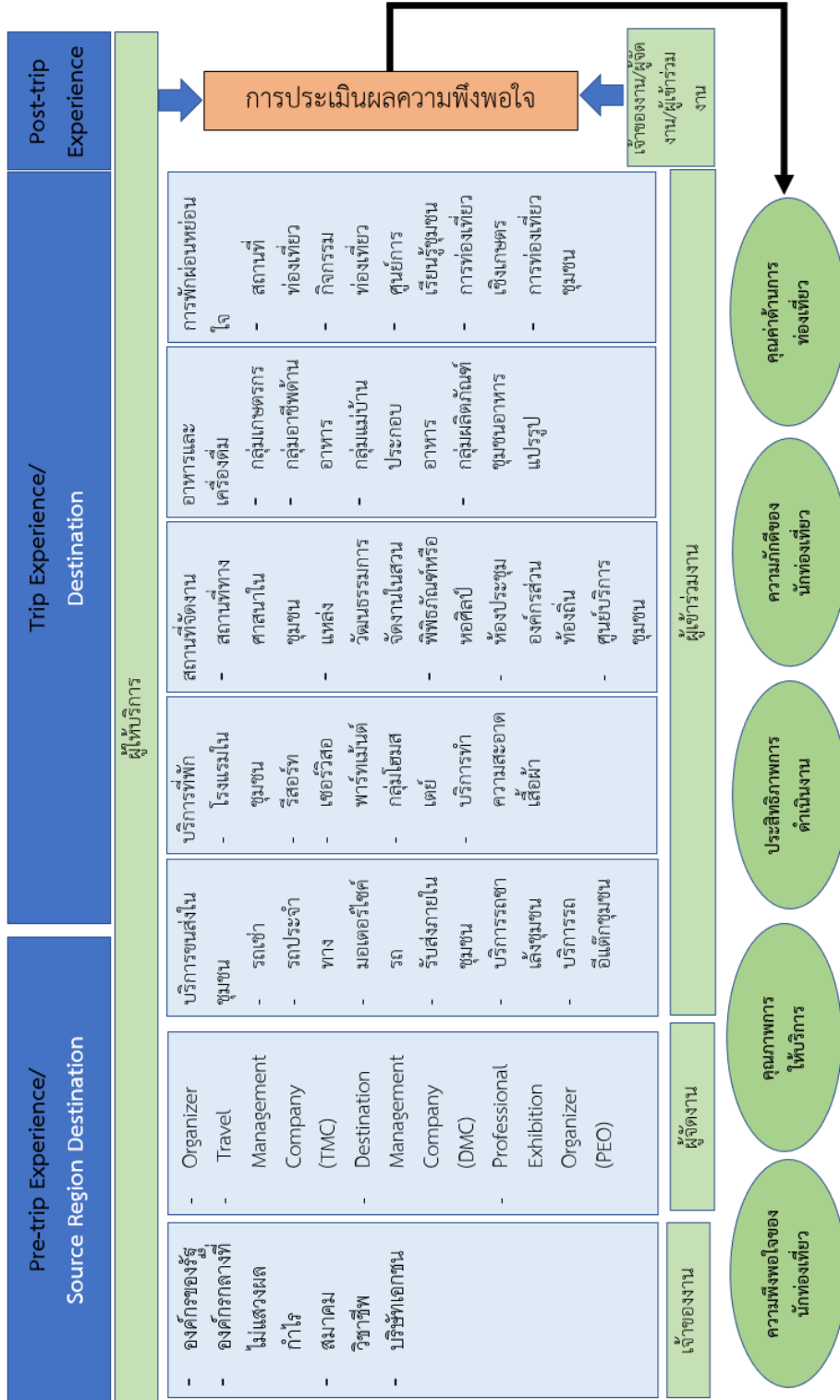
ในขั้นตอนนี้ นักท่องเที่ยวจะประเมินผลความพึงพอใจในต่อแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวได้ ชั้นประสบการณ์หลังเดินทางท่องเที่ยวนี้เป็นขั้นของการประเมินประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะนำประสบการณ์ทั้งหมดที่ได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวตามห่วงโซ่ ตั้งแต่ชั้นประสบการณ์ก่อนเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างเดินทางท่องเที่ยวมาพิจารณา และมาประเมินความพึงพอใจและความภักดีในขั้นหลังเดินทางท่องเที่ยว (Filda Rahmiati et al, 2019)

รูปแบบกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวนี้ถูกจัดทำขึ้นเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าตามมุมมองของนักท่องเที่ยวสามารถประเมินได้จากความพร้อมของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและคุณภาพการให้บริการ (ในแง่ของคุณภาพในการให้บริการข้อมูล คุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และคุณภาพของการให้บริการ) การทำความเข้าใจในกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการตั้งเป้าหมายไปยังความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี (Filda

Rahmiati et al, 2019) ซึ่งกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าทางการท่องเที่ยวสามารถอธิบายในรูปแบบของ
ความเชื่อมโยงได้ตามภาพต่อไปนี้



การสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ
 Knowledge, Experience, Personalization, Relationship, Interaction, Equity



ภาพ 2 รูปแบบห่วงโซ่คุณค่าด้านกิจกรรมท่องเที่ยว
 ที่มา: ดัดแปลงมาจาก Filda Rahmiati et al, 2019

จากภาพสามารถมองเห็นความเชื่อมโยงของแต่ละกิจกรรมต่อเนื่องกันจากกิจกรรมก่อนเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ดำเนินการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ชุมชน และผู้ให้บริการสำหรับการค้นหาข้อมูลและการสำรองหรือจองตั๋ว ที่พัก หรือสถานที่ท่องเที่ยว ขึ้นต่อมาก็คือกิจกรรมระหว่างเดินทางท่องเที่ยว มีผู้ดำเนินการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ให้บริการด้านการขนส่งระหว่างประเทศ การขนส่งในประเทศ และการขนส่งในท้องถิ่น ผู้ให้บริการที่พักประเภทต่างๆ และผู้ให้บริการกิจกรรมท่องเที่ยว และขั้นสุดท้ายคือกิจกรรมหลังการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนของการประเมินห่วงโซ่คุณค่าด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของทั้งขั้นก่อนเดินทางท่องเที่ยวและระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้ นักท่องเที่ยวจะนำคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการมาเป็นเกณฑ์ในการวัดประเมินความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว จนสามารถนำผลประเมินที่ได้นี้ไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพในการให้บริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป ซึ่งท้ายที่สุดรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าด้านกิจกรรมท่องเที่ยวนี้กลายมาเป็นเครื่องมือในการยกระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวนั่นเอง ซึ่งผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากต้องเห็นความสำคัญของประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแล้วการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในระดับอารมณ์ ความรู้สึก ความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรม และความสัมพันธ์ด้วย (Pine and Gilmore, 1999; Lashley, 2008) แนวคิดของการสร้างคุณค่าร่วมกันในแง่ของการมอบประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมให้แก่ลูกค้าจึงกลายมาเป็นวัตถุประสงค์หลักในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Kandampully et al., 2015; Hwang and Seo, 2016)

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า นักวิชาการให้ความสำคัญกับห่วงโซ่คุณค่าในฐานะเป็นกลยุทธ์ในการสร้างโอกาสให้แก่ธุรกิจเพื่อเข้าสู่การแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าในช่วงเวลาที่ผ่านมา มักจะเป็นการศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคและการวิเคราะห์องค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมหรือองค์กรภาคเอกชนที่ไม่ได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง แต่มุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมการผลิตเสียเป็นส่วนใหญ่ (Mete and Acuner, 2014; Zamora, 2016; Vattikoti and Razak, 2018; Setthachotsombut, 2020) แต่ก็มีบางส่วนที่ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวโดยตรง แต่เป็นการศึกษาเพื่อนำห่วงโซ่คุณค่าไปใช้ในการยกระดับการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจหรือการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว (Kaplinsky, 1999; Kaplinsky and Morris, 2001; Garcia, 2012; Zamora, 2016; Filda Rahmiati et al, 2019) และด้านสิ่งแวดล้อม หรือการศึกษาถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อลดภาวะเรือนกระจกที่นานาประเทศ

ต่างก็เป็นกังวล (Donald, 2004; Halberg, 2004; Dalgaard et al., 2008) ซึ่งถือว่ายังไม่เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ เนื่องจากขาดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอีก 1 องค์ประกอบ อันได้แก่ ด้านสังคม กล่าวได้ว่า มีการศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังมีช่องว่างขององค์ความรู้อยู่ ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงเลือกทำการศึกษาลำโพงห่วงโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน ในการยกระดับการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 แห่งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างประโยชน์แก่การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างยั่งยืน รวมถึงประโยชน์ด้านวิชาการต่อไป

การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย (Thai Hospitality)

ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการยกระดับ M-I-T เพื่อชุมชนเพื่อเป็นการเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ ด้วยการนำการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยเข้ามาใช้เพื่อมุ่งเน้นในการร่วมสร้างคุณค่าด้านสังคม เนื่องจากจิตบริการแบบไทยนอกจากสามารถนำมาเป็นกลยุทธ์ในการให้บริการเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการแล้ว ยังสามารถนำมาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดความสามารถในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการพัฒนาเพื่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีไทยให้อยู่ควบคู่สังคมไทยไปอย่างยั่งยืน เนื่องจากจิตบริการแบบไทยคือการผสมผสานอย่างลงตัวของจิตบริการเชิงพานิชย์ จิตบริการเชิงสังคม และจิตบริการส่วนบุคคล (จารุวรรณ แดงบุบผา และคณะ, 2562) นอกจากนั้นแล้ว ด้วยคุณลักษณะเด่นของห่วงโซ่คุณค่าในไมซ์เพื่อชุมชนที่มุ่งเน้นในเรื่องของการดำเนินงานร่วมกันของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในลักษณะที่เชื่อมโยงกันเหมือนห่วงโซ่ หรือเป็นการเชื่อมโยงกันของผู้ดำเนินกิจกรรมต่างๆกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในไมซ์เพื่อชุมชน อีกทั้งยังเป็นการร่วมกันรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมาอย่างทั่วถึงกัน (Bititci Y. Y., 2006; Romero and Tejada, 2011) จึงทำให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า ไม่ว่าจะเป็นในด้านของปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนของอุปทาน และในด้านของปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนของอุปสงค์และอุปทาน (Hadziahmetovic, 2013) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในไมซ์เพื่อชุมชนที่ใช้จิตบริการแบบไทยในการดำเนินงานร่วมกันของทุกกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเป็นลักษณะของผู้คนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าในไมซ์เพื่อชุมชน ที่ต่างก็ได้รับอิทธิพลจากหลักศาสนา ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีชีวิตใน

สังคมไทย หรือเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangible) แสดงออกผ่านตัวบุคคลสู่การดำเนินงานร่วมกัน และการให้บริการ โดยจิตบริการแบบไทยถือว่าเป็นตัวแทนของพิธีกรรมที่มีความสอดคล้องกับการปฏิบัติตนทางศาสนาของพุทธศาสนิกชน และค่านิยมหลักของจิตบริการแบบไทยหรือหลักศีลธรรมนั่นเอง นอกจากนี้คุณลักษณะของจิตบริการแบบไทยยังมีส่วนที่เป็นค่านิยมร่วมกันทั้งประเทศ (Thai tradition) และค่านิยมเฉพาะของท้องถิ่น (local tradition) อีกด้วย (Siripen Dabphet, 2019; จารุวรรณ แดงบุปผา และคณะ, 2560; เพชรศรี นนท์ศิริ, 2563) โดยการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าเป็นการศึกษาผ่านมุมมองของความเป็นเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน ในรูปแบบของความเป็นองค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและจิตบริการมีใช้รูปแบบของการดำเนินงานโดยชุมชน ดังนั้นการศึกษาถึงลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยของไมซ์เพื่อชุมชนจึงเป็นการดำเนินงานที่จะทำให้เกิดความเข้าใจว่าการปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยของไมซ์เพื่อชุมชนสู่ความยั่งยืนมีลักษณะเป็นอย่างไร สามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ในด้านใด อย่างไรก็ตาม และควรมีปัจจัยใดบ้างที่จะทำให้การดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชนมีความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จ จนเป็นการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดความยั่งยืนในชุมชน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมๆ ที่เคยนำมาใช้ในชุมชนแล้ว

ปฏิสัมพันธ์ (Interaction) คือ ความสัมพันธ์เชิงพฤติกรรมหรืออากัปกริยา (Action) ที่แสดงออกในการติดต่อซึ่งกันและกันกับผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย การทักทาย การยิ้ม การได้ตอบ การแสดงอากัปกริยาและท่าทางต่อกัน การปฏิสัมพันธ์ในการให้บริการจะประกอบด้วย การสื่อสารหลักๆ อยู่ 2 วิธี คือ 1. การสื่อสารโดยภาษาหรือวัจนภาษา (Verbal Communication) ซึ่งเป็นการมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้ภาษาพูดเพื่อถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ข้อมูลต่างๆ ไปยังผู้อื่น เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและนำไปสู่การปฏิบัติตามที่ผู้พูดต้องการ 2. การสื่อสารโดยอากัปกริยาท่าทาง หรืออวัจนภาษา (Non – Verbal Communication) เช่น การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการใช้น้ำเสียงที่แตกต่างกัน สีลา ท่าทาง อิริยาบถ และอากัปกริยาต่างๆ เพื่อสื่อความหมายไปยังผู้อื่นให้เกิดการรับรู้ และเกิดความเข้าใจในสิ่งที่ผู้สื่อสารต้องการ (ธรรมรงค์ ไจสมคม, 2562)

ส่วนคำว่า จิตบริการ ตรงกับคำภาษาอังกฤษ Hospitality มีความหมายว่า การบริการด้วยความเต็มใจเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้รับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความสุขและความพึงพอใจ โดยผู้รับบริการจะสามารถรับรู้ได้ถึงจิตบริการด้วยความรู้สึก ในรูปลักษณะของการเป็น

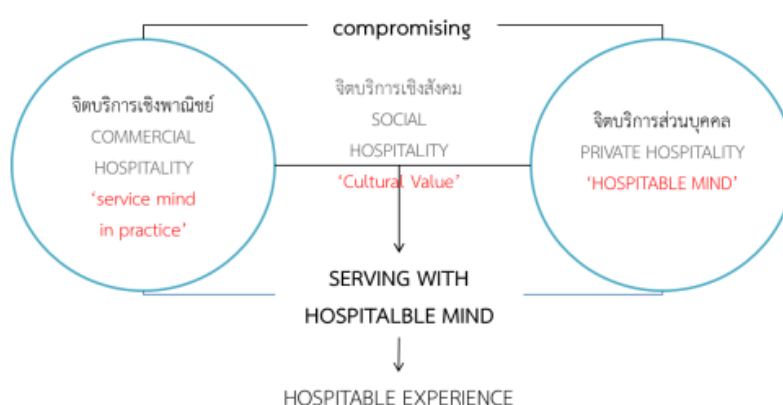
ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือประสบการณ์ ซึ่งคำว่าจิตบริการประกอบไปด้วย (จารุวรรณ แดงบุบผา และคณะ, 2562)

1. จิตบริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Hospitality) คือ การให้บริการด้วยความเต็มใจ (Service Mind) ที่ดำเนินการผ่านกลยุทธ์สร้างความแตกต่างอย่างมีอาชีพภายใต้การควบคุมมาตรฐานและการคำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเป็นหลัก

2. จิตบริการเชิงสังคม (Social Hospitality) คือ จิตบริการที่อยู่ภายใต้ค่านิยมและวัฒนธรรมความเป็นไทย ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับพระพุทธศาสนา ความเป็นอยู่ ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมประเพณีซึ่งแบ่งออกตามภูมิภาคต่างๆ ของไทย โดยจิตบริการประเภทนี้จะถูกส่งผ่านสังคมไทยไปยังจิตบริการส่วนบุคคล (Private Hospitality)

3. จิตบริการส่วนบุคคล (Private Hospitality) หมายถึง ความต้องการที่จะให้บริการอย่างจริงใจที่บุคคลถ่ายทอดผ่านจิตใต้สำนึกมายังการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ที่เกิดจากการสั่งสมจิตบริการเชิงสังคมมาเนิ่นนาน

ดังนั้นคำว่า จิตบริการแบบไทย (Thai Hospitality) จึงหมายถึง การให้บริการอย่างจริงใจที่ไม่ใช่เป็นเพียงการปฏิบัติตามหน้าที่แต่เป็นการปฏิบัติงานด้วยความจริงใจผ่านจิตใต้สำนึกของค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้รับบริการจนเกิดความสุขและความพึงพอใจและในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างผลประทางเศรษฐกิจให้แก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถอธิบายเป็นแผนภาพได้ดังต่อไปนี้

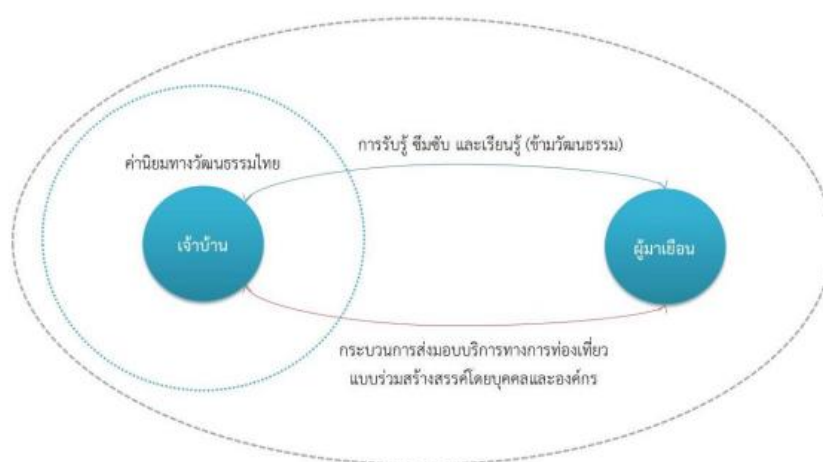


ภาพ 3 กระบวนการถ่ายทอดจิตบริการแบบไทย

ที่มา: จารุวรรณ แดงบุบผา และคณะ, 2562

1. องค์ประกอบและประสบการณ์จิตบริการแบบไทย

การบริการอย่างมีจิตบริการแบบไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการจะมีความสัมพันธ์ในรูปแบบของความเป็นเจ้าบ้านและผู้มาเยือน (Host-Guest Relationship) ซึ่งจะถูกส่งมอบใน 2 รูปแบบ คือ การถ่ายทอดในรูปแบบธุรกิจโดยผู้มาเยือนกับบุคลากรหรือองค์กรผ่านการรับบริการทางการท่องเที่ยว และการถ่ายทอดในรูปแบบการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมโดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กันของผู้มาเยือนกับท้องถิ่น ชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยว



ภาพ 4 การถ่ายทอดค่านิยมจิตบริการแบบไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ที่มา: จารุวรรณ แดงบุปผา และคณะ, 2562

จิตบริการแบบไทยให้ความสำคัญกับกระบวนการส่งมอบการบริการไปยังผู้รับบริการด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ โดยเฉพาะกระบวนการต้อนรับ ซึ่งถือว่ามีความสอดคล้องกับจารีตประเพณีดั้งเดิมของไทยที่กล่าวว่า “อันธรรมเนียมไทยแท้แต่โบราณ ใครมาถึงเรือนชานต้องต้อนรับ” และมีการให้ความหมายของคำว่า “เลี้ยงดูปูเสื่อ” โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542 ว่าเป็น การต้อนรับเลี้ยงดูด้วยอาหารการกินเป็นอย่างดี เนื่องจากในสมัยโบราณบ้านเรือนของคนไทยไม่ได้มีเครื่องเรือนมากมาย ไม่ว่าจะเป็นชุดรับแขก โต๊ะกินข้าว หรือเตียงนอน หากมีผู้มาเยือนก็จะต้องนำเสื่อมาปูเพื่อให้การต้อนรับด้วยน้ำดื่ม น้ำชา บุหรี่ เชี่ยนหมาก และอาหาร สำหรับเลี้ยงดูผู้มาเยือนอย่างเต็มที่เพื่อแสดงความเต็มใจในการต้อนรับผู้มาเยือน แต่หากบ้านหลังไหนให้ผู้มาเยือนต้องนั่งกับแป้นกระดานโดยไม่มีเสื่อปูจะแสดงให้เห็นถึงความไม่เต็มใจและเป็นเหมือนการไล่แขกผู้มา

เยือนอีกด้วย (ครูบ้านนอกดอทคอม, 2551) การต้อนรับของคนไทยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้มาเยือนพัน
ทุกข์ มีความสุข และรู้สึกอบอุ่นด้วยความมีเมตตา ปราณี ซึ่งเป็นลักษณะนิสัยอันแท้จริงของคนไทย
การให้บริการจึงถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของการจัดเตรียมสถานที่ให้สะอาด มีอาหารและ
เครื่องดื่มที่ถูกสุขอนามัย มีการแสดงและพิธีต้อนรับให้แก่ผู้มาเยือน ดังนั้นคำว่า จิตบริการแบบไทย
จึงหมายถึง “การแสดงออกซึ่งค่านิยมวัฒนธรรมไทยในการต้อนรับ เพื่อให้ผู้มาเยือนเกิดความรู้สึกสุข
กาย สบายใจตลอดระยะเวลาที่พำนักอยู่” (จารุวรรณ แดงบุผา และคณะ, 2562)

2. องค์ประกอบของการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย

จิตบริการแบบไทยคือการถ่ายทอดการให้บริการด้วยความจริงใจผ่านจิตสำนึกของศาสนา
ความเชื่อ วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีไทยที่ฝังอยู่ในตัวตนของผู้ให้บริการ ซึ่งวัฒนธรรม
ของไทยที่โดดเด่นที่สุดคือการไหว้และการยิ้มแย้มแจ่มใส โดยการไหว้มีความสัมพันธ์กับการอวยพรที่
เป็นอวัจภาษาสอดคล้องกับศาสนาพุทธที่คนไทยให้ความเลื่อมใสศรัทธาอย่างยาวนาน และการยิ้ม
ที่แสดงถึงความจริงใจและความเป็นมิตรของคนไทย รวมไปถึงความรู้จักกาลเทศะ ความสำรวมกิริยา
และวาจา และการให้ความเคารพผู้อื่น ที่เป็นอัตลักษณ์ของคนไทย จิตบริการแบบไทยยังสามารถ
แสดงออกมาในเชิงสัญลักษณ์ได้ด้วย เช่น วิถีชีวิต การละเล่น การแสดง การแต่งกาย และอาหารด้วย
ซึ่งเหล่านี้ล้วนถูกถ่ายทอดจากระบบการทางสังคมที่มาจากวัฒนธรรมไทย (Thai Culture)
ทั้งสิ้น โดยค่านิยมที่โดดเด่นของไทย 3 ประการ ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย ได้แก่ การเอาใจใส่
(Caring) การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (Compassion) และการประนีประนอม ความยืดหยุ่น การอยู่ร่วมกัน
ฉันญาติมิตร (compatibility) กลายมาเป็นส่วนประกอบของจิตวิญญาณของจิตบริการแบบไทยอย่าง
ลงตัว โดยองค์ประกอบของการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยสามารถอธิบายถึงรายละเอียดได้
ดังนี้ (จารุวรรณ แดงบุผา และคณะ, 2562)

2.1 การมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเห็นอกเห็นใจ (Compassion)

คนไทยจะแสดงออกถึงคำว่า การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเห็นอกเห็นใจผ่านความรู้สึกถึงการ
เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว หรือหน้าที่และความรับผิดชอบที่มีต่อคนในครอบครัว ซึ่งเป็นการทำสิ่ง
ดี ๆ ด้วยความเต็มใจ ปราศจากข้อดีให้กับคนในครอบครัวโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน เพื่อให้ผู้รับรู้สึกมี
ความสุขจนต้องการที่จะแสดงสิ่งดี ๆ นั้นกลับคืน โดยคำว่า เห็นอกเห็นใจถูกอธิบายโดย Goetz et al.
(2010) ว่าหมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อเห็นความทุกข์ของผู้อื่นและกระตุ้นให้เกิดความปรารถนาที่

จะเข้าไปให้การช่วยเหลือ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Ioannidou and Konstantikaki (2008) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การเห็นอกเห็นใจผู้อื่นเป็นความสามารถในการเข้าถึงสภาวะของจิตใจหรืออารมณ์ของบุคคลอื่น เปรียบเสมือนการได้เข้าไปอยู่ในสถานการณ์เดียวกันกับบุคคลนั้น จนสามารถเข้าใจในมุมมองหรือความรู้สึก ของบุคคลนั้นได้เป็นอย่างดี รวมถึงสามารถแสดงการเห็นอกเห็นใจ ผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Corey, 2008) ซึ่งการเห็นอกเห็นใจผู้อื่นจะเป็นส่วนสำคัญของ นักจิตวิทยาในการสร้างความสัมพันธ์เพื่อช่วยเหลือกับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นคุณลักษณะ สำคัญอันจะส่งผลต่อความสำเร็จในการช่วยเหลือผู้รับบริการ (Brammer, 1999) โดยรูปแบบของการ มีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเห็นอกเห็นใจให้แก่ผู้รับในอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวและบริการคือการให้ความช่วยเหลือด้วยความโอบอ้อมอารีเสมือนกระทำต่อคนใน ครอบครัวของตนเอง ซึ่งจิตบริการแบบไทยจะมุ่งเน้นในการให้บริการแก่ผู้มาเยือนโดยไม่ต้องรอการ ร้องขอ โดยจะต้องอาศัยการสังเกตและให้ความสนใจแก่ผู้รับบริการอย่างเต็มความสามารถ ยกตัวอย่างเช่น การรู้จักพูดและฟังผู้มาเยือนด้วยความตั้งใจในทุกๆ การมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ฝึกฝนใน การรู้จักมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาเยือนเพื่อได้ทราบถึงความต้องการของพวกเขา เพื่อนำมาซึ่งการให้บริการ ที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม รู้จักการอ่านสีหน้า ท่าทาง และอวัจนภาษาของผู้มา เยือนเพื่อให้เข้าใจถึงความรู้สึกหรือความต้องการของผู้มาเยือน มองหาโอกาสในการให้ความ ช่วยเหลือเล็กๆ น้อยๆ แก่ผู้มาเยือนอยู่เสมอ ผู้ให้บริการต้องเข้าใจถึงความคาดหวังของผู้มาเยือนและ มอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้มาเยือนอย่างเต็มความสามารถ ต้องให้ความเคารพในระหว่างการมี ปฏิสัมพันธ์กับผู้มาเยือนที่ความต้องการจะสะท้อนถึงความต้องการและความรู้สึก ถึงแม้ว่าจะเป็นการมี ปฏิสัมพันธ์เชิงลบก็ตาม ผู้ให้บริการต้องมุ่งเน้นทัศนคติที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลางและมีความเห็นอกเห็น ใจลูกค้าอย่างที่สุด (APSE, 2023) ซึ่งมีการศึกษาของ Munusamy, et al. (2010) พบว่า ความ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเห็นอกเห็นใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้มาเยือนอย่างมีนัยยะ สำคัญทางสถิติ และทำให้ผู้มาเยือนเกิดความภักดีต่อองค์กรหรือแหล่งท่องเที่ยวในท้ายที่สุด

2.2 การมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเอาใจใส่ (Caring)

การเอาใจใส่เป็นค่านิยมของคนไทยที่ควรถูกพัฒนาให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร สังคม และการท่องเที่ยวผ่านการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและ บริการ มากกว่าการเป็นเพียงคำสั่งการ ความใส่ใจด้วยความจริงใจเป็นหนึ่งในอัตลักษณ์ของคนไทยที่ ชาดอื่นไม่สามารถลอกเลียนได้ สามารถนำมาถ่ายทอดให้อยู่ในรูปแบบของการส่งมอบความสุขในทุก

เรื่องที่สามารถทำได้ไปยังผู้รับบริการผ่านจิตบริการแบบไทยให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งในด้านของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้มาเยือนนั้น ผู้ให้บริการต้องมีความใส่ใจในรายละเอียดของผู้มาเยือน ด้วยการรวบรวมรายละเอียดที่เกี่ยวกับผู้มาเยือน นับตั้งแต่ก้าวแรกที่มีปฏิสัมพันธ์กัน อาทิ สิ่งที่ชอบ ไม่ชอบ สิ่งที่เป็นอันตรายสำหรับผู้มาเยือน เช่น การแพ้อาหาร แพ้สารต่างๆ เพื่อผู้ให้บริการสามารถนำสิ่งนี้ไปใช้ในการให้บริการที่เหมาะสมกับผู้มาเยือนคนนั้นๆ และการถามไถ่สารทุกข์สุกดิบของผู้มาเยือนหรือการให้บริการโดยไม่ต้องร้องขอแก่แขก เป็นต้น ซึ่งการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการนี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้มาเยือน และความพึงพอใจของผู้มาเยือนก็มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรโดยตรง อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยวอีกด้วย (Jay and Hsin, 2007; Munusamy, et al., 2010; Rasheed and Abadi, 2014)

2.3 การมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นการทำให้เข้ากันได้ (Compatibility)

การทำให้เข้ากันได้มีลักษณะหนึ่งที่สำคัญ คือ การประนีประนอม และการปรับวิธีการให้บริการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของทั้งเจ้าบ้านและผู้มาเยือน ขณะที่วิธีการในการให้บริการต้องมีความร่วมสมัย ซึ่งความสามารถในการประนีประนอมที่เกิดจากการใส่ใจนี้เป็นจุดแข็งของการให้บริการด้วยจิตบริการแบบไทย อาทิ ความสามารถในการจัดหาทุกสิ่งที่ลูกค้าร้องขอ หรือการทำให้ทุกอย่างเป็นไปได้ตามที่ลูกค้าต้องการนั่นเอง การแสดงออกถึงความใส่ใจทุกรายละเอียดของความคิดหวัง และความจำเป็นของลูกค้า การหาวิธีให้ความสะดวกแก่ลูกค้าที่อยู่นอกเหนือขอบเขตของการบริการอย่างทั่วถึง อาทิ ความสามารถในการให้บริการเช็คอิน 24 ชั่วโมง หรือ การยืดหยุ่นเวลาในการรับประทานอาหารเข้า การปรับเปลี่ยนเมนูอาหารให้เหมาะสมกับความจำเป็นหรือความต้องการของผู้มาเยือน แต่ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์การดำเนินงาน หรือแม้กระทั่งการทดแทนหรือให้ข้อเสนอที่ดีกว่าแก่ผู้มาเยือน ในกรณีที่ผู้ให้บริการไม่สามารถทำตามที่แจ้งไว้ได้อย่างทันท่วงที (จารุวรรณ แดงบุปผา และคณะ, 2562) นอกจากนี้ในส่วนของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการด้วยกันเองนั้น การประนีประนอมมักจะอยู่ในรูปแบบของการลดความขัดแย้งเสียมากกว่า ซึ่ง

2.4 การมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทย (Culture)

การบริการที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทย เช่น การไหว้ การเดิน ความอ่อนน้อม ถ่อมตน มีมารยาทไทย การรู้จักกาลเทศะ มีความซื่อสัตย์สุจริต ความกตัญญูรู้คุณ ทั้งกับลูกค้าและเพื่อนร่วมงาน นอกจากนี้สถานประกอบการหลายแห่งยังนำเอาศิลปวัฒนธรรมไทยหรือศิลปะท้องถิ่นมาใช้

ในการตกแต่งสถานที่ และสร้างบรรยากาศของการบริการแบบไทย ยกตัวอย่างเช่น การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยอวัจนภาษา หรือการไหว้ที่แสดงถึงความอ่อนน้อมถ่อมตนต่อผู้รับบริการ การยิ้มแย้มแจ่มใสที่แสดงถึงความจริงใจต่อผู้รับบริการ การมีความซื่อสัตย์สุจริตต่อผู้รับบริการ ผู้ให้บริการต้องมีมารยาทแบบไทยโดยการให้ความเคารพต่อผู้อาวุโส พุดจาด้วยความสุภาพอ่อนหวาน ผู้ให้บริการต้องมีความกตัญญูรู้คุณทั้งต่อผู้รับบริการและเพื่อนร่วมงาน ผู้ให้บริการต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการด้วยการพูดจาที่มีน้ำเสียงอ่อนโยน อ่อนหวาน มีรอยยิ้มตลอดการสนทนา รู้จักใช้คำพูด เพื่อรักษาหน้าของผู้รับบริการ รักษาหน้าใจของผู้รับบริการ มีกริยาอาการที่สำรวมและระมัดระวัง มีกาลเทศะในการเดิน การนั่ง มีความสุภาพ นอบน้อม และมีสัมมาคารวะต่อผู้รับบริการ รวมไปถึงการที่ชุมชนนำเอา ศิลปวัฒนธรรมไทย หรือศิลปะท้องถิ่นมาใช้ในการตกแต่งสถานที่ และสร้างบรรยากาศของการบริการแบบไทยให้แก่ผู้มาเยือนด้วย นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยอวัจนภาษา อันได้แก่ การอวยพรให้แก่ผู้รับบริการ การพูดแต่สิ่งที่ดีต่อผู้รับบริการ การนำเที่ยวที่มีความรู้เชิงประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้จะทำให้องค์กรนั้นๆ มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่น่าเชื่อถือของผู้รับบริการเป็นอย่างมาก (จารุวรรณ แดงบุบผา และคณะ, 2562)

การให้บริการอย่างมีจิตบริการแบบไทยจึงสามารถกล่าวโดยสรุปว่า คือ การต้อนรับดูแลผู้รับบริการประดุจญาติมิตร นั่นเอง อย่างไรก็ตามการให้บริการด้วยจิตบริการแบบไทยเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนนั้น ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์เกี่ยวข้องผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในฐานะเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเสียเป็นส่วนใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างสรรค์คุณค่าและประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ และเพื่อตอบโจทย์ความคาดหวังของลูกค้าอย่างดีที่สุด รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์อันยาวนานกับผู้มาเยือนได้ (Siripen Dabphet, 2020; จารุวรรณ แดงบุบผา และคณะ, 2560 เพชรศรี นนทศิริ, 2563) ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Jauhari (2006) ที่ได้กล่าวว่า จิตบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องใช้บริการเพื่อสร้างคุณค่า (Value) ซึ่งเป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด อาจกล่าวได้ว่า การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรขององค์กรมีสมรรถนะสูงสุดจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ มีความพึงพอใจและประทับใจ ดังนั้นการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยจะทำให้เกิดการสร้างสรรค์ร่วมกัน (Co-creation) อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้นั่นเอง (จารุวรรณ แดงบุบผา และคณะ, 2560) แต่สำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยในอุตสาหกรรม MICE นั้นยังไม่พบการศึกษาที่เกี่ยวข้อง จึงเกิดเป็นช่องว่างขององค์ความรู้ในการศึกษาครั้งนี้ ว่าการใช้จิตบริการแบบไทยในอุตสาหกรรม MICE นั้นควร

มีลักษณะเช่นใด อย่างไรก็ตามในรายละเอียดของการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยในรูปแบบแนวคิด 4C นั้นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กร นักท่องเที่ยว และชุมชน ด้วยจิตบริการตามแนวคิด 4C

1. การมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเห็นอกเห็นใจ (Compassion)

ในส่วนของ การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเห็นอกเห็นใจระหว่างผู้ให้บริการด้วยกันเองนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกัน นั่นหมายถึง บุคลากรทุกคน จะต้องให้ความช่วยเหลือในการทำงานอย่างเต็มความสามารถด้วยความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้อื่น ให้ความช่วยเหลือเมื่อเพื่อนร่วมงานถูกทำร้ายหรือได้รับความไม่เป็นธรรมจากบุคคลที่สาม (Hershcovis & Bhatnagar, 2017; O'Reilly & Aquino, 2011; Priesemuth, 2013; Zoghbi-Manrique-de-Lara et al., 2013) และความเห็นอกเห็นใจสามารถช่วยให้บุคลากรเข้าใจความต้องการและมุมมองของสมาชิกในทีม ซึ่งจะส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ ความรู้สึกเห็นอกเห็นใจผู้อื่นจะทำให้บุคลากรได้รับความไว้วางใจจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ และจะสามารถสร้างสายสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นเมื่อเกิดการมีปฏิสัมพันธ์เพื่อแบ่งปันความคิดเห็น และรับฟังสิ่งที่ผู้อื่นต้องการจะสื่อสาร อีกทั้งยังต้องคอยให้กำลังใจต่อกันให้บ่อยครั้งเพื่อสร้างสายสัมพันธ์อันดีต่อกันอย่างต่อเนื่อง (NeuroLeadership Institute, 2023) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สมนึก อยู่เอม (2548) ที่ได้กล่าวไว้ว่า หากองค์กรใดต้องการให้บุคลากรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพก็ต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเห็นอกเห็นใจกันโดยสมาชิกในองค์กรต้องทำงานในบรรยากาศที่จริงใจต่อกัน เปิดเผย เป็นมิตร เห็นอกเห็นใจ ให้ความสำคัญต่อกัน ไม่ชิงดีชิงเด่น จึงจะทำให้สมาชิกทุกคนมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน

2. การมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเอาใจใส่ (Caring)

ในส่วนของ การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยความเอาใจใส่ระหว่างผู้ให้บริการด้วยกันเองนั้น บุคลากรในองค์กรต้องมีการปฏิสัมพันธ์กันด้วยความสนิทสนมกลมเกลียว เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของเพื่อนร่วมงาน การทำงานอย่างไว้นื้อเชื่อใจซึ่งกันและกัน มีความใส่ใจในรายละเอียดของเพื่อนร่วมงานแต่ละคนให้ได้ เพื่อที่จะสามารถให้ความช่วยเหลือได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม นอกจากนี้ ยังหมายรวมถึงการพูดจากับเพื่อนร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างรักษาน้ำใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรา ในการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อไม่ให้เกิดความบาดหมางใจในการทำงานร่วมกันนั่นเอง นอกจากนี้

ในฐานะผู้นำนั้น จะต้องมีการรักษาบรรยากาศในการทำงานด้วยการใช้ภาษากายและน้ำเสียงที่มีความโอบอ้อมอารี แสดงให้บุคลากรเห็นว่าคุณกำลังให้ความสนใจและใส่ใจในความต้องการหรือปัญหาต่างๆของพวกเขาอย่างเข้าใจ ซึ่งจะช่วยให้การปฏิสัมพันธ์เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงปัญหาและการแก้ไขปัญหาได้อย่างแท้จริง (NeuroLeadership Institute, 2023) ซึ่งความเอาใจใส่ของผู้นำและเพื่อนร่วมงานถือว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ (สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน, 2561)

3.การมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นการทำให้เข้ากันได้ (Compatibility)

สำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงการทำให้เข้ากันได้ในการพัฒนาประสบการณ์บริการนั้นใช้การประนีประนอม (Compromising) เป็นบริบทสำคัญของผู้ให้บริการนั้นจะมุ่งเน้นไปในส่วนของการลดความขัดแย้งในองค์กรเสียเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากการดำเนินงานต่างๆ จะมีกลุ่มย่อยมากมาย ซึ่งแต่ละกลุ่มย่อยก็จะมีบุคลากรมากมาย ทำให้ความคิดเห็นมักไม่ไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นการมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงการประนีประนอมจึงเป็นแนวคิดที่จะมุ่งขจัดความขัดแย้งด้วยการแก้ไขข้อพิพาทโดยการหาทางออกที่ตรงกับความต้องการและผลประโยชน์ของเพื่อนร่วมงาน โดยการประนีประนอมนี้จะเป็นแนวทางในการมีปฏิสัมพันธ์ที่จะทำให้เกิดการยุติความขัดแย้งที่ง่ายและรวดเร็วที่สุด (LinkedIn, 2023; Drew, 2023; Alton, 2017) โดยวิธีการในการมีปฏิสัมพันธ์อย่างประนีประนอมในองค์กรได้แก่ สมาชิกในองค์กรต้องมีการสื่อสารอย่างชัดเจนและให้เกียรติซึ่งกันและกัน แสดงความต้องการและความสนใจของตนเองโดยไม่ก้าวร้าว มีการรับฟังผู้อื่นอย่างตั้งใจ กระตือรือร้น และเห็นอกเห็นใจ รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับความต้องการและความสนใจของผู้อื่นโดยไม่ตัดสินหรือเพิกเฉยต่อความต้องการนั้นๆ (Alton, 2017) นอกจากนั้นในการมีปฏิสัมพันธ์เพื่อขจัดความขัดแย้งในองค์กรจึงควรมีการเจรจาต่อรองอย่างยุติธรรม มีการเสนอและประเมินแนวทางแก้ไขที่เป็นไปได้และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย และท้ายที่สุดสมาชิกในองค์กรทุกคนจักต้องเคารพการตัดสินใจและข้อตกลงที่มีร่วมกันในองค์กรอย่างเคร่งครัด โดยจะทำให้การมีปฏิสัมพันธ์อย่างประนีประนอมนี้สามารถสร้างคุณค่าให้แก่การดำเนินงานในองค์กรได้มากมาย เช่น ทำให้เกิดการยุติข้อพิพาทได้เร็วขึ้น ลดความตึงเครียดและความเป็นปรปักษ์ระหว่างฝ่ายต่างๆ รักษาความสามัคคีและความมั่นคงของบุคลากรในองค์กร และแสดงให้เห็นถึงความยืดหยุ่นและความเต็มใจที่จะรับฟังและยอมรับมุมมองของอีกฝ่าย อีกทั้งยังสามารถช่วยให้องค์กรหลีกเลี่ยงการเสียเวลาและทรัพยากรไปกับ

ความขัดแย้งที่ยืดเยื้อ เสริมสร้างความรู้สึกระหว่างความร่วมมือและความปรารถนาดี และป้องกันไม่ให้ความขัดแย้งบานปลายหรือลุกลามไปยังสมาชิกคนอื่นๆ ในองค์กรอีกด้วย (Linkedin, 2023)

4. การมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทย (Culture)

ในบริบทของผู้ให้บริการนั้นจะต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทยเช่นกัน เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน โดยวัฒนธรรมไทยที่มีความสำคัญในการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้แก่ ความมีน้ำใจ ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในอันดับของภาพลักษณ์ที่อยู่ในอันดับต้นๆ โดยความเห็นของทั้ง สถาบันการศึกษา และสถานประกอบการ โดยองค์กรทั้งสองนั้นต้องการให้พนักงานมีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ถือเป็นวัฒนธรรมหลักขององค์กรเลยทีเดียว โดยบุคลากรจะต้องแสดงถึงความโอบอ้อมอารีเหมือนกับว่าบุคลากรทุกคนอยู่ในครอบครัวเดียวกัน และความมีน้ำใจนี้มักจะหมายถึงการเผื่อแผ่ไปถึงพนักงานคนอื่นๆ และเพื่อนร่วมงานนั่นเอง (จารุวรรณ แดงบุผา และคณะ, 2562) นอกจากนี้การมีมารยาทไทย เช่น การไหว้ ก็เป็นหนึ่งในวิธีสำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยของผู้ให้บริการด้วย ซึ่งการมีมารยาทไทยจะทำให้ผู้ที่ได้รับเกิดความเคารพนับถือซึ่งกันและกัน และเกิดความรักความเอ็นดูเฉกเช่นคนในครอบครัว หรือในลักษณะญาติพี่น้องกันระหว่างเพื่อนร่วมงานหรือผู้บริหาร โดยการปฏิบัติในลักษณะไปลา มาไหว้ ที่แสดงถึงความเคารพอ่อนน้อม และเรียบง่าย ซึ่งเป็นเรื่องที่บุคลากรในองค์กรจะต้องมีความตระหนักและทำให้ถูกต้องอยู่เสมอ เนื่องจากการไหว้มีหลายระดับ หลายท่าทางที่แตกต่างกัน เช่น ผู้มีอาวุโสน้อยกว่าไหว้ผู้มีอาวุโสมากกว่า ผู้มีอาวุโสเท่ากันไหว้กัน เป็นต้น (ยุพวรรณ นิงคลาภวัฒน์, 2017)

ซึ่งจากการศึกษาพื้นที่เป้าหมายเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงการให้ความสำคัญของการมีปฏิสัมพันธ์กันของผู้มาเยือนกับท้องถิ่น ชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยว ในรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือน ที่ชุมชนได้ถ่ายทอดออกมาผ่านการให้บริการแก่ผู้มาเยือน จิตบริการแบบไทยจึงเป็นองค์ประกอบของประสบการณ์เชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Experience) ที่เป็นการสร้างสรรค์ร่วมกัน (Co-creation) ของทั้งฝั่งอุปสงค์และอุปทาน (จารุวรรณ แดงบุผา และคณะ, 2560) โดย Vargo and Lusch (2004) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างคุณค่าร่วมกัน หรือ Value Co-creation ก็เป็นหนึ่งในปัจจัยในความสำเร็จของการออกแบบบริการที่ต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างผู้ให้บริการ พนักงาน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด ซึ่งเปรียบเสมือนพลังสำคัญในการสร้างสรรค์รูปแบบการบริการใหม่ๆ หรือที่เรียกว่า “นวัตกรรม” คำกล่าวนี้สอดคล้องกับ Tim Brown ที่กล่าวไว้ว่า การสร้างสรรค์ผลงานคือ กระบวนการดำเนินงานร่วมกันจนทำสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันกลายมาเป็นสิ่งใหม่ที่

ผู้บริโภคมุ่งพอใจมากกว่าเดิม โดย Shostack (1982) ได้นำเสนอ “Blueprint” ของการออกแบบ การให้บริการที่มุ่งเน้นในเรื่องของการให้บริการทั้งในฉากหน้าและฉากหลังของการให้บริการหรือฉาก หลังคือส่วนที่หมายถึงส่วนที่มีหน้าที่สนับสนุนการส่งมอบบริการไปยังการให้บริการในฉากหน้า ที่มี การพบปะหรือให้บริการของผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ โดยการให้บริการในแนวคิด Blueprint นี้ คือการคำนึงถึงความสัมพันธ์ของทั้ง 2 ส่วนอย่างเท่าเทียมกัน การร่วมสร้างสรรค์คุณค่า (Value Co-Creation) เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบบริการ เนื่องจากการออกแบบเป็นกระบวนการที่จำต้อง อาศัยการทำงานที่สอดคล้องกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงผู้บริโภครหรือผู้รับบริการ นอกจากนี้ คุณประโยชน์ดังกล่าวข้างต้น การร่วมสร้างสรรค์คุณค่ายังเปิดโอกาสให้เกิด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ระหว่างกัน ยังมาซึ่งความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างองค์กรและลูกค้า การร่วมสร้างสรรค์ คุณค่าจึงเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ใช้ในการศึกษา ดังนั้นการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าจึงต้องเกิดขึ้นทั้งในส่วน ของอุปสงค์และอุปทานอย่างเหมาะสม

การสร้างคุณค่าร่วมกันคือเครื่องมือในการสร้างผลประโยชน์ให้แก่ผู้อื่น (Vargo and Lusch, 2008) โดยคุณค่าไม่ได้ถูกฝังอยู่ในสินค้าแต่ถูกแทรกอยู่ในการให้บริการ โดยผ่านทาง การปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (Grönroos, 2007) เนื่องจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้าน และผู้มาเยือนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ การบอกต่อ และความภักดีของผู้มาเยือนอย่างมีนัยยะ สำคัญ โดยการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจะต้องเกิดจากความเต็มใจของผู้รับบริการและความกระตือรือร้น ในกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันด้วย ซึ่งคุณค่าที่ผู้รับบริการได้รับจะมีความแตกต่างกันตามการ ปฏิสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล ดังนั้นความเป็นเอกลักษณ์ของคุณค่าที่ผู้รับบริการได้รับมีความเกี่ยวข้อง กับการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการให้บริการและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (Canestrino et al, 2020) เพราะเหตุนี้ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก ในการสร้างคุณค่าร่วมกัน เพื่อสร้างคุณค่าหรือประโยชน์แก่ผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ การสร้างสรรค์คุณค่าร่วมยังหมายถึง คุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากสิ่งต่างๆ ทางกายภาพและทางอารมณ์ที่ ได้มีส่วนร่วมกับผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการส่วนมากไม่ทราบว่าอะไรคือความรู้ และประสบการณ์ที่ลูกค้ามี อยู่ ดังนั้น ผู้ให้บริการควรที่จะใกล้ชิดกับลูกค้าและสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการสื่อสารหรือการมี ปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อที่จะทำให้เกิดประโยชน์ในการนำความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจและผู้มี ส่วนเกี่ยวข้อง (Prahalad & Ramaswamy, 2004) ข้อเสนอแนะที่เกิดจากการสร้างสรรค์คุณค่าร่วม จะสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Jaworski & Kohli,

2006; Payne et al., 2008) กระบวนการมีปฏิสัมพันธ์เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมมีผลต่อการสร้างประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้า เพราะผู้ให้บริการได้เข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้ง (Randalla et al., 2011) ดังนั้นการมีปฏิสัมพันธ์เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าร่วมจะเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและส่งผลเชิงบวกต่อการเป็นผู้รักภักดีต่อสินค้า

สำหรับประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้น Schmitt (1999) ได้ให้ข้อสรุปมิติของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไว้ว่ามี 5 มิติ ได้แก่ 1) ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสที่เชื่อมโยงกับการมองเห็น การสัมผัส และการดมกลิ่น (Sense) 2) ประสบการณ์ทางอารมณ์ เช่น อารมณ์ และความรู้สึก (Feel) 3) ประสบการณ์ทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการความคิดหรือกระบวนการจิตสำนึก (Think) 4) ประสบการณ์ทางกายภาพ พฤติกรรม และวิถีชีวิต ที่เป็นผลมาจากตัวผลิตภัณฑ์หรือการใช้งานผลิตภัณฑ์ (Act) 5) ประสบการณ์ทางสังคม หรือความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Relate) โดยมีการศึกษามากมายที่ระบุว่าประสบการณ์จะเกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่การบริโภคที่มีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ และประสบการณ์ที่ได้นั้นจะถูกสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการมากกว่าการถูกสร้างในด้านผู้ให้บริการเพียงฝั่งเดียว ในกระบวนการออกแบบบริการ การจัดส่ง และการบริโภค ที่เริ่มตั้งแต่ขั้นของการค้นหาข้อมูลไปจนถึงขั้นกิจกรรมหลังการเดินทางท่องเที่ยว (Carù and Cova, 2007; Prahalad and Ramaswamy, 2004.; Verhoef et al., 2009; Grönroos, 2011; Mascarenhas et al., 2016) ในบริบทของอุตสาหกรรมบริการนั้นพบว่าม็อดัประอบที่หลากหลายซึ่งมีความสำคัญต่อการมอบประสบการณ์ที่น่าจดจำให้แก่ผู้รับบริการ อันประกอบไปด้วย 1) รูปแบบหรือแนวคิดของผลิตภัณฑ์การบริการ (Gilmore and Pine, 2002) 2) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Berry et al., 2002; Hemmington, 2007; Walls et al., 2011) 3) คุณภาพทางเทคนิค หรือ สิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ เช่น การใช้บริการในโรงแรม (Berry et al., 2002; Grönroos, 2007; Brunner-Sperdin and Peters, 2009) 4) ความทรงจำ (Prebensen and Rosengren, 2016) และ 5) ความเชื่อ วัฒนธรรม ความรู้ การมีส่วนร่วม และความแปลกใหม่ (Kim et al., 2010)

ดังนั้นการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยจึงถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งเป็นการกระทำร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 2 ฝ่าย หรือมากกว่านั้น โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะทำการติดต่อสื่อสารกันกับอีกฝ่ายหนึ่ง สำหรับในบริบทของการปฏิสัมพันธ์ทาง

ธุรกิจนั้น หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อเหตุผลทางธุรกิจระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 2 ฝ่ายขึ้นไป และเป็น การติดต่อสื่อสารที่มีโอกาสส่งผลกระทบต่อกันและกันอีกด้วย และในบริบทของการบริการนั้นการปฏิสัมพันธ์จะเกิดขึ้นในการเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (Grönroos, 2011) กล่าวคือในระหว่างการปฏิสัมพันธ์กันโดยตรงระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ กระบวนการของผู้ให้บริการและผู้รับบริการก็จะเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน และจะก่อให้เกิดผลกระทบไปยังกระบวนการผลิตและกระบวนการใช้งานของทั้ง 2 ฝ่าย สุดท้ายจึงเกิดกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันจนเกิดการเรียนรู้ร่วมกันและการเรียนรู้จากอีกฝ่ายหนึ่ง (Ballantyne, 2004; Ballantyne and Varey, 2006) ในฐานะที่เป็นผู้ร่วมในการผลิตสินค้าหรือบริการ (ผู้ร่วมออกแบบหรือผู้ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์) ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าถือเป็นทรัพยากรหนึ่งในกระบวนการผลิตของผู้ให้บริการ และในขณะเดียวกันผู้ให้บริการก็เป็นทรัพยากรหนึ่งในกระบวนการสร้างคุณค่าของลูกค้าเช่นกัน นอกจากนั้นแล้วผู้ให้บริการก็สามารถได้รับคุณค่าจากการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้รับบริการได้ด้วยเช่นกัน (Grönroos, 2008) อย่างไรก็ตามการมีเพียงปฏิสัมพันธ์ก็ไม่ได้หมายความว่าผู้ให้บริการจะเป็นผู้ร่วมสร้างคุณค่าในทุกกรณี การมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ให้บริการสามารถสร้างทั้งคุณค่าและสามารถทำลายคุณค่าของผู้รับบริการได้เช่นกัน ดังนั้นต้องตระหนักอยู่เสมอว่าการมีปฏิสัมพันธ์เป็นเพียงกระบวนการหนึ่งที่สามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้รับบริการได้ โดยการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารของพนักงานถือว่าเป็นบทบาทที่สำคัญมาก ความสามารถในการเข้าใจความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการการปฏิสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ (Homburg et al., 2009) ซึ่งการใช้กระบวนการปฏิสัมพันธ์นี้สามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับคุณค่ามากขึ้นจากการใช้ทรัพยากรและในขณะเดียวกันก็สามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกได้ด้วยว่าไม่ได้รับคุณค่าใดๆหรืออาจรู้สึกว่าได้รับอิทธิพลที่ส่งผลในทางลบเสียด้วยซ้ำไป ดังนั้นคุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองฝ่ายคือพื้นฐานของการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Fyrberg and Juriado, 2009) นอกจากนั้นแล้วการมีปฏิสัมพันธ์ที่อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับอิทธิพลที่ส่งผลในทางลบ (Fyrberg and Juriado, 2009) ก็จะสามารถสร้างความเสียหายให้แก่การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้ ดังนั้นการมีหลักการหรือแนวทางให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ที่มุ่งเน้นไปที่กระบวนการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยเพื่อสร้างคุณค่าร่วมกันเพื่อสร้างคุณค่าด้านบวกและสร้างความสำเร็จได้นั้น จึงต้องมีปัจจัยแห่งความสำเร็จควบคู่ไปด้วย เนื่องจากปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากที่ต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์และเป้าหมาย หรือเป็นการให้หลักการ แนวทาง หรือวิธีการที่ชุมชนจะ

สามารถบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายได้ แต่ละชุมชนจึงควรต้องมีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่เป็นรูปธรรม ในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้บุคลากรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมดได้ทราบว่าตนเองและกลุ่มของตนเองต้องดำเนินงานอย่างไรบ้าง เพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานสามารถตอบสนองวิสัยทัศน์ของชุมชนได้อย่างไม่ไขว่เขว หากปราศจากปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว วิสัยทัศน์และเป้าหมายของชุมชนจะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล ปัจจัยแห่งความสำเร็จจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือหรือวิธีการฝึกการแยกแยะและวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่จะต้องเร่งดำเนินการให้ดีที่สุด เพื่อการบรรลุเป้าหมายการประกอบการที่เหนือกว่าในกลุ่มผู้ประกอบการอื่นๆ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2560)

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนด้วยจิตบริการแบบไทย

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จถูกกล่าวถึงครั้งแรก โดย Daniel (1961) ว่า เป็นปัจจัยที่สามารถชี้ขาดต่อความสำเร็จขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม และต่อมา Ghosh et. al. (2001) ได้ให้นิยามไว้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ยอดเยี่ยมขององค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างคุณค่าและผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการดำเนินงานโดยทั่วไป ที่องค์กรต้องการเพียงแค่ความอยู่รอดจากการดำเนินงานเท่านั้น ซึ่งนั่นถือเป็นหน้าที่หนึ่งที่สำคัญของปัจจัยแห่งความสำเร็จ โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จจะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน การดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จ เป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นผลมาจากความพึงพอใจของลูกค้า จากการตอบสนองความต้องการและการให้บริการลูกค้า (Pinto & Stevin, 1987) ซึ่งสอดคล้องกับ Edward J. Blocher (2010) ที่กล่าวว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่เป็นตัววัดผลการดำเนินงานในแต่ละด้านขององค์กร ที่มีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ ในการระบุปัจจัยความสำเร็จจะต้องมุ่งเน้นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร โดยมองหาปัจจัยจากแหล่งข้อมูลภายในเฉพาะของแต่ละองค์กรธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการผลิต ด้านการตลาด เป็นต้น นอกจากนี้ต้องตรวจสอบปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ทั้งเอื้อและไม่เอื้อประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม กฎระเบียบ การเมือง เป็นต้น โดยปัจจัยสู่ความสำเร็จนี้มีลักษณะเฉพาะอยู่ 4 ประการ ได้แก่ 1. เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการบริหารจัดการ 2. เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน 3. เป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารในการสร้างสรรค์คุณค่าให้กับการ

ดำเนินงาน 4. เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาด้านการตลาดเพื่อให้เกิดผลสำเร็จ (Ellegaard, 1992) ในด้านของ Christine V. Bullen and John F. Rockart (1981) ได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า หากมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยสู่ความสำเร็จ 5 ประการ ก็จะทำให้องค์กรจะไม่พบกับความล้มเหลวโดยเด็ดขาด ซึ่งปัจจัยสู่ความสำเร็จ 5 ประการ ประกอบไปด้วย 1. ปัจจัยด้านอุตสาหกรรม อันได้แก่ ลักษณะของอุปสงค์ เทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรม และลักษณะของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น 2. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการแข่งขันและตำแหน่งในอุตสาหกรรมของธุรกิจ ซึ่งพิจารณาจากประวัติและตำแหน่งการแข่งขันในอุตสาหกรรม 3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม คือ อิทธิพลของเศรษฐกิจมหภาคที่ส่งผลกระทบต่อคู่แข่งในอุตสาหกรรม ซึ่งรวมถึงคู่แข่งที่มีอิทธิพลน้อยหรือไม่มีอิทธิพลต่อองค์กรด้วย เช่น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ นโยบายเศรษฐกิจ และกฎหมาย เป็นต้น 4. ปัจจัยชั่วคราว คือปัจจัยที่ก่อให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมต่างๆตามกลยุทธ์ที่ได้วางเอาไว้ เช่น การขาดผู้เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการ หรือการขาดแรงงานฝีมือ เป็นต้น 5. ปัจจัยด้านผู้บริหารงาน โดยผู้บริหารในสายงานต่างๆ จะต้องมีปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เฉพาะเจาะจงตามหน้าที่ของตน ดังนั้นปัจจัยสู่ความสำเร็จจะต้องเป็นสิ่งที่องค์กรหรือชุมชนนั้นๆสามารถควบคุมได้ จึงจะทำให้การดำเนินงานสามารถประสบความสำเร็จได้ตามที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้วันนั้นเอง และสำหรับ Christensen et al. (1987) และ Mintzberg (1990b) มองว่า ทุกชุมชนต่างก็มีความเป็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งแต่ละชุมชนต้องค้นหาอัตลักษณ์ของตนเองให้พบโดยต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมของชุมชนด้วย ดังนั้นการสร้างปัจจัยสู่ความสำเร็จนั้นจึงต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์และสภาพแวดล้อมของชุมชนด้วย โดยจะเกิดขึ้นจากการศึกษาวิจัยจากกรณีศึกษาที่เป็นชุมชนที่ประสบความสำเร็จนั่นเอง

McKinsey Global Institute (1998) ได้วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จไว้ว่า เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องให้ความสำคัญเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการยกระดับผลประกอบการให้สูงขึ้น ซึ่งสิ่งนี้จะป็นสิ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการติดตามผลการดำเนินงานได้ สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จโดยทั่วไปนั้นมีอยู่ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่

1. ความมุ่งมั่น (Drive) ถือเป็นหัวใจสำคัญประการแรกที่ทุกคนต้องประพฤติปฏิบัติเพื่อให้เกิดความพยายามจนไปสู่ความสำเร็จ โดยเฉพาะผู้ประกอบการนั้นจะต้องระลึกไว้เสมอว่าไม่มีความสำเร็จอันใดที่ได้มาโดยปราศจากความพยายาม

2. ภูมิปัญญา (Knowledge/Wisdom) ผู้ประกอบการจะต้องเพียบพร้อมไปด้วยความรู้ความสามารถ ทักษะ ทั้งด้านเทคนิคและด้านการบริหาร

3. การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ผู้ประกอบการจะต้องคอยเพิ่มพูนพลังแห่งปัญญาอยู่ตลอดเวลา อันจะนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจมากมาย

4. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Personal Creativity) ผู้ประกอบการจะต้องมีวิธีคิดที่จะก่อให้เกิดมุมมองแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากผู้อื่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสที่จะสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้นได้ ว่าว่าจะเป็นการปรับปรุงระบบงานทั่วไป ระบบการผลิต ระบบการตลาด และระบบการบริการลูกค้า ตลอดจนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

5. มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร (Human Relations & Communications Ability) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสาร ให้บริการแก่ลูกค้าและบริหารทีมงานขนาดเล็กให้มีความมุ่งมั่นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความเข้าใจในทิศทาง กลยุทธ์ และวิถีปฏิบัติที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างสอดคล้อง โดยพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการที่เป็นเป็นผู้ประกอบการและผู้จัดการในเวลาเดียวกัน ก็คือ ความฉลาดรู้ทางอารมณ์

6. ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ (Problem Solving & Decision Making Skill) ในการเป็นผู้ประกอบการนั้น จะต้องพบกับปัญหาของระบบต่างๆ ในธุรกิจมากมาย รวมไปถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ความเข้าใจในปัญหา เทคนิคการวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจ ตลอดจนการวิเคราะห์ความคุ้มค่าเพื่อตัดสินใจ จะเป็นทักษะที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี

7. การบริหารเวลา (Time Management) เวลาของทุกคนจะมีเท่ากัน นั่นคือ 24 ชั่วโมงต่อ 1 วัน ขึ้นอยู่กับว่าใครจะสามารถใช้เวลาในแต่ละวันก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่นได้สูงสุด ดังนั้นการเป็นผู้ประกอบการหรือเป็นผู้บริหารองค์กร จึงควรมีความเป็นผู้นำที่มีความสามารถในการบริหาร การมอบหมายงาน การกำกับดูแลเป็นต้น แต่ก็มีได้เหนือไปกว่าแรงแต่อย่างเดียว หากผู้นั้นมีการใฝ่เรียนรู้ด้วยการเรียนรู้ตลอดชีวิตอยู่ตลอดเวลา

โดยในปัจจุบันมีนักวิชาการที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไว้ ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จในการสร้างคุณค่าให้แก่จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวของไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงในอนาคต (THAINESS) ซึ่งนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่กล่าวถึงนั้นก็เป็นหนึ่งในคำนิยามของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ เนื่องจากนักเดินทางกลุ่มไมซ์จะมีรายจ่ายต่อหัวต่อทริปเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนมากกว่า 2 เท่าตัว แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักเดินทางกลุ่มไมซ์เป็นกลุ่มนักเดินทางที่มีคุณภาพและศักยภาพสูง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2561)

ดังนั้นจึงถือว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการสร้างคุณค่าให้แก่จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวของไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวศักราชสูงในอนาคต (THAINESS) เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง โดยพบว่าม็องค์ประกอบ 7 ประการ ได้แก่ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2564)

1. Thai: Thai Hospitality มีการให้บริการและการต้อนรับด้วยจิตบริการแบบไทยในแหล่งท่องเที่ยว
2. A: Authenticity แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นแบบวิถีไทยที่สวยงามที่หาไม่ได้จากชีวิตประจำวัน
3. I: Insight หมายถึง มีสิ่งดึงดูดใจที่ตรงกับความรู้สึกนึกคิดที่ตั้งใจไว้และตอบสนองต่อความต้องการได้อย่าง เหมาะสม ตรงกับความเป็นส่วนตัวของนักท่องเที่ยว
4. N: New Experience ในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีสิ่งแปลกใหม่ที่ยังไม่เคยพบเห็นมาก่อน
5. E: Enjoyment มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท้าทายตื่นเต้น สนุกสนาน และตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยว
6. S: Social Life แหล่งท่องเที่ยวมีสินค้าและบริการใหม่ๆ แบบทันสมัยที่เข้ากับรสนิยมนักท่องเที่ยว
7. S: Sustainability มีความร่วมมือจากภาคการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน ช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ทราบว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่เป็นตัววัดผลการดำเนินงานในแต่ละด้านขององค์กร ที่มีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งมีการออกแบบและสร้างปัจจัยสู่ความสำเร็จในหลากหลายบริษัท แต่ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เป็นแนวคิดใหม่ที่ยังไม่มีนักวิชาการท่านใดเคยศึกษามาก่อน ทำให้หลักเกณฑ์ของปัจจัยแห่งความสำเร็จยังคงยังไม่ปรากฏแน่ชัดและยังไม่ทราบว่าการดำเนินงานด้าน M-I-T แบบไหนที่เรียกว่าประสบความสำเร็จ ดังนั้นแล้ว งานที่ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม คือ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนด้วยจิตบริการแบบไทย จึงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจและศึกษาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนต่อไป โดยชุมชนที่จะทำการศึกษานั้นประกอบไปด้วยพื้นที่ 2 แห่ง ได้แก่ ชุมชนบ้านบุไทร ที่เป็นตัวแทนของชุมชนที่มีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนแบบชุมชนเดี่ยว และเครือข่าย

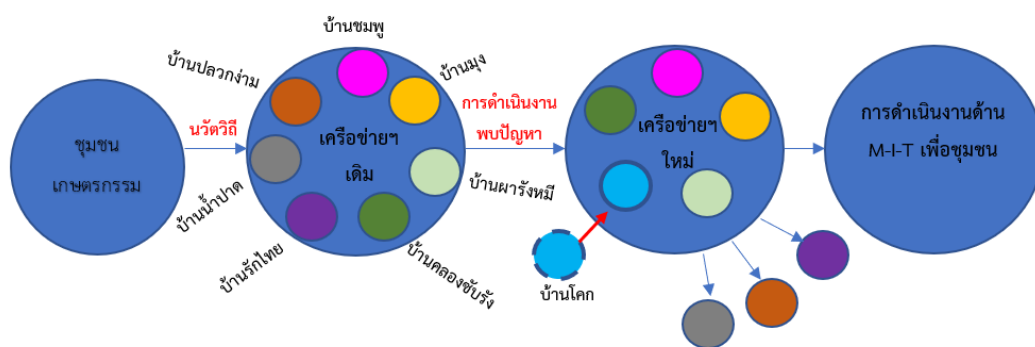
เชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ที่เป็นตัวแทนของชุมชนที่มีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนแบบชุมชนเครือข่ายหรือการดำเนินงานร่วมกันด้วยหลายชุมชน ซึ่งพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 แห่ง เป็นชุมชนที่มีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และประสบความสำเร็จมาแล้ว โดยเป็นชุมชนที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น มีการสืบทอดวัฒนธรรม และมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย ทำให้เกิดเป็นชุมชนที่มีความยั่งยืน ผู้วิจัยจึงได้เข้าไปฝังตัวเพื่อทำการศึกษาวิจัยและถอดบทเรียนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 แห่ง เพื่อต่อบัณฑิตอุปสรรคทั้ง 3 ข้อ อันได้แก่ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบ บทบาท และกระบวนการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย และ 3) เพื่อเสนอแนะรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T (Meeting-Incentive-Travel) ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีรายละเอียดของชุมชนดังต่อไปนี้

บริบทพื้นที่

จากการศึกษาเบื้องต้นในชุมชนเป้าหมายทั้ง 2 แห่ง อันได้แก่ ชุมชนบ้านบุไทร ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา และเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก ที่ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาชุมชนทั้ง 2 แห่งนี้ เนื่องจากเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นเมืองไม่ชัชวาลี่ ซึ่งมีความพร้อมสำหรับการจัดงานไม่ชัตามหลักเกณฑ์ของ สสปน.ทั้ง 8 ข้อ อันได้แก่ 1) ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน 2) การสนับสนุนการจัดงานไม่ชัจากในเมืองจัดงาน 3) กิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม 4) ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก 5) สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของเมือง 7) สภาพแวดล้อมของเมือง และ 8) ความเสี่ยงในการยกเลิกงานและการรักษาความปลอดภัย (TCEB, 2557) และเนื่องจากเป็นชุมชนที่มีความเหมาะสมและคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของโครงการไม่ชัเพื่อชุมชน อันได้แก่ เกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนที่พัฒนาตามหลักเกณฑ์ของ สสปน. (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2561) ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้ (1) เป็นชุมชนสหกรณ์ที่มีศักยภาพเพื่อรองรับการจัดงานประชุม ศึกษาดูงาน และจัดกิจกรรมเรียนรู้ ซึ่งประกอบไปด้วย จุดเด่นของสหกรณ์ กิจกรรมของสหกรณ์ (2) เป็นชุมชนที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา และศึกษาดูงาน

(ไทยพับลิก้า, 2561) (3) เป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์ด้านคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือประวัติศาสตร์ (4) มีบริการขนส่งมวลชนที่สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย (5) มีบุคลากรที่มีความสามารถในการให้บริการจัดงานประชุม ศึกษาดูงาน และจัดกิจกรรมเรียนรู้ (6) มีที่พักในชุมชนหรือสถานที่ใกล้เคียงที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว (Manuela Liliana Muresan and Puiu Nistoreanu, 2017) โดยชุมชนที่ผู้วิจัยได้เลือกเพื่อเป็นพื้นที่ศึกษา ได้แก่ ชุมชนบ้านบุไทร ซึ่งเป็นตัวแทนของชุมชนประเภทชุมชนเดี่ยว และเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ซึ่งเป็นตัวแทนของชุมชนประเภทชุมชนเครือข่าย ตามประเภทของโมซ์เพื่อชุมชนที่ได้กล่าวไปแล้วในตอนต้น โดยพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 แห่ง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก



ภาพ 5 กลุ่มชุมชน (Community) ของเครือข่ายชุมชนคนรักเนินมะปราง
ที่มา: ข้อค้นพบในการศึกษาครั้งนี้

เครือข่ายชุมชนคนรักเนินมะปรางแต่เดิมเป็นการรวมตัวกันของชุมชน 7 ชุมชน ที่มีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชน อันได้แก่ บ้านมุง บ้านผารังหมี่ บ้านรักไทย บ้านน้ำปาด บ้านคลองซบรั้ง บ้านชมภู และบ้านปลวกง่าม ซึ่งเกิดจากการรวมตัวกันจากโครงการ OTOP นวัตวิถี ในปี พ.ศ.2561 ทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปรางขึ้น โดยมีการดำเนินงานร่วมกันทั้ง 7 ชุมชนเรื่อยมา จนในปี พ.ศ.2565 เกิดมีการปรับรูปแบบของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางใหม่ โดยชุมชนบ้านน้ำปาด ชุมชนบ้านปลวกง่าม และชุมชนบ้านรักไทย ได้ออกจากเครือข่าย เนื่องจากความห่างของระยะทางของชุมชนบ้านรักไทย ทำให้การเดินทางเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวค่อนข้างลำบาก สำหรับการใช้รถรางของเครือข่ายฯ อีกทั้งทางขึ้นไปยัง

ชุมชนบ้านรักไทยค่อนข้างสูงชัน ทำให้รถรางและรถนำเที่ยวของเครือข่ายฯไม่สามารถเดินทางไปถึงได้ อีกทั้งยังขาดคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวที่จะสามารถร่วมประชุมและปรึกษาหารือกับเครือข่ายฯ ได้อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเครือข่ายคนรักเนินมะปรางจะมีการประชุม ปรึกษาหารือ และพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ทำให้ชุมชนบ้านรักไทยออกจากเครือข่ายฯในที่สุด ส่วนชุมชนบ้านน้ำปาดและบ้านปลวกง่ามพบว่าชุมชน 2 แห่งนี้ ยังไม่มีทรัพยากรท่องเที่ยวและการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่เด่นชัด และหลังจากการเข้าร่วมโครงการ OTOP นวัตกรรมแล้ว ชุมชนทั้ง 2 แห่งนี้ ก็ไม่ได้มีการต่อยอดหรือดำเนินการด้านการท่องเที่ยวต่อ จึงทำให้ทั้ง 2 ชุมชน ไม่มีการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวและออกจากเครือข่ายฯด้วยในที่สุด ทำให้ชุมชนท่องเที่ยวในเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางเหลือ 4 ชุมชนที่มีความเข้มแข็งและกระตือรือร้นในการเป็นชุมชนท่องเที่ยว อันได้แก่ บ้านมุง บ้านผารังหมี บ้านชมภู และบ้านคลองซบรั้ง หลังจากที่ได้มีการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางมาระยะหนึ่ง ทำให้ชุมชนเกิดรายได้มากขึ้น อีกทั้งยังมีการพัฒนาด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐานภายในชุมชน การปรับปรุงภูมิทัศน์อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการพัฒนาด้านอื่นๆตามมาอย่างไม่หยุดหย่อน ทำให้ชุมชนต่างๆ ที่อยู่ใกล้เคียงเกิดความกระตือรือร้นที่จะเข้ามาอยู่ในเครือข่ายฯด้วย และหนึ่งในนั้นคือชุมชนบ้านโคก ซึ่งเป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและพืชสมุนไพร แรงความประสงค์ขอเข้าร่วมเป็นหนึ่งในเครือข่ายฯ เพื่อเติมเต็มให้แก่เครือข่ายฯ ได้มีความหลากหลายด้านทรัพยากรท่องเที่ยว และมีตัวเลือกที่น่าสนใจและมีอัตลักษณ์ให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังอำเภอเนินมะปราง จนในที่สุดเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางก็มีสมาชิกทั้งสิ้น 5 ชุมชน อันได้แก่ ชุมชนบ้านมุง ชุมชนบ้านผารังหมี ชุมชนบ้านคลองซบรั้ง ชุมชนบ้านชมภู และชุมชนบ้านโคก ชุมชนทั้ง 5 แห่งนี้ ได้มีการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในด้านของการพัฒนาพื้นที่ การพัฒนากระบวนการ และพัฒนาบุคลากร ด้วยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดของโครงสร้างและวิวัฒนาการของแต่ละชุมชนดังต่อไปนี้

1.1) บ้านมุง ตำบลบ้านมุง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

แต่เดิมตำบลบ้านมุงตั้งอยู่ในอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ภายหลังในปี พ.ศ.2536 ได้เปลี่ยนมาเป็นกิ่งอำเภอเนินมะปราง สาเหตุที่ได้ชื่อว่าบ้านมุงเนื่องจากในสมัยโบราณมีผู้ค้นพบช้างขนาดใหญ่อยู่ในบริเวณที่ตั้งหมู่บ้านและได้มีคนนำมาตีตั้งโมง โมง โมง ในภายหลังเสียงจึงเพี้ยนมาเป็นบ้านมุงจนถึงปัจจุบัน ลักษณะของการประกอบอาชีพของคนในชุมชนคืออาชีพเกษตรกรรม (ปลูก

ข้าว ข้าวโพด อ้อย) อาชีพรับจ้าง ในช่วงหน้าฝนชาวบ้านจะออกหาปลา โดยมักจะตกเบ็ดใส่อีโต่งที่เจาะปลายแล้วนำไซมาใส่ตรงปลายอีโต่งเพื่อหาปลา หรือหากบ้านไหนไม่มีไซก็จะนำผ้าสี่มุมปลายอีโต่งแทน เป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านในละแวกนั้น บ้านมุงเป็นชุมชนที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภูเขาผาทำพล ซึ่งเป็นเขาหินปูนอยู่ในมหายุคพาลีโอซีน (Palaeocene) และอยู่ในยุคย่อยคาร์บอนิฟอรัส (Carboniferus) มีอายุราว 360 – 286 ล้านปีมาแล้ว ภูเขาผาทำพลเป็นภูเขาหินปูนลูกโดด ภูเขาทอดยาวมีลักษณะคล้ายรูปเกือกม้า มีความสูงจาก ระดับน้ำทะเลปานกลาง ที่ประมาณ 236 เมตร มีที่ราบเล็กๆ ตามหุบเขา มีลำน้ำไหลลอดผ่านภูเขาสองแห่ง ซึ่งมีน้ำไหลผ่านตลอดปี ลักษณะเช่นนี้พบได้น้อยมากในประเทศไทย (อรพนิดา จรัสธนวรพัฒน์, 2560) แต่เดิมชุมชนบ้านมุงยังไม่มีนักท่องเที่ยวรู้จัก จนกระทั่งในปี พ.ศ.2558 มีเจ้าของเพจเฟซบุ๊กคนรักเนินมะปราง ได้นำรูปภาพบรรยากาศของบ้านมุงที่ล้อมรอบไปด้วยภูเขาหินปูน มีหมอกขึ้นในช่วงเช้า และบรรดาค่างควาที่บินออกมาหาอาหารในช่วงพลบค่ำ ก็เริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ประกอบกับในปี พ.ศ.2561 ได้มีโครงการ OTOP นวัตกรรมเข้ามาพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ทำให้บ้านมุงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น มีการประกวดโฮมสเตย์มีสไตล์ระดับประเทศ โดยได้รับรางวัลดีเด่นลำดับที่ 2 และในปี 2564 ได้รับรางวัลกินรี โดยมักจะได้รับการสนับสนุนจากสถาบันทางการเงิน ชุมชนบ้านมุงได้รับผลประโยชน์มากมายจากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ โดยชาวบ้านมีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีรายได้เพียงพอต่อการใช้จ่ายในครัวเรือนโดยไม่ต้องไปทำงานนอกพื้นที่ ด้านสังคมคือมีการสืบต่อวัฒนธรรมของชุมชน มีการสืบต่อด้านนางสืบสอง เป็นต้น ด้านสิ่งแวดล้อม คือ เมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามา ทั้งชุมชน นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ผนึกกำลังกันวางแผนและปกป้องภาคเอกชนที่จะเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากภูเขาหินปูนด้วยการทำเป็นเหมืองแร่ เป็นต้น หลังจากนั้นชุมชนบ้านมุงก็กลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากมาย

1.2) บ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ชุมชนบ้านผารังหมีแห่งนี้ไม่ได้พัฒนามาจากการท่องเที่ยว แต่เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่พัฒนามาจากศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของสถาบันทางการเงิน โดยจะมีการจัดการศึกษาเรียนรู้ด้านการเกษตรให้แก่ชุมชนต่างๆ เดือนละ 4 ครั้ง ครั้งละ 100 คน และชาวบ้านในชุมชนบ้านผารังหมีได้เดินทางไปศึกษาเรียนรู้ ณ ศูนย์เรียนรู้ของชุมชนจอมแจ้ง จ.หนองคาย เพื่อเยี่ยมชมการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยการสนับสนุนจากกรมพัฒนาชุมชน ชาวบ้านจึงเห็นว่าการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชนจอมแจ้ง สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนมากมาย จึงได้นำมาปรับใช้กับชุมชน

ของตนเอง หลังจากนั้นก็ได้ประกาศรับสมัครชาวบ้านในชุมชนให้มารวมกลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ จนมีชาวบ้านในชุมชนมาสมัครถึง 17 หลัง หลังจากนั้นก็จะมีการหน่วยงานภาครัฐเข้ามาตรวจคุณภาพ ความสะอาด และความเหมาะสม หลังจากนั้นบ้านโฮมสเตย์แต่ละหลังก็จะมีคามจำเป็นต่างๆ ที่ไม่สามารถดำเนินการตามมาตรฐานที่สูงขึ้นของบ้านพักโฮมสเตย์ได้ จนเหลือ 8 หลังในปัจจุบันบ้านผาธงหมี่ ตำบลไพร่ย่อย จังหวัดพิษณุโลก เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นศูนย์เรียนรู้ทางการเกษตรให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีความสนใจในการเรียนรู้ทางการเกษตร เช่น เกษตรแปลงใหญ่ ศูนย์สาธิตโรงสีข้าว เริ่มต้นชุมชนแห่งนี้เป็นเพียงศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตร เท่านั้น แต่ในปี พ.ศ.2557 ชุมชนได้นำเอาการท่องเที่ยวเข้ามาผนวกกับศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตร ซึ่งประกอบไปด้วย การเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน การทำการเกษตร การฝึกอบรม การเข้าพักที่โฮมสเตย์ในชุมชน รับประทานอาหารพื้นถิ่น ห้องประชุมสัมมนา รถรางนำเที่ยว ซึ่งจากข้อมูลพบว่า ชุมชนแห่งนี้มีผู้นำที่เข้มแข็งเป็นอย่างมาก โดยได้รับรางวัลแหวนทองคำถึง 2 ปีซ้อน อีกทั้งเป็นผู้นำที่ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงได้มีการสนับสนุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวและเริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้นในปี พ.ศ.2561 ประกอบกับการเข้ามาพัฒนาด้านการท่องเที่ยวโดยกรมการพัฒนาชุมชน ภายใต้โครงการ OTOP นวัตกรรม ทำให้ชุมชนแห่งนี้ได้รับการพัฒนาในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน และด้านการท่องเที่ยว จนในปี พ.ศ.2564 ชุมชนแห่งนี้ได้รับรางวัลกินรี และมักจะได้รับ การสนับสนุนจากสถาบันทางการเงิน เนื่องด้วยชุมชนแห่งนี้มีประสบการณ์ในการเป็นศูนย์เรียนรู้มาแล้วมากมาย ทำให้ความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและฝึกอบรมมีความเข้มแข็งกว่าชุมชนอื่น อีกทั้งยังมีห้องประชุมที่มีความพร้อม ทั้งด้านของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์ต่างๆ และทางชุมชนได้มีแผนในการปรับปรุงห้องประชุมให้มีความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2565-2566 โดยการติดเครื่องปรับอากาศ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งของการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนและความสามารถของผู้นำชุมชน จนสามารถสร้างชุมชนที่เข้มแข็งทั้งในด้านของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีโรงสีข้าวชุมชน ลานตากข้าว รถไถ รถเกี่ยวข้าว รถราง และอื่นๆ เพื่อให้บริการแก่ชาวบ้านในชุมชน

1.3) บ้านคลองซบรั้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ชุมชนบ้านคลองซบรั้งได้ก่อตั้งเป็นหมู่บ้านในปี พ.ศ.2529 สภาพแวดล้อมทั่วไปในชุมชนมีสภาพเป็นดินปนหินลูกรัง จึงตั้งชื่อชุมชนว่าบ้านคลองซบรั้ง ชุมชนแห่งนี้ได้มีเพียงความโดดเด่นในด้านของทรัพยากรท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเปรียบเสมือนเป็นเส้นทางเชื่อมของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักนีนมะปราง เดิมทีชาวบ้านส่วนใหญ่ในชุมชนแห่งนี้ได้อพยพมาจากอำเภอลำหล่ม จังหวัดเพชรบูรณ์ ชาวบ้านจะเรียกตัวเองว่าคนลาวหล่ม พูดภาษาลาวหล่มหรือภาษาอีสานสำเนียงหล่มสัก และรับประทานอาหารอีสานเป็นส่วนใหญ่ โดยชุมชนแห่งนี้มีชื่อเสียงในด้านของผลิตภัณฑ์ชุมชนมากกว่าการเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะซาลาเปาไส้มะม่วง น้ำมะม่วงเข้มข้น เนื่องจากอำเภอนีนมะปรางเป็นพื้นที่มีผลิตภัณฑ์มะม่วงเป็นจำนวนมาก โดยผลิตภัณฑ์มะม่วงส่วนใหญ่จะถูกส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ และภายในประเทศ แต่จะมีผลผลิตจำนวนหนึ่งที่ถูกคัดออกเนื่องจากไม่ผ่านมาตรฐาน ทำให้ชาวบ้านในชุมชนต้องการที่จะพัฒนาผลผลิตเหล่านี้ให้มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น ทางองค์กรภาคการศึกษาจึงได้เข้ามาให้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซาลาเปาไส้มะม่วงและน้ำมะม่วงเข้มข้น จนสามารถนำมาเป็นอาหารว่างสำหรับการจัดประชุมสัมมนาในพื้นที่และละแวกใกล้เคียงได้เป็นอย่างดี ชุมชนแห่งนี้ยังถือว่าเป็นน้องใหม่ของเครือข่ายอยู่ เนื่องจากยังไม่เคยรับนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนมากจะอยู่ในรูปแบบของการให้บริการการจัดเบรก และอาหารว่างให้แก่ชุมชนอื่นๆเท่านั้น อาชีพหลักของชาวบ้านในชุมชนแห่งนี้คือเกษตรกรรม การปลูกสวนมะม่วงน้ำดอกไม้ ฟ้าลั่น เพชรบ้านลาด มหาชนก นาข้าว ไร่ข้าวโพด โดยชุมชนแห่งนี้มีกิจกรรมท่องเที่ยวมากมาย เช่น กิจกรรมชมค้างคาว ปีนเขาถ้ำเรือ ถ้ำเพชรถ้ำพลอย ถ้ำเสาเอก โดยมีภาครัฐเป็นผู้ดูแล กิจกรรมสวนส้มแข็งแรงจนสามารถนั่งได้ การทำปลาร้าทรงเครื่อง การทำซาลาเปาไส้มะม่วง การทำน้ำมะม่วง การเข็นฝ้าย (ทำผ้าขาวม้า) เป็นต้น ชุมชนแห่งนี้จึงได้รับการสนับสนุนให้เป็นชุมชน OTOP นวัตกรรมในปี 2561 หลังจากนั้นจึงได้มีชุมชนต่างๆ ติดต่อเข้ามาเพื่อให้ดำเนินการจัดเบรกในงานประชุมต่างๆ โดยมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและจัดเบรก 27,300 บาท/เดือน

1.4) บ้านชมพู (ชมพู) ตำบลชมพู อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

บ้านชมพูตั้งอยู่ในหมู่ที่ 3 ตำบลชมพู อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นหมู่บ้านเก่าแก่หลายร้อยปี โดยคนเฒ่าคนแก่สังเกตจากต้นมะพร้าวและต้นตาลที่มีความสูงไม่ต่ำกว่า 30 เมตร แต่เดิมชาวบ้านบ้านชมพูได้อพยพมาจากนครเวียงจันทน์ เมื่อครั้งนครเวียงจันทน์แตก โดยครั้งแรกชาวบ้านพากันมาตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณถ้ำกลบ เนื่องจากพบหลักฐาน เช่น ถ้วย ชาม และอื่นๆ ที่มี

อายุหลายร้อยปี และบริเวณแห่งนี้จะมีความอุดมสมบูรณ์ด้วยแหล่งน้ำที่สามารถใช้สำหรับอุปโภคและบริโภค รวมถึงการทำเกษตรได้ตลอดทั้งปี ชาวบ้านเรียกว่า “ซอนพู” ต่อมาชาวบ้านได้ขยายพื้นที่อยู่อาศัยออกไปเรื่อยๆ จนไปถึงคลองแห่งหนึ่ง ในปัจจุบันคลองแห่งนี้มีชื่อว่า คลองชมภู ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีภูมิประเทศดีกว่าบริเวณซอนผุ อีกทั้งยังสะดวกต่อการเดินทางไปยังชุมชนอื่นๆ จึงได้ชักชวนกันย้ายถิ่นฐานจากซอนผุมารวมตัวรกรากกันที่บริเวณคลองชมภู จนมีประชากรเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จนทางราชการได้จัดตั้งให้เป็นหมู่บ้าน มีชื่อว่าหมู่บ้านซอนผุ อำเภอนครป่าหมาก จังหวัดพิษณุโลก ภายหลังพบว่ารอบหมู่บ้านมีภูเขารายรอบจึงเหมาะสมมากกว่าหากจะเปลี่ยนชื่อมาเป็นบ้านชมภู (มองภูเขา ชมภูเขา) แต่คนส่วนใหญ่มักเข้าใจผิดและเขียนว่า “บ้านชมพู” จนผิดเพี้ยนตามและกลายมาเป็นบ้านชมพูในปัจจุบัน บ้านชมพูมีพื้นที่จำนวน 53,874 ไร่ มีประชากรทั้งหมด 2,099 คน อาศัยอยู่ใน 696 ครัวเรือน อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอนนทบุรี 17 กิโลเมตร ลักษณะของพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม มีภูเขาล้อมรอบ ชาวบ้านในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำไร่ข้าวโพด สวนส้มโอ และทำนาข้าว ชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนเก่าแก่ ซึ่งมีชื่อปรากฏอยู่ในพงศาวดารว่า “เมื่อครั้งสงครามอะแซหุ่นกี้ที่เมืองพิษณุโลก ในปี พ.ศ.2318 เจ้าพระยาจักรี และเจ้าพระยาสุรสีห์ได้ให้จำบุญไปแจ้งข่าวให้แก่หัวหน้ากลุ่มแต่ละกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบ้านพรหม บ้านหนองกะท้าว บ้านมุง จัดหาเสบียงอาหารไว้รอที่บ้านชมภู แล้วเจ้าพระยาทั้งสองจะตีหักค่ายพม่าออกไปสมทบที่บ้านชมภูก่อนที่จะเดินทางไปยังทัพมั่นที่เพชรบูรณ์” ด้วยความเก่าแก่ของบ้านชมพู ทำให้ชุมชนแห่งนี้เต็มไปด้วยเรื่องราวต่างๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของวิถีชีวิต วัฒนธรรมการแต่งกาย ภาษาที่เป็นลักษณะสำเนียงที่มีอัตลักษณ์ ศิลปะเก่าแก่ในรูปแบบของวิหารร้อยปี และประเพณีการเล่นที่โดดเด่นได้แก่ การละเล่นนางด้ง ซึ่งจะมีให้ชมในช่วงสงกรานต์ของทุกปี อีกทั้งชุมชนแห่งนี้ก็ยังมีทรัพยากรธรรมชาติมากมาย เช่น ถ้ำพระวังแดงที่ยาวที่สุดในประเทศไทย ด้วยระยะทาง 13.50 กิโลเมตร ภายในถ้ำมีปลาคือถ้ำพระวังแดง (ตาบอด) ที่หายากเป็นอันดับ 5 ของประเทศไทยอาศัยอยู่ และพบได้แห่งนี้ที่เดียวเท่านั้น นอกจากนั้นยังมีปูพิทักษ์โตนวุฒิ เป็นพันธุ์ที่ถูกค้นพบใหม่ของโลก ซึ่งสามารถพบได้ในถ้ำแห่งนี้เท่านั้นอีกด้วย มีซิลาวารีที่เป็นดอกไม้หน้า ถือว่าเป็นพันธุ์ไม้ที่หายาก ซึ่งสามารถพบได้ในบริเวณลุ่มน้ำชมภู โดยดอกซิลาวารีนี้มีความแปลกและหายาก มีดอกตูมขนาดเล็ก 0.5 – 1 เซนติเมตร สีของดอกมีทั้งสีส้มอมเหลือง สีแดง และสีเขียวมเหลือง จะพบมากในบริเวณโชดหินและแหล่งน้ำที่อุดมสมบูรณ์ ใน 1 ปี จะสามารถเห็นดอกซิลาวารีได้เพียง 3 เดือนเท่านั้น คือระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึง

เดือนมกราคม และน้ำตกขุนตะค้ำน เป็นน้ำตกที่มีลักษณะเป็นชั้นๆและมีแอ่งน้ำคั่นกลาง น้ำตกแห่งนี้จะมีน้ำไหลผ่านเพียงช่วงหน้าฝนเท่านั้น คือช่วงเดือนสิงหาคมถึงตุลาคม

1.5) บ้านโคก ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร่าง จังหวัดพิษณุโลก

ชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนใหม่ที่เพิ่งเข้ามาในเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักนิคมบ่งพร่าง โดยชุมชนบ้านโคกเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เข้มแข็งและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และวัฒนธรรมไททรงดำเป็นหนึ่งในหลายวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนแห่งนี้ วัฒนธรรมไททรงดำเป็นวัฒนธรรมที่เข้ามาเป็นหนึ่งในองค์ประกอบทางสังคมของชุมชนบ้านโคก เนื่องจากมีกลุ่มชาวไทยทรงดำ หรือลาวโซ่ง ได้อพยพย้ายถิ่นฐานมาจากโรงวัว จังหวัดพิจิตร ซึ่งก่อนหน้านั้นบรรพบุรุษได้ย้ายถิ่นฐานมาจากจังหวัดเพชรบุรี อีกทอดหนึ่ง โดยกลุ่มชาวบเนไทยทรงดำกลุ่มนี้ได้นำเครื่องนุ่งห่มที่ใช้กันในกลุ่มไทยทรงดำติดตัวมาด้วย จนกลายเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของบ้านโคก หลังจากนั้นจึงได้มีการนำเอาเครื่องนุ่งห่มและกลุ่มชาวบ้านไทยทรงดำมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจมาศึกษาดูงานและฝึกอาชีพในชุมชนบ้านโคก จนขึ้นชื่อว่า หากใครต้องการมาชมการแสดงของชาวไทยทรงดำในจังหวัดพิษณุโลก จะต้องมาชมที่ชุมชนบ้านโคกเท่านั้น นอกจากนั้นชุมชนแห่งนี้ก็ยังได้ชื่อว่าเป็นชุมชนรักษ์สุขภาพ เนื่องจากชุมชนแห่งนี้มีชื่อเสียงด้านสมุนไพร จึงมีการผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรมากมาย ไม่ว่าจะเป็นน้ำมันว่าน ตำรับโบราณ น้ำมันมหาจักร ตำราโอสถพระนารายณ์ ซึ่งมีส่วนผสมจากสมุนไพรซึ่งเป็นภูมิปัญญาวิถีชาวบ้านที่ได้รับการต่อยอดและพัฒนาจากผู้นำของกลุ่มฝึกอาชีพของชุมชน และยังมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งมหาวิทยาลัย ขององค์การภาคการศึกษา และภาครัฐ เข้ามาให้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบมะม่วง อีกทั้งมีการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีในการผลิตจากใบมะม่วงอีกด้วย และลูกอมเล็บบุหรือจากหญ้าข้าวอีกด้วย

2) ชุมชนบ้านบุไทร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

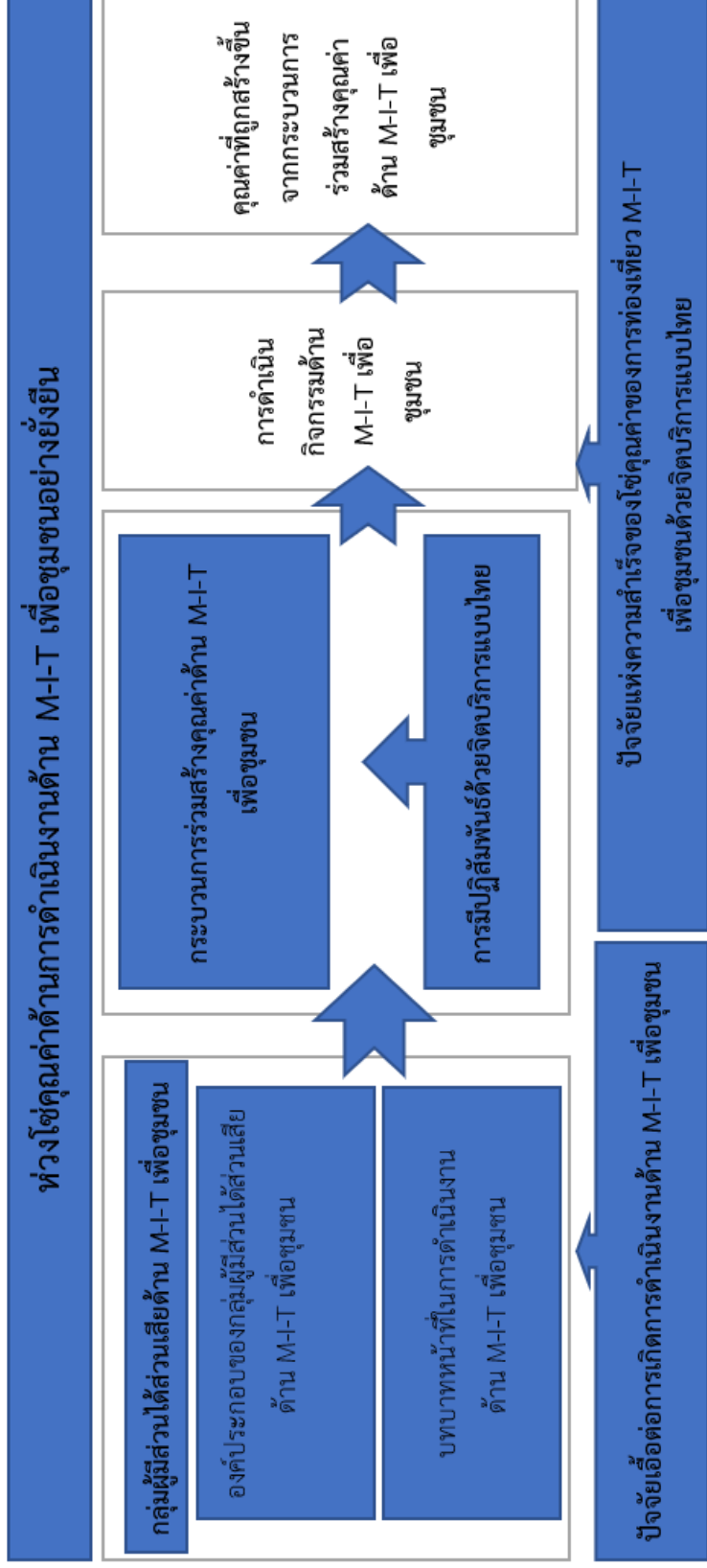
การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบุไทรเริ่มต้นจากการเป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง ในปี พ.ศ. 2550 นำไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้ของคนในชุมชนและนอกชุมชน จนทำให้เกิดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจ เช่น การปลูกเห็ด การปลูกดอกเบญจมาศ การปลูกผักปลอดสารพิษ เป็นต้น ล้วนแล้วแต่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่คำนึงถึงความสะอาดและปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค เนื่องจากชุมชนให้ความสำคัญกับความสะอาดและปลอดภัย ปราศจากสารเคมีในผลิตภัณฑ์อาหารในชุมชนเป็นอันดับต้นๆนั่นเอง อีกทั้งยังเป็นชุมชนที่มีสถานที่ที่เอื้อประโยชน์ต่อการจัดงานไมซ์เนื่องจากชุมชนแห่งนี้เป็นศูนย์สาธิตปลูกและแปรรูปเห็ดหอม และศูนย์สาธิตปลูกผักปลอด

สารพิษ โดยมีชุมชนอื่นๆหรือผู้ที่สนใจเดินทางมาร่วมการอบรมและสัมมนาอยู่เป็นประจำ ทำให้ชุมชนแห่งนี้มีการจัดเตรียมสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดงานประชุมและสัมมนาไว้อย่างครบถ้วน โดยชุมชนแห่งนี้ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคาเอกชน และสถานศึกษามาโดยตลอด เช่น การจัดทำศูนย์เพาะเห็ดของชุมชนได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน (ศูนย์กลางนครราชสีมา) มาให้คำแนะนำและสาธิตการปลูกเห็ดจนทำให้ชุมชนแห่งนี้นำมาสร้างเป็นอาชีพประจำ สร้างรายได้มากกว่าเดือนละหนึ่งแสนบาท และในส่วนของ การดำเนินงานด้านการจัดการบ้านพักโฮมสเตย์ก็ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ในการแนะนำและตรวจสอบให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และหลังจากที่ชุมชนได้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมจำนวนมากทำให้ชุมชนได้จัดตั้งศูนย์ประชุมและสัมมนาของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบุไทรด้วยกองทุนด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ถึง 150 คน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและผู้ศึกษาดูงาน โดยการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นการดำเนินงานโดยชาวบ้านในชุมชนทั้งสิ้น ตั้งแต่การฝึกอบรม การจัดเตรียมสถานที่ จัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม การให้บริการระหว่างการฝึกอบรม เป็นต้น จากกระบวนการเหล่านี้ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดขึ้นมากมาย และพบว่า 90% ของวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้าและบริการล้วนมาจากชุมชนทั้งสิ้น แต่ในบางส่วนที่เหลือก็ยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากนอกชุมชนอยู่ นอกจากนั้นชุมชนแห่งนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจหลายแห่งตั้งอยู่ใกล้เคียง เช่น แก่งฝิเสื่อ ผาเก็บตะวัน เขาแผงม้า เป็นต้น และในชุมชนเองก็มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม ตั้งอยู่ท่ามกลางขุนเขาที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีความพร้อมทั้งด้านความสวยงาม ความสมบูรณ์ และความสดชื่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีที่พักโฮมสเตย์ไว้ให้บริการภายในชุมชนจำนวน 22 หลัง และที่พักที่เป็นรีสอร์ทอยู่ในบริเวณใกล้เคียงอีกจำนวนมาก สำหรับบ้านพักโฮมสเตย์ของชุมชนบ้านบุไทรมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย กล่าวคือ เจ้าของโฮมสเตย์หลังใดมีกิจกรรมที่น่าสนใจก็จะจัดเตรียมไว้รองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีอัตลักษณ์ของแต่ละหลัง ไม่ว่าจะเป็นการปลูกผัก การทำนา การทำอาหารพื้นบ้าน การเพาะเห็ด หรือการทำสวนผักปลอดสารพิษ ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่เจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ดำเนินการอยู่เป็นประจำอยู่แล้ว จึงทำให้ไม่เป็นการยุ่งยากหรือลำบากจนเกินไปในการจัดเตรียมเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โฮมสเตย์ของชุมชนแห่งนี้ยังมีอัตลักษณ์ที่สร้างเสน่ห์ให้กับชุมชนคือการใช้วัตถุดิบต่างๆ ในการประกอบอาหารที่มีจากชุมชนเอง

ในส่วนของการเดินทางไปยังชุมชนบ้านบุไทรก็มีรถโดยสารประจำทางให้บริการ โดยมีถนนลาดยางไปจนถึงตัวชุมชน กล่าวคือมีความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นอย่างยิ่ง



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 6 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องการพัฒนาต้นแบบเพื่อชุมชนด้วยใช้คุณค่าการจัดการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย

ที่มา: พัฒนาเพื่อใช้สำหรับการศึกษานี้

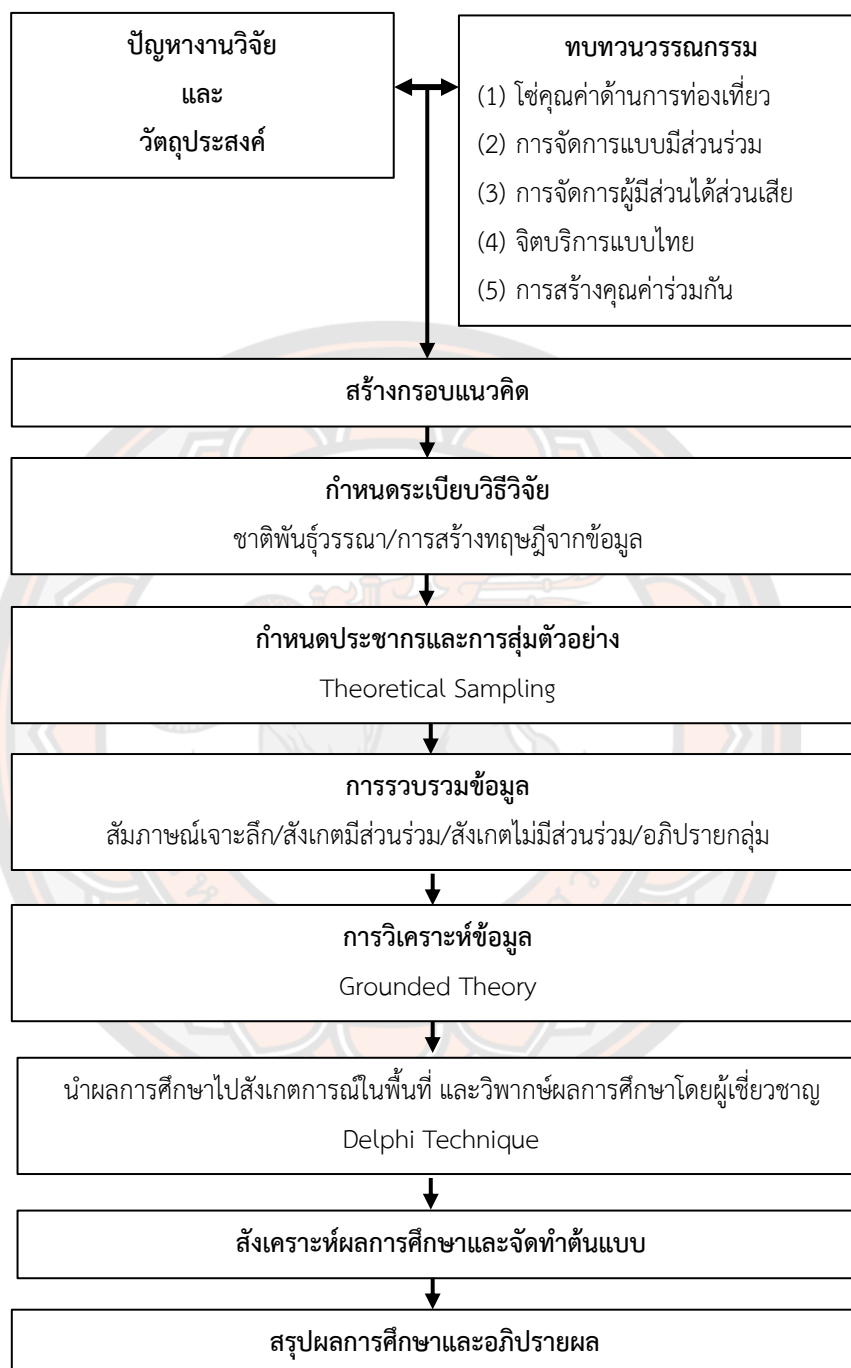
บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบบทบาทหน้าที่ และกระบวนการโซ่คุณค่าของไมซ์เพื่อชุมชน เพื่อศึกษาผลกระทบของโซ่คุณค่าของไมซ์เพื่อชุมชน และเพื่อสร้างรูปแบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าไมซ์เพื่อชุมชน เพื่อนำมาสร้างต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย

โดยเนื้อหาในบทที่ 3 นี้จะอธิบายถึงกระบวนการดำเนินการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย การออกแบบการวิจัย กระบวนทัศน์ของงานวิจัย วิธีวิจัย (การเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล)

การออกแบบการวิจัย



ภาพ 7 การออกแบบการวิจัยเรื่อง การพัฒนาต้นแบบโมซ์เพื่อชุมชนด้วยโช้คุณค่าการจัดการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย
ที่มา: พัฒนาเพื่อใช้สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

การออกแบบการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีรูปแบบเป็น Participatory Case Study Research ผู้วิจัยเลือกดำเนินการวิจัยแบบชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) เนื่องจากเป็นการศึกษาอยู่ในบริบทที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม สังคม และการใช้ชีวิตของชุมชน โดยการประยุกต์ใช้วิธีวิจัยวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (Grounded Theory) มาเป็นกระบวนการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ และพัฒนากรอบแนวคิด (model)

กระบวนทัศน์การวิจัย (Research Paradigm)

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกระบวนทัศน์นิยม (Interpretivism) เพื่อแสวงหาความรู้ทางสังคมที่เน้นการทำความเข้าใจถึงความหมายของการกระทำหรือปรากฏการณ์ทางสังคมผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับเรื่องที่ศึกษาซึ่งมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้คนหรือผู้ร่วมในการวิจัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและสามารถนำไปวิเคราะห์ต่อไป (Elster, 2007; Mackenzie & Kneipe, 2006) โดยสามารถอธิบายรายละเอียดจากมุมมององค์ประกอบของกระบวนทัศน์ ได้แก่ ภาววิทยา ญาณวิทยา วิธีวิทยา (Guba, 1990) และคุณวิทยา เพื่อนำเสนอมุมมองแบบองค์รวมของ การทำวิจัยได้ดังนี้

1. ภาววิทยา (Ontology)

ภาววิทยา หมายถึง มโนทัศน์ทางปรัชญา ที่ว่าด้วยธรรมชาติของความจริง เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความมีอยู่จริงของสรรพสิ่งต่างๆ การศึกษาความจริงในแง่มุมของกระบวนทัศน์นิยมคือไม่ว่าความจริงแท้จะเป็นเช่นไร มนุษย์ก็ไม่สามารถเข้าถึงธรรมชาติที่แท้จริงของสิ่งที่มีอยู่นั้นได้โดยปราศจากการเติมแต่งด้วยการรับรู้ มุมมอง หรือการตีความของผู้ศึกษา อาจเรียกความจริงเหล่านี้ได้ว่าภาพสร้างของสิ่งที่เป็นจริง หรือความจริงที่เป็นเพียงนามธรรมเท่านั้น (Denzin and Lincoln, 1998; Willig, 2013; Neuman, 2014)

2. ญาณวิทยา (Epistemology)

ญาณวิทยา คือ การศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการ วิธีการ วัตถุประสงค์ ลักษณะ เงื่อนไข ความมีเหตุผล และความคลาดเคลื่อนของความรู้ ซึ่งผู้วิจัยจะมีความสัมพันธ์กับความรู้หรือความจริงนั้นๆ โดยไม่สามารถแยกขาดออกจากกัน โดยคำถามหลักที่ญาณวิทยาให้ความสนใจ ได้แก่ วิธีแสวงหาความจริงเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ความสัมพันธ์ของนักวิจัยกับข้อมูลควรเป็นอย่างไร และความจริงหรือความรู้ที่ได้มาด้วยวิธีการต่างๆ มีลักษณะอย่างไร (Guba and Lincoln, 1994;

Chantaranamchoo, 2003; Saunders et al., 2009) จากคำนิยามดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวทางของคตินิยมการตีความ (Interpretivism) เพื่อทำความเข้าใจความจริงจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมมนุษย์

3. คุณวิทยาหรือวิธีวิทยา (Axiology or Theory of Value)

คุณวิทยา คือ การมุ่งศึกษาเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับคุณค่าของความรู้ ความจริง หรือธรรมชาติว่ามีประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างไร สิ่งใดมีคุณค่าหรือไม่มีคุณค่า เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวิธีของการแสวงหาความรู้ในศาสตร์ต่างๆ โดยเฉพาะการตรวจสอบศักยภาพและข้อจำกัดของกระบวนการศึกษาหรือระเบียบวิธีที่นักวิชาการในแต่ละศาสตร์ใช้เพื่อค้นหาความรู้ (Guba & Lincoln, 1994) ซึ่งโดยธรรมชาติของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นอัตวิสัย (Subjective) คือความจริงหรือข้อมูลในการวิจัยเป็นสิ่งที่ถูกสร้างและมีความหลากหลาย ดังนั้นความจริงที่สามารถรับรู้ได้ต้องผ่านมุมมองและการตีความของทั้งผู้ให้ข้อมูลและผู้เก็บข้อมูลไม่มากก็น้อย ดังนั้นข้อมูลที่นักวิจัยจะได้รับมักอยู่ในรูปแบบของเรื่องราวเชิงพรรณนาที่มีรายละเอียด และมีบริบท สำหรับข้อมูลที่ได้มานั้นสามารถใช้ได้กับประชากรที่ได้ทำการศึกษาภายในบริบทหนึ่ง (Case Study) มากกว่าที่จะนำไปใช้ในบริบททั่วไป (General) ซึ่งกระบวนการวิจัยที่ดำเนินไปในแบบอุปนัย (Inductive) เช่นนี้ถือว่าเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Charmaz, 2000; ชาย โปธิสิตา, 2562) โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิธีการ (Method)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาชุมชนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดพิษณุโลก เนื่องจาก

1.1 เป็นเมืองไมซ์ (MICE City) ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความพร้อมด้านศักยภาพที่สามารถรองรับการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวประเภทไมซ์ อันได้แก่ การประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้า/นิทรรศการ รวมถึงความพร้อมในการรองรับผู้เข้าร่วมงานของแต่ละประเภทอย่างเต็มศักยภาพ

1.2 การศึกษาครั้งนี้ใช้งานวิจัยรูปแบบการวิจัยกรณีศึกษาโดยมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (participatory case study research) ที่มีเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนที่พัฒนาตามหลักเกณฑ์ของ สสป. ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

(1) เป็นชุมชนสหกรณ์ที่มีศักยภาพเพื่อรองรับการจัดงานประชุม ศึกษาดูงาน และจัดกิจกรรมเรียนรู้ ซึ่งประกอบไปด้วย จุดเด่นของสหกรณ์ กิจกรรมของสหกรณ์

(2) เป็นชุมชนที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา และศึกษา ดูงาน (ไทยพับลิก้า, 2561)

(3) เป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์ด้านคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือประวัติศาสตร์

(4) มีบริการขนส่งมวลชนที่สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบาย

(5) มีบุคลากรที่มีความสามารถในการให้บริการจัดงานประชุม ศึกษาดูงาน และจัดกิจกรรมเรียนรู้

(6) มีที่พักในชุมชนหรือสถานที่ใกล้เคียงที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว (Manuela Liliana Muresan and Puiu Nistoreanu, 2017)

กรณีศึกษาที่เลือก ได้แก่ ชุมชนบ้านบุไทร และเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง เนื่องจากชุมชนบ้านบุไทรเป็นชุมชนที่เป็นตัวแทนของชุมชนไมซ์เพื่อชุมชนที่เป็นชุมชนเดี่ยว และเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางที่เป็นตัวแทนของเครือข่ายชุมชน หรือเป็นชุมชนที่มีการดำเนินงานร่วมกันหลายชุมชน ซึ่งทั้ง 2 พื้นที่นี้มีการดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีการดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชนที่คำนึงถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เครือข่ายชุมชนคนเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ข้อมูลของชุมชน

เครือข่ายชุมชนคนเนินมะปรางประกอบไปด้วยชุมชนบ้านรักไทย ชุมชนบ้านปลวกง่าม ชุมชนบ้านผาเรียงหมี ชุมชนบ้านชมพู ชุมชนบ้านน้ำปาด ชุมชนบ้านลองซั้งรัง และชุมชนบ้านมุง เป็นเครือข่ายชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมและเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่กำลังได้รับการพัฒนาเพื่อให้มีมาตรฐานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย (CBT) อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงมากมาย เช่น จุดชมค้างคาว ยอดเขาร่องเรือตาหมื่น น้ำตกขุนห้วยเทิน ภูเขาหินบ้านมุง เขตห้ามล่าสัตว์ป่าถ้ำ

พาทำพล และมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เช่น นั่งรถอีแต่นชมชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว ใกล้เคียง ชมฝูงค้างคาว ชมวิถีชุมชนเกษตรกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางในการเรียนรู้ ด้านเกษตรกรรมครบวงจรอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นเกษตรแปลงใหญ่ ไปจนถึงโรงสีข้าวที่มีให้บริการ สำหรับคนในชุมชนแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย และชุมชนแห่งนี้มีที่พักให้บริการทั้งในรูปแบบบ้านพักโฮมสเตย์และรีสอร์ทจำนวนมาก อีกทั้งยังมีสถานที่สำหรับจัดงานอบรมสัมมนาหลายแห่ง เช่น ห้องประชุมของเทศบาลตำบลบ้านม่วง ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลชมพู ห้องประชุมชนศูนย์ประสานงานแผน ห้องประชุมบ้านผาเรียงหมื่น ห้องประชุมกรีนวิลล์ เป็นต้น โดยห้องประชุมศูนย์ประสานงานรองรับผู้เข้าร่วมงานได้สูงสุดที่ 500 คน นอกนั้นเป็นห้องประชุมขนาดเล็กที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ไม่เกิน 100 คน โดยเครือข่ายชุมชนแห่งนี้มีการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวร่วมกันมาโดยตลอด เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2557 แต่ละชุมชนก็มีจุดเด่นที่มีอัตลักษณ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน แต่ที่สำคัญคือการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแต่ละชุมชนจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของเครือข่ายฯ เช่น การจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม การจัดส่งวัตถุดิบทางการเกษตร หรือการจัดส่งผลิตภัณฑ์ชุมชนต่างๆ ไปยังชุมชนอื่นๆ ในเครือข่ายเพื่อรับรองนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีการจัดอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชนในรูปแบบเครือข่ายฯ อยู่อย่างสม่ำเสมอ ยกตัวอย่างเช่น โครงการอบรมพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นโครงการที่แนะนำในด้านการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการให้บริการด้านการท่องเที่ยว โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา โดยเครือข่ายชุมชนแห่งนี้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และสถานศึกษา มาโดยตลอดในด้านการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ในส่วนของการเดินทางไปยังเครือข่ายชุมชนคนเนินมะปรางก็มีรถโดยสารประจำทางหลายสายให้บริการ โดยมีถนนลาดยางไปจนถึงตัวชุมชนแต่ละชุมชน กล่าวคือ มีความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นอย่างดี ดังนั้นเครือข่ายชุมชนแห่งนี้จึงมีความเหมาะสมในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เนื่องจากมีคุณสมบัติตรงตามหลักเกณฑ์ที่ได้ตั้งเอาไว้

2. ชุมชนบ้านบุไทร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ข้อมูลของชุมชน

การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบุไทรเริ่มต้นจากการเป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง ในปี พ.ศ.2550 นำไปสู่การเป็นแหล่งเรียนรู้ของคนในชุมชนและนอกชุมชน จนทำให้เกิดเป็นหมู่บ้าน

ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจ เช่น การปลูกเห็ด การปลูกดอกเบญจมาศ การปลูกผักปลอดสารพิษ เป็นต้น ล้วนแล้วแต่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่คำนึงถึงความสะอาดและปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค เนื่องจากชุมชนให้ความสำคัญกับความสะอาดและปลอดภัย ปราศจากสารเคมีในผลิตภัณฑ์อาหารในชุมชนเป็นอันดับต้นๆ นั่นเอง อีกทั้งยังเป็นชุมชนที่มีสถานที่ที่เอื้อประโยชน์ต่อการจัดงานไมซ์เนื่องจากชุมชนแห่งนี้เป็นศูนย์สาธิตปลูกและแปรรูปเห็ดหอม และศูนย์สาธิตปลูกผักปลอดสารพิษ โดยมีชุมชนอื่นๆ หรือผู้ที่สนใจเดินทางมาร่วมการอบรมและสัมมนาอยู่เป็นประจำ ทำให้ชุมชนแห่งนี้มีการจัดเตรียมสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดงานประชุมและสัมมนาไว้อย่างครบถ้วน โดยชุมชนแห่งนี้ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถานศึกษาโดยตลอด เช่น การจัดทำศูนย์เพาะเห็ดของชุมชนได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเมคโคโนโลยีราชวมงคลอีสาน (ศูนย์กลางนครราชสีมา) มาให้คำแนะนำและสาธิตการปลูกเห็ดจนทำให้ชุมชนแห่งนี้นำมาสร้างเป็นอาชีพประจำ สร้างรายได้มากกว่าเดือนละหนึ่งแสนบาท และในส่วนของการทำงานด้านการจัดการบ้านพักโฮมสเตย์ก็ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ในการแนะนำและตรวจสอบให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และหลังจากที่ชุมชนได้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมจำนวนมาก ทำให้ชุมชนได้จัดตั้งศูนย์ประชุมและสัมมนาของกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบุไทรด้วยกองทุนด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ถึง 150 คน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและผู้ศึกษาดูงาน โดยการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นการดำเนินงานโดยชาวบ้านในชุมชนทั้งสิ้น ตั้งแต่การฝึกอบรม การจัดเตรียมสถานที่ จัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม การให้บริการระหว่างการฝึกอบรม เป็นต้น จากกระบวนการเหล่านี้ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดขึ้นมากมาย และพบว่า 90% ของวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้าและบริการล้วนมาจากชุมชนทั้งสิ้น แต่ในบางส่วนที่หลีกเลี่ยงคงต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากนอกชุมชนอยู่ นอกจากนั้นชุมชนแห่งนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจหลายแห่งตั้งอยู่ใกล้เคียง เช่น แก่งผิเสื่อ ผาเก็บตะวัน เขาแผงม้า เป็นต้น และในชุมชนเองก็มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม ตั้งอยู่ท่ามกลางขุนเขาที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีความพร้อมทั้งด้านความสวยงาม ความสมบูรณ์ และความสดชื่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีที่พักโฮมสเตย์ไว้ให้บริการภายในชุมชนจำนวน 22 หลัง และที่พักที่เป็นรีสอร์ทอยู่ในบริเวณใกล้เคียงอีกจำนวนมาก สำหรับบ้านพักโฮมสเตย์ของชุมชนบ้านบุไทรมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย กล่าวคือเจ้าของโฮมสเตย์หลังใดมีกิจกรรมที่น่าสนใจก็จะจัดเตรียมไว้รองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีอัต

ลักษณะของแต่ละหลัง ไม่ว่าจะเป็นการปลูกผัก การทำนา การทำอาหารพื้นบ้าน การเพาะเห็ด หรือ การทำสวนผักปลอดสารพิษ ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่เจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ดำเนินการอยู่เป็นประจำอยู่แล้ว จึงทำให้ไม่เป็นการยุ่งยากหรือลำบากจนเกินไปในการจัดเตรียมเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โฮมสเตย์ของชุมชนแห่งนี้ยังมีอัตลักษณ์ที่สร้างเสน่ห์ให้กับชุมชนคือการใช้วัตถุดิบต่างๆ ในการประกอบอาหารที่มีจากชุมชนเอง ในส่วนของการเดินทางไปยังชุมชนบ้านบุไทรก็มีรถโดยสารประจำทางให้บริการ โดยมีถนนลาดยางไปจนถึงตัวชุมชน กล่าวคือมีความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นชุมชนบ้านบุไทรแห่งนี้จึงเป็นชุมชนที่เหมาะสมในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากมีคุณสมบัติตรงตามหลักเกณฑ์ที่ได้ตั้งเอาไว้

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรประกอบด้วย กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งประกอบไปด้วย หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง (ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจนันทนาการ ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจผู้จัดงาน) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ชุมชนเป้าหมาย และนักท่องเที่ยว

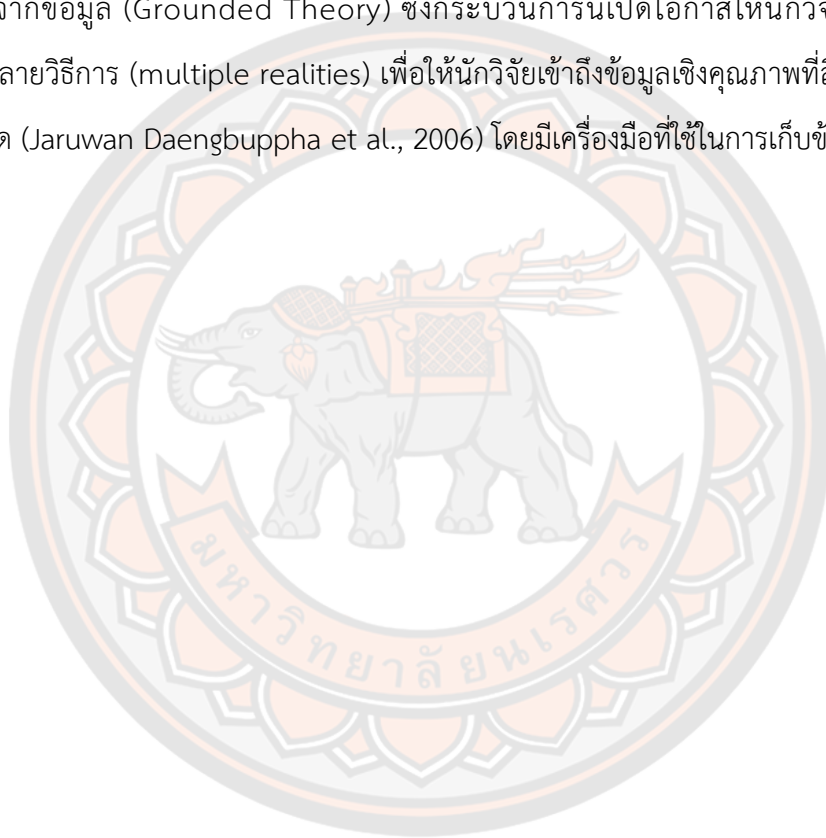
การสุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เลือกวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎี (Theoretical Sampling) เนื่องจากการศึกษาวิจัยโดยใช้กระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (Grounded Theory) ที่จะพบมโนทัศน์และประเด็นจำนวนมากในระหว่างการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกัน ทำให้นักวิจัยเกิดความต้องการขอบเขตของข้อมูลที่มีความชัดเจนมากขึ้นสำหรับบางประเด็น ทำให้การค้นหาคำตอบให้กับข้อคำถามที่เกิดขึ้นต้องค้นหาบุคคลหรือเหตุการณ์โดยเจาะจงที่จะสามารถให้คำตอบที่เหมาะสมแก่นักวิจัยได้ดีที่สุด เพื่อหาข้อมูลมาปรับปรุงและตรวจสอบประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้น (ชายโพธิสิตา, 2562) ซึ่งการค้นหาตัวอย่างกรณีนี้เรียกว่า การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี ซึ่ง Strauss and Corbin (1998) ได้เสนอว่า การสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎีเกิดขึ้นหลังจากที่นักวิจัยได้สัมผัสกับข้อมูลแล้ว ผลจากการวิเคราะห์ในระหว่างเก็บข้อมูลนั้นจะทำให้นักวิจัยทราบว่าควรเพิ่มเติมข้อมูลใด จากใครบ้าง จึงทำให้นักวิจัยต้องทำการสุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎีเช่นนี้หลายครั้งจนกว่าจะถึงจุดอิ่มตัวหรือจุดที่ไม่มีข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มเติมแล้ว โดยกลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วย ชาวบ้านในชุมชน 25 ราย นักท่องเที่ยว

10 ราย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และหน่วยงานภาคการศึกษา 10 ราย และผู้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและไมซ์ 5 ซึ่งการรวบรวมข้อมูลจะดำเนินการโดยใช้เครื่องมือที่หลากหลายในการเก็บข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบชาติพันธุ์วรรณา โดยใช้กระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (Grounded Theory) ซึ่งกระบวนการนี้เปิดโอกาสให้นักวิจัยเก็บข้อมูลจากหลากหลายวิธีการ (multiple realities) เพื่อให้นักวิจัยเข้าถึงข้อมูลเชิงคุณภาพที่ลึกและครอบคลุมมากที่สุด (Jaruwat Daengbuppha et al., 2006) โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้



ตาราง 3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	กลุ่มตัวอย่าง	ประเด็นที่ต้องการศึกษา
การสังเกตแบบมีส่วนร่วม	- ชาวบ้านในชุมชน	- วิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม นิยมประเพณีดั้งเดิมของชุมชน
การสังเกตแบบมีส่วนร่วม	- นักท่องเที่ยว	- กิจกรรมท่องเที่ยวและทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน
การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการ	- กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	- การมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน
การอภิปรายกลุ่ม	- หน่วยงานภาครัฐ	- พฤติกรรมการณ์ปฏิบัติสัมพันธ์ตามธรรมชาติ
	- หน่วยงานภาคเอกชน	- การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี
	- ผู้ประกอบการด้าน	- ช่องว่างของขีดความสามารถของชุมชน
	- ผู้ประกอบการด้าน	- การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
	- ผู้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว และแม่ค้า	- องค์ประกอบ บทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว
การเดลฟาย	- ผู้เชี่ยวชาญด้าน การท่องเที่ยวและแม่ค้า	- ผู้ให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน
	- ผู้เชี่ยวชาญด้าน การท่องเที่ยวและแม่ค้า	- ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวต่อชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
		- ความมุ่งหวังด้านการท่องเที่ยวในอนาคต
		- ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน
		- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการท่องเที่ยวโดยชุมชน
		- รูปแบบการปฏิบัติสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน

ที่มา: พัฒนาเพื่อใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

กระบวนการสัมภาษณ์ คือ กระบวนการสร้างข้อมูล (Holstein and Gubrium, 1995; Mishler, 1986) ในกระบวนการสัมภาษณ์นั้น นักวิจัยและผู้รับการสัมภาษณ์ล้วนแล้วแต่เป็นผู้สร้างข้อมูล นักวิจัยต้องมีความเข้าใจในเรื่องราวที่ทำการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี จึงจะสามารถสร้างข้อมูลด้วยการเรียงร้อยเรื่องราวได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ โดย Rice and Ezzy (1999) ได้กล่าวว่า การสัมภาษณ์เชิงลึก คือ การสร้างเรื่องราวและความหมายร่วมกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ เรื่องราวและความหมายนั้นเป็นสิ่งที่มียู่แล้ว เพียงแต่จะถูกนำมาร้อยเรียงใหม่จากการถ่ายทอดในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยมีหน้าที่ที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความสบายใจและไม่อึดอัดใจตลอดกระบวนการสัมภาษณ์ ซึ่งจะทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์เปิดเผยเรื่องราวต่างๆ เพื่อสร้างข้อมูลได้เป็นอย่างดี โดยการสัมภาษณ์จะไม่ใช่เพียงการถามและตอบเท่านั้น ยังรวมไปถึงสิ่งต่อไปนี้ (ชาย โภธิสิตา, 2562)

- การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ตลอดกระบวนการสัมภาษณ์
- รับฟังการให้สัมภาษณ์อย่างตั้งใจและได้ตอบตามสมควร
- ดำเนินการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการหรือเป็นกันเอง และใช้คำถามที่เข้าใจง่ายสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน
- สร้างความสนุกสนานในการสัมภาษณ์เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์รู้สึกอยากถ่ายทอดเรื่องราว และข้อมูลต่างๆ
- แสดงความเห็นอกเห็นใจแก่ผู้ให้สัมภาษณ์ตามสมควร

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการ Informal Interview เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของสมาชิกในเครือข่าย จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ ชาวบ้านในชุมชน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว โดยจะเป็นการสัมภาษณ์ที่ใช้ประเด็นต่างๆ ที่กล่าวไปแล้วข้างต้นในการกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์แบบกว้างๆ เป็นประเด็นหลัก ส่วนประเด็นย่อยจะมีการสัมภาษณ์เพิ่มเติมในระหว่างดำเนินการสัมภาษณ์ โดยผู้สัมภาษณ์จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบของคำถามไปตามสถานการณ์เปรียบเสมือนการสนทนาอย่างเป็นธรรมชาติตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและลึกซึ้งสำหรับนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป (Merriam,1998; สมชาย วรภิเษมสกุล, 2554)

2. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการบันทึกเหตุการณ์ต่างๆ ที่เป็นภาพรวมในชุมชนทั้ง 2 แห่ง เพื่อศึกษาถึงการปฏิสัมพันธ์ วิถีชีวิต การประกอบอาชีพ การมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและปรากฏการณ์อื่นๆ ของชาวบ้านในชุมชน โดยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวกและการเลือกตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Jaruwat Daengbuppha et al., 2006) ซึ่งการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมนี้ผู้สังเกตจะต้องไม่เข้าไปร่วมอยู่ในเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น จะเป็นเพียงผู้สังเกตการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นอยู่ภายนอกในฐานะคนนอกเท่านั้น แต่ก็อยู่ในระยะที่ใกล้พอที่จะสามารถสังเกตเห็นและได้ยินเหตุการณ์ต่างๆ ได้ทั้งหมด โดยผู้ที่ถูกสังเกตอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ จุดประสงค์ของการไม่เข้าไปมีส่วนร่วมกับปรากฏการณ์ต่างๆ นั้นเนื่องจากไม่ต้องการให้นักวิจัยมีผลกระทบอย่างใดอย่างหนึ่งต่อปรากฏการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น (ชาย โปธิสิตา, 2562) ซึ่งหากผู้ถูกสังเกตรู้ตัวก็อาจแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างจากปกติได้ การสังเกตประเภทนี้มีข้อดีคือใช้เวลาน้อย เนื่องจากไม่ต้องใช้เวลาในการทำควมรู้จักคุ้นเคยกันผู้ถูกสังเกต และขจัดอคติโน้มเอียงเข้าข้างกลุ่มทำให้สามารถจดรายละเอียดได้ครบถ้วนมากขึ้น สำหรับการสังเกตนั้นไม่เพียงแต่ต้องบันทึกว่าผู้ถูกสังเกตปฏิบัติสิ่งใดบ้างเท่านั้น แต่ยังต้องบันทึกสิ่งที่ผู้ถูกสังเกตไม่ปฏิบัติด้วย เช่น การเพิกเฉยต่อคำสั่งการปฏิเสธคำร้องขอความช่วยเหลือ เป็นต้น ดังนั้นผู้สังเกตจึงควรรู้กฎเกณฑ์หรือข้อบังคับที่ใช้ในพื้นที่ที่ต้องการศึกษาด้วย โดยขั้นตอนของการบันทึกแบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมมีดังต่อไปนี้ (Stickdorn, 2021)

- **กำหนดคำถามวิจัย** ต้องมีการกำหนดคำถามวิจัยหรือประเด็นที่สนใจในการศึกษา สิ่งที่ต้องการดำเนินการต่อข้อมูลที่ศึกษา
- **วางแผนและจัดเตรียม** ต้องมีการคัดเลือกสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับคำถามวิจัยที่ได้ตั้งเอาไว้แล้ว โดยต้องมีความเหมาะสมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมด้วย ขึ้นอยู่กับว่าคำถามวิจัยต้องการเน้นในส่วนของสถานที่ เหตุการณ์ หรือบุคคล
- **ทำการสังเกต** ในการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผู้สังเกตต้องพยายามรบกวนผู้ถูกสังเกตให้น้อยที่สุด โดยสามารถใช้อุปกรณ์ต่างๆ เพื่อช่วยเหลือในการสังเกตได้ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือเครื่องบันทึกเสียง ในการบันทึกแบบสังเกตพยายามกระทำการโดยปราศจากอคติใดๆ

- **การติดตาม** การนำข้อมูลต่างๆที่ได้จากการสังเกตแล้วไปเปรียบเทียบกับข้อมูลจากเครื่องมือวิจัยอื่นๆหรือผู้อื่นในกลุ่มผู้สังเกตอีกครั้ง แล้วเขียนข้อมูลที่ได้จากการเปรียบเทียบใหม่อีกครั้งให้ครอบคลุมมากที่สุด

3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม

การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิจัยแบบชาติพันธุ์วรรณนาที่เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลภาคสนามอย่างเต็มที่ แม้ในระหว่างการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือประเภทอื่น นักวิจัยก็ยังสามารถใช้การสังเกตควบคู่ไปด้วยก็ได้ โดยถือว่าเป็นวิธีการเสริมก็ได้ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ การสังเกตเป็นวิธีการเก็บข้อมูลที่ดำเนินการในสถานการณ์ที่เป็นธรรมชาติ นักวิจัยจะต้องเฝ้าสังเกตการณ์ในฐานะคนในที่มีส่วนร่วม หรือเป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการเก็บข้อมูล โดยนักวิจัยจะมีส่วนร่วมในระดับน้อยหรือมากจนเปรียบเสมือนเป็นสมาชิกของชุมชนเลยก็ได้ จุดมุ่งหมายของการมีส่วนร่วมคือการได้รับความไว้วางใจจากผู้ถูกสังเกตจนสามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกได้ (ชาย โพธิสิตา, 2562) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้วิธีสังเกตแบบมีส่วนร่วมต่อพฤติกรรมกรรมมีปฏิสัมพันธ์ตามธรรมชาติของชาวบ้านในชุมชน นักท่องเที่ยว กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน เน้นการพูดคุยเพื่อเข้าถึงการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี การมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่ม และเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย โดยผู้วิจัยจะต้องฝังตัวเข้าไปในชุมชนและดำเนินการช่วยเหลือผู้ถูกสังเกตในกิจกรรมที่ดำเนินอยู่ เช่น ผู้นำเที่ยวในชุมชน ผู้ช่วยในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน ร่วมกิจกรรมเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการเก็บข้อมูลในวิธีการนี้จะดำเนินขึ้นทั้งในขณะที่กิจกรรมต่างๆ กำลังดำเนินอยู่ ช่วงพัก และช่วงเสร็จสิ้นกิจกรรม (Jaruvan Daengbuppha et al., 2006) โดยขั้นตอนของสังเกตแบบมีส่วนร่วมมีดังนี้ (ชาย โพธิสิตา, 2562)

1) ช่วงแรกเข้าสู่พื้นที่ จะดำเนินการตั้งแต่ก่อนเข้าสู่พื้นที่ศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย

- การติดต่อพื้นที่ศึกษาทั้งหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อขออนุญาตเข้าทำการศึกษาในพื้นที่ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ หรือเพื่อแจ้งให้หน่วยงานต่างๆ ทราบว่าจะมีการศึกษาวิจัยในพื้นที่ชุมชนนั้นๆ ซึ่งจะสร้างความสะดวกในการลงพื้นที่ศึกษาวิจัยและสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้วิจัยเอง

- การสร้างความคุ้นเคยกับชุมชน และการจัดการด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่ชุมชน ในกรณีที่พื้นที่ศึกษาเป็นชุมชน นักวิจัยควรแนะนำตัวกับชุมชนและทำความรู้จักกับชุมชนก่อน อาจเริ่มต้นด้วยการแนะนำตัวเองต่อผู้นำชุมชนหรือบุคคลสำคัญในชุมชนก่อน รวมไปถึงการเสนอหัวข้อและรายละเอียดของงานวิจัยอย่างคร่าวๆ เพื่อได้รับความไว้วางใจก่อนที่จะลงมือเก็บข้อมูล

2) ช่วงเก็บข้อมูล นักวิจัยต้องทำการสังเกตขณะที่กิจกรรมต่างๆ กำลังดำเนินไปตามปกติโดยที่นักวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมนั้นๆ และมีความสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับผู้ที่ถูกสังเกต โดยนักวิจัยจะมี 2 บทบาทในการดำเนินการ ได้แก่ บทบาทคนใน และบทบาทคนนอก และต้องรักษาความสมดุลระหว่างบทบาททั้ง 2 นี้ให้ได้อย่างเหมาะสม สำหรับระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจะขึ้นอยู่กับเรื่องที่ทำกรวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัย สิ่งที่สามารถบอกได้ว่าการฝังตัวอยู่ในชุมชนมีความเหมาะสมแล้วหรือไม่คือปริมาณของข้อมูลที่ได้รับ การสำรวจข้อมูลบ่อยๆ จะสามารถช่วยบอกได้ว่าข้อมูลที่ได้รับมาแล้วนั้นถึงจุดอิ่มตัวแล้วหรือยัง ในปัจจุบันจะค่อนข้างมีความยืดหยุ่น หมายความว่า นักวิจัยมักจะเน้นการมีส่วนร่วมเฉพาะในกิจกรรมที่ต้องการสังเกต มากกว่าการใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนที่ศึกษาอย่างใกล้ชิด ซึ่งการมีส่วนร่วมในกรณีนี้จะเปรียบเสมือนการเป็นเพียงคนนอกเท่านั้น ไม่ใช่ผู้สังเกตในลักษณะของคนใน

3) ช่วงท้ายก่อนปิดการภาคสนาม เป็นการตรวจสอบจุดอิ่มตัวของข้อมูลที่ได้รับรวบรวมมาแล้วพบว่าไม่มีข้อมูลใหม่ๆ ที่เพิ่มเติมมาแล้ว นักวิจัยอาจแบ่งข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่แล้วสำรวจดูข้อมูลของแต่ละเรื่องอย่างวิพากษ์ โดยวิเคราะห์ดูว่าข้อมูลและวิธีได้มาซึ่งข้อมูลนั้นมีความน่าเชื่อถือเพียงใด โดยนักวิจัยอาจตรวจสอบข้อมูลที่เก็บมาในแต่ละวันหรือทุกๆ 7 - 10 วัน ว่ามีความถูกต้องและน่าเชื่อถือตามที่ต้องการหรือไม่

4. การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group)

การอภิปรายกลุ่ม เป็นการเก็บข้อมูลที่ดำเนินการโดยใช้กระบวนการกลุ่มเป็นเครื่องมือ โดยมีคุณสมบัติของการวิจัยอยู่ 2 ลักษณะ ได้แก่ มีคุณสมบัติของวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และวิธีสัมภาษณ์รายบุคคล หมายความว่าในการอภิปรายกลุ่มนั้น นักวิจัยจะสามารถสังเกตพฤติกรรมของผู้ร่วมอภิปรายในขณะที่ได้ต่อกันในประเด็นต่างๆ พฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออกมาต่อกันในกลุ่มนั้นสามารถนำไปเป็นส่วนประกอบในการประเมินคุณภาพของข้อมูลได้ ในขณะที่มีการดำเนินการอภิปรายกลุ่ม นักวิจัยสามารถซักถามผู้ร่วมอภิปรายเป็นรายบุคคลก็ได้ด้วยหากมีความจำเป็น David

Morgan (1988) การอภิปรายกลุ่มจะดำเนินไปได้เป็นอย่างดีหากสมาชิกกลุ่มมีความสบายใจ ไม่อึดอัดใจ และไม่มีความเกรงกลัว ดังนั้นการอภิปรายกลุ่มจึงมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ (Stewart and Shamdasani, 1990; Finch and Lewis, 2003) คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นเรื่องเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละบุคคล ซึ่งจะมีผลทำให้บุคคลนั้นกล้าแสดงความคิดเห็นต่อหน้าสมาชิกในกลุ่มมากน้อยเพียงใด คุณสมบัติที่กล่าวถึงนี้ได้แก่ เพศ วัย สถานภาพทางสังคม การศึกษา อาชีพ และสถานะทางสังคม เป็นต้น อีกปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องได้แก่ บุคลิกภาพ หากคุณสมบัติเหล่านี้ในตัวบุคคลมีความแตกต่างกันจะมีผลต่อความมั่นใจในการแสดงความคิดเห็น

2. ปัจจัยระหว่างบุคคล เป็นเรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมอภิปราย ทั้งในส่วนของผู้วิจัยและสมาชิกในกลุ่ม การดำเนินกระบวนการอภิปรายกลุ่มจะได้ผลดีหากสมาชิกกลุ่มทุกคนมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ซึ่งควรเป็นความสัมพันธ์ในแนวราบไม่ใช่แนวตั้ง หรือไม่ใช่ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เนื่องจากจะทำให้ผู้ร่วมอภิปรายเกิดความสบายใจและไม่กดดัน สร้างให้เกิดปฏิสัมพันธ์อันดีในกลุ่ม ผู้ร่วมอภิปรายกลุ่มควรมีความแตกต่างภายในระดับน้อย หรือควรเป็นผู้ที่มีลักษณะสำคัญบางอย่างร่วมกัน จะก่อให้เกิดการแสดงออกที่เป็นธรรมชาติมากกว่า เช่น กลุ่มที่มีการศึกษาหรืออาชีพคล้ายกัน อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน หรือมีความรู้จกมักคุ้นกันมาบ้างแล้ว

3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สถานที่ในการจัดอภิปรายกลุ่มควรมีความสะดวกสบาย ปราศจากเสียงรบกวน และเอื้อต่อการแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นธรรมชาติ สถานที่ไม่เหมาะสมต่อการอภิปรายกลุ่มคือสถานที่ที่ทำให้ผู้ร่วมอภิปรายไม่คุ้นเคยหรือไม่สะดวกใจในการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ เช่น สถานที่ที่ไกลจากชุมชน สถานที่ราชการ หรือสถานที่ที่เป็นทางการจนเกินไป ดังนั้นสถานที่ที่จะสามารถกระตุ้นให้เกิดการแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นธรรมชาติควรเป็นสถานที่ที่ไม่เป็นทางการหรือสถานที่ที่ผู้ร่วมอภิปรายมีความคุ้นเคยอยู่แล้ว และในกรณีจำนวนของผู้ร่วมอภิปรายกลุ่มที่เหมาะสมควรมีจำนวนประมาณ 6 – 8 คน เพื่อให้สมาชิกกลุ่มได้ยินและได้มองเห็นกันและกันได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นจึงควรจัดรูปแบบวงสนทนาให้อยู่ในลักษณะวงกลมหรือวงรี เพื่อให้สามารถมองเห็นกันได้อย่างทั่วถึงและสามารถสบตากับผู้ดำเนินรายการได้ทุกคนด้วย อีกทั้งยังช่วยให้ผู้วิจัยสามารถใช้เครื่องบันทึกเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย (Krueger, 2002)

การเลือกใช้การอภิปรายกลุ่มต้องคำนึงถึงข้อมูลที่จะได้รับว่าเป็นประโยชน์ต่อหัวข้อในการศึกษาหรือไม่ โดยมีข้อเสนอเพิ่มพิจารณา 3 ข้อ ได้ (Morgan And Krueger1993; Campbell et al, 1999) คือ

1. ควรพิจารณาว่า ข้อมูลที่ได้จากการอภิปรายกลุ่มมีความเหมาะสมกับประเด็นที่ต้องการศึกษามากน้อยเพียงใด สิ่งที่ควรคำนึงถึงเป็นอันดับแรกคือ วิธีนี้เหมาะกับคำถามในการวิจัยที่ตั้งไว้ ข้อมูลที่ต้องการ และประชากรกลุ่มเป้าหมายหรือไม่

2. การอภิปรายกลุ่มเหมาะสำหรับการรวบรวมข้อมูลประเภท ความรู้และความคิดเห็นเกี่ยวกับปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง มากกว่าการรวบรวมประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละบุคคล

3. การอภิปรายกลุ่มไม่เหมาะสมกับเรื่องที่มีความอ่อนไหว และเรื่องส่วนตัวที่ไม่สามารถเปิดเผยในที่สาธารณะ

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การอภิปรายกลุ่มเพื่อให้เห็นภาพรวมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในตอนเริ่มต้นดำเนินการวิจัย โดยเชิญบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนมาสะท้อนความคิดเห็นและให้ข้อมูลในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการรับรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

5. การเดลฟาย (Delphi Technique)

Alex J. Ducanis (1970) ได้ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นการพยากรณ์เรื่องราวในอนาคต โดยการมุ่งลดผลกระทบที่เกิดจากการเผชิญหน้ากันของผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้คำตอบที่ได้มีความสอดคล้องและถูกต้องมากที่สุด Johnson (1993) ได้ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายด้วยว่า เป็นเทคนิคของการรวบรวมการพิจารณาการตัดสินใจ ที่แก้ไขจุดอ่อนของเทคนิคเดิมๆ ที่มักจะขึ้นอยู่กับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เทคนิคเดลฟาย คือ กระบวนการหรือเครื่องมือที่ใช้ในการตัดสินใจหรือลงข้อสรุปในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเป็นระบบที่ปราศจากการเผชิญหน้าโดยตรงของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยรวบรวมและสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ Alfred Rasp Jr (1973) ได้ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายไว้ว่า เป็นการรวบรวมผลของการพิจารณาและตัดสินใจเกี่ยวกับคำตอบที่เป็นมติของกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญ และในการคัดเลือกและขนาดของผู้เชี่ยวชาญนั้นถือเป็นหัวใจสำคัญของเทคนิคการเดลฟายเลยก็ว่าได้ โดยผู้เชี่ยวชาญจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้จริงและมีความสนใจในสาขาที่ทำการวิจัยอย่างแท้จริง แต่ก็ยังไม่มีข้อกำหนดที่แน่นอนตายตัวว่าควรมีจำนวนเท่าใด แต่ Brockhoff (1975) ได้ให้ข้อเสนอว่า การเดลฟายควรใช้ผู้เชี่ยวชาญ

เพียง 11 คน ก็เพียงพอที่จะทำให้การทำนายหรือพยากรณ์ในอนาคตเที่ยงตรงได้ ที่เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่ความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Consensus) และความไม่สอดคล้องกันของผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการยอมรับมติสอดคล้องโดยเสียงข้างมาก เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันอย่างน้อยร้อยละ 60 (Flanders, 1988)

แผนการทำงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย จะเริ่มดำเนินการในเดือน มิถุนายน พ.ศ.2564 เป็นต้นไป โดยเริ่มด้วยการค้นหาผู้ให้ข้อมูล และเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือการอภิปรายกลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ตามรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 4 แผนการทำงานวิจัย

แผนการดำเนินงาน	พ.ศ. 2564						พ.ศ. 2565								
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
เก็บรวบรวมข้อมูล	←→														
- วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำผล การศึกษา - นำผลการ วิเคราะห์ไป สังเกตการณ์ในพื้นที่ - ผู้เชี่ยวชาญวิพากษ์ ผลการศึกษา				←→											
- จัดทำร่าง วิทยานิพนธ์ - สอบป้องกัน วิทยานิพนธ์											←→				

ที่มา: พัฒนาสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับกระบวนการวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูลนี้ การเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูลจักดำเนินไปพร้อมๆ กัน จึงทำให้วิธีการทั้งสองนี้ส่งผลต่อกันไปจนเสร็จสิ้นกระบวนการ ผู้วิจัยจะเริ่มการวิเคราะห์ตั้งแต่ช่วยแรกๆ ของการเก็บข้อมูลหรือหลังจากการเก็บข้อมูลครั้งแรกเสร็จสิ้นลง (ชาย โพธิ์สิตา, 2562) ผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลโดยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) หรือการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลที่มีประเด็นเดียวกัน (สุภางค์ จันทวานิช, 2552) ซึ่งประกอบไปด้วย การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม โดยจะใช้วิธีการจดบันทึก ชักถาม และเงี่ยหูฟังการดำเนินกิจกรรมของผู้ถูกสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีการบันทึกเสียงการสนทนาและจดบันทึกประเด็นที่มีความสำคัญ และการอภิปรายกลุ่ม โดยใช้วิธีบันทึกเสียงสนทนา และจดบันทึก ผู้วิจัยจะทำการบันทึกถ้อยคำให้สัมภาษณ์โดยการจดบันทึก และบันทึกเสียงขณะสนทนาโดยไม่เปิดเผยรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูล และเก็บรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้ รวมไปถึงการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการสร้างประเด็นคำถามที่สอดคล้องและครอบคลุม เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับสามารถตอบคำถามงานวิจัยและวัตถุประสงค์งานวิจัยได้อย่างครบถ้วน และได้นำแบบสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อช่วยตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงของเนื้อหา แล้วนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นนำแบบสัมภาษณ์มาปรับปรุงและแก้ไข เพื่อให้ได้เครื่องมือการวิจัยที่มีความสมบูรณ์และสามารถเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพได้ตรงตามคำถามและวัตถุประสงค์งานวิจัย ซึ่งในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการจดบันทึก การมอง และเงี่ยหูฟังการดำเนินกิจกรรมของผู้ถูกสังเกตโดยไม่มีปฏิสัมพันธ์ใดๆ กับผู้ถูกสังเกต แต่ผู้ถูกสังเกตบางท่านทราบว่าผู้วิจัยจะเข้าไปสังเกตการณ์และเก็บข้อมูลประกอบงานวิจัย อีกทั้งผู้วิจัยได้ขออนุญาตบันทึกภาพและบันทึกเสียงจากผู้นำชุมชนแต่ละชุมชนเรียบร้อยแล้ว แต่ในระหว่างการสังเกตนั้น ผู้วิจัยจะไม่ปรากฏตัวให้เป็นที่สังเกตเด่นชัด เนื่องจากอาจทำให้ผู้ถูกสังเกตเกิดความอึดอัดและไม่สบายใจ จนทำให้ผู้ถูกสังเกตแสดงออกอย่างไม่เป็นธรรมชาติ สำหรับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมครั้งนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมของชุมชน กิจกรรมท่องเที่ยวและ

ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน การประกอบอาชีพ การมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจทั้งในชุมชน แหล่งประกอบอาชีพ และแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในละแวกชุมชน

2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับปรากฏการณ์และกิจกรรมที่ชาวบ้านในชุมชนได้จัดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นงานบุญ กิจกรรมท่องเที่ยว การจัดประชุม หรือการพักผ่อน โดยผู้วิจัยได้ใช้ชีวิตเฉกเช่นเดียวกับชาวบ้านในชุมชนทุกประการ เปรียบเสมือนเป็นสมาชิกของชุมชนคนหนึ่งที่อยู่ภายในขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตแบบเดียวกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ถูกสังเกตเกิดความสบายใจและปฏิบัติตัวอย่างเป็นธรรมชาติมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นการแสดงออกถึงความต้องการการยอมรับและการปฏิสัมพันธ์ตามธรรมชาติจากผู้ถูกสังเกตอีกด้วย โดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมนี้เห็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการมีปฏิสัมพันธ์ตามธรรมชาติ การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว องค์ประกอบ บทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว ผู้ให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวต่อชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ความมุ่งหวังด้านการท่องเที่ยวในอนาคต ประสพการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน และช่องว่างของขีดความสามารถของชุมชน

3. การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการ โดยผู้วิจัยทำการบันทึกถ้อยคำให้สัมภาษณ์โดยการจดบันทึก และบันทึกเสียงขณะสนทนาโดยไม่เปิดเผยรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูล และเก็บรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยจะมุ่งเน้นไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ดีในเรื่องที่สัมภาษณ์ นั่นหมายถึง เป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไม่ว่าจะเป็นผู้นำชุมชน ชาวบ้านในชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว โดยในการสุ่มตัวอย่างจะดำเนินการโดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎี (Theoretical Sampling) ซึ่งจะพบหาคุคคลหรือเหตุการณ์โดยเจาะจงที่จะสามารถให้คำตอบที่เหมาะสมแก่นักวิจัยได้ดีที่สุด และการสุ่มแบบสโนว์บอลล์ (Snowball sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างในลักษณะการสร้างเครือข่ายข้อมูล โดยเลือกจากหน่วยตัวอย่างกลุ่มแรกและให้ตัวอย่างกลุ่มนี้เสนอบุคคลอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงต่อไป จนถึงจุดอิ่มตัว ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการนี้เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว องค์ประกอบและบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว

ผู้ให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวต่อชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ความมุ่งหวังด้านการท่องเที่ยวในอนาคต ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน และช่องว่างของขีดความสามารถของ M-I-T เพื่อชุมชน

4. การอภิปรายกลุ่ม โดยผู้วิจัยมีหน้าที่ในการดำเนินการอภิปรายเสมือนเป็นผู้ดำเนินรายการ ซึ่งในการอภิปรายกลุ่มจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้ทัศนคติต่างๆ ในเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว องค์ประกอบ บทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว ผู้ให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวต่อชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ความมุ่งหวังด้านการท่องเที่ยวในอนาคต ประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน และช่องว่างของขีดความสามารถของชุมชน โดยในบางโอกาสที่เกิดข้อสงสัยหรือต้องการการอธิบายเพิ่มเติม นักวิจัยจะซักถามผู้ร่วมอภิปรายเป็นรายบุคคล โดยในระหว่างการอภิปรายกลุ่ม นักวิจัยจะสังเกตพฤติกรรมของผู้ร่วมอภิปรายในขณะที่ได้ตอบกันในประเด็นต่างๆ แล้วนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย

5. การเดลฟาย (Delphi Technique) โดยผู้วิจัยดำเนินการหารือร่วมกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้ดำเนินงาน กลุ่มผู้วางแผน กลุ่มผู้วางกลยุทธ์ กลุ่มผู้ใช้บริการ กลุ่มผู้ให้บริการ และกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ในการดำเนินงานด้าน MICE จำนวน 11 ท่าน ด้วยวิธีการ Delphi Technique ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Brockhoff (1975) ที่ให้ข้อเสนอว่าการเดลฟายควรใช้ผู้เชี่ยวชาญเพียง 11 คน ก็เพียงพอที่จะทำให้การทำงานหรือพยากรณ์ในอนาคตเที่ยงตรงได้ ที่เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่ความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Consensus) และความไม่สอดคล้องกันของผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการยอมรับมติสอดคล้องโดยเสียงข้างมาก เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันอย่างน้อยร้อยละ 60 (Flanders, 1988) เพื่อแสดงความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อสร้างให้เป็นปัจจัยที่จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน โดยจะสามารถนำมาเป็นเกณฑ์ในการเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชนที่มีศักยภาพต่อไปในอนาคต

สำหรับระยะเวลาเก็บข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้ฝังตัวอยู่ในชุมชนจำนวน 3 เดือน จนแน่ใจว่าปริมาณของข้อมูลที่ได้รับถึงจุดอิ่มตัว โดยผู้วิจัยดำเนินการสำรวจข้อมูลทุกๆ 3 วัน เพื่อความมั่นใจว่าข้อมูลที่ได้รับมาแล้วนั้นถึงจุดอิ่มตัวแล้ว (ชาย โพธิสิตา, 2562) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้

ดำเนินการในรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลโดย Systematic Coding ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โดยการให้รหัสของการวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล โดยวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ของวลี คำ และประโยคที่ถอดได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม จากนั้นทำการเชื่อมโยงกับทฤษฎีแนวคิดต่างๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ สืบสวนค้นหาความจริงในปรากฏการณ์ที่ศึกษา (Exploratory) ซึ่ง Schutt (2012) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์ประเภทนี้คือการค้นหาปรากฏการณ์ การกระทำ หรือประสบการณ์ของผู้ที่ถูกรับศึกษา รวมไปถึงความรู้สึกนึกคิด และความหมายที่ถูกตีความ โดยผู้คนเหล่านั้นภายใต้การดำรงชีวิต การวิเคราะห์เช่นนี้จะให้คำตอบเป็นเรื่องราวเชิงพรรณนา โดยนักวิจัยต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกันกับการเก็บข้อมูลเลย ซึ่งสอดคล้องกับนักวิจัยวิทยาลัยท่านที่ได้กล่าวว่า การวิจัยเชิงคุณภาพที่ดีจำเป็นต้องมีการดำเนินการวิเคราะห์ควบคู่ไปกับการเก็บข้อมูล และจะเสร็จสิ้นขั้นตอนการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลก็ต่อเมื่อนักวิจัยเริ่มเขียนรายงานผลการศึกษา (Mason, 2002; Saunders et al, 2012) และในระหว่างการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นนักวิจัยจะต้องเขียนบันทึก (Memoing) อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล (Charmaz, 2006; Schwandt, 2001; Holloway, 1997; Strauss, 1987; Strauss and Corbin, 1998) การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ สืบสวนค้นหาความจริงในปรากฏการณ์ที่ศึกษา สำหรับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้กระบวนการ Systematic Coding ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งประกอบไปด้วยงานสำคัญ 2 ขั้นตอน (Miles and Huberman, 1984) ได้แก่

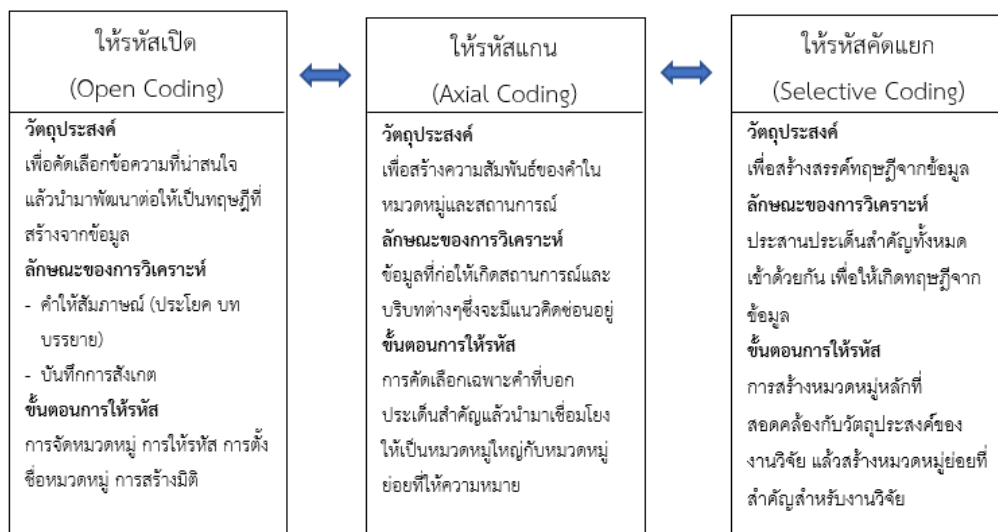
1. การจัดการข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมทั้งหมดมาแยกหมวดหมู่ออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

- 1) การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
- 2) เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 3) ประสบการณ์ด้านการบริการท่องเที่ยว
- 4) วัฒนธรรม ชนบทธรรมเนียมประเพณี และวิถีชุมชน

หลังจากแยกหมวดหมู่ของข้อมูลแล้วนักวิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวไปจัดระเบียบข้อมูลต่อไป ซึ่งการจัดการข้อมูลนี้ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนออกเป็น 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) การจัดระเบียบข้อมูล สำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลหลายชนิดในการดำเนินงานวิจัย ทั้งอยู่ในรูปแบบของการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการถอดข้อมูลได้ถอดความแบบคำต่อคำ และรักษาความเป็นธรรมชาติ อารมณ์ ความหมาย บรรยากาศ และความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์อย่างครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นวัจนภาษาหรืออวัจนภาษา เนื่องจากทุกถ้อยคำล้วนมีความหมายทั้งทางตรงและทางอ้อมซ่อนอยู่ จึงต้องรวบรวมไว้ในข้อมูลที่ถูกถอดออกมาอย่างครบถ้วนเพื่อแสดงให้เห็นถึงความหมายบางอย่างที่แฝงอยู่ในบริบทนั้น และในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ขีดเกลาภาษาบางส่วนเท่าที่จำเป็นเท่านั้น เนื่องจากการถอดข้อมูลจำเป็นต้องรักษาคำพูด สำนวน ความหมาย และอารมณ์ของผู้พูดไว้ให้ได้มากที่สุด

2) การให้รหัสข้อมูล เป็นการคัดสรรข้อมูลที่ได้จัดระเบียบแล้ว เพื่อเลือกเอาเฉพาะข้อมูลส่วนที่มีเนื้อหาน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยต้องอ่านข้อมูลอย่างพิถีพิถันและกำหนดคำ หรือวลีที่สั้นกระชับและครอบคลุมความหมาย เพื่อเป็นสัญลักษณ์ให้กับข้อความในข้อมูลที่น่าสนใจ การให้รหัส (Coding) เป็นขั้นตอนสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ถือว่าเป็นกิจกรรมทั้งหมดในการวิเคราะห์ข้อมูล ที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถเรียงร้อยข้อมูลซึ่งถือว่าเป็นข้อค้นพบให้อยู่ในรูปของแนวคิดทฤษฎี สำหรับการให้รหัสของการวิจัยแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้ (Strauss and Corbin, 1998; Jaruwat Daengbuppha et al., 2006)



ภาพ 8 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

ที่มา: พัฒนาสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ขั้นตอนที่ 1 ให้รหัสเปิด (Open Coding) ในขั้นนี้นักวิจัยเลือกเอาเฉพาะข้อความที่น่าสนใจหรือเป็นประโยชน์ออกมาจากข้อมูล เพื่อการพัฒนาเป็นทฤษฎีต่อไป ข้อความที่ถูกเลือกมักจะเป็นข้อความที่บ่งบอกถึงความหมาย มโนทัศน์ หรือประเด็นที่มีความสำคัญ หลังจากนั้นนักวิจัยจะให้รหัส คือ การกำหนดคำหรือวลีสั้นๆ กำกับไว้ หลังจากเสร็จสิ้นขั้นตอนนี้ นักวิจัยจะได้ข้อมูลที่ถูกกำกับโดยรหัสไว้มากมายเพื่อนำไปดำเนินการในขั้นต่อไป เช่น การทำงานร่วมกัน คณะกรรมการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตรวจสอบความสะอาดบ้านพักเป็นกิจวัตร เป็นต้น ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เนื่องจากการคัดเลือกเอาเฉพาะข้อความที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์มากที่สุด หากข้อมูลที่ถูกคัดเลือกมาไม่ดีก็จะทำให้การวิเคราะห์ผลไม่ดีไปด้วย (Charmaz, 2006) โดยหลังจากผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลมาก็จะดำเนินการให้รหัสกับข้อมูลในทุกๆ 3 วัน

ขั้นตอนที่ 2 ให้รหัสแกน (Axial Coding) ในขั้นนี้นักวิจัยคัดแยกรหัสที่ได้ออกเป็นกลุ่มๆตามความหมายที่เกี่ยวข้องกันหรือที่เข้ากันได้ โดยแต่ละกลุ่มจะบ่งบอกถึงสิ่งสำคัญในข้อมูลเป็นประเด็นต่างๆ และประเด็นเหล่านี้จะถูกส่งต่อไปยังการให้รหัสเชิงทฤษฎี (Selective Coding) ต่อไป โดยนักวิจัยได้แยกรหัสออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1) สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2) สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์

- 3) ปัจจัยเอื้อต่อการเกิด M-I-T เพื่อชุมชน
- 4) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน
- 5) รูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์และการสร้างคุณค่าร่วมกันด้วยจิตบริการแบบไทย
- 6) การบริหารจัดการโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน
- 7) ปัจจัยสู่ความสำเร็จของ M-I-T เพื่อชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 ให้รหัสคัดแยก (Selective Coding) เป็นขั้นตอนที่นักวิจัยจะสร้างหรือพัฒนาข้อเสนอเชิงทฤษฎี (Theoretical Proposition) ขึ้นมาจากประเด็นสำคัญที่ส่งต่อมาจากขั้นตอนที่ 2 โดยเชื่อมประสานประเด็นสำคัญทั้งหมด ให้อยู่ในรูปแบบของแนวคิดแบบต่างๆ นักวิจัยควรเชื่อมโยงประเด็นสำคัญออกมาหลายๆ แบบ เพื่อให้เกิดแนวคิดที่เป็นข้อเสนอเชิงทฤษฎีต่างๆกัน และมีความหลากหลายทางแนวคิด เพื่อที่นักวิจัยจะสามารถคัดเลือกแนวคิดที่ดีที่สุด 2 – 3 ทฤษฎี แล้วนำมาตรวจสอบกับทฤษฎีที่มีความคล้ายคลึงกันที่มีผู้เสนอไว้อยู่แล้วมาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกข้อเสนอเชิงทฤษฎีที่ดีที่สุดเพียงอันเดียวมาเป็น “ทฤษฎีจากข้อมูล”

2. การอธิบายข้อมูล คือ การดำเนินการให้ข้อมูลต่างๆ ร้อยเรียงให้เป็นเรื่องราวของข้อค้นพบว่าเป็นอะไร เพราะอะไร และอย่างไร (Krueger, 1998; LeCompte and Schensul, 1999) โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ถูกรหัสและเชื่อมโยงเป็นประเด็นต่างๆ มาร้อยเรียงให้เป็นเรื่องราวของข้อค้นพบจนเกิดแนวคิดที่เป็นข้อเสนอเชิงทฤษฎีต่างๆ กัน หลายแนวคิด โดยการร้อยเรียงเรื่องราวนี้ใช้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ กล่าวคือ นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแล้ว ผู้วิจัยยังได้ทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ แผ่นพับ ใบปลิว บทความวิชาการ บทความวิจัย บทความออนไลน์ แผ่นป้าย และอื่นๆ ที่ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงได้ เพื่อนำข้อค้นพบที่ได้จากปรากฏการณ์ต่างๆ เป็นจำนวนมากมาหาข้อสรุปจนได้ข้อเสนอเชิงทฤษฎีที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด แล้วจึงคัดเลือกเอาข้อเสนอเชิงทฤษฎีที่ดีที่สุดเพื่อมาทำการตรวจสอบกับข้อมูลที่มีอยู่แล้ว และจักนำไปตรวจสอบด้วยวิธี Delphi อีกครั้งในลำดับถัดไป เพื่อให้ได้ข้อเสนอเชิงทฤษฎีที่ดีที่สุดเพียงอันเดียวเท่านั้น โดยผู้วิจัยได้กลับไปตรวจสอบข้อมูลดิบควบคู่ไปด้วย เพื่อให้เกิดความผิดพลาดและตกหล่นเกิดขึ้นได้น้อยที่สุด

3. การพัฒนารูปแบบ (Model Development) คำว่า รูปแบบ หมายถึง แบบอย่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่ใช้สำหรับเป็นแนวทางในการสร้างหรือทำซ้ำเป็นตัวอย่าง เพื่อการเลียนแบบ เป็นแผนภูมิ หรือรูปสามมิติซึ่งเป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลักการ หรือแนวคิด เป็นชุดของปัจจัยหรือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งรวมกันเป็นตัวประกอบและเป็นสัญลักษณ์ทางระบบ

สังคม (Good, 1973) โดยการสร้างและพัฒนาารูปแบบมีดังขั้นตอนต่อไปนี้ 1. ต้องมีการศึกษาค้นคว้า ข้อมูลพื้นฐาน เพื่อการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและข้อค้นพบจากการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการใช้ หลากหลายเครื่องมือในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันหรือปัญหาจากพื้นที่เป้าหมาย 2. มีการ กำหนดหลักการเป้าหมายและองค์ประกอบอื่นๆ ของรูปแบบให้สอดคล้องกับข้อมูลพื้นฐานและ สัมพันธ์กันอย่างเป็นระเบียบ 3. กำหนดแนวทางการนำรูปแบบไปใช้ ประกอบด้วย รายละเอียดของ วิธีการและเงื่อนไขต่างๆ เช่น ใช้ดำเนินงานกับชุมชนเดี่ยวหรือชุมชนเครือข่าย เพื่อให้การใช้รูปแบบ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เป็นต้น 4. การประเมินรูปแบบเป็นการประเมินเพื่อ ทดสอบ ความมีประสิทธิภาพของรูปแบบที่สร้างขึ้น 5. การพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบเมื่อพบข้อบกพร่อง ก็ จักต้องนำมาปรับปรุงให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น (พัฒนา พรหมณี, 2560) เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบในการเป็น แนวทางสำหรับใช้เป็นตัวอย่างในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งในการ พัฒนารูปแบบในครั้งนี้นั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากหลากหลายวิธี ซึ่งประกอบไปด้วย การ สัมภาษณ์ การสังเกต และการประชุมกลุ่ม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกันด้วยวิธีวิเคราะห์แบบ systematic coding อันประกอบไปด้วย การให้รหัสเปิด เพื่อคัดเลือกข้อความที่น่าสนใจ แล้วนำมา พัฒนาต่อให้เป็นทฤษฎีที่สร้างจากข้อมูล จากนั้นนำมาให้รหัสแกน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ของคำใน หมวดหมู่และสถานการณ์ และให้รหัสคัดแยก สร้างหรือพัฒนาข้อเสนอเชิงทฤษฎี แล้วจึงเลือกแนวคิด ที่ดีที่สุดเพื่อนำมาปรึกษาหารือกับผู้เชี่ยวชาญ 11 ท่าน ด้วยวิธี Delphi Technique จนได้มาซึ่ง รูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชน ด้วยจิตบริการแบบไทย ใน MICE CITY เพื่อการ จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ดังรูปแบบต่อไปนี้



ภาพ 9 การพัฒนารูปแบบ

ที่มา: พัฒนาสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้

จริยธรรมการวิจัย

การออกแบบการวิจัยนี้ ให้ความสำคัญต่อหลักจริยธรรมการวิจัยเพื่อปกป้องรายละเอียดของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยกระทำการตามหลักการและกฎเกณฑ์ที่ประกอบด้วยหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

1. หลักความเคารพในบุคคล (Respect for Person) โดยนักวิจัยจะประพฤติต่อผู้ให้ข้อมูลด้วยความเคารพไม่ว่าผู้ให้ข้อมูลผู้นั้นจะมีอิสระในการตัดสินใจด้วยตนเองหรือเป็นบุคคลที่ไม่มีอิสระในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ด้วยตนเอง โดยบุคคลที่ไม่มีอิสระในการตัดสินใจหมายรวมถึงผู้พิการ ผู้ต้องขังในเรือนจำ ผู้สูงอายุ ผู้ป่วย ผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจ ชนกลุ่มน้อย เป็นต้น บุคคลทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติด้วยความเคารพทั้งสิ้น อีกทั้งนักวิจัยจะขอความยินยอมด้วยความสมัครใจจากบุคคลที่เป็นเป้าหมายในการวิจัย บุคคลนั้นจักต้องให้ความยินยอมหลังจากที่ได้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยอย่างครบถ้วนและเพียงพอแล้ว การให้ความยินยอมต้องไม่เกิดจากการถูกบังคับหรือจากการที่ได้ข้อมูลอันเป็นเท็จ รวมไปถึงการเสนอสิ่งดึงดูดใจประการใดๆ ทั้งสิ้น โดยข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยนั้น นักวิจัยจะถ่ายทอดให้อยู่ในรูปแบบของเอกสารที่ใช้ภาษาเข้าใจง่าย ชัดเจน หลีกเลี่ยงภาษาทางเทคนิคที่ไม่จำเป็น โดยเอกสารดังกล่าวจะประกอบไปด้วย (Kvale, 1996; Campbell et al, 1999) สารสำคัญและวัตถุประสงค์ของการวิจัย แหล่งทุนหรือผู้ให้การสนับสนุนงานวิจัย ลักษณะของผู้ที่ถูกขอให้เข้าร่วมในงานวิจัย เหตุผลและวิธีการที่นักวิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัย ความร่วมมือที่คาดหวัง ความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมงานวิจัย สิทธิที่จะให้ความยินยอมหรือไม่ให้และการตอบหรือไม่ตอบคำถามในบางข้อรวมถึงการถอนตัวจากการเข้าร่วมงานวิจัย มาตรการรักษาความลับของข้อมูล และข้อมูลของนักวิจัยที่สามารถติดต่อได้

2. หลักการมุ่งประโยชน์และไม่ก่อให้เกิดอันตราย (Beneficence and No Harm) นักวิจัยจะไม่กระทำการใดที่ทำให้เกิดอันตรายแก่กลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ ชื่อเสียง ศักดิ์ศรี วิถีชีวิต คุณค่าที่เขานับถือ หรือความเสียหายอื่นใดก็ตาม และนักวิจัยจะกระทำการให้เกิดประโยชน์สูงสุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งรวมไปถึงประโยชน์สำหรับกลุ่มเป้าหมาย ครอบครัว ชุมชน สถาบัน องค์กร สังคม ประเทศชาติ หรือมนุษยชาติ (วิชัย โชควิวัฒน์, 2560) โดยไม่มุ่งหวังกระทำการเพื่อสนองประโยชน์ส่วนตนเพียงอย่างเดียว

3. หลักความยุติธรรม (Justice) ผู้วิจัยจะมุ่งกระทำการตามแนวทางปฏิบัติเรื่องความยุติธรรมในจริยธรรมการวิจัย 2 มิติ คือ มิติที่ 1 การปฏิบัติให้เท่าเทียมกันสำหรับกลุ่มเป้าหมายทุกคน โดยไม่มีการแบ่งแยกเรื่องอายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา สถานะทางสังคม และอื่นๆ รวมไปถึงการ

คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยความยุติธรรมปราศจากอคติใดๆ ผู้วิจัยจะกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างไว้อย่างชัดเจนและจะขอความยินยอมกลุ่มเป้าหมายทุกครั้ง รวมไปถึงจะยุติการขอข้อมูลโดยทันทีหากกลุ่มเป้าหมายร้องขอหรือแสดงความไม่สะดวกใจในการให้ข้อมูล และมีมติที่ 2 ความยุติธรรมระหว่างนักวิจัยและกลุ่มเป้าหมายกระทำโดยการชี้แจงต่อกลุ่มเป้าหมายไปด้วยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดำเนินงานวิจัย ผลประโยชน์จากการวิจัย และนักวิจัยจักสร้างองค์ความรู้ที่สามารถตอบสนองกับปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนเป้าหมายด้วย ซึ่งหมายความว่าการศึกษาครั้งนี้จักสร้างประโยชน์ทั้งแก่ผู้วิจัยและผู้ถูกวิจัย รวมไปถึงสังคมโดยรวมด้วย (LeCompte and Schensul, 1999; Glesne and Peshkin, 1992)

สรุป

การดำเนินงานวิจัยในหัวข้อเรื่อง **การพัฒนาต้นแบบโมเดลเพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย** ประกอบจากกระบวนการศึกษาวิจัยในรูปแบบ Interpretivist/ Constructivist Research Paradigm การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิธีการ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การอภิปรายกลุ่ม และการเดลฟาย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มชาวบ้านในชุมชน กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยจะสังเกตการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้รับผิดชอบในชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ในฐานะคนในเพื่อให้เกิดความไว้วางใจและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี และสังเกตการพฤติกรรมวิถีชีวิตวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวบ้านในชุมชน รวมไปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนตามความเป็นจริง เพื่อศึกษากระบวนการทำงานร่วมกันของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยข้อมูลที่ได้จากกระบวนการเก็บข้อมูลทั้ง 4 วิธีการนี้จะนำไปพัฒนาต้นแบบโมเดลเพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย ควบคู่ไปกับการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมในเรื่องที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยการเก็บข้อมูลนี้ออกแบบมาโดยพิจารณาตามหลักจริยธรรมในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ทุกกระบวนการ และในการวิเคราะห์ข้อมูลจักดำเนินการคู่ขนานไปพร้อมกับการเก็บข้อมูลตามธรรมชาติของกระบวนการสร้างทฤษฎีด้วยข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งทฤษฎีใหม่และนำไปสู่การสรุปผลการศึกษาในขั้นตอนสุดท้าย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ ได้ดำเนินการศึกษาถอดบทเรียน (Case Study) ในพื้นที่เป้าหมาย 2 แห่ง ได้แก่ ชุมชนบ้านบุไทร ตำบลไทยสามัคคี อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งถือว่าเป็นตัวแทนของชุมชนเดี่ยวที่มีการดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชน และเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนคนเนินมะปราง ซึ่งถือว่าเป็นตัวแทนของชุมชนเครือข่ายที่มีการดำเนินงานด้านไมซ์เพื่อชุมชน อันประกอบไปด้วย 5 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านชมภู ชุมชนบ้านมุง ชุมชนบ้านผาเรียงหมี่ ชุมชนบ้านโคก และชุมชนบ้านคลองซันรัมย์ อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบชาติพันธุ์วรรณา ซึ่งใช้กระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (Grounded Theory) และเก็บข้อมูลจากหลากหลายวิธีการ (multiple realities) โดยกลุ่มเป้าหมายประกอบไปด้วยชาวบ้านในชุมชน 25 ราย นักท่องเที่ยว 10 ราย หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และหน่วยงานภาคการศึกษา 10 ราย ผู้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและไมซ์ 5 ราย และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและไมซ์ 11 ราย สำหรับกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นผู้วิจัยยึดรูปแบบการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ซึ่งการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูลจักดำเนินไปพร้อมๆ กัน โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) หรือการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลที่มีประเด็นเดียวกัน โดยในการสร้างข้อคำถามได้มีการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการสร้างประเด็นคำถามที่สอดคล้องและครอบคลุมกับกรอบแนวคิดงานวิจัย เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับสามารถตอบคำถามงานวิจัยและวัตถุประสงค์งานวิจัยได้อย่างครบถ้วน และได้้นำเครื่องมือให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ช่วยตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงของเนื้อหา แล้วจึงนำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นนำเครื่องมือมาปรับปรุงและแก้ไข เพื่อให้ได้เครื่องมือการวิจัยที่มีความสมบูรณ์และสามารถเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพได้ตรงตามคำถามและวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยเครื่องมือทั้งหมดนี้ต่างก็ถูกใช้เพื่อเก็บรวบรวมประเด็นในการศึกษาประเด็นเดียวกัน อันประกอบไปด้วยประเด็นหลักๆ อันได้แก่ 1. วิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมของชุมชน 2. กิจกรรมท่องเที่ยวและทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน 3.

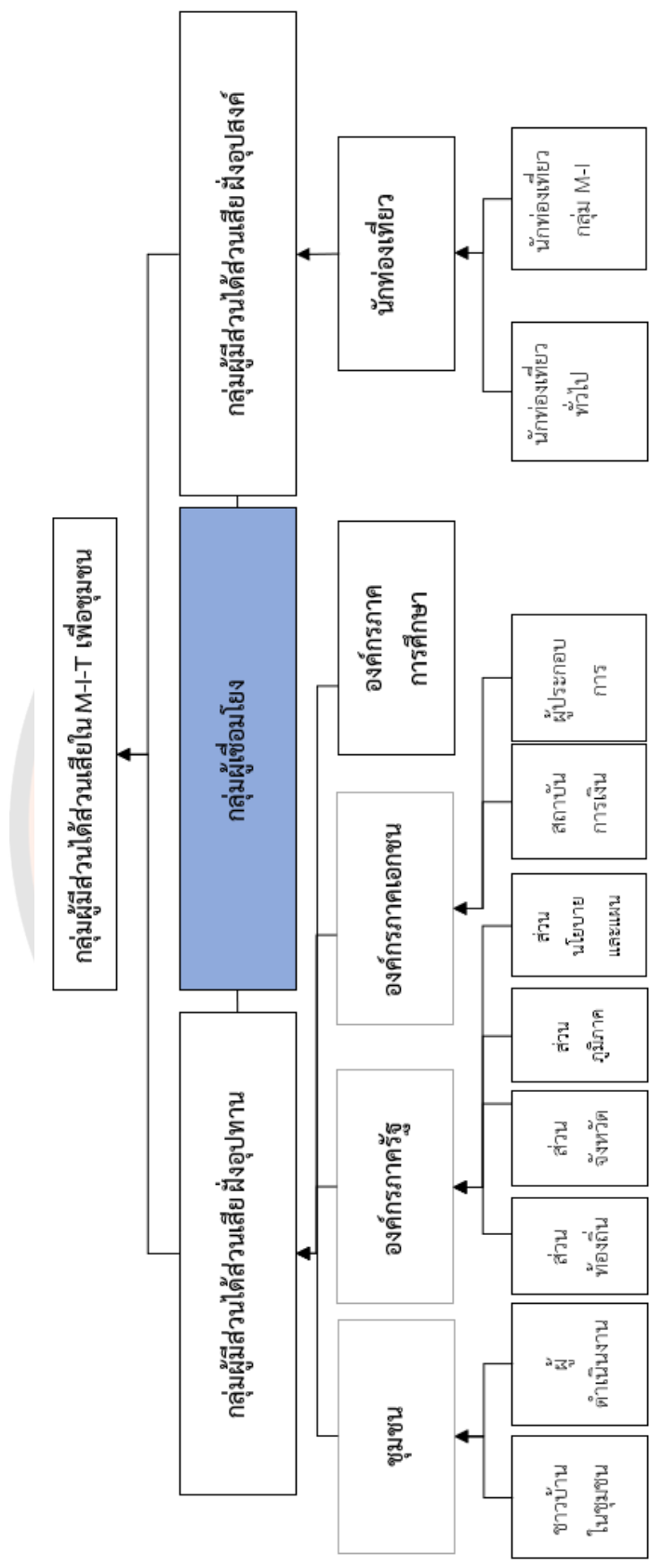
การมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4. ช่องว่างของขีดความสามารถของชุมชน 5. องค์ประกอบและบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยว 6. รูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบไปด้วย การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการเดลฟาย และผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลและสร้างรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนด้วยกระบวนการ Systematic Coding โดยมีผลการวิจัยดังนี้

องค์ประกอบ บทบาทและกระบวนการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย

ผลการศึกษาด้านองค์ประกอบ บทบาท และกระบวนการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของห่วงโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย วิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการประชุมกลุ่ม ของพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 แห่ง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกันผ่านกระบวนการ Systematic Coding และพบผลการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 องค์ประกอบของโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในพื้นที่ศึกษาอยู่ภายใต้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมี 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มอุปสงค์ กลุ่มอุปทาน และกลุ่มเชื่อมโยง สำหรับองค์ประกอบของโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของชุมชนบ้านบุไทร และเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง สามารถสรุปผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้ดังรูปที่ 10



ภาพ 10 องค์กรประกอบของใช้คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

ที่มา: ชื้อค้นพบจากภาการศึกษาครั้งนี้

จากรูป 10 องค์ประกอบของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนประกอบไปด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝั่งอุปทาน กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝั่งอุปสงค์ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชื่อมโยง ซึ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝั่งอุปทานสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยได้ 4 กลุ่ม อันได้แก่ ชุมชน องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และองค์กรการศึกษา ส่วนกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝั่งอุปสงค์ ได้แก่ นักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชื่อมโยง เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มใหม่ที่ถูกค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้ โดยจะมีการอธิบายถึงรายละเอียดในหัวข้อถัดไป อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนของกรณีศึกษา 2 พื้นที่ อันได้แก่ ชุมชนบ้านบุไทร และเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง มีความแตกต่างกันในหลายๆ องค์ประกอบ เนื่องจากบริบทของพื้นที่ทั้ง 2 แห่ง มีความแตกต่างกัน สำหรับชุมชนบ้านบุไทรเป็นชุมชนเดียวที่ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว แต่เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางเป็นการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่มีลักษณะการดำเนินงานเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกัน ดังนั้นองค์ประกอบของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนที่ทั้ง 2 พื้นที่จึงมีความแตกต่างกัน ดังรายละเอียดในภาพ 11

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ฝั่งอุปทาน	บ้านบุไทร	เครือข่ายเชื่อมโยงคน รักเนินมะปราง
ชุมชน	72.22 %	65.63 %
องค์กรภาครัฐ	44.44 %	43.75 %
องค์กรภาคเอกชน	16.67 %	59.38 %
องค์กรภาคการศึกษา	83.33 %	56.25 %

ภาพ 11 องค์ประกอบของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ฝั่งอุปทาน
ที่มา: ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ฝั่งอุปทาน ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. **ชุมชน** หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันหรือชุมชนใกล้เคียงกัน และมีการดำเนินงานหรือประสานงานร่วมกันในด้าน M-I-T เพื่อชุมชน หรือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการรับและเสียผลประโยชน์จากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยประกอบไปด้วยกลุ่มผู้

ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (M-I-T for Community Staffs) และชาวบ้านในชุมชนที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับภารกิจที่เกี่ยวข้องแต่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว โดยแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดดังนี้

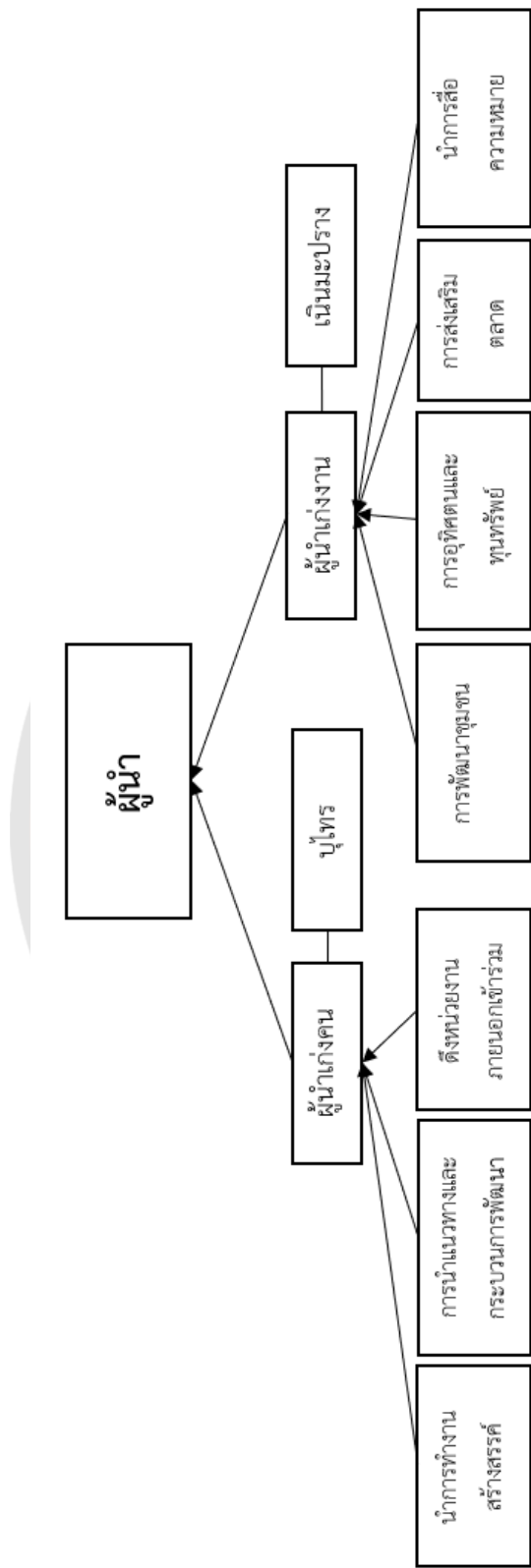
1.1 กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (M-I-T for Community Staffs)

หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยสมาชิกของกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนนี้เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านในชุมชนนั้นๆ ดังนั้นกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจึงมีลักษณะเฉพาะที่หมายถึงกลุ่มที่เกิดจากชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น จะไม่มีคนภายนอกชุมชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของกลุ่มชุมชนเลย โดยกลุ่มชุมชนนี้สามารถแบ่งองค์ประกอบย่อยออกเป็น 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้นำชุมชน และกลุ่มผู้ดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1.1 ผู้นำชุมชน หมายถึง ผู้นำชุมชนที่เป็นบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ให้เกิดการพัฒนาให้ชุมชนดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือสิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นบุคคลที่ชาวบ้านในชุมชนหรือผู้ให้สนับสนุนด้านต่างๆ ให้ความเคารพนับถือและความเชื่อมั่นในการจะเป็นผู้นำพาการพัฒนาไปสู่ชุมชน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าชุมชนในพื้นที่ทั้ง 2 แห่ง มีความแตกต่างกันในบริบทของผู้นำชุมชน โดยพบผู้นำสองแบบ ได้แก่ ผู้นำเก่งคนและผู้นำเก่งงาน โดยผู้นำที่ชุมชนบุไทรให้การยอมรับเป็นปราชญ์ชาวบ้านที่มีความเป็นผู้นำที่มีจิตวิญญานในการนำพาให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง และออกจากกรอบเดิมๆ ที่ทำให้ชุมชนไม่ได้รับการพัฒนา โดยไม่ต้องมีผู้ใดร้องขอ แต่เป็นผู้ที่ลุกขึ้นมาพาชุมชนด้วยจิตใจที่ต้องการพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริง เช่น การนำพาให้ชาวบ้านในชุมชนเปลี่ยนจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยว ที่ทำให้ชาวบ้านขาดทุนติดต่อกันมาหลายปี มาเป็นปลูกพืชแบบผสมผสาน ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้มากขึ้น ส่วนผู้นำของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนั้น เป็นผู้นำที่มีความรู้ความสามารถเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นผู้ที่ผันตัวเองมาจากหลากหลายอาชีพ ทำให้สามารถทำงานได้หลากหลายรูปแบบ ดังนั้นชาวบ้านในชุมชนจึงให้ความเชื่อมั่นว่าจะเป็นผู้ที่สามารถทำให้ชุมชนได้รับการพัฒนาได้ เช่น เจ้าของเพจคนรักเนินมะปราง ที่ผันตัวมาเป็นผู้นำด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสามารถในการใช้สื่อออนไลน์สามารถทำให้เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว โดยผู้นำที่มีความแตกต่างของทั้ง 2 พื้นที่ สามารถสรุปได้ตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 5 สรุปลักษณะของผู้นำชุมชน

ชุมชน	ลักษณะของผู้นำ	แนวทางการปฏิบัติ	ผลลัพธ์
บ้านปู่ไทร	ผู้นำเก่งคน	<p>นำการทำงานสร้างสรรค์</p> <p>กล้ารับความเสี่ยง</p> <p>กระบวนกรพัฒนา</p> <p>ดึงหน่วยงานภายนอกเข้าร่วม</p>	<p>ผู้นำของชุมชนบ้านปู่ไทรมีลักษณะเป็นบุคคลที่มีความเสียสละและทุ่มเทให้การดำเนินงานเป็นอย่างดี ซึ่งพบว่าผู้นำด้านการดำเนินงาน M-I-T เพื่อชุมชนของชุมชนแห่งนี้มีเพียงผู้เดียว ทำให้ชาวบ้านเกิดความเลื่อมใสศรัทธาเป็นอย่างมาก หากผู้นำกล่าวคำใด ชาวบ้านก็จะเชื่อและปฏิบัติตาม หากต้องการตัดสินใจก็จะมีความเชื่อมั่นในคำตัดสินของผู้นำเป็นอย่างมาก แต่การดำเนินงานก็จะค่อนข้างดีชัดและล่าช้าในบางประการ เนื่องจากการทำงานด้วยผู้นำเพียงคนเดียวก็จะทำให้การดำเนินงานไม่ราบรื่นเท่าที่ควร หากผู้นำติดภารกิจอื่น ชาวบ้านก็จะต้องรอการตัดสินใจหรือการสั่งงาน จนอาจทำให้การดำเนินงานเกิดความล่าช้าได้</p>
เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง	ผู้นำเก่งงาน	การพัฒนาชุมชน	<p>ผู้นำของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางจะอยู่ในลักษณะของผู้มีงานหมายถึงการมีผู้นำที่หลากหลายอายุอาชีพและต่างก็เป็นผู้มีความสามารถในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน แต่ต่างก็มุ่งที่จะทำการพัฒนาชุมชนของตนเองให้เป็นที่ยอมรับและได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงได้ร่วมมือกันปฏิบัติงานโดยอาศัยความรู้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ จนทำให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากการพัฒนาผู้นำ M-I-T เพื่อชุมชนได้ผู้นำที่มีลักษณะเช่นนี้ก็จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างราบรื่นและรวดเร็ว เนื่องจากหากมีผู้นำที่มีความสามารถที่หลากหลาย ก็จะทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนมีการพัฒนาในหลากหลายมิติ และสามารถตอบสนองความต้องการของทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีและทันทั่วทั้งที่อีกด้วย</p>



ภาพ 12 รูปแบบของการนำชุมชนในการพัฒนา M-T เพื่อชุมชน

ที่มา: ชี้ค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้



จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ผนวกกับการสังเกตและการประชุมกลุ่ม ทำให้พบว่า ผู้นำชุมชนของบ้านบุไทรนั้นมีผู้นำที่มาจากปราชญ์ชาวบ้านในชุมชน หรือเป็นผู้นำที่มีได้เป็นผู้มีตำแหน่งบริหารในชุมชน เป็นเพียงชาวบ้านคนหนึ่งที่มีผู้คนให้ความเคารพนับถือ เป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ อีกทั้งยังเป็นผู้ที่ดำเนินการพัฒนาชุมชนมาตั้งแต่ก่อนมีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จนทำให้ชุมชนได้รับการพัฒนาในด้านต่างๆ มากมาย จึงทำให้ชาวบ้านในชุมชนและสมาชิกในกลุ่มให้ความไว้วางใจและมอบหมายให้เป็นผู้ดำเนินการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนบ้านบุไทรจนถึงปัจจุบัน ซึ่งถือว่าเป็นผู้นำที่มีลักษณะเด่นคือ เป็นผู้นำที่นำพาให้สมาชิกในกลุ่มปฏิบัติตาม และนำพาให้เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ มากมาย ซึ่งมาจากการดึงหน่วยงานภาคต่างๆ เข้าให้การสนับสนุนและพัฒนาจนเกิดประโยชน์แก่ชุมชนมากมาย ดังตัวอย่างนี้

“หลังจากประสบปัญหาหลายปีผู้นำกลุ่มก็ได้้นำแนวทางในการพัฒนาการปลูกพืชแบบผสมผสานหรือแบบเศรษฐกิจพอเพียง เช่น การปลูกพุทรา กระท้อน ไม้ สตรอเบอร์รี่ ให้แก่สมาชิกในกลุ่มเพื่อสร้างรายได้ให้มากขึ้นและมีความยั่งยืนแทนการปลูกพืชเชิงเดี่ยว”

(IK-1)

“ผู้นำกลุ่มนี้จะเป็นที่รักและเคารพของชาวบ้านมากๆ เพราะจะเป็นคนที่นำพาให้ชาวบ้านทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ และทำจนสำเร็จ สร้างอาชีพให้ชาวบ้านจนถึงทุกวันนี้ แล้วก็เป็นผู้ดึงหน่วยงานต่างๆ ให้เข้ามาให้การสนับสนุน จนเกิดโฮมสเตย์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว ศูนย์เรียนรู้ต่างๆ”

(IK-3)

ในส่วนของผู้นำเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนั้นจะมีความหลากหลายมากกว่า โดยผู้นำเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางจะประกอบไปด้วย ผู้ใหญ่บ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน และข้าราชการเกษียณ ซึ่งเป็นผู้นำที่มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นผู้ที่มีความสำคัญในลักษณะเป็นผู้ชักชวน ผู้แนะนำ ผู้พัฒนา และผู้ทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนมีศักยภาพ จนทำให้ชาวบ้านในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น หรือเรียกว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้ลงมือปฏิบัติให้เกิดการพัฒนาต่างๆ ในชุมชน ดังตัวอย่างนี้

“ซึ่งจะมีผู้ที่เป็นผู้นำของเครือข่าย 2 ท่าน ที่มีบทบาทหน้าที่ในการติดตามข่าวสารและการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นการอบรมสัมมนาด้านอาชีพ การเข้ารับการประเมินด้านการท่องเที่ยว (โฮมสเตย์ แหล่งท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ชุมชน)”

(IP-13)

“ซึ่งจากข้อมูลพบว่าชุมชนแห่งนี้มีผู้นำที่เข้มแข็งเป็นอย่างมาก โดยได้รับรางวัลแหวนทองคำถึง 2 ปีซ้อน อีกทั้งยังเป็นผู้นำที่ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงได้มีการสนับสนุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวและเริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้นในปี พ.ศ. 2561”

(IP-16)

“โดยผู้นำกลุ่มถือเป็นผู้มีส่วนในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ได้ผันตัวจากบัณฑิตปริญญาตรี เพื่อมาอุทิศตนให้แก่การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านชุมพวยอย่างเต็มตัว เสียสละที่ดินเพื่อสร้างเตาคาร์บอนเพื่อเป็นสาธารณะประโยชน์ใช้งานในชุมชน อีกทั้งยังเสียสละทุนทรัพย์ส่วนตัวในการจัดซื้อเตาคาร์บอนกว่า 280,000 บาท”

(IP-17)

“แต่เดิมชุมชนบ้านมุงยังไม่มีนักท่องเที่ยวรู้จัก จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2558 มีเจ้าของเพจเฟซบุ๊ก ได้นำรูปภาพบรรยากาศของบ้านมุงที่ล้อมรอบไปด้วยภูเขาหินปูน มีหมอกขึ้นในช่วงเช้า และบรรดาค้างคาวที่บินออกมาหาอาหารในช่วงพลบค่ำ ก็เริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว”

(IP-13)

“ผู้นำด้านการสื่อความหมายของชุมชนจะมีความเชี่ยวชาญและรู้ในเรื่องของประวัติศาสตร์เป็นอย่างดี โดยท่านเป็นปลัดอำเภอเก่า ท่านต้องการที่จะมีการรวบรวมเรื่องราวเหล่านี้ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรให้คงอยู่สืบไปด้วย”

(FK-2)

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบด้านผู้นำของชุมชนทั้ง 2 พื้นที่มีความแตกต่าง โดยผู้นำของชุมชนบ้านบุไทรเป็นผู้นำที่มาจากประชาชนชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับความไว้วางใจจากชาวบ้านในชุมชนให้ก้าวมาเป็นผู้นำในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยเป็นผู้นำที่มีลักษณะเป็นผู้นำพาให้สมาชิกในกลุ่มปฏิบัติตาม เพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างมีศักยภาพ แต่สำหรับผู้นำของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนั้นประกอบไปด้วยผู้คนจากหลากหลายอาชีพ อันได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ประชาชนชาวบ้าน และข้าราชการเกษียณ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้นำที่มีลักษณะเป็นเครือข่าย และมีการดำเนินงานด้วยการลงมือปฏิบัติในด้านการพัฒนาชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง จนทำให้

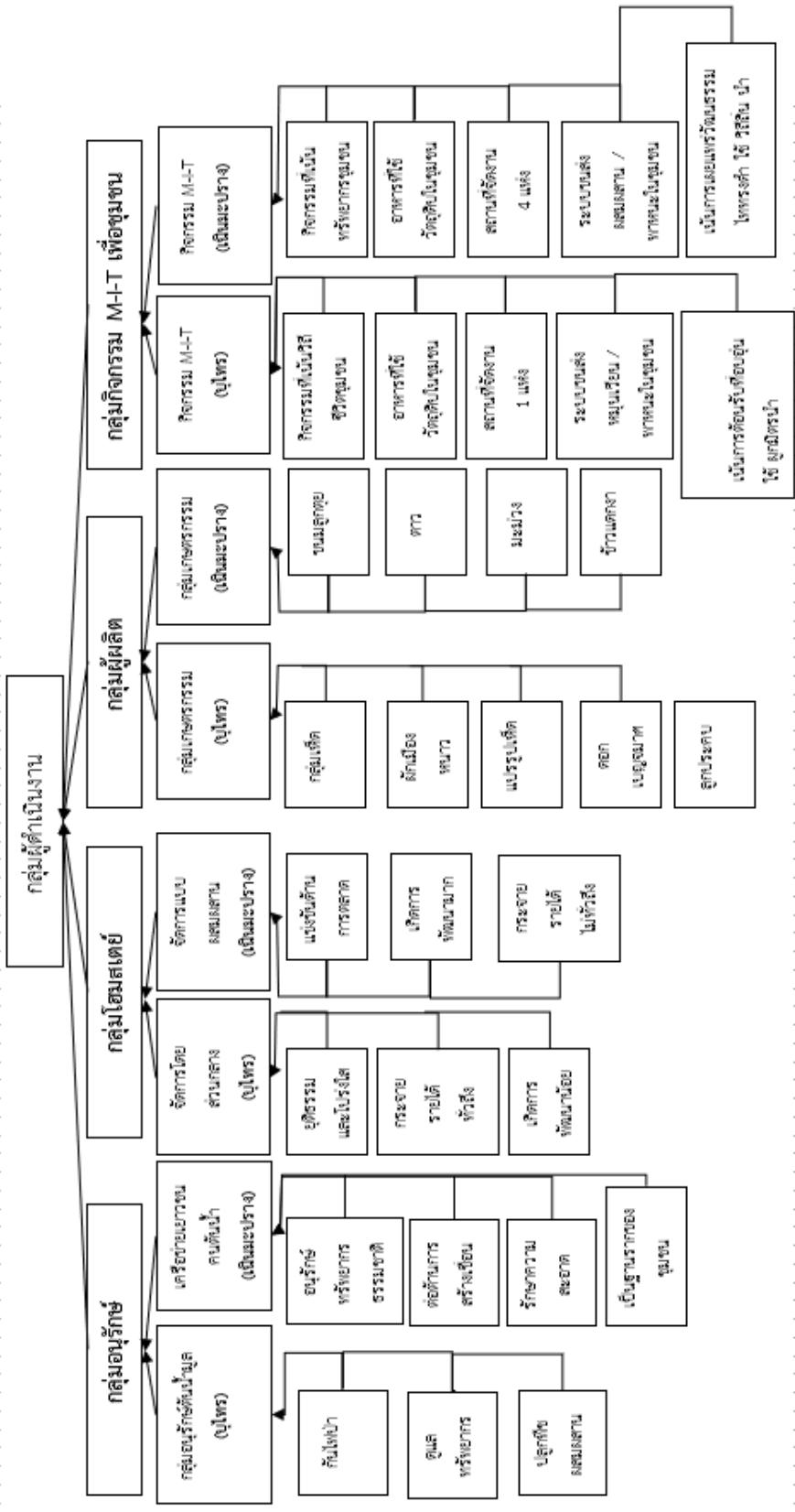
เกิดการพัฒนาด้านต่างๆมากมาย จนทำให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจจากชาวบ้านและสมาชิกกลุ่ม โดยลักษณะที่มีความแตกต่างของผู้นำทั้ง 2 ชุมชนนี้ก็ส่งผลให้สามารถนำพาให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนประสบความสำเร็จได้

1.1.2 กลุ่มผู้ดำเนินงาน หมายถึง กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่จะประกอบไปด้วยกลุ่มย่อยต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของชาวบ้านในชุมชน ทั้งจากการชักชวนจากผู้นำ หรือเกิดจากการสมัครใจด้วยการเห็นถึงการพัฒนาที่เกิดขึ้นแล้วในชุมชน สำหรับกลุ่มผู้ดำเนินงานของทั้งชุมชนบ้านบุไทรและเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ประกอบไปด้วย กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งกลุ่มผู้ดำเนินงานนั้นยังมีกลุ่มผู้สนับสนุนที่คอยสนับสนุนด้านความคิดและการวางแผนอีกด้วย อันได้แก่องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และองค์กรภาคการศึกษา โดยกลุ่มผู้ดำเนินงานแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดดังนี้

โดยจากการศึกษาพบว่าสิ่งที่พื้นที่เป้าหมายทั้งสองแห่งมีลักษณะด้านการดำเนินงานของกลุ่มผู้ดำเนินงานที่เหมือนกันคือ การดำเนินงานของกลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มกิจกรรม ซึ่งเป็นกลุ่มที่ทำงานที่คล้ายคลึงกันดังรายละเอียดที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้ แต่ในด้านการจัดการ Homestay พบว่าทั้ง 2 พื้นที่มีการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยชุมชนบ้านบุไทรใช้การจัดการโดยส่วนกลางเนื่องจากชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มโฮมสเตย์และมีความเห็นร่วมกันว่าหากมีการดำเนินงานโดยส่วนกลางจะทำให้มีการบริหารจัดการที่เป็นธรรม และสามารถกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกได้อย่างทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานด้าน CBT ในชุมชนที่ต้องมีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมนั่นเอง โดยการจัดการบ้านพักโฮมสเตย์ของชุมชนบ้านบุไทรทำให้ทราบว่าการทำงานด้วยการจัดสรรผ่านส่วนกลางเพียงอย่างเดียวทำให้เกิดความโปร่งใสและการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง แต่ข้อเสียที่เกิดขึ้นคือการปรับปรุงและพัฒนาบ้านพักโฮมสเตย์แต่ละหลังยังเกิดขึ้นน้อยมาก เนื่องจากอย่างไรเสียบ้านพักโฮมสเตย์ของตนก็จะได้รับการจัดสรรจากส่วนกลางอยู่เสมอ โดยตนมีต้องทำการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงใดๆ เลย แต่ก็จะมีบางกรณีที่นักท่องเที่ยวเลือกบ้านพักโฮมสเตย์หลังเดิมที่ตนเองชื่นชอบ เนื่องจากชื่นชอบความสะดวกสบายของบ้านพักและการดูแลเอาใจใส่ รวมไปถึงกิจกรรมที่เจ้าของบ้านจัดทำให้ในครั้งที่เคยมาพักครั้งก่อน ส่วนเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางก็มีการจัดการโดยส่วนกลางเช่นเดียวกัน แต่เป็นการดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือเจ้าบ้านที่มีความสามารถจำกัดในการประชาสัมพันธ์บ้านพักโฮมสเตย์ของตนเอง แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการดำเนินงานด้วยเจ้าบ้านเองเสียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงาน CBT ของชุมชนนี้เช่นกัน ที่มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่าง

ต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินงานแบบผสมผสานเช่นนี้จะทำให้เจ้าบ้านแต่ละหลังเกิดความกระตือรือร้นในการปรับปรุงและพัฒนาบ้านพักโฮมสเตย์ของตนเองให้ดีขึ้นไปเรื่อยๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักจะเลือกบ้านพักที่มีความสะอาดและมีความพร้อมในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวก อีกทั้งหากเจ้าบ้านหลังใดมีความสามารถด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ก็ยิ่งได้เปรียบ เนื่องจากสามารถเข้าถึงและตอบสนองกับนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว โดยบ้านพักโฮมสเตย์ที่มีเจ้าบ้านเป็นผู้เฒ่าผู้แก่ก็จะมีชื่อเสียงเปรียบในสวนนี้ ซึ่งการดำเนินงานเช่นนี้ก็ทำให้เกิดการแย่งนักท่องเที่ยว หากเจ้าของบ้านหลังใดมีความสามารถด้านสังคมออนไลน์หรือด้านการตลาดมากกว่า ก็จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก ก็จะทำให้การกระจายตัวของรายได้เกิดการกระจุกตัวไปยังบ้านพักโฮมสเตย์ที่เจ้าของบ้านมีความสามารถด้านการตลาดและสังคมออนไลน์มากกว่านั่นเอง ดังนั้นส่วนกลางที่เข้ามามีบทบาทในการช่วยประชาสัมพันธ์บ้านพักโฮมสเตย์จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกและทางช่วยเหลือให้แก่เจ้าบ้านหลังที่ไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ได้นั่นเอง โดยรายละเอียดของการดำเนินงานของกลุ่มผู้ดำเนินงานมีดังต่อไปนี้





ภาพ 13 การวิเคราะห์ Systematic Coding ด้านองค์ประกอบของกลุ่มผู้ดำเนินงาน

ที่มา: ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้

กลุ่มอนุรักษ์ โดยกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ทำงานเป็นเครือข่ายภายใต้กฎหมายและกฎระเบียบของชุมชน เพื่อช่วยในการปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่เกษตรในชุมชนให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมากขึ้น และเป็นกลุ่มที่ทำการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบๆชุมชนเพื่อให้คงอยู่และไม่ถูกทำลาย เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว กลุ่มอนุรักษ์นี้จะมีหน้าที่ในการดูแลและรักษาทรัพยากรธรรมชาติภายในชุมชนไว้ให้คงอยู่และสมบูรณ์มากที่สุด เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบด้านลบแก่ทรัพยากรธรรมชาติ

ชุมชนบ้านบุไทรมีกลุ่มอนุรักษ์ที่มีชื่อว่า กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล โดยจะเป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านในชุมชนที่มีความต้องการร่วมภารกิจปกป้องรักษาทรัพยากรธรรมชาติและภารกิจดูแลทรัพยากรต้นน้ำและสัตว์ป่า นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่มุ่งเน้นในด้านการปลูกพืชแบบผสมผสานแทนการปลูกพืชเดี่ยว จนได้ชื่อว่าเป็นกลุ่มชุมชนที่มีความเข้มแข็งและมีชื่อเสียง ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนยังคงอุดมสมบูรณ์อยู่ เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวที่มาเกิดความชื่นชอบและเรียกชุมชนแห่งนี้ว่าแหล่งโอโซนของประเทศไทย ดังตัวอย่างนี้

“ชาวบ้านในชุมชนได้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรขึ้น มีชื่อว่า กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล ในปีพ.ศ. 2543 (...) โดยมีภารกิจในการกันไฟป่า การปลูกป่าเขาสลักไถ่ ปลูกป่าเขาวง ปลูกป่าเขาแคบ ปลูกป่าเขามูลหลง และภารกิจดูแลทรัพยากรต้นน้ำและสัตว์ป่า”

(IK-1)

เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางก็มีกลุ่มอนุรักษ์เช่นกัน โดยอยู่ในลักษณะของกลุ่มอาสาสมัครจากเยาวชนและชาวบ้านในชุมชน ซึ่งมีชื่อว่า เครือข่ายเยาวชนคนต้นน้ำ โดยกลุ่มนี้จะมีมุ่งเน้นในเรื่องของการรักษาความสะอาดในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและต่อต้านการสร้างเขื่อน ดังตัวอย่างนี้

“ชุมชนมีกฎระเบียบว่าหากนายขะไปในผืนป่าชุมชน จะต้องนำออกมาให้ครบ แต่ก็ยังมีคนที่ลักลอบเข้าไปโดยไม่ผ่านกลุ่ม และไม่รักษากฎ โดยทิ้งขยะไว้เกลื่อนป่า ชุมชนก็จะจัดกิจกรรมเครือข่ายเยาวชนคนต้นน้ำ เข้าไปทำความสะอาดผืนป่า และเก็บขยะให้สะอาด”

(IP-17)

“ที่บ้านชมพูเค้ามามีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์มากๆ มีถ้ำที่ยาวที่สุดในประเทศด้วยนะ ช้างในถ้ำก็มีปลาตบอดที่หาไม่ได้ทั่วไปนะ ชาวบ้านเค้ารักและหวงแหนของเค้ามากๆ นะ แต่

ได้ยืนยันว่าจะมีคนมาสร้างเขื่อน ชาวบ้านเค้าก็ไม่ยอมสิ เพราะว่ามันจะทำให้ทรัพยากรเหล่านี้ถูกทำลายไป”

(IP-41)

ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลจากการประชุมกลุ่ม ที่เผยให้เห็นว่า ข้อได้เปรียบของชุมชนท่องเที่ยวเนินมะปรางคือ เกิดมาจากฐานรากของชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการดำเนินงานอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความเข้มแข็งและความรักต่อทรัพยากรในชุมชนตนเอง ซึ่งหากมีผู้ที่จะมาทำลายทรัพยากรของชุมชนก็就会有ต่อต้านและไม่เห็นด้วย หรือไม่ยอมให้ใครมาทำลายทรัพยากรของชุมชนตนเองอย่างเด็ดขาด จะทำให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีความแตกต่างจากชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เกิดมาจากความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ สื่อออนไลน์ และภาคเอกชน นอกจากนั้นข้อมูลจากการสังเกตพบว่ากลุ่มอนุรักษ์ของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางมีการทำงานเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกัน โดยทุกๆ คนมีการรับรู้ร่วมกันว่าการนำการท่องเที่ยวมาดำเนินงานในชุมชนนั้นจะเป็นตั้งกระจะกำบังการทำลายทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันการสร้างเขื่อนนั่นเอง โดยการมีฐานรากที่เข้มแข็งนี้เองที่ทำให้การรักษาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนแห่งนี้ประสบความสำเร็จจนถึงปัจจุบัน

กลุ่มโฮมสเตย์ หมายถึง กลุ่มชาวบ้านในชุมชนที่รับหน้าที่ในการจัดเตรียมสถานที่พักให้นักท่องเที่ยว เป็นหน่วยธุรกิจของชุมชน ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนในลำดับต้นๆ โดยกลุ่มโฮมสเตย์ของชุมชนทั้ง 2 แห่ง มีความแตกต่างกันดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การจัดการโดยส่วนกลาง หมายถึง การบริหารจัดการบ้านพักโฮมสเตย์โดยผ่านส่วนกลางเป็นหลัก โดยเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์จะไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวด้วยตนเองได้ แต่จะต้องได้รับการจัดสรรค้จากส่วนกลางตามลำดับ หากเจ้าของบ้านหลังใดรับนักท่องเที่ยวด้วยตนเองจะถือว่าผิดกฎระเบียบของกลุ่ม และถูกตัดรายชื่อออกจากกลุ่มในที่สุด

ซึ่งกลุ่มโฮมสเตย์ของชุมชนบ้านบุไทรมีชื่อว่า “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านบุไทรโฮมสเตย์” จะรับหน้าที่ในการดูแลกลุ่มที่พักและมีการบริหารจัดการโดยมีผู้นำชุมชนรับหน้าที่ในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านบุไทรโฮมสเตย์เกิดขึ้นจากการสนับสนุนจากภาคการศึกษา จนทำให้เกิดโฮมสเตย์และมีการเปิดรับนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มที่พักจะมีหน้าที่ในการดูแลที่พักให้เพียงพต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยที่พักของชุมชนบ้านบุไทรจะมีลักษณะเป็นโฮมสเตย์ ซึ่งจะมีการจัดสรรให้แก่สมาชิกในกลุ่มอย่างเท่าเทียมกันโดยประธานกลุ่ม สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านบุไทรโฮม

เตี้ยจะไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง จึงต้องมีการรับนักท่องเที่ยวผ่านกลุ่มเท่านั้น เพื่อการบริหารจัดการที่มีความยุติธรรมและโปร่งใส แต่หากนักท่องเที่ยวต้องการเลือกบ้านก็สามารถทำได้โดยผ่านความเห็นชอบจากประธานกลุ่ม โดยบ้านแต่ละหลังจะต้องหักค่าส่วนกลางเข้ากลุ่มจำนวน 10% ทุกครั้งที่มีการรับนักท่องเที่ยว ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านบุไทรโฮมสเตย์มีความยั่งยืน และเป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ในปี พ.ศ. 2547 และ 2549 โดยได้รับการยกย่องให้เป็น 1 ใน 5 โฮมสเตย์ต้นแบบอีกด้วย โดยกลุ่มชุมชนกลุ่มนี้ถือว่าเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนจำนวนมากเลยทีเดียว ดังตัวอย่างนี้

“ชุมชนแห่งนี้มีรายได้จากบ้านพักโฮมสเตย์ถึงหลังละ 30,000 บาท โดยยังไม่รวมค่าน้ำเที่ยว ค่าอาหาร ค่าการแสดง และอื่นๆ ทำให้ชาวบ้านในชุมชนมีความกระตือรือร้นและต้องการที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จนสุดท้ายมีจำนวนบ้านพักโฮมสเตย์ทั้งสิ้น 32 หลัง”

(IK-2)

“กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านบุไทรโฮมสเตย์จะรับหน้าที่ในการดูแลกลุ่มที่พัก โดยการจัดสรรบ้านพักให้นักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนั้น เลขานุการและประชาสัมพันธ์จะประสานงานกันเพื่อรับรายการจากนักท่องเที่ยว ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและจำนวนวันที่ประสงค์จะเข้าพัก”

(IK-3)

“เหรียญจะมีหน้าที่ในการดำเนินงานในด้านการเงินและการบัญชีของกลุ่มท่องเที่ยว โดยชุมชน สำหรับการดำเนินงานด้านการเงินนั้น จะมีการหัก 10% จากรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้าส่วนกลาง เพื่อใช้สำหรับการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะเกิดขึ้น”

(IK-4)

2. การจัดการแบบผสมผสาน หมายถึง การบริหารจัดการบ้านพักโฮมสเตย์ด้วยเจ้าของบ้านเองเป็นหลัก หรือหมายถึงเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์สามารถรับนักท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง แต่ก็จะมีนักท่องเที่ยวบางส่วนที่จะติดต่อผ่านส่วนกลางที่ทำหน้าที่จัดสรรค้บ้านพักโฮมสเตย์ให้ตามลำดับเช่นกัน จึงเรียกว่าการจัดการแบบผสมผสาน

กลุ่มโฮมสเตย์ของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางรับหน้าที่โดยชุมชนบ้านผาผึ้ง ชุมชนบ้านมุง และชุมชนบ้านชมพู โดยในจุดเริ่มต้นของการมีบ้านพักโฮมสเตย์ก็มาจากที่ชุมชนบ้านผาผึ้ง ได้มีการเดินทางไปศึกษาดูงานและถอดบทเรียนในชุมชนที่มีความสำเร็จด้านการท่องเที่ยว แล้วบ้านพักโฮมสเตย์ ทำให้เกิดเป็นแรงบันดาลใจแก่ชุมชนในการเปิดให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชน จนสามารถสร้างอาชีพใหม่ให้แก่ชาวบ้านในชุมชนในที่สุด อีกทั้งยังมีการพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจนทำให้เป็นบ้านพักโฮมสเตย์ที่มีมาตรฐาน สร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังตัวอย่างนี้

“ต้นแบบโฮมสเตย์บ้านมุงเหนือมีทั้งหมด 5 หลัง (เข้าร่วมโครงการบ้านตัวอย่างสถาบันทางการเงิน โดยได้ให้งบประมาณมาปรับปรุงและยกระดับบ้านพักโฮมสเตย์ให้มีสโตร์มากขึ้น โดยได้รับคำแนะนำของสถาปนิกที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย) แต่หากมีนักท่องเที่ยวประสงค์เข้ามาพักก็สามารถรองรับได้ทั้งสิ้น 10 หลัง และในปัจจุบันกำลังกระตุ้นให้ครัวเรือนอื่นๆเข้ามาร่วมด้วย”

(FP-2)

“แต่เดิมในชุมชนแห่งนี้มีโฮมสเตย์ทั้งสิ้น 15 หลัง แต่ภายหลังสามารถเปิดให้บริการได้ 8 หลัง ในการเข้าพักโฮมสเตย์ของชุมชนแห่งนี้ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะทราบจากเพจเนินมะปรางบ้านชมพูเหนือ และติดต่อจองเข้ามา”

(IP-17)

“ทั้งที่บ้านพักโฮมสเตย์แต่ละหลังมีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับดี กล่าวคือมีความพร้อมทั้งสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งบ้านพักโฮมสเตย์ของบ้านมุงและบ้านผาผึ้งยังได้รับรางวัลกินรีอีกด้วย”

(IK-13)

“ผมไปกางเต็นท์ที่เขาช่องเรือตาหมื่น ไปกัน 7 คน ชาวบ้านมานำทาง 3 คนครับ ผมรู้จักที่นี่เพราะตามมาจากเฟซบุ๊กในกลุ่ม ก็ลองเสิร์ชดู เอาจ่ายๆเลยนะ ชั่วโมงนั้น ถ้าเจอที่ไหนที่ถูกต้องแล้วก็น่าสนใจ ก็อยากจะจองที่พักเดี๋ยวนั้นเลย แต่ถ้าติดต่อไปแล้วไม่มีคนตอบสักที มันก็ทำให้ความอยากเที่ยวของเราลดลงไปเยอะเลย บางทีอาจหาที่อื่นเที่ยวไปเลย”

(IP-31)

กลุ่มผู้ผลิต หมายถึง กลุ่มชาวบ้านในชุมชนที่ผลิตและจัดส่งวัตถุดิบให้การผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้ประกอบอาหาร หรือประกอบการจัดกิจกรรมต่างๆ จากการศึกษาพบว่าพื้นที่ศึกษาทั้ง 2 แห่งมีกลุ่มผู้ผลิตที่คล้ายคลึงกัน นั่นคือเป็นกลุ่มเกษตรกรในชุมชน โดยลักษณะของกลุ่มผู้ผลิตจะมีหน้าที่ในการจัดทำวัตถุดิบ และส่งต่อไปยังกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ สำหรับใช้ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำอาหารและเครื่องดื่ม การจัดทำสินค้าแปรรูปต่างๆ หรือแม้แต่拿去ทำบายศรี หรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ประกอบการดำเนินกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยกลุ่มผู้ผลิตนี้มักจะได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาคการศึกษา ในการพัฒนาผลผลิตที่ล้นตลาด ให้เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ๆ จนสามารถสร้างรายได้มากมายให้แก่ชุมชน

ชุมชนบ้านบุไทรเป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นด้านเกษตรกรรม กลุ่มผู้ผลิตนี้จะส่งวัตถุดิบทางการเกษตรให้แก่กลุ่มย่อยต่างๆ เพื่อนำไปให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยวัตถุดิบในการใช้สำหรับประกอบกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชนบ้านบุไทร จะมุ่งเน้นในการใช้วัตถุดิบจากชุมชนเพื่อลดการรั่วไหลของต้นทุนไปนอกชุมชน และสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นให้กับชาวบ้านในชุมชนด้วย โดยจากการประชุมกลุ่ม การสังเกต และการสัมภาษณ์ ทำให้ทราบว่ากลุ่มผู้ผลิตของชุมชนบ้านบุไทรประกอบไปด้วย กลุ่มเกษตรกร กลุ่มเห็ด กลุ่มปลูกผักเมืองหนาวปลอดสารพิษ กลุ่มแปรรูปเห็ด กลุ่มปลูกดอกเบญจมาศ นอกจากนั้นกลุ่มผู้ผลิตนี้ มีหน้าที่ในการเป็นศูนย์เรียนรู้ให้แก่การท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนอีกด้วย โดยถือเป็นกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์และผลกระทบต่างๆ จากการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนโดยตรงเช่นกัน เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่ดำเนินงานในด้านการผลิตวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อใช้ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ดังตัวอย่างจากคำสัมภาษณ์นี้

“นอกจากนั้นแล้ว แรงงานที่มาทำงานในศูนย์เรียนรู้การปลูกเห็ดก็ยังเป็นกลุ่มชาวบ้านในชุมชนทั้งหมด เพื่อเป็นการสร้างรายได้และลดการย้ายถิ่นฐานไปทำงานนอกชุมชนอีกด้วย”

(IK-2)

กลุ่มผู้ผลิตของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางก็เป็นกลุ่มชาวบ้านในชุมชน โดยชาวบ้านในเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำให้มีผลผลิตทางการเกษตรมากมายที่สามารถนำมาเป็นวัตถุดิบให้กับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เช่น การประกอบอาหาร การจัดทำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งจากการสังเกต สัมภาษณ์ และประชุมกลุ่ม

ทำให้ทราบว่าวัตถุดิบของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางจะประกอบไปด้วย ดาว มะม่วงเพชร บ้านลาด มะม่วงมหาชนก ทำนา ไร่ข้าวโพด ถั่วเขียว และสมุนไพร โดยเครือข่ายแห่งนี้มุ่งเน้นในด้านการใช้วัตถุดิบจากในชุมชนอยู่แล้ว ทำให้ชาวบ้านในชุมชนที่เป็นเกษตรกรก็สามารถสร้างรายได้จากการส่งผลผลิตให้กับกลุ่ม M-I-T เพื่อชุมชนด้วยเช่นกัน ดังตัวอย่างนี้

“ขนมลูกตุย คือการนำเอาวัตถุดิบที่ชาวบ้านปลูกกันเยอะจนล้นตลาด มาแปรรูปให้เป็นอาหารโบราณดั้งเดิมของชุมชน ที่มีรสชาติอร่อยและหาทานยาก หากนักท่องเที่ยวสนใจอยากทานขนมลูกตุย ต้องมาทำและมาทานที่บ้านโคกเท่านั้น”

(FP-1)

“ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มจะจัดหาอาหารกลางวันและเครื่องดื่ม และอาหารเบรคให้แก่ผู้มาเยือน โดยจะเน้นไปที่อาหารว่างที่จัดทำจากวัตถุดิบที่มีมากในชุมชน เช่น ซาลาเปาไส้มะม่วงกวน น้ำมะม่วง ข้าวแตงกา (แตกแปลว่าตำ) ขนมไส้มะม่วง จานใบมะม่วงสำหรับใส่อาหารว่าง เป็นต้น”

(IP-13)

กลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชน กลุ่มนี้จะประกอบไปด้วยกลุ่มย่อยต่างๆ ที่มีหน้าที่ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการจัดเตรียมกิจกรรมและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยว กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มสถานที่จัดงาน กลุ่มระบบขนส่ง กลุ่มการต้อนรับและเผยแพร่วัฒนธรรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยว

สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบุไทรนั้น จากการสัมภาษณ์ สังเกต และประชุมกลุ่ม พบว่ามีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงเกษตรสร้างสรรค์ และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยแต่ละกิจกรรมนั้นจะนำมาจากวิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมไปถึงการประกอบอาชีพของชาวบ้านในชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนเอง ซึ่งหน้าที่ของชาวบ้านในชุมชนก็คือการจัดเตรียมกิจกรรมต่างๆไว้ให้นักท่องเที่ยว ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจะต้องเข้าร่วมกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้ อันได้แก่ การเรียนรู้การปลูกผักสลัด การปลูกเห็ด การปลูกเบญจมาศ และการทำลูกประคบ นั่นเอง โดยนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนมักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาอบรมสัมมนาที่องค์กรต่างๆ หรือเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัว โดยประกอบไปด้วย มัคคุเทศก์ ลูกหาบ การแสดงต้อนรับ ดังตัวอย่างนี้

“ในการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนบ้านบุไทร จะมีการจัดกิจกรรมให้แก่นักท่องเที่ยวได้เดินทางขึ้นเขาเพื่อไปส่องสัตว์ โดยนักท่องเที่ยวจะต้องแจ้งความประสงค์ต่อผู้รับจองที่พักหรือเจ้าบ้านว่าต้องการส่องสัตว์ เลขาณุกการก็จักดำเนินการประสานงานไปยังหัวหน้าฝ่ายนำเที่ยวเพื่อจัดสรรลูกหาบให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว”

(IK-1)

“อีกทั้งยังเปิดให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาศึกษาเรียนรู้ได้ เนื่องจากมีการเป็นศูนย์เรียนรู้การเพาะเห็ดในชุมชนแห่งนี้ และเป็นหนึ่งในกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบุไทรอีกด้วย”

(IK-2)

“ในปัจจุบันชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์และเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจด้านการเกษตร โดยชุมชนบ้านบุไทรเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักดีของนักท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้มากมาย”

(IK-11)

สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนั้นรับหน้าที่โดยชุมชนบ้านมุง และชุมชนบ้านชมพู ซึ่งเป็นชุมชนที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายและอุดมสมบูรณ์ อีกทั้งยังมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และสอดคล้องกับทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อีกด้วย โดยกิจกรรมท่องเที่ยวในเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางเกิดขึ้นมาจาก คนในชุมชนกลับมามองชุมชนของตนเองว่า ชุมชนของตนเองมีความน่าสนใจ มีทรัพยากรท่องเที่ยวมากมาย แต่ทำไมไม่มีคนรู้จัก ทำให้เกิดความคิดว่าจะทำอย่างไรให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามา และมองเห็นว่าปัญหาเกิดจากการขาดการประชาสัมพันธ์ จึงเริ่มโพสต์เฟสบุ๊ก นำเสนอภูเขา วิถีชีวิต ไร่ข้าว บรยากาศ และทรัพยากรท่องเที่ยวต่างๆ ลงในสื่อโซเชียล พร้อมกับได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ มาช่วยพัฒนาและนำทางในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว โดยจากการสังเกตพบว่ากิจกรรมท่องเที่ยวของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางจะมีจุดเด่นในด้านการตกผลึกความร่วมมือของชุมชนและหน่วยงานสนับสนุน ในการเข้ามาร่วมกันสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และต้องเชื่อมโยงกับความเป็นตัวตนและควมมีอัตลักษณ์ของชุมชนด้วย แต่ก็ไม่ลืมที่จะใส่ความน่าสนใจและแปลกใหม่เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างไม่ซ้ำใครด้วย ดังตัวอย่างนี้

“แต่เดิมชุมชนบ้านมุงยังไม่มีนักท่องเที่ยวรู้จัก จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2558 มีเจ้าของเพจเฟซบุ๊กได้นำรูปภาพบรรยากาศของบ้านมุงที่ล้อมรอบไปด้วยภูเขาหินปูน มีหมอกขึ้นในช่วงเช้า และบรรดาค่างคาวที่บินออกมาหาอาหารในช่วงพลบค่ำ ก็เริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ประกอบกับในปี พ.ศ. 2561 ได้มีโครงการ OTOP นวัตกรรมเข้ามาพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ทำให้บ้านมุงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น”

(IP-13)

“ชาวบ้านในชุมชนจึงต้องการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของชุมชนด้วยการเข้ามาร่วมกิจกรรมป็นเขากังหันลมโง่น้ำถ้ำหนอง ด้วยมีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อดำเนินการรับนักท่องเที่ยว มีการแบ่งหน้าที่และบริหารจัดการรายได้อย่างเท่าเทียมกันและเป็นสัดส่วน แบ่งเป็นกลุ่มพราน กลุ่มอาหารเครื่องดื่ม กลุ่มบริการที่จอดรถ ห้องน้ำ”

(IP-20)

จากการสัมภาษณ์ สังเกต และประชุมกลุ่ม ทำให้พบอีกว่า กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางยังมุ่งเน้นในด้านการเยี่ยมชมวิถีชีวิตของชุมชน อันได้แก่ การกินอยู่อย่างชาวบ้าน รับประทานอาหารพื้นบ้าน เยี่ยมชมการประกอบอาชีพพื้นถิ่นของชาวบ้าน ร่วมกิจกรรมทำอาหารพื้นถิ่น โดยนักท่องเที่ยวสามารถร่วมประกอบอาหารประจำถิ่นได้ เช่น แกงอ่อมไก่ แกงนางหวาน ปนปลา แกงหยวกใส่ไก่ ขนมะจีนน้ำยา และลาบไก่บ้าน ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวรู้สึกชื่นชอบและสนุกสนานเป็นอย่างมาก ซึ่งวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนจะมีความเป็นธรรมชาติหลงเหลืออยู่เป็นอย่างมาก ทั้งในด้านอาหารการกินที่ชาวบ้านจะอาศัยผลผลิตและวัตถุดิบจากในชุมชนเป็นส่วนมาก รวมไปถึงการนำเอาความเชื่อของชาวบ้านในชุมชนมาผนวกกับอาหารการกิน จนทำให้กลายเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนเป้าหมาย ยกตัวอย่างเช่น ท่อหมกดาวที่เป็นอาหารพื้นถิ่นของชุมชนบ้านมุง ดาวเป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น โดยวิธีการไปตัดดาวมานั้นจะต้องอาศัยชาวบ้านในชุมชนที่ชำนาญเส้นทางป็นเขา เนื่องจากดาวจะอยู่บนภูเขา ซึ่งลักษณะของดาวจะมีความคล้ายคลึงกับยอดมะพร้าวอ่อน ซึ่งชาวบ้านในชุมชนมีความพยายามที่จะปลูกดาวภายในชุมชน เพื่อหวังจะนำมาประกอบอาหารได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่ก็ไม่สามารถปลูกได้แม้แต่ต้นเดียว ทำให้มีความเชื่อว่าการรับประทานอาหารที่ทำจากดาวจะสร้างความสามัคคีให้แก่ผู้ที่ได้รับประทาน เนื่องจากการตัดดาวจะต้องอาศัยการร่วมมือกันเพื่อเดินทางขึ้นไปบนภูเขาไปตัดดาวมาทำอาหาร อาหารที่ทำมาจากดาวจึงมักใช้ในงานมงคล ไม่ว่าจะเป็นการบวช

พระ ขึ้นบ้านใหม่ ทำบุญหมู่บ้าน หรืออื่นๆ ที่เป็นงานมงคล แต่จะไม่นิยมใช้ในงานแต่งงาน เนื่องจากเชื่อว่าดาวจะทำให้เกิดอาการคัน คู่บ่าวสาวจะคันและอยู่กันไม่ยืดยั่งยืนเอง ห่อหมกดาวจึงกลายเป็นเมนูที่นักท่องเที่ยวมักถามหา เพื่อได้ลิ้มลองรสชาติและหวังว่าจะเกิดเรื่องดีๆ ขึ้นกับตนเองและครอบครัว จากความเชื่อเรื่องดาวของชาวบ้านในชุมชนด้วย นอกจากนั้นยังมีข้าวแดกงา หรือการนำข้าวเหนียวแช่น้ำมาตำจนกลายเป็นแป้งร่วมกับงาดำและเกลือ เวลารับประทานนิยมจิ้มกับนมข้นหวานหรือน้ำตาล โดยนักท่องเที่ยวจะได้ร่วมทำข้าวแดกงากับชาวบ้านในชุมชน และได้ลองชิมข้าวแดกงาซึ่งเป็นอาหารพื้นถิ่นที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก



ภาพ 14 การทำข้าวแดกงา

ที่มา: เฟสบุ๊คเนินมะปราง บ้านมุงเหนือ หมู่1 ชุมชนท่องเที่ยว otop นวัตวิถี (2562)

นอกจากนั้นกิจกรรมท่องเที่ยวของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางที่มุ่งเน้นด้านทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน ยังมีกิจกรรมปั่นเขาหินปูน ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ที่ได้รับการอบรมหลักสูตรช่วยเหลือและรักษาความปลอดภัยมาเป็นอย่างดีและให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด โดยกิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัยที่ชุมชนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ โดยกิจกรรมปั่นยอดเขาหินปูนก้งหันลมโง่นถ้ำหนอง จะมีกิจกรรมเดินเท้าขึ้นเขาด้วยระยะทาง 415 เมตร ใช้ระยะเวลาประมาณ 1 ชั่วโมงเมื่อขึ้นไปถึงยอดเขา จะสามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์โดยรอบได้ 180 องศา และได้สูดโอโซนอย่างเต็มปอด โดยมีไกด์ชุมชน 30 คน คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ภูเขาภูนี้มีความเป็นมาเนื่องจากคนสมัยก่อนจะปีนขึ้นไปติดตั้งก้งหันลมเพื่อเป็นสัญญาณว่าถ้าก้งหันหมุน ชาวบ้านจะต้องรีบเก็บเกี่ยว

พีชผล เพราะลมหนาวจะพัดมาแล้ว ข้าวหรือพีชผลจะล้มน แล้วจะเก็บเกี่ยวยาก หรือพีชผลเสียหาย ชาวบ้านในชุมชนจึงต้องการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนด้วยการเข้าร่วมกิจกรรม ปีนเขากังหันลมโง้งถ้ำหนอง ด้วยมีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อดำเนินการรับนักท่องเที่ยว มีการแบ่งหน้าที่และบริหารจัดการรายได้อย่างเท่าเทียมกันและเป็นสัดส่วน แบ่งเป็นกลุ่มพราน กลุ่มอาหารเครื่องดื่ม กลุ่มบริการที่จอดรถ ห้องน้ำ โดยมีการเปิดกิจกรรมปั่นเขากังหันลมโง้งถ้ำหนองเมื่อวันที่ 30 พ.ย. 2564 โดยการนำของท่านผู้ว่าราชการจังหวัดและนายกเทศมนตรีตำบลบ้านม่วง นางดารารัตน์ น้อยพันธ์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้นำเที่ยวหรือพรานทั้ง 30 คน อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้จัดเตรียมอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่ขึ้นไปปีนเขา ต้องเตรียมข้าวต้มไปตองเท่านั้น และนำดื่ม กล่าวคือรายได้ทั้งหมดจะเข้าสู่ชาวบ้านในชุมชนทั้งสิ้น โดยนักท่องเที่ยวสามารถติดต่อไปยังเพจเฟซบุ๊ก หรือหน่วยงานภาครัฐ อีกทั้งรายได้ที่เกิดขึ้นจะแบ่งเข้าส่วนกลางเพื่อนำไปบริหารจัดการในส่วนของ การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวชุมชนและบางส่วนแบ่งไปเป็นสาธารณประโยชน์แก่ชุมชน เช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่นักเรียนยากจนในชุมชน นี่เป็นการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งโดยหน่วยงานสนับสนุน ซึ่งในท้ายที่สุด ความต้องการจากการพัฒนานี้ก็คือ ชุมชนสามารถดำเนินงานได้ด้วยตนเอง โดยมีหน่วยงานสนับสนุนเป็นเพียงพี่เลี้ยงคอยจับตาดูเท่านั้น



ภาพ 15 กิจกรรมปั่นเขากังหันลมโง้งถ้ำหนอง

ที่มา: เฟซบุ๊กเนิมมะปราง บ้านชมพูเหนือ หมู่3 ชุมชนท่องเที่ยว otop นวัตวิถี (2563)

กลุ่มอาหารและเครื่องต้ม

กลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชนยังรวมไปถึงการให้บริการอาหารและเครื่องต้ม สำหรับกลุ่มอาหารและเครื่องต้มจะเรียกผู้ให้บริการกลุ่มนี้ว่าแม่ครัว

กลุ่มอาหารและเครื่องต้มของชุมชนบ้านบุไทรจะมีแม่ครัว 2 กลุ่ม ได้แก่ แม่ครัวส่วนกลาง และแม่ครัวประจำครัวเรือนโฮมสเตย์ โดยแม่ครัวทั้ง 2 กลุ่ม จะมีหน้าที่ในการดูแลอาหารให้แก่นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทางมายังชุมชนบ้านบุไทร โดยวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารจะมุ่งเน้นในการใช้วัตถุดิบที่หาได้จากในชุมชน ซึ่งจากการสังเกต สัมภาษณ์ และประชุมกลุ่ม ทำให้พบว่าอาหารที่ชุมชนนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวก็เป็นอาหารพื้นถิ่น ไม่ว่าจะเป็นอาหารจากเห็ด หน่อไม้ หรือผักชนิดต่างๆ เนื่องจากชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย นักท่องเที่ยวจึงมั่นใจในการรับประทานอาหารที่สะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี ดังตัวอย่างนี้

“ในการประกอบอาหารเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจะมีแม่ครัว 2 กลุ่ม ได้แก่ แม่ครัวส่วนกลาง และแม่ครัวประจำครัวเรือนโฮมสเตย์ โดยแม่ครัวส่วนกลางจะมีหน้าที่ในการประกอบอาหารให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังชุมชนเป็นหมู่คณะ (...) ส่วนแม่ครัวประจำครัวเรือนโฮมสเตย์ก็จะเป็นเจ้าบ้านของโฮมสเตย์แต่ละหลัง ที่จะมีหน้าที่ในการประกอบอาหารเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักในโฮมสเตย์ของตน”

(IK-7)

“การจัดหาวัตถุดิบนั้นจะเน้นไปที่การรับวัตถุดิบจากชาวบ้านในชุมชน ซึ่งชาวบ้านในชุมชนที่ปลูกผักและวัตถุดิบสำหรับการประกอบอาหารก็จะมีหน้าที่ในการจัดส่งให้แก่ครัวเรือนที่จัดทำบ้านพักโฮมสเตย์เพื่อประกอบอาหารเช้าและอาหารเย็นเพื่อรับรองนักท่องเที่ยวที่มาพัก กลุ่มแม่ครัวส่วนกลางของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อประกอบอาหารสำหรับต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่มาเยี่ยมชมชุมชนและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้ห้องประชุมของชุมชนในการศึกษาดูงานในศูนย์ฝึกอาชีพในชุมชน ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารส่วนใหญ่จะมาจากชุมชนทั้งสิ้น ยกเว้นเนื้อสัตว์ (เนื้อหมู เนื้อวัว) ที่ต้องไปซื้อมาจากพ่อค้าคนกลางในตลาด”

(IK-8)

สำหรับกลุ่มอาหารและเครื่องต้มของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนั้นรับหน้าที่โดยชุมชนบ้านคลองขั้วรัง โดยชุมชนแห่งนี้มีความสามารถในการจัดอาหารและเครื่องต้ม รวมไปถึง

อาหารว่างสำหรับงานจัดประชุมและสัมมนา เนื่องจากชุมชนแห่งนี้มีการดำเนินงานด้านนี้โดยตรงมานาน เนื่องจากเป็นชุมชนที่ได้รับการพัฒนาด้านอาหารว่างและเครื่องดื่มจากสถาบันการศึกษา หากมีการประชุมสัมมนาในชุมชนละแวกนั้น ชุมชนบ้านคลองซบรังจะถูกว่าจ้างให้ดูแลเรื่องอาหารของการประชุมจนเกิดความรู้และความชำนาญในการให้บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารว่าง อีกทั้งยังมีบุคลากรที่สามารถรองรับการให้บริการเสิร์ฟและดูแลความสะอาดในการรับประทานของผู้เข้าร่วมประชุมได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ชุมชนแห่งนี้มีความโดดเด่นในด้านการให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ดังตัวอย่างนี้

“ด้านศูนย์เรียนรู้ของชุมชนจะมีซาลาเปาไส้มะม่วง น้ำมะม่วงพร้อมดื่ม ส้ม เข็นฝ้าย (ไม่มีผู้สืบทอด) ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแห่งนี้เคยให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ และนักท่องเที่ยวนานาชาติ 19 ประเทศ ที่เข้ามาศึกษาดูงานในศูนย์เรียนรู้ของชุมชนผ่านทางหน่วยงานภาครัฐของอำเภอเนินมะปราง และ หน่วยงานส่วนภูมิภาค”

(IP-19)

“แต่ในภายหลังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นซาลาเปาไส้มะม่วง (กวน) จำหน่ายลูกละ 10 บาท และมีชุมชนใกล้เคียงมาชักชวนให้นำผลิตภัณฑ์เหล่านี้มาทำเป็นอาหารว่างสำหรับให้บริการในการจัดประชุม”

(IP-19)

กลุ่มสถานที่จัดงาน

กลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชนยังหมายรวมถึงกลุ่มสถานที่จัดงาน โดยในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยววันนั้น ชุมชนบ้านบุไทรจะจัดให้ฝ่ายปฎิคมจะดูแลในเรื่องของการจัดสถานที่ ตั้งแต่สถานที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว สถานที่สำหรับการจัดประชุมสัมมนา สถานที่สำหรับการรับประทานอาหาร รวมไปถึงรับหน้าที่ในการให้บริการในกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเสิร์ฟอาหาร การอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมประชุม การอำนวยความสะดวกในกิจกรรมอื่นๆของชุมชน อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการเก็บสถานที่และดูแลความสะอาดของบริเวณต่างๆ ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมอีกด้วย ซึ่งจากการสังเกตสัมภาษณ์ และประชุมกลุ่ม ทำให้ทราบว่า สถานที่จัดงานของชุมชนบ้านบุไทรหรือศูนย์ประชุมท่องเที่ยวชุมชน เกิดขึ้นจากกลุ่มท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบางส่วน อีกทั้งยังมีอู่โมงคี่ไม้ไผ่ที่สามารถใช้เป็นสถานที่จัดประชุมที่มีอัตลักษณ์ และใกล้ชิดกับธรรมชาติเป็นอย่างมาก โดยมีรายละเอียดดังตัวอย่างจากคำสัมภาษณ์นี้

“ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เวลานั้น ฝ่ายปฎิคมจะดูแลในเรื่องของการจัดสถานที่ ตั้งแต่สถานที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว สถานที่สำหรับการจัดประชุม สถานที่สำหรับการรับประทานอาหาร รวมไปถึงรับหน้าที่ในการให้บริการในกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเสิร์ฟอาหาร การอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมประชุม”

(IK-1)

“ส่วนในเรื่องที่ประทับใจมากอีกอย่างคือห้องประชุมค่ะ ผู้นำกลุ่มพาไปประชุมใต้ ุโมงค์ไม้ไผ่ ซึ่งมันเป็นอะไรที่อะเมซิ่งมากๆค่ะ มองไปรอบๆคือเห็นวิวทิวทัศน์ ต้นไม้ เสียงนก ร้อง เสียงลมพัด แล้วประเด็นคือไม่มีแอร์ แต่อากาศเย็นสบายมากๆค่ะ ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือนด้วย แต่สำหรับคนที่พักผ่อนมาน้อยไม่แนะนำนะคะ เพราะบรรยากาศดี น่านอน หลับมากๆค่ะ (หัวเราะ) รู้สึกคุ้มค่ามากๆเลยคะที่ได้มาเที่ยวบ้านบุไทร”

(IK-43)



ภาพ 16 ุโมงค์ไม้ไผ่ สวนลุงอินทร์

ที่มา: เฟสบุ๊กชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอวังน้ำเขียว

สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวด้านสถานที่จัดงานของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางจะรับหน้าที่โดยชุมชนบ้านผารังหมี โดยชุมชนแห่งนี้แต่เดิมรับหน้าที่เป็นศูนย์เรียนรู้ทางการเกษตรให้กับสถาบันทางการเงิน จึงได้มีความคุ้นเคยและเชี่ยวชาญในการจัดการประชุมสัมมนา ประกอบกับมีการศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมจากชุมชนที่มีการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและการจัดการประชุมสัมมนา จึงทำให้ชุมชนแห่งนี้มีความสามารถอันโดดเด่นในการจัดงานประชุมสัมมนา ซึ่งข้อมูลจากการสังเกตสัมภาษณ์ และประชุมกลุ่ม ทำให้พบว่า ห้องประชุมของชุมชนบ้านผารังหมีมีความพร้อมเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ต่างๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน อีกทั้งในอนาคตยังมีการวางแผนที่จะติดเครื่องปรับอากาศเพิ่มเติมเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมยิ่งขึ้น โดยมีตัวอย่างคำสัมภาษณ์ดังนี้

“บ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย จังหวัดพิษณุโลก เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นศูนย์เรียนรู้ทางการเกษตรให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีความสนใจในการเรียนรู้ทางการเกษตร เช่น เกษตรแปลงใหญ่ ศูนย์สาธิตโรงสีข้าว เริ่มต้นชุมชนแห่งนี้เป็นเพียงศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรเท่านั้น แต่ภายหลัง ในปี พ.ศ. 2557 ได้นำเอาการท่องเที่ยวเข้ามาผนวกกับศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตร ซึ่งประกอบไปด้วย การเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน การทำการเกษตร การฝึกอบรม การเข้าพักที่โฮมสเตย์ในชุมชน รับประทานอาหารพื้นถิ่น ห้องประชุมสัมมนา รถรางนำเที่ยว”

(I-16)

“ผมเคยไปอบรมที่บ้านผารังหมีนะครับ คือตอนเค้าเสิร์ฟเบรกกี้เค้าจัดวางได้สวยงามมาก น่าจะเป็นเพราะเค้าทำงานตรงนี้มาจนชำนาญ มันทำให้ผมรู้สึกว่ถ้าหน่วยงานผมมีการจัดอบรมสัมมนา ผมจะเลือกที่นี้เป็นสถานที่จัดงาน เพราะความพร้อมของสถานที่แล้วก็บุคลากรของเค้า เชื่อว่ถ้าให้เค้าจัดงานให้ ผมไม่อายแน่นอนครับ ถึงจะไม่มีแอร์แต่ไม่ร้อนนะครับ มีพัดลม แล้วลมมันพัดตลอดเลย ผมชอบครับ”

(IP-37)



ภาพ 17 ห้องประชุมของชุมชนบ้านผารังหมี่

กลุ่มระบบขนส่ง

กลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชนยังหมายรวมถึงกลุ่มระบบขนส่งด้วย ซึ่งชุมชนบ้านบุไทรจะมีบริการรถนำเที่ยวสำหรับเที่ยวชมและสัญจรเดินทางแก่นักท่องเที่ยว ในการจัดสรรรถนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยว นั้น จะดำเนินการคล้ายคลึงกับการจัดสรรบ้านพักโฮมสเตย์ คือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์และเลขานุการจะรับรายการจากนักท่องเที่ยว แล้วรายงานไปยังประธานกลุ่มและหัวหน้าฝ่ายนำเที่ยวเพื่อจัดสรรจำนวนรถนำเที่ยวตามลำดับ โดยรถนำเที่ยวของชุมชนมีทั้งหมด 12 คัน ประกอบไปด้วยรถกระบะ (สำหรับขึ้นเขาเพื่อส่งสัตว์) และรถอีแต่น ส่วนรถพ่วงรถไถก็สามารถนำมาอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวภายในชุมชนด้วยได้ ซึ่งหัวหน้าฝ่ายนำเที่ยวจะมีหน้าที่ในการจัดสรรรถนำเที่ยวและการชี้แจงเส้นทางท่องเที่ยวตามกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกให้แก่รถนำเที่ยวแต่ละคัน ซึ่งการจัดสรรรถนำเที่ยวก็จำเป็นต้องมีการจัดสรรตามลำดับเช่นกัน โดยมีตัวอย่างคำสัมภาษณ์ดังนี้

“รถนำเที่ยวของเรามีทั้งหมด 12 คัน ประธานกลุ่มก็จะเวียนรถให้ตามคิว รถ 12 คันก็จะมีรถกระบะ อันนี้เอาไว้ขึ้นเขา เพราะมันจะชัน เอารถอีแต่นขึ้นไม่ได้เลย เช่น ผาเก็บตะขาน เขาเรต้า ไปชมกระทิงเขาแผงม้า จะมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,000 บาท สำหรับราคาค่าใช้จ่ายนี้เกิดจากการหารื้อและตกลงร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งอ้างอิงจากความคุ้มทุนและเหมาะสมต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว แล้วก็จะมีคนนำเที่ยวด้วย คนนี้จะต้องพานักท่องเที่ยวไป

ตามที่ต่างๆ ดูแลน้กห้องเที่ยว คนนำเที่ยวเลยต้องเป็นคนที่เชี่ยวชาญเส้นทางขึ้นเขา ไม่งั้นไปไม่ถูกแล้วก็อันตรายด้วย นอกจากรถกระบะก็จะมีรถอีแต่น แล้วก็รถไถพ่วง อันนี้จะเอารถที่ใช้ในการเกษตรเราเนี่ยแหละมาทำ พาเที่ยวในชุมชนแล้วก็สถานที่ใกล้เคียง ที่เป็นพื้นราบไม่ชัน โดยค่าใช้จ่ายสำหรับรถนำเที่ยวภายในชุมชนจะอยู่ที่ 500 บาท”

(IK-9)

จากการสังเกต สัมภาษณ์ และประชุมกลุ่ม ทำให้พบว่า ระบบขนส่งของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางจะอยู่ในลักษณะผสมผสานสำหรับให้บริการ นั่นคือ เจ้าของรถนำเที่ยวจะสามารถรับนักท่องเที่ยวด้วยตนเองเช่นกันกับกลุ่มโฮมสเตย์ และมีส่วนกลางช่วยในการบริหารจัดการลำดับคิวด้วย โดยรถนำเที่ยวจะมีตารางกิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว แล้วนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ด้วยความระมัดระวัง โดยใช้รถอีแต่น รถไทยประติษฐ์ และรถรางเป็นพาหนะนำเที่ยว โดยกิจกรรมท่องเที่ยวจะมี 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่ 1 กิจกรรมท่องเที่ยวภายในชุมชน จะมีอัตราค่าบริการอยู่ที่ 600 – 1,000 บาท โดยรถนำเที่ยวจะพานักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ภายในชุมชน ส่วนประเภทที่ 2 กิจกรรมท่องเที่ยวระหว่างชุมชน จะมีอัตราค่าบริการอยู่ที่ 1,500 บาท โดยรถนำเที่ยวจะพานักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนของตนเอง และไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชุมชนอื่นตามที่นักท่องเที่ยวสนใจ ซึ่งจะมีตารางกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เลือก ในขั้นตอนนี้จะมีคนขับรถและผู้นำเที่ยวทำหน้าที่ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว คนขับรถจะเน้นการให้บริการที่ปลอดภัย ขับด้วยความเร็วในระดับต่ำตลอดเส้นทาง โดยรถนำเที่ยวที่นำมาใช้ในการให้บริการจะอาศัยรถที่ใช้ในวิถีชีวิตเกษตรกรรม โดยนำรถมาดัดแปลงสำหรับบริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชน โดยมีตัวอย่างคำสัมภาษณ์ดังนี้

“รถนำเที่ยวก็จะมีตารางกิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นตัวเลือกในการเดินทางท่องเที่ยว ถ้าหากต้องการผู้นำเที่ยวก็สามารถแจ้งให้กับทางผู้รับจองเพื่อจัดเตรียมผู้นำเที่ยวตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ สำหรับการจองที่พัก รถนำเที่ยว และผู้นำเที่ยวนั้น ทางชุมชนมีช่องทางในการรับจองหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊กชุมชน เฟซบุ๊กส่วนตัว โทรศัพท์มือถือชุมชน โทรศัพท์มือถือส่วนตัว ไลน์ชุมชน หรือไลน์ส่วนตัว”

(IP-13)

“การให้บริการรถนำเที่ยวจะนำนักท่องเที่ยวชมธรรมชาติของบ้านมุง ภูเขาตามเส้นทางถนนไปถ้ำหลวงพ่อบุญมี ถ้ำค้างคาว ถ้ำนางสิบสอง แคมป์หมาบ้า ไร่ภูตะวัน หรือสถานที่

ท่องเที่ยวที่ติดกับเส้นทางที่ผ่าน นักท่องเที่ยวมักให้พาแวะถ่ายภาพและชื่นชมบรรยากาศ (...) ใช้รถอีแต่นในการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน นักท่องเที่ยวนั่งในลักษณะห้อยขาลงข้างตัวรถ ปกติรถอีแต่นจะใช้สำหรับการเกษตร แต่หากช่วงไหนมีนักท่องเที่ยวจูงรถนำเที่ยวมาก็ต้องมีการทำความสะอาดอย่างดี พร้อมปูเสื่อเพื่อพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว”

(IP-14)



ภาพ 18 รถรายนำเที่ยวของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง



ภาพ 19 รถอีแต่นนำเที่ยวของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง

ที่มา: เฟสบุ๊กเนินมะปราง บ้านมุงเหนือ หมู่ 1 ชุมชนท่องเที่ยว otop นวัตวิถี (2562)

กลุ่มการต้อนรับและเผยแพร่วัฒนธรรม

สำหรับกลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชน ยังรวมไปถึงการต้อนรับและเผยแพร่วัฒนธรรมอีกด้วย ซึ่งจากการสัมภาษณ์ และสังเกต รวมไปถึงการประชุมกลุ่ม ทำให้ทราบว่า ชุมชนบ้านบุไทรจะมีการต้อนรับโดยกลุ่มแม่บ้านที่เป็นเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ที่นักท่องเที่ยวได้สำรองบ้านพักเอาไว้ โดยเจ้าของบ้านจะนัดหมายรวมตัวกันไปรอต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาหมู่บ้านเพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว แต่ในส่วนของกรเผยแพร่วัฒนธรรมนั้นโดยเดิมที่ชาวบ้านในชุมชนแห่งนี้ได้ย้ายถิ่นฐานมาจากจังหวัดอื่น แล้วมารวมตัวกันอยู่ในชุมชนแห่งนี้ จึงทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนแห่งนี้ไม่มีการใช้ชีวิตจะเป็นไปตามยุคสมัย แต่ก็เป็นการใช้ชีวิตวิถีชนบทและชาวเกษตรกรรมนั่นเอง ดังตัวอย่างนี้

“แล้วสิ่งที่พีจำได้ไม่ลืม เพราะรู้สึกประทับใจมากๆ ก็คือที่บ้านบุไทรจะมีป้ายบอกทางน้อยมากๆ แล้วพีก็พานักศึกษาไปเป็นรถบัสเลยนะ เราก็กลัวว่าจะไปไม่ถูก แล้วก็กลัวรถบัสเข้าไม่ได้ เพราะเป็นครั้งแรกที่ไป แต่ยังไม่ทันได้มองหาป้ายบอกทางเลย ก็มองเห็นกลุ่มแม่ๆ เค้าแตงตัวสวยเลยนะ มายืนกันเต็มไปหมด ตรงป้ายทางเข้าหมู่บ้านนะ ติดถนนใหญ่เลย เห็นทีแรกนี่น้ำตาจะไหลเลย เราารู้สึกว่าอบอุ่นนะ รู้สึกเหมือนเค้าเป็นญาติผู้ใหญ่ที่มารอลูกหลานกลับบ้าน ประทับใจจริงๆค่ะ”

(IK-32)

เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางจะดำเนินการโดยชุมชนบ้านโคก โดยการต้อนรับและเผยแพร่วัฒนธรรมนี้เกิดจากการที่ชุมชนเกิดแนวคิดในการฟื้นฟูและสืบสานวัฒนธรรม จนเกิดการสืบค้นวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวบ้านในชุมชนที่บางอย่างได้เลือนหายไปแล้ว จนทำให้เกิดการกลับมาใช้ชีวิตใหม่ของวัฒนธรรม ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้เองที่เป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและทำให้ชุมชนแห่งนี้มีความโดดเด่นด้านการต้อนรับและเผยแพร่วัฒนธรรม นอกจากนั้นจากการสังเกตสัมภาษณ์ และประชุมกลุ่ม มีความสอดคล้องกันในเรื่องของการถ่ายทอดวัฒนธรรมว่า ชุมชนแห่งนี้มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม จึงนำมาผสมผสานให้อยู่ในรูปแบบของการแสดง การแต่งกาย การบายศรีสู่ขวัญ และการประกอบอาหาร ดังตัวอย่างนี้

“ในบางชุมชนพยายามสืบค้นจุดเด่นด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเองขึ้นมา เพื่อเป็นอีกหนึ่งสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและเป็นการสืบสานวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนตนเองให้คงอยู่สืบไป เช่น บ้านโคก ได้สืบค้นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านในชุมชนใน

อดีตว่าเป็นมาอย่างไร จนได้มีการพูดคุยกับคนเฒ่าคนแก่ภายในชุมชน ว่าแต่ละท่านมีการแสดงหรือศิลปะใดๆติดตัวมาบ้าง จนได้พบว่ามียุทธกรรมชาวไทยทรงดำ หรือลาวโซ่ง”

(FP-1)

“จากนั้นจะมีการแสดงต้อนรับที่แสดงถึงวัฒนธรรมของชาวเนินมะปราง อันได้แก่ รำประกอบดนตรีม้งกละ การละเล่นนางดั่ง เป็นต้น โดยการนำเอาการแสดงและการละเล่นพื้นบ้านมาประกอบการต้อนรับผู้มาเยือนนั้น ชุมชนมีจุดมุ่งหมายเพื่อการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือนและต้องการถ่ายทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมให้ไม่สูญหายไป ทั้งในรูปแบบของการถ่ายทอดไปยังผู้ชมและการถ่ายทอดไปยังผู้แสดงที่เป็นรุ่นเยาวชนและกลุ่มแม่บ้านชุมชนด้วย”

(IP-13)



ภาพ 20 กลุ่มวัฒนธรรมไทยทรงดำของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะปราง

กล่าวโดยสรุป กลุ่มชุมชน คือ กลุ่มคนในชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เกิดจากชาวบ้านในชุมชนต่างๆรวมตัวกัน โดยชุมชนบ้านบุไทรเป็นการดำเนินงานของชาวบ้านในชุมชนเดียว ที่แบ่งหน้าที่ตามความถนัดของแต่ละบุคคล แต่เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะปรางนี้จะมีจุดแข็งที่เป็นการรวมตัวของชุมชนทั้ง 5 ชุมชน โดยแต่ละชุมชนจะมีความชำนาญในการดำเนินงานแต่ละด้านต่างกัน ขึ้นอยู่กับทรัพยากรท้องถิ่นและความเชี่ยวชาญของบุคลากรในชุมชน ทำให้ทั้ง 5 ชุมชน สามารถดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้อย่าง

กลมกลืน ด้วยการแสดงศักยภาพที่โดดเด่นของชุมชนตนเองอย่างหลากหลายและแตกต่าง จึงทำให้ การดำเนินงานของกลุ่มผู้ดำเนินงานของทั้ง 2 พื้นที่มีความแตกต่างกัน

1.2 ชาวบ้านในชุมชน (Local People) หมายถึง ชาวบ้านในชุมชนที่ไม่ได้มีส่วนในการ ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนโดยตรง แต่เป็นผู้ที่ได้รับหรือส่งผลกระทบต่อการทำงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เป็นผู้ที่มีส่วนในการออกความคิดเห็นหรือเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับ การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อีกทั้งยังเป็นผู้ที่มีส่วนในการตรวจสอบการดำเนินงานพร้อมทั้ง สามารถเสนอแนะข้อคิดเห็นต่างๆเพื่อมิให้การทำงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ส่งผลกระทบด้านลบ ต่อการดำเนินชีวิตด้วย

เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีชาวบ้านในชุมชนที่เห็น ด้วยในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเป็นจำนวนมาก โดยชาวบ้านที่เห็นด้วยจะให้การ สนับสนุนและรับรู้ว่าการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจะสามารถทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนาใน ด้านต่างๆ อีกทั้งยังเป็นเสมือนเกราะป้องกันไม่ให้เกิดสิ่งที่ไม่ดีที่ชาวบ้านไม่ต้องการได้อีกด้วย ดังตัวอย่างนี้

“หากมีการจัดงานต่างๆ บ้านมุงไม่มีปัญหาด้านที่พัก เนื่องจากเคยมีการจัดงานหลาย รายการ ยกตัวอย่างเช่น ฮองเต้ไบค์ มีผู้เข้าร่วมงาน 5,000 กว่าคน มีพักในเมืองเนินมะปราง ทัวทั้งอำเภอ จังหวัดพิจิตรก็ได้านิสง ชาวบ้านก็ให้ความร่วมมือในการเปิดบ้านให้แก่ นักท่องเที่ยวเข้าพักร่วมด้วย เรื่องที่นอน นักท่องเที่ยวไม่ค่อยกังวล เนื่องจากนักท่องเที่ยว ต้องการที่พักที่อยู่ใกล้ และสะดวกสบายในการเดินทางมาลงทะเลเปียนแต่เช้ามีตมมากกว่า”

(F-2)

“พวกเราช่วยกันดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวด้วยกัน เพราะว่าพวกเราเชื่อว่า หากการ ท่องเที่ยวมีการพัฒนาและสร้างรายได้ อีกทั้งมีนักท่องเที่ยวรู้จักบ้านเราเยอะๆ ก็จะทำให้ไม่มี การสร้างเขื่อน เพราะชาวบ้านในชุมชนทุกคนไม่ต้องการให้มีการสร้างเขื่อนในบ้านเรา บ้าน เรามีทรัพยากรมากมาย ไม่ว่าจะเป็นถ้ำภูเขา น้ำตก แล้วภายในชุมชนมีศูนย์เรียนรู้ด้าน ชีวิตวิทยา เกี่ยวกับพันธุ์สัตว์หายากที่อยู่ในพื้นที่ชุมชน เนื่องจากชุมชนแห่งนี้อยู่ใกล้กับถ้ำพระ วังแดง ที่เป็นถ้ำที่ยาวที่สุดในประเทศไทยที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ แต่ถ้ามีเขื่อนก็จะทำให้ ทรัพยากรทั้งหมดนี้ถูกทำลายไป ชาวบ้านเลยเห็นด้วยกับการทำให้บ้านเราเป็นแหล่ง ท่องเที่ยว”

(I-28)

“ที่บ้านชมพูเค้ามีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์มากๆ มีถ้ำที่ยาวที่สุดในประเทศด้วยนะ ช้างในถ้ำก็มีปลาตาบอดที่หาไม่ได้ทั่วไปนะ ชาวบ้านเค้ารักและหวงแหนของเค้ามากๆนะ แต่ได้ยินข่าวว่าจะมีคนมาสร้างเขื่อน ชาวบ้านเค้าก็ไม่ยอมสิ เพราะว่ามันจะทำให้ทรัพยากรเหล่านี้ถูกทำลายไป พี่ก็หวงนะ เพราะว่าพี่มาที่ไร่พี่ก็ไปเข้าถ้ำทุกครั้ง ไปดูดอกศิวาวารี ไปเที่ยวน้ำตก พี่ก็จะไม่ยอมให้เค้ามาทำเขื่อนเหมือนกัน พี่เลยช่วยชาวบ้านประชาสัมพันธ์ไปเรื่อยๆเลย ชวนเพื่อนชวนคนรู้จักมาเที่ยวเรื่อยๆ พี่เชื่อว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเกราะป้องกันสิ่งที่จะมาทำลายทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนได้ อยากเก็บทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามพวกนี้ไว้ให้ลูกให้หลานเราได้ดูด้วย”

(I-41)

แต่สำหรับชาวบ้านบางคนซึ่งเป็นส่วนน้อยก็ไม่เห็นด้วย ก็สามารถส่งผลกระทบให้แก่การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้บ้างเช่นกัน แต่ก็ยังเป็นเพียงเสียงสะท้อนถึงความแตกต่าง ไม่ถึงกับเป็นการยับยั้งไม่ให้เกิดการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนขึ้นได้ ดังตัวอย่างนี้

“ชาวบ้านในชุมชนบ้านโคก มีความแบ่งแยกออกเป็น 2 ฝั่ง ฝั่งหนึ่งคือเจ้าของวัฒนธรรมไทยทรงดำ มองเห็นว่าวัฒนธรรมของตน เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนบ้านโคก เนื่องจากตนเองก็เป็นคนบ้านโคกด้วย แต่อีกฝั่งหนึ่งที่ไม่ใช่คนไทยทรงดำ ก็มองว่าวัฒนธรรมไทยทรงดำ ไม่ใช่เป็นวัฒนธรรมของชุมชนบ้านโคก เนื่องจากบรรพบุรุษของชาวไทยทรงดำไม่ได้มีถิ่นฐานบ้านเกิดที่บ้านโคก”

(F-1)

ชุมชนบ้านบุไทร พบว่า ชาวบ้านจะไม่แสดงให้เห็นชัดเจนว่ามีความชื่นชอบหรือเห็นด้วยกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน แต่ก็อยู่ในลักษณะของการเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วย ดังตัวอย่างนี้

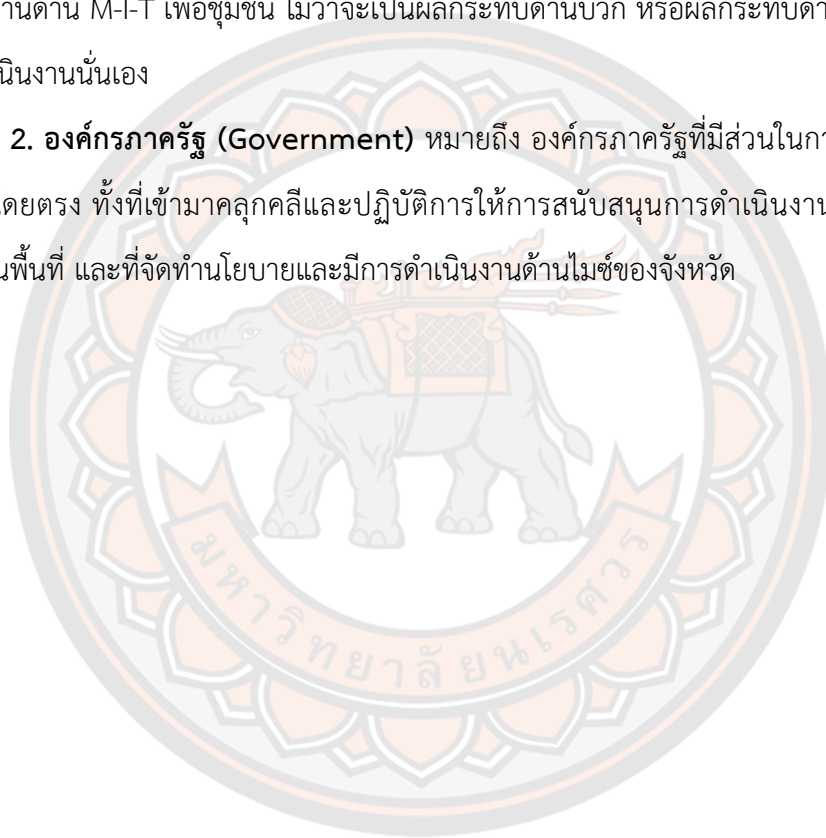
“ชุมชนบ้านบุไทรก็ได้มีการหารือกันถึงปัญหาของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบด้านลบแก่ชาวบ้านในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเสียง เรื่องการจราจรที่ติดขัด และมลภาวะทางอากาศ ทำให้ได้ข้อสรุปว่าจำเป็นต้องย้ายจุดรับนักท่องเที่ยวไปให้ไกลจากชุมชนและมีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบาย ไม่รบกวนชาวบ้านที่พบอุปสรรคในการสัญจรในชุมชน กลุ่ม

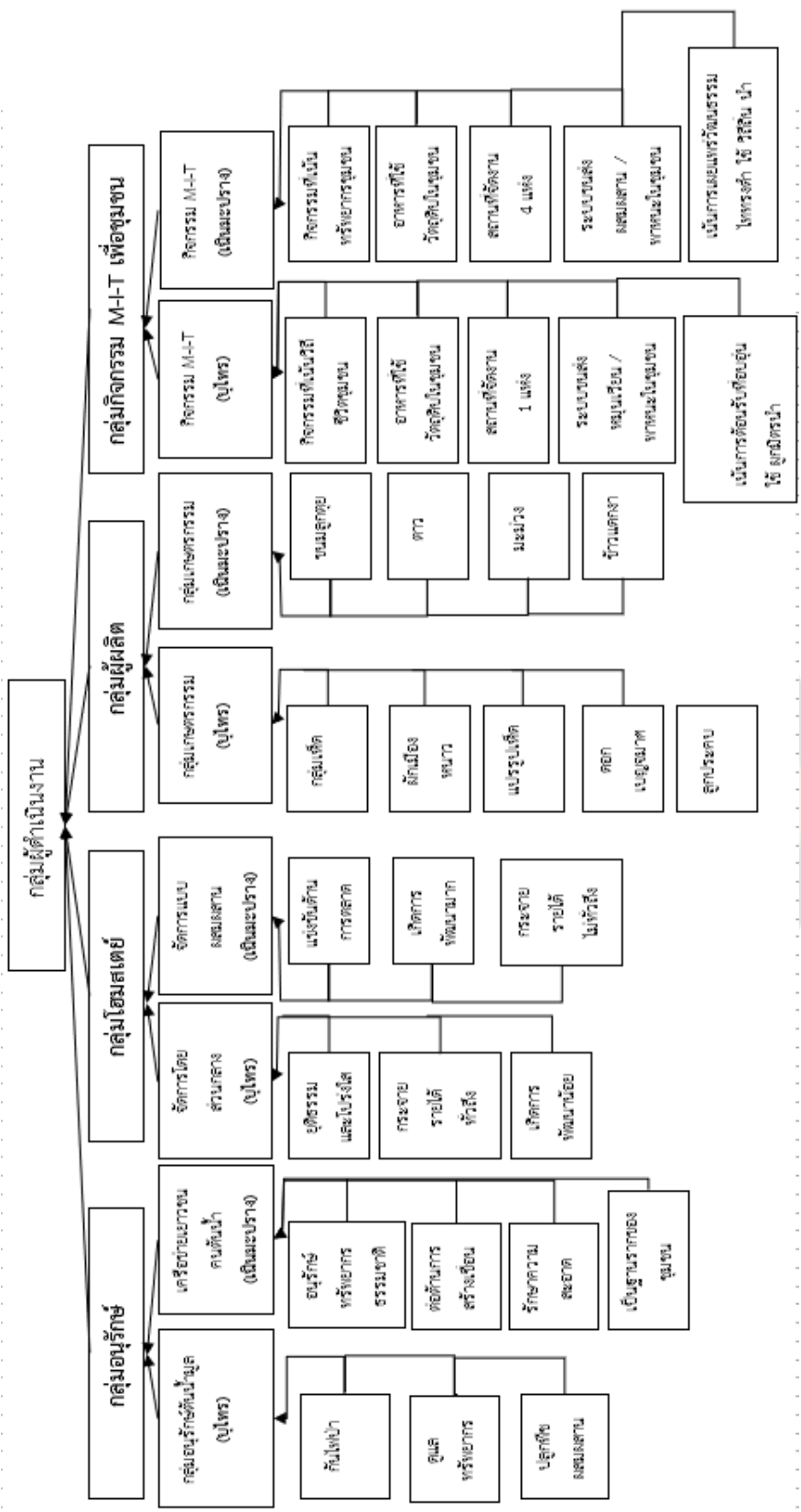
ท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบุไทรจึงได้ร่วมกันก่อสร้างศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวแห่งใหม่ขึ้นในปี พ.ศ. 2559”

(I-11)

หากกล่าวโดยสรุป ชาวบ้านในชุมชนของทั้ง 2 พื้นที่ จะหมายถึงกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชนแต่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน แต่เป็นกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อีกทั้งยังเป็นกลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบด้านบวก หรือผลกระทบด้านลบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานนั่นเอง

2. องค์กรภาครัฐ (Government) หมายถึง องค์กรภาครัฐที่มีส่วนในการดำเนินงานด้าน M-I-T โดยตรง ทั้งที่เข้ามาคลุกคลีและปฏิบัติการให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในพื้นที่ และที่จัดทำนโยบายและมีการดำเนินงานด้านไมซ์ของจังหวัด





ภาพ 21 องค์ความรู้ในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน

ที่มา: ชื่อบริษัทจากการศึกษาครั้งนี้

สำหรับองค์กรภาครัฐในระดับท้องถิ่นของชุมชนบ้านบุไทรจะประกอบไปด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลไทยสามัคคี ซึ่งเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดกับชาวบ้านในชุมชนมากที่สุด และองค์กรภาครัฐส่วนกลาง จะประกอบไปด้วย เกษตรอำเภอน้ำเขียว และกรมเกษตรและสหกรณ์ โดยมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ดังตัวอย่างนี้

“หน่วยงานภาครัฐและภาคการศึกษา ก็เป็นหน่วยงานที่เข้ามาเป็นที่ปรึกษาหลักให้กับชุมชน เค้าช่วยให้กลุ่มของเรามีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือแม้แต่การให้ความรู้เรื่องภาษี แล้วก็ให้ความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชนด้วย”

(IK-10)

“กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบุไทรจึงได้ร่วมกันก่อสร้างศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวแห่งใหม่ขึ้นในปี พ.ศ. 2559 โดยได้รับการสนับสนุนจากกรมเกษตรและสหกรณ์ในบางส่วน ทำให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้กว่า 200 คน และสามารถเป็นสถานที่สำหรับการประชุมและสัมมนาได้อย่างเหมาะสม”

(IK-11)

นอกจากนั้นจากการสังเกต สัมภาษณ์ และประชุมกลุ่มยังพบว่า ชุมชนบ้านบุไทรมีองค์กรภาครัฐที่มุ่งเน้นในส่วนของการจัดทำนโยบายและดำเนินงานด้านไมซ์ของจังหวัดให้การสนับสนุนอยู่ อันได้แก่ ศูนย์ NCEC ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัด สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา สภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานนครราชสีมา) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด (สำนักงานนครราชสีมา) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคอีสาน) ดังตัวอย่างนี้

“สำหรับการดำเนินงานด้านไมซ์ของจังหวัดนครราชสีมาได้มีการจัดตั้งซึ่งศูนย์ NCEC ซึ่งถือว่าเป็นศูนย์กลางในการให้บริการด้านไมซ์ของจังหวัดนครราชสีมา โดยศูนย์แห่งนี้ได้แบ่งนโยบายการขับเคลื่อนโคราช MICE City ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ (Product) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านบุคลากร (Staff) และด้านข้อมูล (Data Based)”

(IK-6)

สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาให้การสนับสนุนเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าวทั้งหมดจะเป็นการดำเนินงานในลักษณะเดียวกันคือ เข้ามามีบทบาทและหน้าที่ในชุมชนโดยตรง และเป็นการเข้ามาประสานงานและดำเนินงานในพื้นที่โดยตรงด้วยเช่นกัน โดยหน่วยงานภาครัฐส่วนท้องถิ่นที่ให้การสนับสนุนเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว ได้แก่ หน่วยงานระดับท้องถิ่น ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด และส่วนภูมิภาค ซึ่งพบว่าหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาให้การสนับสนุนจำนวนมาก จนทำให้เป็นเครือข่ายด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ดังตัวอย่างนี้

“โครงการ OTOP นวัตกรรม ถือเป็นโครงการที่จุดประกายความเป็นชุมชนท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทำให้แต่ละชุมชนตื่นตัวและได้กลับไปสืบค้นประวัติ ความเป็นมา ทรัพยากรต่างๆ หรือวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเองว่าเป็นอย่างไร และมีความน่าสนใจเพียงใด”

(FP-1)

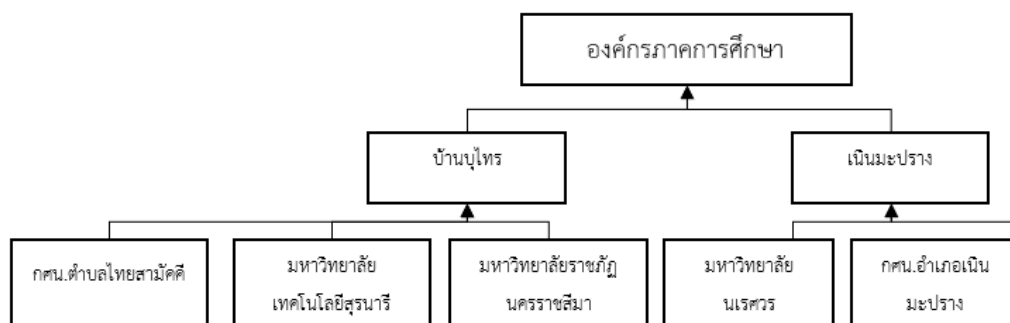
“หน่วยงานหลักๆที่มีส่วนในการสนับสนุนชุมชนก็คือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยสนับสนุนในด้านงบประมาณบางส่วนและด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บุคลากร และความรู้ด้านต่างๆ”

(IP-16)

“การจัดการขยะที่ต้นทาง ส่งเสริมให้แต่ละครอบครัวจัดการขยะของตนเอง การคัดแยกขยะ เนื่องจากทางภาครัฐยังไม่มีบริการกำจัดขยะ แต่ทางภาครัฐจะมีการเข้าไปให้ความรู้กับวิธีการคัดแยกขยะและกำจัดขยะอย่างถูกวิธี หากมีการจัดการขยะอย่างถูกวิธีจะทำให้เหลือเศษขยะน้อยมาก ไม่สร้างมลภาวะและปัญหาให้กับชุมชน”

(IP-20)

3. **องค์กรภาคการศึกษา** หมายถึง หน่วยงานด้านการศึกษาหรือด้านวิชาการที่เข้ามาให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในชุมชน



ภาพ 22 องค์กรภาคการศึกษาในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน

ที่มา: ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้

ชุมชนบ้านบุไทรมีองค์กรภาคการศึกษาที่ให้การสนับสนุน ดังตัวอย่างนี้

“หลังจากนั้นได้มีองค์กรภาคการศึกษา เข้ามาให้ความรู้ในการปลูกเห็ด ดอกเบญจมาศ และนำพาให้พัฒนาชุมชนเกษตรกรรมให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปี พ.ศ.2545 ในปีนั้นชุมชนแห่งนี้มีชื่อเสียงในเรื่องเห็ดหอมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้รายได้ส่วนใหญ่ของชุมชนมาจากการจำหน่ายเห็ดหอม และได้ก่อตั้งกลุ่มเห็ดหอมขึ้นมาเพื่อดูแลในด้านการปลูกและการจำหน่าย นอกจากการจำหน่ายเห็ดหอมแล้ว ชุมชนก็ได้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนควบคู่ไปด้วย จนชุมชนแห่งนี้ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ในปี พ.ศ. 2547 และ 2549 โดยได้รับการยกย่องให้เป็น 1 ใน 5 โฮมสเตย์ต้นแบบอีกด้วย”

(IK-1)

“อาจารย์จากองค์กรภาคการศึกษามาให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกเห็ด จึงทำให้สามารถสร้างอาชีพที่มีรายได้มากกว่าเดือนละ 100,000 บาท และในส่วนของผลิตภัณฑ์เห็ดนี้ใช้ในการประกอบอาหารเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนด้วย อีกทั้งยังมีการแปรรูปเพื่อเป็นการถนอมอาหารให้มีรสชาติดีขึ้นและอยู่ได้นานขึ้นด้วย”

(IK-2)

“หน่วยงานภาครัฐและภาคการศึกษา ก็เป็นหน่วยงานที่เข้ามาเป็นที่ปรึกษาหลักให้กับชุมชน คำช่วยให้กลุ่มของเรามีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือแม้แต่การให้ความรู้เรื่องภาษี แล้วก็ให้ความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชนด้วย”

(IK-10)

เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าวมีหน่วยงานที่มีบทบาทในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เข้ามาให้ความรู้ด้านวิชาการและการอาชีพ โดยได้ชื่อว่าเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทเป็นอย่างมาก เนื่องจากได้มีการพัฒนาด้านต่างๆ หลายด้าน เช่น ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบของชุมชน ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น โดยหน่วยงานภาคการศึกษาที่มีบทบาทในการพัฒนาด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว มีดังตัวอย่างนี้

“โดยการสนับสนุนจากองค์กรภาคการศึกษา เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน เช่น จานใบมะม่วง ลูกอมเล็กบุหรี ขนมลูกตุย และสร้างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรต่างๆ ของชุมชน เช่น ฟ้าทะลายโจร โดยมีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาอาชีพร่วมกับ กศน. เพื่อสร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในชุมชนที่ต้องการจะย้ายถิ่นฐานเพื่อกลับมาอยู่ในถิ่นฐานบ้านเกิด”

(FP-1)

“ยุวพัฒนารักถิ่น เกิดจากการสนับสนุนขององค์กรภาคการศึกษา เป็นกิจกรรมที่นำนักศึกษาเข้ามาดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาโฮมสเตย์ ด้านต่างๆ ให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น”

(IP-17)

“องค์กรภาคการศึกษาเข้ามาชักชวนให้แปรรูปมะม่วงสุกที่เหลือจากการจำหน่าย ให้เป็นน้ำมะม่วงเข้มข้น และซาลาเปาเนื้อมะม่วง แต่ในภายหลังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นซาลาเปาไส้มะม่วง (กวน) จำหน่ายลูกละ 10 บาท และมีชุมชนใกล้เคียงมาชักชวนให้นำผลิตภัณฑ์เหล่านี้มาทำเป็นอาหารว่างสำหรับให้บริการในการจัดประชุม”

(IP-19)

“องค์กรภาคการศึกษาเข้ามาช่วยสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและความรู้ให้แก่ชุมชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น จานใบมะม่วง ซาลาเปาไส้มะม่วง น้ำมะม่วง เป็นต้น”

(IP-21)

4. องค์กรภาคเอกชน หมายถึงหน่วยงานภาคเอกชนที่มีส่วนในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยเข้ามาเป็นที่ปรึกษาด้านต่างๆ

ชุมชนบ้านบุไทรมีองค์กรภาคเอกชนที่มีส่วนในการสนับสนุนเป็นธุรกิจที่ตั้งอยู่ในชุมชน ซึ่งเข้ามาเป็นที่ปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ดังตัวอย่างนี้

“ร้านอาหารในชุมชน เข้ามาให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดทำต้นทุนกำไร ด้านการทำอาหาร แล้วก็การพัฒนาเมนูอาหารต่างๆ รวมไปถึงการแนะนำเรื่องวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารด้วย”

(I-12)

เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชนมากมาย จนทำให้เกิดการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนครั้งแรกในชุมชนบ้านผารังหมี และมีการให้การสนับสนุนแก่ชุมชนอื่นๆในเครือข่ายเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการสนับสนุนนี้ทำให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนมาเรื่อยๆ จนสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมากมาย โดยหน่วยงานภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนแก่เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ได้แก่ ธนาคารอสมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กลุ่มสตรีตำบลไทรย้อย ผู้ประกอบการภายในชุมชน สมาคมท่องเที่ยวภาคเหนือ และกลุ่มการท่องเที่ยวเอกชน ซึ่งเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางได้มีการพัฒนาด้านต่างๆ โดยมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนในชุมชน ดังตัวอย่างนี้

“ปัญหาด้านขยะไม่ค่อยพบเนื่องจากมีการคัดแยกขยะ และมีเตาเผาขยะแบบควันน้อยไว้บริการแก่ชาวบ้านในชุมชน และหากบ้านหลังไหนต้องการเตาเผาควันน้อยไว้ส่วนตัว ทางชุมชนก็จะมีทุนสนับสนุนให้ครึ่งหนึ่งของกลุ่มสตรีตำบล ส่วนที่เหลือก็ให้แต่ละหลังที่มีความต้องการรับผิดชอบเอง โดยเฉพาะบ้านไหนที่มีผู้ป่วยติดเตียงหรือเด็กเล็กที่ต้องใช้ผ้าอ้อมสำเร็จรูปที่ยากต่อการกำจัด โดยค่าใช้จ่ายต่อเครื่องจะอยู่ที่ 1,300 บาท กลุ่มสตรีตำบลสนับสนุนเงินจำนวน 800 บาท และเจ้าของบ้านชำระเพียง 500 บาทเท่านั้น ซึ่งเตาเผาขยะแบบควันน้อยนี้ได้รับการพัฒนาโดยหน่วยงาน สปง.ลดโลกร้อน ของภาครัฐ”

(IP-16)

“มีการประกวดโฮมสเตย์มีสไตล์ระดับประเทศ โดยได้รับรางวัลดีเด่นลำดับที่ 2 และในปี 2564 ได้รับรางวัลกินรี โดยมักจะได้รับการสนับสนุนจากสถาบันทางการเงิน ชุมชนบ้านมุงได้รับผลประโยชน์มากมายจากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ โดยชาวบ้านมี

รายได้เพิ่มมากขึ้น มีรายได้เพียงพอต่อการใช้จ่ายในครัวเรือนโดยไม่ต้องไปทำงานนอกพื้นที่ ด้านสังคมคือมีการสืบต่อวัฒนธรรมของชุมชน มีการสืบต่อตำนานถ้ำนางสิบสอง เป็นต้น ด้านสิ่งแวดล้อม คือเมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามา ทั้งชุมชน นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ผนึกกำลังกันวางแผนและปกป้องภาคเอกชนที่จะเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากภูเขาหินปูนด้วยการทำเหมืองแร่ เป็นต้น”

(IP-13)

“ต้นแบบโฮมสเตย์บ้านมุงเหนือมีทั้งหมด 5 หลัง (เข้าร่วมโครงการบ้านตัวอย่างของสถาบันทางการเงิน โดยได้ให้งบประมาณมาปรับปรุงและยกระดับบ้านพักโฮมสเตย์ให้มีสไตล์มากขึ้น โดยได้รับคำแนะนำของสถาปนิกที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย) แต่หากมีนักท่องเที่ยวประสงค์เข้ามาพักก็สามารถรองรับได้ทั้งสิ้น 10 หลัง และในปัจจุบันกำลังกระตุ้นให้ครัวเรือนอื่นๆเข้าร่วมด้วย”

(FP-2)

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝั่งอุปสงค์ (Demand-Side Value Creator) ประกอบไปด้วย

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการในการใช้บริการการจัดประชุม อบรมสัมมนา ศึกษาดูงาน และท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในชุมชน โดยประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการห้องประชุมสัมมนา หรือกิจกรรมศึกษาดูงานและกิจกรรมหลังประชุม อาหารและเครื่องดื่ม ที่พัก สถานที่จัดงาน สถานที่จอดรถ และอื่นๆ รวมไปถึงนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เดินทางมากับองค์กรของตนเอง ที่มาใช้บริการต่างๆของชุมชนโดยที่องค์กรนั้นๆรับรองค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นที่ อีกทั้งยังหมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายของตนเองด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวของทั้ง 2 ชุมชน มีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากเป็นพื้นที่สำหรับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเหมือนกัน ทำให้นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มคนกลุ่มเดียวกัน และมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ชุมชนบ้านบุไทรนั้นจะมีนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวองค์กร ที่หลากหลาย ไม่เจาะจงว่าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรใด แต่ก็มีลักษณะเป็นองค์กรที่ต้องการสถานที่ที่มีความแตกต่างจากห้องประชุมโดยทั่วไป ดังตัวอย่างนี้

“ส่วนตัวจะเลือกชุมชนที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการทำ CSR ของบริษัท โดยส่วนมากการลงไปในชุมชนจะเป็นในเรื่องของการทำ CSR มากกว่า แต่ก็มีบ้างที่พา

พนักงานไปประชุมสัมมนา โดยมีเกณฑ์ในการเลือกชุมชนก็ต้องมีห้องประชุมกว้างๆ บรรยากาศดี อากาศต้องไม่ร้อน มีที่จอดรถเยอะๆ รถเข้าถึงได้ง่ายด้วย ถ้าเป็นห้องประชุมของชุมชนก็ไม่ต้องมีแอร์ก็ได้ แต่ต้องไม่ร้อน มีลมพัดโกรก อากาศดี เช่นที่เลือกบ้านบุไทรก็ เพราะว่าบรรยากาศดีมาก ไม่ไกลจากโคราช ขับรถแค่ไม่ถึง 2 ชั่วโมง เค้มีห้องประชุมที่เป็นห้องโถงโล่ง ลมเย็นสบายมาก แล้วก็มิอูโมงไม้ไผ่ที่บรรยากาศเกินคำบรรยาย ปกติเราก็จะเปลี่ยนชุมชนไปเรื่อยๆ แต่พอได้มาที่บ้านบุไทรแล้วเราต้องมาซ้ำ จนกลายเป็นว่ามาบ่อยที่สุดแล้วค่ะ เพราะเวลาเรากลับจากการจัดการก็จะมีแบบประเมินแจกให้กับพนักงานทุกคน เราก็จะนำผลจากการประเมินนี้แหละมาคัดเลือกชุมชนในครั้งต่อไป”

(I-25)

ในส่วนนี้นักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางมาเองและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเองของชุมชนบ้านบุไทรส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัวที่มาเยี่ยมชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ดังตัวอย่างนี้

“ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มายังชุมชนแห่งนี้ส่วนใหญ่จะมา เป็นครอบครัวในช่วงไฮซีซั่น เพื่อพักผ่อน สูดอากาศบริสุทธิ์ และสัมผัสกับลมหนาวบนภูเขาที่สวยงาม แต่ในช่วงโลซีซั่นจะเป็นนักท่องเที่ยวประเภทหมู่คณะ อยู่ในลักษณะองค์กรต่างๆ ที่จะเข้ามาพักผ่อนโฮมสเตย์และศึกษาดูงานตามศูนย์การเรียนรู้ที่ได้จัดเอาไว้ให้ กลุ่มละประมาณ 150-200 คน”

เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางมีนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) นักเดินทางกลุ่ม MI ที่จะเข้ามาเพื่อศึกษาเรียนรู้ในชุมชน เดินทางมากับหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น 2) นักท่องเที่ยวที่ติดต่อชุมชนมาก่อน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางผ่านการจองที่พัก กิจกรรมท่องเที่ยว ศูนย์เรียนรู้ และ 3) นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง คือ นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีการติดต่อเพื่อสอบถามรายละเอียดด้านกิจกรรมท่องเที่ยวจากชุมชนก่อน แต่เดินทางมาด้วยตนเอง ส่วนมากจะเป็นนักท่องเที่ยววัยรุ่นในละแวกใกล้เคียง โดยนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม จะมีส่วนในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและสร้างผลกระทบให้แก่ชุมชนที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์หรือกลุ่มผู้ประชุมสัมมนาที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะจากสถาบันทางการเงิน เนื่องจากเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรของสถาบันทางการเงิน แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะยังมีจำนวนน้อยอยู่มาก ส่วนใหญ่จะเดินทางมาในฤดูหนาว โดยนักเดินทางกลุ่มไมซ์นี้จะมีกำลังซื้อสูง เป็น

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มักจะอุดหนุนสินค้าชุมชนเป็นจำนวนมาก แต่สถานที่ที่จะต้องมีความสอดคล้องกับรูปแบบงานของกลุ่มตัวแทนองค์กรและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นที่พัก สถานที่ประชุม และสถานที่ท่องเที่ยวหลังประชุม จะต้องมีความเหมาะสมกับราคา โดยส่วนมากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางไปยังชุมชนบ้านผาผึ้ง เพื่อศึกษาดูงานและงานจัดประชุม โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีลักษณะการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึก ไม่สร้างความเดือดร้อนหรือผลกระทบด้านลบต่างๆ ให้กับชุมชน แต่จะสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมากมาย ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะมาเยี่ยมชมทรัพยากรธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ชุมชน และพักในชุมชนด้วย และสำหรับนักท่องเที่ยวที่ติดต่อชุมชนมาก่อนก็เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้และมีความรับผิดชอบต่อชุมชน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะได้ทราบถึงรายการของกิจกรรมท่องเที่ยวและศูนย์เรียนรู้ของชุมชนก่อน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมท่องเที่ยว หรือศูนย์เรียนรู้ได้ เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังได้รับการบอกกล่าวถึงข้อห้ามและข้อควรทำเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อชุมชนอีกด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่สร้างผลกระทบด้านลบให้แก่ชุมชน

“ชุมชนบ้านผาผึ้ง มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาประชุมสัมมนา แล้วก็นักท่องเที่ยวที่ติดตามเพจชุมชน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาสร้างรายได้ให้กับชุมชนจริงๆ (...) หากต้องการเข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะโทรมาก่อน เพื่อขอมาศึกษาดูงานตามฐานเรียนรู้ต่างๆ ซึ่งตรงนี้จะป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นหลัก นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็ยังมีอุดหนุนซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนอีกด้วย หลังจากเสร็จสิ้นแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงจะเดินทางท่องเที่ยว เยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน โดยใช้รูดรางของชุมชน”

(I-16)

“ผมไปกางเต็นท์ที่เขาช่องเรือตาหมื่น ไปกัน 7 คน ชาวบ้านมานำทาง 3 คนครับ ผมรู้จักที่นี่เพราะตามมาจากเฟซบุ๊กในกลุ่ม ก็ลองเสิร์ชดู เอาจ่ายๆเลยนะ ชั่วโม่งนั้น ถ้าเจอที่ไหนที่ถูกต้องแล้วก็น่าสนใจ ก็อยากจะจองที่พักเดี๋ยวนั้นเลย แต่ถ้าติดต่อไปแล้วไม่มีคนตอบสักที มันก็ทำให้ความอยากเที่ยวของเราลดลงไปเยอะเลย บางทีอาจหาที่อื่นเที่ยวไปเลย แล้วที่ไปบ้านมุงนะ ผมก็ติดต่อไปที่เพจคนรักเนินมะปราง คำตอบไวมากนะ พอผมได้รู้รายละเอียดต่างๆ ผมก็ตัดสินใจจองที่พักทันทีเลย ผมจ่ายให้ชุมชนไป 1,600 บาทครับ คຸ້ມมาก”

(I-31)

“มาเที่ยวที่บ้านมุงกับบ้านผารังหมี เพราะว่าพี่รู้ว่าเค้าได้รับรางวัลเยอะแยะเลย พี่เข้าไป
เห็นในเพจบ้านผารังหมีน่าอยู่เิงคะ เห็นบ้านเมืองเค้าสะอาดสะอาด สีน้คำก็เยอะ พี่มาเที่ยว
นี่ก็ได้ของฝากกลับบ้านเต็มไปหมดเลย ทั้งผ้าไหม ผ้าขาวม้า ข้าวสาร เยอะแยะเลยคะ ซื้อม
บั้งสนุกเลย พอออกจากบ้านผารังหมีพี่ก็มาบ้านมุงคะ บ้านนี้เค้าก็ขึ้นชื่อเิงคะ เห็นว่าได้
รางวัลกินรี แล้วก็เห็นจังหวัดเค้าส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ตลอดเลย พี่อ่านข่าวเจอคะ พี่ก็ชวน
สามีกับลูกมาเลย ไม่ผิดหวังจริงๆคะ บ้านเ้าน่าอยู่ น่าเที่ยว น่าอุดหนุนสินค้าน้ามากคะ
เพราะว่าสินค้าน้าเิงสวย แพคเกจก็สวย เอาไปเป็นของฝากก็เหมาะเลยคะ”

(I-36)

ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็น
กลุ่มโดยใช้จักรยานยนต์เป็นพาหนะ จะส่งเสียงดังรบกวนชาวบ้านในชุมชนเป็นประจำ และมักจะ
สร้างขยะในแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่รับผิดชอบ อีกทั้งไม่อุดหนุนสินค้าในชุมชนด้วย ดังตัวอย่างนี้

“ผมมาเที่ยวกับเพื่อนๆหลายคนเลยครั้บ มาจากหมู่บ้านแถวนี้แหละครั้บ ทุกครั้บถ้ามาก็
จะแวะซื้อขนมที่เซเว่น แล้วก็ไปที่น้ำตกขุนห้วยเทิน ไปนั่งเล่นกันสักพัก็กลับบ้านครั้บ ไม่
ค่อยได้ซื้อของในชุมชนหรือครั้บเพราะว่าเตรียมเงินมาไม่พอ จะเตรียมมาแค่ค่าน้ำมันรถกับ
ค่าขนมนิดๆหน่อยๆแค่นั้น”

(I-29)

“ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม คือการส่งเสียงรบกวนของกลุ่มวัยรุ่น ที่เดินทางเข้ามาเิง
แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน แต่ไม่ได้สร้างรายได้ใดๆ มีเพียงการนำขยะมาจากนอกชุมชนและทิ้ง
ไว้โดยไม่นำกลับไปด้วย สร้างปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมให้ชุมชนด้วย”

(I-15)

หากกล่าวโดยสรุป กลุ่มนักท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มคนที่มาใช้บริการจากการดำเนินงานด้าน
M-I-T เพื่อชุมชน โดยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มย่อย อันได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวองค์กร และกลุ่ม
นักท่องเที่ยวทั่วไป โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวองค์กรจะไม่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง ซึ่งต่างจาก
กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง แต่นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มจะเป็นกลุ่มคน
ที่มาใช้บริการ และเป็นกลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ทั้งด้าน
บวกและด้านลบเช่นกัน

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชื่อมโยง (Connector)

เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างฝั่งอุปทาน ซึ่งหมายถึงเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนด้านงบประมาณและการร่วมพัฒนาด้านต่างๆ ให้แก่ชุมชนอยู่เสมอ พร้อมทั้งเป็นองค์กรที่อยู่ในฝั่งอุปสงค์ด้วย นั่นหมายถึงเป็นหนึ่งในนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มาใช้บริการการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยเช่นกัน โดยสำหรับเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนั้นพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว M-I ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ของสถาบันทางการเงิน ที่จะเข้ามาศึกษาดูงานและเข้าประชุมสัมมนาในชุมชน ซึ่งเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรให้กับผู้เข้าร่วมโครงการที่สถาบันทางการเงินจัดทำ โดยจะมีการจัดโครงการทุกๆเดือน เดือนละ 4 ครั้ง ซึ่งจะมีผู้เข้าร่วมโครงการประมาณ 100 คน ถือเป็นโครงการระยะยาวที่สร้างรายได้และโอกาสให้กับชุมชนเป็นอย่างมากทีเดียว ดังตัวอย่างนี้

“ชุมชนบ้านผาวังหมี่ไม่ได้พัฒนามาจากการท่องเที่ยว แต่เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่พัฒนามาจากศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของ สถาบันทางการเงิน โดยจะมีการจัดการศึกษาเรียนรู้ เดือนละ 4 ครั้ง ครั้งละ 100 คน”

(IP-27)

“หน่วยงานหลักๆที่มีส่วนในการสนับสนุนชุมชนก็คือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ช่วยสนับสนุนในด้านงบประมาณบางส่วนและด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บุคลากร และความรู้ด้านต่างๆ”

(IP-16)

ซึ่งจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ที่ผ่านมาทำให้สามารถสรุปและเปรียบเทียบในด้านของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม และสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 6 สรุปและเปรียบเทียบในด้านของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ชุมชนบ้านบุโพธิ์	เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว
1. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผู้ลงทุน	ผู้ดำเนินงาน และชาวบ้านในชุมชน	
1.1.1.1 ผู้นำ	เป็นผู้ที่มีเพียงคนเดียว ซึ่งจะผลักดันเป็นผู้นำให้ชุมชนเกิดความพัฒนา หรือเรียกว่าเป็นผู้นำที่ทำหน้าที่เอง ซึ่งหากใครจะดำเนินการเรื่องใดๆจะต้องขอคำแนะนำจากผู้นำท่านนี้แทบทุกครั้ง	เป็นผู้ที่มีมาจากหลากหลายอาชีพ โดยมีลักษณะทำงานกันเป็นเครือข่ายผู้นำ มีความสามารถและเชี่ยวชาญคนละด้าน ซึ่งลักษณะของการทำงานของผู้นำคือผู้ทำให้นั่นเอง
1.1.1.2 ผู้ดำเนินงาน ประกอบไปด้วย กลุ่มอนุรักษ์ และกลุ่มผู้ผลิต	กลุ่มอนุรักษ์ และกลุ่มผู้ผลิต	
1) กลุ่มอนุรักษ์	มีชื่อว่า กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านในชุมชนที่มีความต้องการร่วมการป้องกันการป้องกันทรัพยากรธรรมชาติ และภารกิจด้านดูแลทรัพยากรต้นน้ำและสัตว์ป่า มุ่งเน้นในด้านความปลอดภัยแบบผสมผสานแทนการปลูกพืชเชิงเดียว	มีชื่อว่า เครือข่ายเยาวชนคนต้นน้ำ โดยกลุ่มนี้จะมุ่งเน้นในเรื่องของการรักษาความสะอาดในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและต่อต้านการสร้างเขื่อน ถือว่าเป็นเครือข่ายที่เกิดมาจากฐานรากของชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการดำเนินงานอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความเข้มแข็งและความรักต่อทรัพยากรในชุมชนตนเอง
2) กลุ่มโฮมสเตย์	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านบุโพธิ์โฮมสเตย์ มีการดำเนินงานจัดสรรคิวโดยส่วนกลางเท่านั้น การจัดสรรงบประมาณซึ่งเกิดความยุติธรรม เท่าเทียมและทั่วถึง แต่ก็ทำให้เกิดการแข่งขันในระดับต่ำ ซึ่งส่งผลให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาบ้านพักเพื่อให้เกิดข้อเปรียบเทียบน้อยอีกด้วย	ดำเนินการโดยเจ้าบ้านเอง โดยเจ้าบ้านสามารถรับนักท่องเที่ยวได้เองโดยไม่ต้องผ่านส่วนกลาง แต่ก็จะมีส่วนกลางที่จะทำหน้าที่รับลูกค้าให้ด้วย โดยหากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาประมาณครึ่งส่วนกลาง ก็จะมีการจัดสรรคิวให้อย่างทั่วถึงเช่นกัน แต่โดยส่วนมากนักท่องเที่ยวจะติดต่อกับเจ้าบ้านเองมากกว่า จึงทำให้เกิดการแย่งชิงสูง เจ้าบ้านแต่ละรายจะทำการปรับปรุงและพัฒนาบ้านพักของตนเองให้มีความโดดเด่นและน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงเป้าหมายในระดับสูงอีกด้วย

ตาราง 6 สรุปและเปรียบเทียบในด้านของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม (ต่อ)

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ชุมชนบ้านปู่ไทร	เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักกินลมชมปราสาท
3) กลุ่มผู้ผลิต	<p>เป็นชุมชนที่มีความโดดเด่นด้านเกษตรกรรม กลุ่มผู้ผลิตนี้จะส่งวัตถุดิบทางการเกษตรให้นำไปให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย กลุ่มเกษตรกร กลุ่มเห็ด กลุ่มปลูกผักเมืองหนาวปลอดสารพิษ กลุ่มแปรรูปเห็ด กลุ่มปลูกดอกเบญจมาศ นอกจากนี้กลุ่มผู้ผลิตนี้ มีหน้าที่ในการเป็นศูนย์เรียนรู้ให้แก่การท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนอีกด้วย ซึ่งชุมชนจะมุ่งเน้นในการจัดวัตถุดิบจากชุมชนเพื่อลดการรั่วไหลของต้นทุนไปนอกชุมชน และสร้างรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นให้กับชาวบ้านในชุมชนด้วย</p>	<p>ชาวบ้านส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำให้มีผลผลิตทางการเกษตรมากกว่าสามารถนำมาเป็นวัตถุดิบให้กับการค้าเงินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เช่น การประกอบอาหาร การจัดทำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งจากการสังเกต สัมภาษณ์ และประชุมกลุ่ม ทำให้ทราบว่าวัตถุดิบของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักกินลมชมปราสาท ประกอบไปด้วย ตาก มวงเงาะพรบ้านลาด มวงเงาะหมาก ทำนาก ไร่ข้าวโพด ข้าวเหนียว และสมุนไพร โดยเครือข่ายแห่งนี้ในด้านการใช้วัตถุดิบจากในชุมชนอยู่แล้วด้วยเช่นกัน</p>
4) กลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชน	<p>กิจกรรมท่องเที่ยว เป็นชุมชนที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในด้านวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงเกษตรสร้างสรรค์ และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมไปถึงกิจกรรมในศูนย์เรียนรู้ อาหารและเครื่องดื่ม การประกอบอาหารมุ่งเน้นในการใช้วัตถุดิบที่หาได้จากในชุมชน ซึ่งอาหารที่ชุมชนนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวก็เป็นอาหารพื้นถิ่น ไม่ว่าจะเป็นอาหารจากเห็ด หน่อไม้ หรือผักชนิดต่างๆ เนื่องจากชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย นักท่องเที่ยวจึงมั่นใจในการรับประทานอาหารที่สะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี</p>	<p>กิจกรรมท่องเที่ยว เป็นชุมชนที่มุ่งเน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และสอดคล้องกับทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ด้วย เช่น ปีนเขาหินปูน กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ รวมไปถึงการนำเสนอบูชา วิวทิวทัศน์ ค้างคาว ปรยภาค และทรัพยากรท่องเที่ยวต่างๆ อาหารและเครื่องดื่ม รับประทานโดยชุมชนบ้านลาดของบุรีรัมย์ โดยชุมชนแห่งนี้มีความสามารถในการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงอาหารว่างสำหรับงานจัดประชุมและสัมมนา เนื่องจากชุมชนแห่งนี้มีการดำเนินงานด้านนี้โดยตรงมานาน เนื่องจากเป็นชุมชนที่ได้รับการพัฒนาด้านอาหารว่างและเครื่องดื่มจากสถาบันการศึกษา อันได้แก่ วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน วิทยาลัยพะเยา และวิทยาลัย</p>

ตาราง 6 สรุปและเปรียบเทียบในด้านของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม (ต่อ)

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ชุมชนบ้านบุโพธิ์	เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว
<p>4) กลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชน (ต่อ)</p>	<p>สถานที่จัดงาน ฝ่ายปฏิบัติการดูแลในเรื่องของการจัดสถานที่ ตั้งแต่สถานที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว สถานที่สำหรับจัดการประชุมสัมมนา สถานที่สำหรับบริการรับประทานอาหาร รวมไปถึงรับหน้าที่ในการให้บริการในกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเสิร์ฟอาหาร การอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมประชุม การอำนวยความสะดวกในกิจกรรมอื่น ๆ ของชุมชน อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการเก็บสถานที่และดูแลความสะอาดของบริเวณต่างๆที่ใช้ในการจัดกิจกรรมอีกด้วย โดยสถานที่จัดงานของชุมชนบ้านบุโพธิ์ หรือศูนย์ประชุมท่องเที่ยวชุมชน เกิดขึ้นจากกลุ่มท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบางส่วน อีกทั้งยังมีเงินคงไม่เพียงพอที่จะจัดประชุมที่ศูนย์ศึกษาภัณฑ์และใกล้ชิดกับธรรมชาติเป็นอย่างมาก</p> <p>ระบบขนส่ง จะมีบริการนำเที่ยวสำหรับเที่ยวชมและสัญจรเดินทางแก่นักท่องเที่ยว ในการจัดสรรรถนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยววน</p> <p>จะดำเนินการคล้ายคลึงกับการจัดสรรบ้านพักโฮมสเตย์ คือฝ่ายประชาสัมพันธ์และเลขานุการจะรับรายการจากนักท่องเที่ยว แล้วรายงานไปยังประธานกลุ่มและหัวหน้าฝ่ายนำเที่ยวเพื่อจัดสรรจำนวนรถนำเที่ยวตามลำดับ โดยรถนำเที่ยวของชุมชนมีทั้งหมด 12 คัน ประกอบไปด้วยรถกระบะ (สำหรับขึ้นเขาเพื่อส่องสัตว์) และรถอีแต๋น ส่วนรถพ่วงรถไถก็สามารถนำเข้ามาอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชมภายในชุมชนด้วยได้</p>	<p>สถานที่จัดงาน รับหน้าที่โดยชุมชนบ้านบุโพธิ์ โดยมีชุมชนแห่งใหม่เริ่มรับหน้าที่เป็นศูนย์เรียนรู้ทางการเกษตรให้กับสถาบันทางการเงิน จึงมีความคุ้นเคยและเชี่ยวชาญในการจัดการประชุมสัมมนา ประกอบกับมีการศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมจากชุมชนที่มีการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและการจัดการประชุมสัมมนา จึงทำให้ชุมชนแห่งนี้มีความสามารถอะอันโดดเด่นในการจัดงานประชุมสัมมนา โดยจะเป็นอุปการะต่างๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน อีกทั้งในอนาคตยังมีโครงการวางแผนที่จะคิดเครื่องปรับอากาศเพิ่มเติมเพื่อสร้างความสะอาดสบายให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมยิ่งขึ้น</p> <p>ระบบขนส่ง การบริหารจัดการจะอยู่ในลักษณะของการรับนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่นกันกับกลุ่มโฮมสเตย์ คือสามารถรับงานได้ด้วยตนเอง และมีส่วนกลางช่วยในการบริหารจัดการอีกด้วย โดยรถนำเที่ยวที่นำมาใช้ในการให้บริการจะออกเที่ยวที่ใจในวิถีชีวิตเกษตรกรรม โดยนำรถมาทดแทนสำหรับบริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชน อันได้แก่ รถอีแต๋น และรถรางนำเที่ยวที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ</p>

ตาราง 6 สรุปและเปรียบเทียบในด้านของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม (ต่อ)

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ชุมชนบ้านบุโพธิ์	เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักถิ่นมยะปราง
4) กลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชน (ต่อ)	การต้อนรับและเผยแพร่วัฒนธรรม ฝ่ายต้อนรับไปตั้งบ้านเรือนรับนักท่องเที่ยวที่หน้าทางเข้าหมู่บ้าน เพื่อสร้างความประทับใจและแสดงให้เห็นถึงความดีใจที่จะได้ให้การต้อนรับแก่นักท่องเที่ยว โดยชุมชนแห่งนี้จะไม่ค่อยมีวัฒนธรรมดั้งเดิม เนื่องจากเป็นชาวบ้านที่ย้ายถิ่นฐานมาจากจังหวัดอื่น แล้วมารวมตัวกัน ณ ชุมชนแห่งนี้ ดังนั้นการใช้ชีวิตก็จะเข้าไปตามยุคสมัย	การต้อนรับและเผยแพร่วัฒนธรรม ฝ่ายต้อนรับจะรับหน้าที่โดยชุมชนบ้านโคกซึ่งเป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมลาวโง้ง หรือไททรงดำ ถ้าหากมีงานประชุมหรือการต้อนรับนักท่องเที่ยว กลุ่มต้อนรับบ้านโคกจะเตรียมแต่งกายชุดไททรงดำเพื่อทำการต้อนรับและการบรรยายให้ผู้เข้าร่วมเพื่อโดยวัฒนธรรมไททรงดำนี้เกิดจากการสืบค้นวัฒนธรรมที่ถูกสืบเลือกจากชุมชนบ้านโคกไปแล้ว เพื่อให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง
1.1.3 ชาวบ้านในชุมชน	ชาวบ้านไม่ได้แสดงออกชัดเจนว่าเห็นด้วยหรือไม่กับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน แต่มีการแสดงออกด้านความคิดเห็น และข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ไม่ส่งผลกระทบต่อด้านลบแก่วิถีชีวิตชุมชนและชาวบ้านในชุมชน	มีชาวบ้านในชุมชนที่เห็นด้วยในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเป็นจำนวนมาก โดยชาวบ้านที่เห็นด้วยจะให้การสนับสนุนและรับรู้ว่าการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจะสามารถทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ อีกทั้งยังเห็นเหมือนเกราะป้องกันไม่ให้เกิดสิ่งที่ไม่ดีที่ชาวบ้านไม่ต้องการได้อีกด้วย
1.2 องค์กรภาครัฐ	ชุมชนบ้านบุโพธิ์จะมีองค์กรภาครัฐเข้ามาให้การสนับสนุนและพัฒนาจำนวนไม่มากนัก ทำให้การพัฒนาในด้านต่างๆยังไม่มีความก้าวหน้าเท่าที่ควร อย่างไรก็ดี การพัฒนาเพียงไม่กี่ด้านเท่านั้น	ทำดำเนินงานในลักษณะเครือข่าย หรือการรวมตัวกันของหลายชุมชน ดังเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักถิ่นมยะปราง ทำให้มีองค์กรภาครัฐจำนวนมากที่เข้ามาจับบทบาทและดำเนินงานร่วมกับชุมชนในลักษณะเครือข่าย โดยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในลักษณะก้าวกระโดด กล่าวคือได้รับรางวัลต่างๆมากมาย รวมไปถึงได้รับการพัฒนาในด้านต่างๆมากมายด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านสาธารณสุขไปจนถึงพื้นฐาน ด้านการท่องเที่ยว ด้านการเกษตร และอื่นๆ

ตาราง 6 สรุปและเปรียบเทียบในด้านของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม (ต่อ)

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ชุมชนบ้านปู่ไทร	เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว
1.2.1 ส่วนท้องถิ่น	องค์การบริหารส่วนตำบลไทรสามัคคี, เกษตรอำเภอวังน้ำเขียว	เทศบาลตำบลบ้านลุง, กรมพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง
1.2.2 ส่วนจังหวัด	กรมเกษตรและสหกรณ์	กรมการข้าว, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพิษณุโลก, การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพิษณุโลก, กรมการปกครอง, สภาอุตสาหกรรมจังหวัดพิษณุโลก
1.2.3 ส่วนภูมิภาค	-	อพพ.4 และสำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 สาขาพิษณุโลก
1.2.4 ส่วนนโยบายและแผน	ศูนย์ NCEC เป็นองค์กรส่วนกลางที่ทำหน้าที่ในการวางนโยบายและแนวทางการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน แต่ไม่ได้ตั้งขึ้นในการดำเนินงานกับชุมชนโดยตรง	-
1.3 องค์กรภาคการศึกษา	องค์กรภาคการศึกษาของชุมชนบ้านปู่ไทรมี 3 แห่ง ที่มีบทบาทในการสร้างอาชีพ ถือว่าเป็นองค์กรที่สำคัญเป็นอันดับต้นๆที่มีบทบาทในการพัฒนาและสร้างชุมชนบ้านปู่ไทรให้เป็นชุมชนด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อันได้แก่ กศน.ตำบลไทยสามัคคี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	องค์กรภาคการศึกษาของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าวมี 2 แห่ง ที่มีบทบาทในการสร้างอาชีพ ถือว่าเป็นองค์กรที่สำคัญเป็นอันดับต้นๆที่มีบทบาทในการพัฒนาและสร้างชุมชนแห่งนี้ให้เป็นชุมชนด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเช่นเดียวกัน อันได้แก่ มหาวิทยาลัยนเรศวร และกศน.อำเภอเนินมะปราง
1.4 องค์กรภาคเอกชน	เป็นองค์กรที่ให้ความช่วยเหลือด้านการดำเนินงาน M-I-T เพื่อชุมชน อีกทั้งยังเป็นเสมือนที่ปรึกษาให้แก่ชุมชนด้วย	เป็นองค์กรที่มีบทบาทมากสำหรับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าวเช่นกัน เป็นทั้งผู้สนับสนุนทางการเงินและสนับสนุนด้านความรู้ให้คำปรึกษาต่างๆด้วย
1.4.1 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ	ร้านอาหารครัวต้นไทร ร้านอาหารบ้านเลขที่ 5	กลุ่มสตรีตำบลไทรน้อย ผู้ประกอบการภายในชุมชน สมาคมท่องเที่ยวภาคเหนือ และกลุ่มการท่องเที่ยวเอกชน
1.4.2 สถาบันการเงิน	-	ธนาคารออมสิน

ตาราง 6 สรุปและเปรียบเทียบในด้านของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม (ต่อ)

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ชุมชนบ้านบุไทร	เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักถิ่นมะปราง
2. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝั่งอุปทาน	<p>ชุมชนบ้านบุไทรนั้นจะมีนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวองค์กรที่หลากหลาย ไม่เจาะจงว่าเป็นหน่วยงานหรือองค์กรใด แต่ก็มีลักษณะเป็นองค์กรที่ต้องการสถานที่ที่มีความแตกต่างจากห้องประชุมโดยทั่วไป ในส่วนของนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางมาเองและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเองของชุมชนบ้านบุไทรส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัวที่มาเยี่ยมชุมชนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ</p>	<p>เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักถิ่นมะปรางมีนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) นักเดินทางกลุ่ม MI ที่จะเข้ามาเพื่อศึกษาเรียนรู้ในชุมชนเดินทางมากับหน่วยงานต่างๆ เป็นต้น 2) นักท่องเที่ยวที่ติดต่อชุมชนมาก่อน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางมาการจองที่พัก กิจกรรมท่องเที่ยว ศูนย์เรียนรู้ และ 3) นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง คือ นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีการติดต่อเพื่อสอบถามรายละเอียดด้านกิจกรรมท่องเที่ยวจากชุมชนก่อน แต่เดินทางมาด้วยตนเอง</p>
3. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชื่อมโยง	-	<p>เป็นองค์กรที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างฝั่งอุปทาน ซึ่งหมายถึงเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนด้านงบประมาณและการร่วมพัฒนาต่างๆให้แก่ชุมชน พร้อมทั้งเป็นองค์กรที่อยู่ในฝั่ง<u>ส่ง</u>ไปด้วย นั่นหมายถึงเป็นหนึ่งในนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการค้าเงินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยเช่นกัน โดย กลุ่มนักท่องเที่ยว MI ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ของสถาบันทางการเงิน ที่จะเข้ามาศึกษาดูงานและเข้าประชุมสัมมนาในชุมชน ซึ่งเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรให้กับผู้เข้าร่วมโครงการที่สถาบันทางการเงินจัดทำ โดยจะมีการจัดโครงการทุกๆเดือน เดือนละ 4 ครั้ง ซึ่งจะมีผู้เข้าร่วมโครงการประมาณ 100 คน ถือว่าเป็นโครงการระยะยาวที่สร้างรายได้และโอกาสให้กับชุมชนเป็นอย่างมากทีเดียวจึงถือว่าเป็นองค์กรรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในทางโซ่คุณค่าครั้งนี้แน่นอน</p>

ตอนที่ 2 บทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ต่างก็มีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกัน ในการเพิ่มคุณค่าให้แก่โซ่คุณค่า โดยจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าบทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนแบ่งออกเป็น 8 บทบาท ประกอบไปด้วย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น การบริหารจัดการ M-I-T เพื่อชุมชน การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มพูนสมรรถนะ การกำหนดนโยบาย สนับสนุนการพัฒนา การประเมินผลการดำเนินงาน และบทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์ ซึ่งพื้นที่ศึกษาทั้ง 2 แห่ง มีรายละเอียดของบทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนดังต่อไปนี้



ตาราง 7 บทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ที่ประสบความสำเร็จจาก case study

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บทบาทด้านการอนุรักษ์		การบริหารจัดการ M-I-T เพื่อชุมชน		การสนับสนุนงบประมาณแหล่งท่องเที่ยว		การกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนา		บทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์	
	บุไทร	เป็นมะพร้าว	บุไทร	เป็นมะพร้าว	บุไทร	เป็นมะพร้าว	บุไทร	เป็นมะพร้าว	บุไทร	เป็นมะพร้าว
กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓
องค์กรภาครัฐ		✓			✓	✓	✓			
องค์กรภาคเอกชน					✓	✓				
องค์กรภาคการศึกษา					✓	✓				
ชาวบ้านในชุมชน		✓								
นักท่องเที่ยว		✓							✓	✓
กลุ่มเชื่อมโยง										✓

ที่มา: ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้

1.บทบาทด้านการอนุรักษ์ ประกอบไปด้วย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการดูแล รักษา และปรับปรุงทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้คงอยู่และไม่ถูกทำลาย รวมไปถึงการปกป้องให้ได้รับผลกระทบด้านลบจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนน้อยที่สุด โดยองค์ประกอบหลักที่มีหน้าที่ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่

กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นด้านเป็นแกนหลักในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติผ่านกิจกรรมต่างๆ หรือเป็นการสร้างความตระหนัก เพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนและนักท่องเที่ยวรู้คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและร่วมรักษาไม่ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย ดังตัวอย่างนี้

“กิจกรรมปลูกป่า โดยชาวบ้านและนักท่องเที่ยวจะมีการจัดกิจกรรมปลูกป่าร่วมกันทุกปี เป็นการปลูกต้นไม้ต้นใหม่เพื่อทดแทนต้นเก่าที่ได้ล้มตายหรือถูกทำลายไป เพื่อเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ให้คงอยู่สืบไป (...) กิจกรรมบวชป่า โดยเป็นการนิมนต์พระไปทำพิธีบวชน้ำป่าไปมัดต้นไม้ เป็นกุศโลบายที่ทำให้ชาวบ้านเกรงกลัว ไม่กล้าตัดต้นไม้ทำลายป่า ซึ่งหลังจากมีกิจกรรมบวชป่าก็ไม่มีไฟไหม้มานานหลายปี (...) ภารกิจการกันไฟป่า การปลูกป่า เขาสลักได ปลูกป่าเขาวง ปลูกป่าเขาแคบ ปลูกป่าเขามูลหลง และภารกิจการดูแลทรัพยากรต้นไม้และสัตว์ป่า”

(IK-1)

“เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนี้เกิดมาจากฐานรากของชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการดำเนินงานอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความเข้มแข็งและความรักต่อทรัพยากรในชุมชนตนเอง ซึ่งหากมีผู้ที่จะมาทำลายทรัพยากรของชุมชนก็จะมีความต่อต้านและไม่เห็นด้วย หรือไม่ยอมให้ใครมาทำลายทรัพยากรของชุมชนตนเองอย่างเด็ดขาด”

(IP-18)

“ภารกิจต่างๆเหล่านี้ส่งผลให้กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูลนี้เป็นกลุ่มชุมชนที่มีความเข้มแข็งและมีชื่อเสียง ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนยังคงอุดมสมบูรณ์อยู่ และนักท่องเที่ยวที่มาที่ชื่นชอบและเรียกหมู่บ้านของเราว่าแหล่งโอโซนของประเทศไทยกันเลยทีเดียว”

(IK-1)

ชาวบ้านในชุมชน ก็มีส่วนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยมุ่งเน้นในด้านการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้แก่ชาวบ้านในชุมชนและเยาวชน จนทำให้ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดี ในฐานะชุมชนที่มีฐานรากที่มีความเข้มแข็งด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และทำให้มีนักท่องเที่ยวชื่นชอบและนิยมเดินทางมาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง

“เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนี้เกิดมาจากฐานรากของชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการดำเนินงานอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความเข้มแข็งและความรักต่อทรัพยากรในชุมชนตนเอง ซึ่งหากมีผู้ที่จะมาทำลายทรัพยากรของชุมชนก็จะมีความต่อต้านและไม่เห็นด้วย หรือไม่ยอมให้ใครมาทำลายทรัพยากรของชุมชนตนเองอย่างเด็ดขาด จะทำให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวชุมชน”

(IP-18)

“การทำงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อปกป้องทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ไม่ต้องการให้นำพื้นที่ป่าไปทำเป็นเขื่อน ชาวบ้านเชื่อว่าหากทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชน ก็จะไม่ถูกนำไปสร้างประโยชน์ด้านอื่นที่ไม่เป็นผลดีต่อชาวบ้านในชุมชน ชาวบ้านไม่ต้องการเขื่อน”

(IP-19)

นักท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวนั้นถึงแม้ว่าจะมีระยะเวลาในชุมชนไม่นานแต่ก็มีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการรับรู้ถึงความรักและห่วงแหนในทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าทรัพยากรท่องเที่ยวเหล่านั้นเป็นสมบัติที่มีคุณค่า ที่ตนก็เป็นผู้หนึ่งที่ต้องให้การปกป้องและรักษาให้คงอยู่สืบไปโดยไม่มีสิ่งใดมาทำลายหรือรบกวนได้ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ถึงความรักต่อทรัพยากรธรรมชาติของชาวบ้านในชุมชน จากการแสดงออกของชาวบ้านในชุมชนทั้ง

ในทางตรงและทางอ้อม จนทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้รู้สึกว่าเขาต้องเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาทรัพยากรเหล่านั้นให้คงอยู่ ไม่ถูกรบกวนด้วยเช่นกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“ที่บ้านชมพูเค้ามียุทธยาธรรมชาติที่สมบูรณ์มากๆ มีถ้ำที่ยาวที่สุดในประเทศด้วยนะ ช้างในถ้ำก็มีปลาตาบอดที่หาไม่ได้ทั่วไปนะ ชาวบ้านเค้ารักและหวงแหนของเค้ามามากๆนะ แต่ได้ยินข่าวว่าจะมีคนมาสร้างเขื่อน ชาวบ้านเค้าก็ไม่ยอมสิ เพราะว่ามันจะทำให้ทรัพยากรเหล่านี้ถูกทำลายไป พี่ก็หวงนะ เพราะว่าพี่มาที่ไร่พี่ก็ไปเข้าถ้ำทุกครั้ง ไปดูดอกคิลาวารี ไปเที่ยวน้ำตก พี่ก็จะไม่ยอมให้เค้ามามาทำเขื่อนเหมือนกัน พี่เลยช่วยชาวบ้านประชาสัมพันธ์ไปเรื่อยๆเลย ชวนเพื่อนชวนคนรู้จักมาเที่ยวเรื่อยๆ พี่เชื่อว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเกราะป้องกันสิ่งที่จะมาทำลายยุทธยาธรรมชาติของชุมชนได้ อยากเก็บยุทธยาธรรมชาติที่สวยงามพวกนี้ไว้ให้ลูกให้หลานเราได้ดูด้วย”

(IP-41)

1.2 การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการร่วมมือร่วมใจกันดำเนินกิจกรรมทุกอย่างที่ไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และร่วมกันส่งเสริมและถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่ผู้อื่นผ่านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ถือเป็นการทำงานบำรุงและอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไปอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการผนวกเอาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นกับกิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยวอื่นๆ อีกด้วย นอกจากนี้ยังหมายถึงรวมถึง การร่วมกันสืบค้นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ถูกกลืนเลือนไปแล้ว ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง ท่ามกลางคนรุ่นหลังที่พร้อมจะสืบทอด และจัดเก็บวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี หรือประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นไว้ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของหนังสือ จดหมายเหตุ แผ่นพับ หรือรูปแบบอื่นๆ ที่ง่ายต่อการศึกษาเรียนรู้ และสืบค้นต่อไปในอนาคต อีกทั้งยังหมายถึงการสืบทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นไปยังคนรุ่นหลัง ทั้งคนในท้องถิ่นและคนจากภายนอกท้องถิ่น เพื่อไม่ให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นสูญหายไป

จากการศึกษาพบว่า **กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน** เป็นกลุ่มที่มีบทบาทหลักในการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นมากที่สุด โดยจะมุ่งเน้นในด้านการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากชุมชนต้องการให้เกิดความยั่งยืน ไม่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเองไปตามกาลเวลาหรือตามยุคสมัยจนสูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชน ดังเช่นชุมชนท่องเที่ยว

อื่นๆ จึงได้เกิดการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้น เพื่อให้วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนยังคงอยู่สืบไป ทำให้ชุมชนมีความมั่งคั่งน่าสนใจ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในชุมชนมากยิ่งขึ้น และยังทำให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเหล่านั้นไม่เลือนหายไป ดังตัวอย่างนี้

“ตัวอย่างของการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงคานยุคแรกๆ นักพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นคนในพื้นที่ และได้มีการทำสัญญาร่วมกับคนในชุมชนว่าไม่ให้มีการขายบ้านหรือปรับปรุงบ้านให้เปลี่ยนแปลงไปจากอัตลักษณ์เดิมๆ 10 ปี ก็เกิดการท่องเที่ยวจนมีชื่อเสียง พอครบ 10 ปี ชาวบ้านในชุมชนก็ขายบ้าน เนื่องจากนายทุนมีกำลังซื้อสูงและต้องการเข้าไปหาผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทำให้เชียงคานเปลี่ยนแปลงไปจนสูญเสียอัตลักษณ์และเสน่ห์ชุมชนไปมาก ชาวบ้านเนินมะปรางจึงเกรงว่าหากมีผู้ประกอบการภายนอกเข้ามาจำนวนมาก และไม่มีการพูดคุยหรืออยู่ร่วมกันกับชุมชน จะเกิดเหตุการณ์ซ้ำรอยเชียงคานได้”

(FP-2)

“ส่วนใหญ่ที่มาก็มาเล่นน้ำตก แล้วก็ถ่ายรูปตามภูเขา แล้วก็ไปกินข้าวในชุมชนนั้นแหละ บรรยากาศดีมากเลยนะ แต่ต้องมาช่วงเช้าๆ หรือเย็นๆ นะ ไม่งั้นร้อนมากเลย ชาวบ้านก็เป็นกันเอง ไปเที่ยวที่ไรก็ประทับใจทุกครั้ง ไปนั่งรถอีแต๊กเที่ยวนะ ลูกชอบมากๆ กระจดีกระจดีสุดๆเลย พलयทำให้เรามีความสุขไปด้วย”

(IP-33)

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้มีการนำเอาวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของชุมชนแต่ดั้งเดิม มาผสมผสานกับสิ่งต่างๆ เช่น ที่พักของชุมชน หรืออาหารพื้นถิ่น โดยชุมชนบ้านบุไทร มีการแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ใหม่ๆ ที่แตกต่างจากถิ่นที่อยู่ของตนเอง โดยชุมชนบ้านบุไทรได้มีการดึงความโดดเด่นของอากาศและบรรยากาศที่ดีของชุมชน โดยให้นักท่องเที่ยวนอนกางมุ้งไม่ติดเครื่องปรับอากาศ เนื่องจากชุมชนแห่งนี้ในตอนกลางคืนจะมีอากาศหนาวเย็นเกือบทั้งปี ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาก็ประทับใจกันเป็นอย่างมาก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“นักท่องเที่ยวที่มาก็จะขึ้นชอบบรรยากาศเงียบสงบ และอากาศบริสุทธิ์ เนื่องจากเวลานักท่องเที่ยวมาพักที่บ้าน จะคอยปลุกกันให้ตื่นเช้าเพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ เพราะหากกลับไปที่บ้านก็จะเจอแต่อากาศเสีย ควันพิชตามโรงงาน”

(IK-3)

ส่วนเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางก็ได้มีการนำเอาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมไปถึงเรื่องเล่า ผสมผสานลงไปในวัฒนธรรมอาหารของชุมชนด้วย เพื่อเป็นการถ่ายทอดและสืบสานวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่สืบไป อีกทั้งยังสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย โดยชุมชนมีจุดมุ่งหมายในการให้บริการอาหารที่มีอัตลักษณ์ แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเดิมแท้ดังตัวอย่างนี้

“มีความเชื่อว่าการรับประทานอาหารที่ทำจากดาวจะสร้างความสามัคคีให้แก่ผู้ที่ได้รับประทาน เนื่องจากการตัดดาวจะต้องอาศัยการร่วมมือกันเพื่อเดินทางขึ้นไปบนภูเขาไปตัดดาวมาทำอาหาร อาหารที่ทำมาจากดาวจึงมักใช้ในงานมงคล ไม่ว่าจะเป็นการบวชพระ ขึ้นบ้านใหม่ ทำบุญหมู่บ้าน หรืออื่นๆ ที่เป็นงานมงคล แต่จะไม่นิยมใช้ในงานแต่งงาน เนื่องจากเชื่อว่าดาวจะทำให้เกิดอาการคัน คู่บ่าวสาวจะคันและอยู่กันไม่ยัดนั้นเอง ห่อหมกดาวจึงกลายเป็นเมนูที่นักท่องเที่ยวมักถามหา เพื่อได้ลิ้มลองรสชาติและหวังว่าจะเกิดเรื่องดีๆ ขึ้นกับตนเองและครอบครัวจากความเชื่อเรื่องดาวของชาวบ้านในชุมชนด้วย”

(IP-13)

กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนยังมีการให้ความสำคัญแก่การต้อนรับผู้มาเยือนด้วยวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยได้มีการนำเอาวิถีชีวิต วัฒนธรรมและความเชื่อ เข้ามาผสมผสานกับกิจกรรมต้อนรับของชุมชน โดยมีการประกอบพิธีพราหมณ์เพื่อเรียกขวัญนักท่องเที่ยว ผู้ที่พลัดบ้านพลัดถิ่นของตัวเองมา ให้ขวัญมาอยู่กับเนื้อกับตัว ให้ไม่มีความเกรงกลัวภัยอันตราย ให้มีความสุขและปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน อีกทั้งจะมอบหมายให้กลุ่มต้อนรับไปต้อนรับที่หน้าหมู่บ้าน เนื่องจากเกรงว่านักท่องเที่ยวจะหลงทางและมีความลำบากในการหาจุดนัดหมาย จึงทำแบบนี้เรื่อยมา จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและจดจำได้ตลอดมา ดังตัวอย่างดังต่อไปนี้

“สิ่งที่พีจีทำได้ไม่ลืม เพราะรู้สึกประทับใจมากๆ ก็คือที่บ้านบุไทรจะมีป้ายบอกทางน้อยมากๆ แล้วพีจีพานักศึกษาไปเป็นรถบัสเลยนะ เราก็กลัวว่าจะไปไม่ถูก แล้วก็กลัวรถบัสเข้าไม่ได้ เพราะเป็นครั้งแรกที่ไป แต่ยังไม่ทันได้มองหาป้ายบอกทางเลย ก็มองเห็นกลุ่มแม่ๆเค้า แต่งตัวสวยเลยนะ มาฮีนกันเต็มไปหมด ตรงป้ายทางเข้าหมู่บ้านนะ ติดถนนใหญ่เลย เห็นที่

แรกนี้ น้ำตาจะไหลเลย เรา รู้สึกว่าอบอุ่นนะ รู้สึกเหมือนเค้าเป็นญาติผู้ใหญ่ที่มารอลูกหลาน กลับบ้าน ประทับใจจริงๆค่ะ”

(IK-32)

รวมไปถึงการสอดแทรกวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเดิมแท้ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือทำผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยฝีมือของนักท่องเที่ยวเอง และสามารถนำผลิตภัณฑ์นั้นๆกลับไปเป็นของที่ระลึก เพื่อให้นักท่องเที่ยวถึงสถานที่แห่งนี้ทุกครั้งที่ได้เห็นผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้น สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบุไทรนั้น ชุมชนจะมีการสอดแทรกวิถีชีวิตวัฒนธรรมดั้งเดิมให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ เช่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือประกอบอาหารด้วยตนเอง ซึ่งอาหารที่ชุมชนนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวก็เป็นอาหารพื้นถิ่น ไม่ว่าจะเป็นอาหารจากเห็ด หน่อไม้ หรือผักชนิดต่างๆ เนื่องจากชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย เวลาทำกับข้าวก็จะใช้เตาไฟโบราณเพื่อสร้างบรรยากาศให้นักท่องเที่ยวได้หวนกลับไปในอดีตนักท่องเที่ยวจึงมั่นใจในการรับประทานอาหารที่สะอาดและปลอดภัยจากสารเคมี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“กิจกรรมที่พี่ชื่นชอบมากที่สุดก็คือ การทำลูกประคบสมุนไพร ที่บ้านบุไทร เพราะว่าพี่ชอบนวดอยู่แล้ว แล้วเวลาพี่ไปร้านนวด พี่ก็จะให้หมอนวดเค้าเอาลูกประคบมาตั้งหลังให้ตลอด ทีนี้พี่ก็อยากได้ไปไว้ที่บ้านนะ แต่พอหาซื้อตามตลาดแล้วมันไม่หอมอะ เหมือนเค้าเอาอะไรมาทำไม่รู้ แต่ทีนี้นั่นพี่ไปเที่ยวบ้านบุไทร พี่ได้ไปเรียนรู้วิธีทำลูกประคบสมุนไพร เค้าเอาสมุนไพรมาจากในสวนเลยนะ ตัดสดๆเลย พอทำมาแล้วมันหอมถูกใจมากๆ พี่ก็จำไปทำที่บ้านเองเลย”

(IK-34)

“นอกจากนั้นยังมีข้าวแดกงา หรือการนำข้าวเหนียวแช่น้ำมาตำจนกลายเป็นแป้งร่วมกับงาดำและเกลือ เวลารับประทานนิยมจิ้มกับนมข้นหวานหรือน้ำตาล โดยนักท่องเที่ยวจะได้ร่วมทำข้าวแดกงากับชาวบ้านในชุมชน และได้ลองชิมข้าวแดกงาซึ่งเป็นอาหารพื้นถิ่นที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก”

(IP-13)”

อีกทั้งผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนยังได้มีการนำเอายานพาหนะที่ใช้ในชีวิตประจำวัน หรือใช้ในการประกอบอาชีพ มาดัดแปลงให้เป็นยานพาหนะสำหรับนำเที่ยวและบริการนักท่องเที่ยวให้แก่ผู้มาเยือน ไม่ว่าจะเป็นรถอีแต่น หรือชาวบ้านเรียกว่ารถอีแต๊ก รถพ่วงรถไถ หรือรถรางที่ดัดแปลงให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ล้วนเป็นยานพาหนะที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของคนในชุมชน ว่าการเดินทางของชาวบ้านในชุมชนมีลักษณะอย่างไร ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถซึมซับและเรียนรู้ประสบการณ์ของวิถีชีวิตเหล่านี้จากชุมชนได้เป็นอย่างดีทีเดียว ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“หนูชอบนั่งรถอีแต๊กมากๆเลยคะ เพราะว่าที่บ้านไม่มีรถแบบนี้เลย มันเหมือนได้เรียนรู้ว่าชาวบ้านเค้าใช้ชีวิตแบบไหน ใช้รถแบบไหนไปไร่ไปนา ได้เป็นตอนเค้าสตาร์ทเครื่องแล้วตื่นตื่นมากๆคะ เหมือนมันยากมาก ต้องแข็งแรงมากๆถึงจะทำได้ หนูลองขอลุงเค้าสตาร์ทเครื่องด้วยนะคะ แต่หมุนไม่ไปเลย เป็นสิ่งที่ทำให้รู้สึกสนุกได้ชะอย่างนั้นคะ”

(IP-33)

“ปกติรถอีแต่นจะใช้สำหรับการเกษตร แต่หากช่วงไหนมีนักท่องเที่ยวจอร์รถนำเที่ยวมาก็ต้องมีการทำความสะอาดอย่างดี พร้อมปูเสื่อเพื่อพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว”

(IP-8)

และในส่วนของวัฒนธรรมที่ได้เลือนหายไป ก็ได้มีกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้ร่วมกัน สืบค้นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ถูกสืบทอดไปแล้ว ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้งท่ามกลางคนรุ่นหลังที่พร้อมจะสืบทอด และจัดเก็บวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี หรือประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นไว้ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของหนังสือ จดหมายเหตุ แผ่นพับ หรือรูปแบบอื่นๆ ที่ง่ายต่อการศึกษา เรียนรู้ และสืบค้นต่อไปในอนาคต อีกทั้งยังหมายถึงการสืบทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นไปยังคนรุ่นหลัง ทั้งคนในท้องถิ่นและคนจากภายนอกท้องถิ่น เพื่อไม่ให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นสูญหายไป ดังตัวอย่างนี้

“ในบางชุมชนพยายามสืบค้นจุดเด่นด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเองขึ้นมา เพื่อเป็นอีกหนึ่งสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและเป็นการสืบสานวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนตนเองให้คงอยู่สืบไป เช่น บ้านโคก ได้สืบค้นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านในชุมชนในอดีตว่าเป็นมาอย่างไร จนได้มีการพูดคุยกับคนเฒ่าคนแก่ภายในชุมชน ว่าแต่ละท่านมีการ

แสดงหรือศิลปะใดๆติดตัวมาบ้าง จนได้พบว่ามีกลุ่มชาวไทยทรงดำ หรือลาวโซ่ง ซึ่งท่านได้อพยพย้ายถิ่นฐานมาจากโรงวัว จังหวัดพิจิตร”

(FP-1)

“ชุมชนยังไม่มี การนำประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าต่างๆมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว แต่ก็มีการวางแผนว่าจะทำการรวบรวมเรื่องราวและประวัติศาสตร์ต่างๆ เพื่อทำเป็นหนังสือ และผนวกเข้ากับการท่องเที่ยวชุมชนด้วยในอนาคต เป็นการตามรอยเรื่องเล่า เพื่อไปยังสถานที่จริงในชุมชน”

(FP-2)

องค์กรภาครัฐ จะมุ่งเน้นในการผลักดันและสนับสนุนให้ชุมชนได้มีการค้นหาและสืบค้นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชน ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้มีการสืบสานต่อไป ดังตัวอย่างนี้

“โครงการ OTOP นวัตกรรมวิถี ถือเป็นโครงการที่จุดประกายความเป็นชุมชนท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทำให้แต่ละชุมชนตื่นตัวและได้กลับไปสืบค้นประวัติ ความเป็นมา ทรัพยากรต่างๆ หรือวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเองว่าเป็นอย่างไร และมีความน่าสนใจเพียงใด”

(FP-1)

กล่าวโดยสรุป กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และองค์กรภาครัฐ เป็นกลุ่มที่มีบทบาทในการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการนำวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผสมผสานกับกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้เกิดอัตลักษณ์และการสืบสานวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป และยังเป็น การสร้างประสบการณ์ใหม่ๆให้แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

2. ด้านการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิผลมากที่สุด ซึ่งกลุ่มที่มีบทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน คือ**กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน** และ **องค์กรภาครัฐ** โดยจะแบ่งออกเป็นหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

2.1 การบริหารจัดการรายได้ คือ การจัดสรรรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้สามารถสร้างผลประโยชน์แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนให้มากที่สุด ซึ่งผู้ที่มีบทบาทหลักได้แก่

กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จะมีการดำเนินงานโดยหักเงินจำนวน 10% จากรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเข้าส่วนกลาง เพื่อใช้สำหรับการดำเนินงานต่างๆที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นค่าเดินทางเข้าร่วมประชุมของสมาชิกในกลุ่ม การพัฒนาหรือปรับปรุงทัศนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน การตรวจสอบความสะอาดและเรียบร้อยของบ้านพักโฮมสเตย์ก่อนให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเหรียญกฐินจะมีหน้าที่ในการบันทึกรายรับและรายจ่าย อีกทั้งมีหน้าที่ในการเก็บรวบรวมเงินไว้อย่างเหมาะสม โดยต้องสามารถตรวจสอบได้อย่างโปร่งใส ทำให้ชุมชนมีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้ในการบริหารจัดการส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง ดังตัวอย่างนี้

“ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวมาพักแรมอยู่ในชุมชนนั้น ก็จะมีการสับเปลี่ยนเวรยามเพื่อตรวจตราดูแลความเรียบร้อยในช่วงกลางวันและกลางคืน โดยกลุ่มผู้รักษาความปลอดภัยในแต่ละช่วงเวลาก็จะได้รับค่าจ้างที่จัดสรรมาจากส่วนกลางของกองทุนด้านการท่องเที่ยวชุมชน ที่ทำการหักจากรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในชุมชนครั้งละ 10% นั้นเอง (...) ในการเดินทางเพื่อตรวจเยี่ยมบ้านพักจะใช้รถยนต์ของประธานกลุ่ม ซึ่งจะมีการจัดสรรคั้งประมาณส่วนกลางของกลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านให้สำหรับค่าน้ำมันเพื่อเดินทางตรวจเยี่ยม”

(IK-1)

“เจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์แต่ละหลังจะบริหารจัดการและรับนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยหากบ้านหลังใดมีรายได้ที่เกิดจากการรับนักท่องเที่ยวก็จะดำเนินการหักเงิน 10% เข้ากองกลางเพื่อใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเครือข่ายต่อไป”

(IP-13)

2.2 การจัดสรรผลประโยชน์ คือ การจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการให้บริการในส่วนต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

โดยกลุ่มผู้นำ จะทำหน้าที่ในการจัดสรรบ้านพัก รถนำเที่ยว ลูกหาบ หรือพรานให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ซึ่งกลุ่มผู้นำจะต้องทำหน้าที่จัดสรรการให้บริการเหล่านี้แก่นักท่องเที่ยวตามลำดับ ยกเว้นเสียแต่ว่าจะเป็นการร้องขอระบุเจาะจงการให้บริการจากนักท่องเที่ยวเป็นกรณีพิเศษ หากทำเช่นนั้นรายได้ก็จะถูกกระจายไปยังผู้ให้บริการอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ไม่เกิดความเหลื่อมล้ำและยุติธรรม ดังตัวอย่างนี้

“หลังจากนั้นก็แจ้งไปยังประธานกลุ่มและหัวหน้าฝ่ายบ้านพัก เพื่อดำเนินการจัดสรรบ้านพักให้แก่นักท่องเที่ยวตามลำดับ ยกเว้นเสียแต่ว่าจะเป็นการร้องขอระบุเจาะจงบ้านพัก

จากนักท่องเที่ยวเป็นกรณีพิเศษ (...) ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะมีการสอบถามความประสงค์จากนักท่องเที่ยวว่าต้องการผู้นำเที่ยวหรือไม่ หากต้องการผู้นำเที่ยวก็จะมีการจัดสรรผู้นำเที่ยวตามรอบหรือตามลำดับ”

(IK-1)

“ช่องทางในการประชาสัมพันธ์และช่วยรับจองที่พักให้แก่นักท่องเที่ยว นั่นคือเพจคนรักเนินมะปราง ก็จะเป็นผู้ช่วยรับจองและจัดสรรที่พักให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงอีกหนึ่งช่องทาง”

(IP-13)

“ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะทราบจากเพจเนินมะปรางบ้านชมพูเหนือ และติดต่อจองเข้ามา หลังจากนั้นคณะกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนก็จะมีหน้าที่ในการจัดสรรบ้านพักโฮมสเตย์ให้ตามลำดับ”

(IP-17)

2.3 การบริหารจัดการด้านบุคลากร คือ การจัดวางบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน รวมไปถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถที่มีศักยภาพมากขึ้นในด้านต่างๆ เพื่อมาเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งพื้นฐานของบุคลากรด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จะต้องเป็นผู้มีความสามารถด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และความเสียสละที่จะทุ่มเทกำลังกายและกำลังใจในการดำเนินงาน หรือแม้แต่กำลังทรัพย์ที่บุคลากรสามารถเสียสละเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมส่วนรวมได้ จักทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีศักยภาพ

กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จะเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทหน้าที่หลักในการบริหารจัดการด้านบุคลากร ดังตัวอย่างนี้

“ผู้นำกลุ่มได้กลับมาอยู่บ้านเพื่อพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านโคก โดยการสนับสนุนจากองค์กรภาคการศึกษา เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน เช่น งานใบมะม่วง ลูกอมเล็กบุหรี ขนมลูกตุย และสร้างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรต่างๆของชุมชน เช่น ฟ้าทะลายโจร โดยมีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาอาชีพร่วมกับ กศน. เพื่อสร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในชุมชน”

(FP-1)

“ผู้นำด้านการสื่อความหมายของชุมชนจะมีความเชี่ยวชาญและรู้ในเรื่องของประวัติศาสตร์เป็นอย่างดี โดยท่านเป็นปลัดอำเภอเก่า ท่านต้องการที่จะมีการรวบรวมเรื่องราวเหล่านี้ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรให้คงอยู่สืบไปด้วย”

(FP-2)

“โดยผู้นำกลุ่มถือเป็นผู้มีส่วนในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ได้ผันตัวจากบัณฑิตปริญญาตรี เพื่อมาอุทิศตนให้แก่การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านชุมพวยอย่างเต็มตัว เสียสละผืนที่ดินเพื่อสร้างเตาคาร์บอนเพื่อเป็นสาธารณะประโยชน์ใช้งานในชุมชน อีกทั้งยังเสียสละทุนทรัพย์ส่วนตัวในการจัดซื้อเตาคาร์บอนกว่า 280,000 บาท”

(IP-17)

2.4 การตรวจสอบกระบวนการให้บริการ คือ การตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อค้นหาจุดด้อยหรือข้อผิดพลาดจากการดำเนินงาน แล้วร่วมกันแก้ไขจุดด้อยและลดข้อผิดพลาดต่างๆ จนทำให้การดำเนินงานปราศจากข้อผิดพลาดหรือเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความระมัดระวังและมีประสิทธิภาพมากที่สุด จากการศึกษาพบว่าในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนนั้นจะมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2 กลุ่มที่มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงาน ดังนี้

ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จะให้ความสำคัญกับการตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสม และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ที่ชุมชนถือปฏิบัติร่วมกัน เพื่อเป็นการสร้างบรรทัดฐานในการปฏิบัติตามมาตรฐานให้แก่ผู้ให้บริการในชุมชน ด้วยการตรวจสอบความถูกต้องร่วมกันอย่างเป็นธรรม เพื่อให้ผู้ให้บริการถือเป็นข้อปฏิบัติอย่างเคร่งครัดในการรักษามาตรฐานของการให้บริการ จะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความคุ้นชินกับเกณฑ์มาตรฐานที่ต้องปฏิบัติร่วมกันเป็นอย่างดี จนเกิดความเชี่ยวชาญในการให้บริการ ไม่รู้สึกยากลำบากในการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐาน และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มาเยือน ว่าหากมาท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้แล้วจะได้รับการให้บริการที่ดี น่าพึงพอใจ และมีมาตรฐาน ดังตัวอย่างนี้

“และในวันก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้าพัก ประธานกลุ่ม พร้อมด้วยเลขานุการและประชาสัมพันธ์จะเรียกสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนมาประชุมเพื่อเตรียมความพร้อม ไม่ว่าจะในด้านความสะอาด ความปลอดภัย และความเหมาะสมของบ้านพัก ซึ่งจะต้องมีการ

ตรวจตราความสะอาดและความปลอดภัยจากคณะกรรมการกลุ่มทุกครั้งก่อนรับรอง
นักท่องเที่ยว”

(IK-1)

“ทางชุมชนจะมีสมุดตรวจเยี่ยมให้แก่นักท่องเที่ยวในการติชมและแสดงข้อคิดเห็นแก่การ
ให้บริการของชุมชน เพื่อชุมชนจะนำไปปรับใช้และพัฒนาการให้บริการด้านการท่องเที่ยว”

(IP-16)

“ชุมชนได้มีการนำเอาคำติชมจากนักท่องเที่ยวที่ได้จากใบติชมที่ได้เตรียมไว้ให้
นักท่องเที่ยวภายหลังจากการใช้บริการโฮมสเตย์เสร็จแล้ว มาเป็นแนวทางในการปรับปรุง
การให้บริการ เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ ที่นับถือศาสนาอิสลาม จะไม่ต้องการ
บ้านพักที่เลี้ยงสุนัข หรือปล่อยสุนัขออกมาเดินอยู่ภายในบริเวณบ้าน ชุมชนจึงต้องมีการหา
บริเวณให้สุนัขอยู่อย่างเป็นสัดส่วนจากนักท่องเที่ยว หากมีนักท่องเที่ยวมาพักที่โฮมสเตย์ของ
ตนเอง หรือนักท่องเที่ยวบางคนไม่ชื่นชอบให้มีสัตว์เลี้ยงมาเดินปะปนกับคนพัก ชุมชนก็จัก
ต้องบริหารจัดการให้ได้ หรือบางครั้งมีการติชมการให้บริการของเจ้าบ้าน เช่น เจ้าของบ้านไม่
มีปฏิสัมพันธ์กับแขกผู้เข้าพัก ชุมชนจึงต้องมีการปรับปรุงการให้บริการส่วนนี้ด้วย เจ้าบ้าน
โฮมสเตย์ของชุมชนแห่งนี้จึงมีความตระหนักถึงความสำคัญในการมีปฏิสัมพันธ์กับ
นักท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ นักท่องเที่ยวบางคนไม่ชอบให้มีรูปบรรพบุรุษที่เสียชีวิตไปแล้ว
ซึ่งมีลักษณะเป็นสีขาวดำในบริเวณที่มองเห็นได้ ชุมชนก็ต้องมีการปรับปรุงให้ตรงตามความ
ต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ เป็นต้น”

(IK-1)

กล่าวโดยสรุป กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน มีบทบาทหน้าที่ในการ
บริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งหมายรวมถึง การบริหารจัดการรายได้ การจัดสรร
ผลประโยชน์ การบริหารจัดการด้านบุคลากร การตรวจสอบกระบวนการให้บริการ และการ
ประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมต่างๆภายใต้คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อ
ชุมชน อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความสนับสนุน
ในด้านงบประมาณ สิ่งอำนวยความสะดวก และเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน
การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จต่อไป อีกทั้งยังเป็นเสมือนพี่เลี้ยงในการ

ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อย่างต่อเนื่องและเต็มกำลัง เพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินงานต่างๆ ได้ด้วยตนเองต่อไป รวมไปถึงการให้ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการพัฒนาในทรัพยากรท้องถิ่น กิจกรรมท้องถิ่น สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก หรือ เทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้ประสบความสำเร็จต่อไป อีกทั้งยังเป็นเสมือนพี่เลี้ยงในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อย่างต่อเนื่องและเต็มกำลัง เพื่อให้ชุมชนสามารถใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงทรัพยากรหรือกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งมีหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ในการสนับสนุนงบประมาณ ได้แก่

องค์กรภาครัฐ โดยองค์กรภาครัฐมีหน้าที่ในการสนับสนุนงบประมาณตามภารกิจขององค์กร ที่จะต้องให้การสนับสนุนชุมชนที่อยู่ภายใต้การดูแล ให้สามารถใช้งบประมาณที่ให้การสนับสนุนไปพัฒนาในส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน รวมไปถึงการพัฒนาสาธารณูปโภคต่างๆของชุมชน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนต่อไป ดังตัวอย่างนี้

“จังหวัดนครราชสีมาที่ได้มอบเงินงบประมาณก้อนแรกให้แก่กลุ่มดำเนินงานด้าน MICE City เพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ โดยภารกิจแรกที่กลุ่ม MICE City ได้ดำเนินการไปแล้วคือการพัฒนาการเข้าถึง ทั้งการเดินทาง และเส้นทางสำหรับการสัญจรต่างๆ รวมไปถึงการสนับสนุนและผลักดันให้เกิดความร่วมมือต่างๆ” (IK-6)

“จากงบประมาณของโครงการนาแปลงใหญ่ ชุมชนได้รับการสนับสนุนสร้างลานตากข้าว รถตัด”

(IP-16)

“ภาครัฐส่วนจังหวัด ให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณ และอุปกรณ์ในการปิ่นเขา เช่น พุก การเจาะเขา อุปกรณ์ในการปิ่นเขา (...) ภาครัฐส่วนท้องถิ่นจะให้การอบรมด้านมาตรฐานโฮมสเตย์ให้กับชุมชนท่องเที่ยวที่มีความสนใจ ร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ โดยในปี 2565 จะมีงบประมาณมาสนับสนุนในเรื่องการเป็นโฮมสเตย์ ในการอบรมทุกระบวนกรในการดำเนินงานโฮมสเตย์”

(IP-22)

องค์กรภาคเอกชน ก็มีส่วนในการสนับสนุนด้านงบประมาณด้วยเช่นกัน แต่อยู่ในรูปแบบของการดำเนินงานตามโครงการของหน่วยงาน ที่จะมีเป็นครั้งคราว เพื่อให้การพัฒนามุ่งเป้า

ไปสู่กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยเจ้าของงบประมาณก็จะเป็นองค์กรภาคเอกชนนั่นเอง ซึ่งจะมีหน้าที่ในการจัดทำโครงการและนำงบประมาณสำหรับโครงการนั้นๆมาพัฒนาชุมชนต่อไป ดังตัวอย่างนี้

“ต้นแบบโฮมสเตย์บ้านมุงเหนือมีทั้งหมด 5 หลัง (เข้าร่วมโครงการบ้านตัวอย่างของสถาบันทางการเงิน โดยได้ให้งบประมาณมาปรับปรุงและยกระดับบ้านพักโฮมสเตย์ให้มีสไตล์มากขึ้น โดยได้รับคำแนะนำของสถาปนิกที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย)”

(FP-2)

องค์กรภาคการศึกษา นั้น นอกจากมีหน้าที่หลักในการให้ความรู้แก่ชุมชนแล้ว ยังให้การสนับสนุนด้านงบประมาณอีกด้วย โดยงบประมาณขององค์กรภาคศึกษานั้นจะมีลักษณะเป็นการได้รับงบประมาณมาจากองค์กรภาครัฐ แต่ถูกส่งผ่านการจัดโครงการขององค์กรภาคการศึกษา เพื่อนำงบประมาณสนับสนุนนั้นมาพัฒนาชุมชนท้องถิ่นตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่องค์กรภาคการศึกษาได้ตั้งเอาไว้

“องค์กรภาคการศึกษา เข้ามาช่วยสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและความรู้ให้แก่ชุมชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น งานใบมะม่วง ซาลาเปาไส้มะม่วง น้ำมะม่วง เป็นต้น”

กลุ่มผู้เชื่อมโยง ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีสถาบันทางการเงินเป็นกลุ่มเชื่อมโยง ที่มีหน้าที่ทั้งในการสนับสนุนงบประมาณเพื่อใช้ในการพัฒนาสาธารณูปโภคต่างๆ รวมไปถึงอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ใช้ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ในฐานะที่ชุมชนเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรของสถาบันทางการเงิน และมีหน้าที่ในการเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ ที่จะมาใช้บริการการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ในชุมชนถึง 4 ครั้งต่อเดือน ดังนั้นจากการสังเกตสัมภาษณ์ และประชุมกลุ่ม ทำให้ทราบว่า กลุ่มผู้เชื่อมโยงนี้จะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้สนับสนุนและผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นกลุ่มที่เปรียบเสมือนกลุ่มลูกค้าประจำของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางเลยก็ว่าได้ โดยกลุ่มลูกค้าประจำกลุ่มนี้มีได้มีแค่บทบาทในการซื้อสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในการร่วมพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆอย่างต่อเนื่องอีกด้วย ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์นี้

“ชุมชนบ้านผางรังหมี่ไม่ได้พัฒนาจากการท่องเที่ยว แต่เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่พัฒนามาจากศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของสถาบันทางการเงิน โดยจะมีการจัดการศึกษาเรียนรู้เดือนละ 4 ครั้ง ครั้งละ 100 คน”

(IP-27)

“จนในปี พ.ศ. 2564 ชุมชนแห่งนี้ได้รับรางวัลกินรี และมักจะได้รับการสนับสนุนจากสถาบันทางการเงิน (...) หน่วยงานภาครัฐ ช่วยสนับสนุนในด้านงบประมาณบางส่วนและด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บุคลากร และความรู้ด้านต่างๆ”

(IP-16)

กล่าวโดยสรุป กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีหน้าที่ในการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ องค์กรภาครัฐ ที่มีหน้าที่ในการสนับสนุนงบประมาณตามภารกิจขององค์กร โดยจะต้องให้การสนับสนุนงบประมาณแก่ชุมชนที่อยู่ภายใต้การดูแล และองค์กรภาคเอกชน ที่การสนับสนุนจะอยู่ในรูปแบบของการดำเนินงานตามโครงการของหน่วยงาน ที่จะมีเป็นครั้งคราว เพื่อให้การพัฒนามุ่งเป้าไปสู่กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของชุมชน รวมไปถึงองค์กรภาคการศึกษา โดยงบประมาณขององค์กรภาคการศึกษานั้นจะมีลักษณะเป็นการได้รับงบประมาณมาจากองค์กรภาครัฐ แต่ถูกส่งผ่านการจัดโครงการขององค์กรภาคการศึกษา เพื่อนำงบประมาณสนับสนุนนั้นมาพัฒนาชุมชนท้องถิ่นตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่องค์กรภาคการศึกษาได้ตั้งเอาไว้ และกลุ่มผู้เชื่อมโยง ที่มิได้มีแค่บทบาทในการซื้อสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังคงมีบทบาทในการร่วมพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆอย่างต่อเนื่องอีกด้วยนั่นเอง

นอกจากนั้นการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยังหมายรวมถึงการเพิ่มพูนสมรรถนะ หรือเป็นการร่วมกันเพิ่มพูนความรู้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อยกระดับความรู้ความสามารถของผู้ดำเนินงานฯ และเป็นการเพิ่มคุณค่าทั้งในด้านคุณภาพสินค้าและการให้บริการ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นการร่วมกันออกแบบ วางแผน และใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ แตกต่าง มีคุณค่า และมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น จากการศึกษาพบว่า มีการมุ่งเน้นในการการร่วมกันพัฒนาโดยใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เพื่อช่วยในการพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยวและ M-I-T เพื่อชุมชน ให้สามารถสร้างคุณค่าให้แก่ทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทหน้าที่ในการเพิ่มพูนความรู้ ดังนี้

องค์กรภาคการศึกษา โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่องค์ความรู้ด้านวิชาการที่องค์กรภาคการศึกษานั้นๆ มีความเชี่ยวชาญ ที่สามารถนำมาปรับใช้กับการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างลงตัว อีกทั้งยังเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำมาสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชนได้อย่างมี

ประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม โดยทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องก็จะถูกยกระดับให้สามารถสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในส่วนของการให้บริการนั้น ก็จะเป็นการพัฒนาการให้บริการให้ได้มาตรฐานและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้นอีกด้วย สำหรับชุมชนศึกษานั้นได้มีการสร้างคุณค่าร่วมกับองค์กรภาคการศึกษาด้วยการนำความรู้มาร่วมกันพัฒนา ดังตัวอย่างนี้

“องค์กรภาคการศึกษาเข้ามาให้ความรู้ในการปลูกเห็ด ดอกเบญจมาศ และนำพาให้พัฒนาชุมชนเกษตรกรรมให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปี พ.ศ.2545 ในปีนั้นชุมชนแห่งนี้มีชื่อเสียงในเรื่องเห็ดหอมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้รายได้ส่วนใหญ่ของชุมชนมาจากการจำหน่ายเห็ดหอม และได้ก่อตั้งกลุ่มเห็ดหอมขึ้นมาเพื่อดูแลในด้านการปลูกและการจำหน่าย นอกจากการจำหน่ายเห็ดหอมแล้ว ชุมชนก็ได้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนควบคู่ไปด้วย จนชุมชนแห่งนี้ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ในปี พ.ศ. 2547 และ 2549 โดยได้รับการยกย่องให้เป็น 1 ใน 5 โฮมสเตย์ต้นแบบอีกด้วย”

(IK-1)

“องค์กรภาคการศึกษา ก็เป็นหน่วยงานที่เข้ามาเป็นที่ปรึกษาหลักให้กับชุมชน คำช่วยให้กลุ่มของเรามีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือแม้แต่การให้ความรู้เรื่องภาษี แล้วก็ให้ความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชนด้วย”

(IK-10)

“องค์กรภาคการศึกษา เข้ามาช่วยสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและความรู้ให้แก่ชุมชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น จานไบมะม่วง ซาลาเปาไส้มะม่วง น้ำมะม่วง เป็นต้น”

(IP-21)

องค์กรภาครัฐ ก็มีส่วนในการเพิ่มพูนความรู้ด้านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเป็นอย่างมาก โดยองค์กรภาครัฐจะมีหน้าที่ในการดำเนินงาน และเตรียมงานต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้มีการพัฒนาในด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง โดยหากชุมชนนั้นๆได้รับการพัฒนาในเรื่องหนึ่งเรื่องใดแล้ว องค์กรภาครัฐเหล่านี้ก็จะถอยออกมาเพื่อให้ชุมชนได้ดำเนินงานต่อยด้วยตนเอง โดยมีองค์กรภาครัฐเป็นเพียงผู้ช่วยให้คำแนะนำ และหลังจากนั้นก็จะมี การสำรวจและพัฒนาด้านอื่นต่อไปเรื่อยๆ อย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องภายในชุมชนดังตัวอย่างนี้

“ดังนั้นศูนย์ NCEC จึงจะจัดโครงการให้ความรู้ความเข้าใจและการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการอัปเดตข้อมูลต่างๆในเว็บไซต์ อีกทั้งจะมีโครงการในการให้ความรู้ผู้ประกอบการด้านไมซ์ที่ยังไม่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการอย่างถูกต้อง เพื่อเตรียมตัวในการขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องตามมาตรฐาน”

(IK-6)

“ภาครัฐจะมีการเข้าไปให้ความรู้กับวิธีการคัดแยกขยะและกำจัดขยะอย่างถูกวิธี หากมีการจัดการขยะอย่างถูกวิธีจะทำให้เหลือเศษขยะน้อยมาก ไม่สร้างมลภาวะและปัญหาให้กับชุมชน (...) มีการฝึกอาชีพ ส่งเสริมผู้สูงอายุให้มาร่วมกิจกรรมทุกวันศุกร์ เช่น การให้ความรู้เรื่องโรคมะเร็งใช้เจ็บ เรื่องสุขภาพ เรื่องอาชีพ เรื่องกฎหมายต่าง (...) นี่เป็นการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งโดยหน่วยงานสนับสนุน ซึ่งในท้ายที่สุด ความต้องการจากการพัฒนานี้ก็คือ ชุมชนสามารถดำเนินงานได้ด้วยตนเอง โดยมีหน่วยงานสนับสนุนเป็นเพียงพี่เลี้ยงคอยจับตาดูเท่านั้น”

(IP-20)

“กิจกรรมปั่นปั่นปลูก เป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ โดยมีหลายหน่วยงานไปให้การสนับสนุน ซึ่งจะมีผู้เชี่ยวชาญเข้ามาให้ความรู้แก่ชาวบ้านในชุมชน ในการช่วยลดความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาปั่นหน้าผา”

(IP-23)

ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ก็สามารถชวนขยายและเรียนรู้ด้านต่างๆเพื่อมาพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองได้ด้วยตัวเอง ซึ่งจะเป็นการพัฒนาตนเองและชุมชนได้เป็นอย่างดี ดังตัวอย่างนี้

“เจ้าบ้านรู้สึกถึงความภาคภูมิใจในการเป็นตัวแทนที่ได้ไปศึกษาเรียนรู้และนำความรู้ต่างๆเข้ามาพัฒนาชุมชนของตนเองให้ดียิ่งขึ้น”

(IP-17)

กล่าวโดยสรุป ผู้ที่มีบทบาทในการเพิ่มพูนความรู้ในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ได้แก่ องค์กรภาควิชาการ องค์กรภาครัฐ และผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยมีหน้าที่ในการให้ความรู้และเสาะแสวงหาความรู้มาพัฒนากิจกรรมและทรัพยากรด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้มีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

4. การกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนา หมายถึง การกำหนดแผนพัฒนาการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายนั้นจะไม่มีส่วนในการลงมือปฏิบัติในพื้นที่ชุมชน แต่จะส่งต่อแผนในการพัฒนาและการดำเนินงานให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆเพื่อดำเนินงานต่อ ดังนั้นกลุ่มกำหนดนโยบายจึงจะมีบทบาทในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดในภาพรวม ซึ่งการพัฒนาที่ได้กำหนดขึ้นจะมีผลกระทบต่อการทำงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในภาพรวมโดยตรงเช่นกัน โดยมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ได้แก่

องค์กรภาครัฐ ซึ่งจะทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายด้านต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเกิดการพัฒนาและมีการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังตัวอย่างนี้

“สำหรับการดำเนินงานด้านไมซ์ของจังหวัดนครราชสีมาได้มีการจัดตั้งซึ่งศูนย์ NSEC ซึ่งถือว่าเป็นศูนย์กลางในการให้บริการด้านไมซ์ของจังหวัดนครราชสีมา โดยศูนย์แห่งนี้ได้แบ่งนโยบายการขับเคลื่อนโคราช MICE City ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ (Product) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านบุคลากร (Staff) และด้านข้อมูล (Data Based) (...) โดยในปี พ.ศ. 2564 จังหวัดนครราชสีมาก็ได้มอบเงินงบประมาณก้อนแรกให้แก่กลุ่มดำเนินงานด้าน MICE City เพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ โดยภารกิจแรกที่กลุ่ม MICE City ได้ดำเนินการไปแล้วคือการพัฒนาการเข้าถึง ทั้งการเดินทาง และเส้นทางสำหรับการสัญจรต่างๆ รวมไปถึงการสนับสนุนและผลักดันให้เกิดความร่วมมือต่างๆ เช่น การจัดทำ MOU ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างๆที่ดำเนินงานด้าน MICE จำนวน 41 หน่วยงาน”

(FK-1)

5. บทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์ หมายถึง การร่วมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ผ่านช่องทางการมีปฏิสัมพันธ์กัน ในระหว่างการใช้บริการ รวมไปถึงการรับรู้เพื่อการตอบสนองที่ดี มีความเข้าใจกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ซึ่งประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีที่ทพให้นักท่องเที่ยวรู้สึกรักและผูกพันกับชุมชน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทในการร่วมสร้างประสบการณ์ ได้แก่

กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จะมุ่งเน้นในการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยว ด้วยการให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาชีพและวิถี

ชีวิตของชาวบ้านในชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และได้เข้าร่วมเสมือนเป็นสมาชิกในชุมชนนั้นๆ อย่างแท้จริง จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ดังตัวอย่างนี้

“นักท่องเที่ยวบางคนมีความต้องการที่จะเปิดประสบการณ์ใหม่ๆเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชุมชน ก็ได้เดินทางไปทำนา ทำไร่กับชาวบ้านในชุมชน เป็นการมอบประสบการณ์อันดีให้แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย”

(IK-1)

“นักท่องเที่ยวต่างชาติจึงจับลูกขนุนจนยางขนุนเลอะมือของนักท่องเที่ยว เจ้าบ้านจึงพากลับบ้านเพื่อนำข้าวสารมาถูที่มีมือจนยางขนุนออก นักท่องเที่ยวต่างชาติจึงรู้สึกประทับใจและประหลาดใจกับวิธีการของเจ้าบ้านเป็นอย่างมาก กลายเป็นประสบการณ์ที่ติดตรึงใจทั้งเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว”

(IK-3)

“โดยการสร้างปฏิสัมพันธ์ด้วยการนำวัฒนธรรมด้านภาษามาเผยแพร่แก่ผู้มาเยือนถือเป็นการสร้างประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมใหม่ๆให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และระหว่างเดินทางท่องเที่ยวจะพานักท่องเที่ยวแวะตามจุดท่องเที่ยวที่สวยงามเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพเพื่อบันทึกความทรงจำอันดีเอาไว้ด้วย”

(IP-13)

นักท่องเที่ยวและกลุ่มเชื่อมโยง ก็เป็นหนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ซึ่งก็สามารถสร้างประสบการณ์ให้แก่เจ้าบ้านได้เช่นกัน โดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันนั่นเอง โดยนักท่องเที่ยวและกลุ่มเชื่อมโยงสามารถสร้างประสบการณ์ให้แก่เจ้าบ้านเพื่อการเรียนรู้และรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และนำไปปรับปรุงการให้บริการในครั้งถัดไป ดังตัวอย่างนี้

“เนื่องด้วยชุมชนแห่งนี้มีประสบการณ์ในการเป็นศูนย์เรียนรู้มาแล้วมากมาย ทำให้ความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและฝึกอบรมมีความเข้มแข็งกว่าชุมชนอื่น”

(IP-16)

“การท่องเที่ยวของชุมชนบุไทรนี้ สมาชิกในกลุ่มต่างก็มีทัศนคติที่ตรงกันว่า การให้บริการด้านการท่องเที่ยวและที่พักโฮมสเตย์บ้านบุไทร มิได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเม็ดเงิน แต่เป็นการสร้างเครือข่ายและประสบการณ์อันดีให้แก่เจ้าบ้านและผู้มาเยือน (.....) จากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเต็มใจและความสามารถ จึงทำให้เกิดความผูกพันและความ

เป็นห่วงเป็นใยต่อกัน และสิ่งนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและบอกต่อไปยังเพื่อนฝูงและเครือญาติ อีกทั้งยังสร้างสัมพันธ์อันดีให้แก่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน”

(IK-1)

จากรายละเอียดข้างต้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าทุกกลุ่มต่างก็มีบทบาทหน้าที่ในการสร้างคุณค่าให้แก่การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยบทบาทหน้าที่ต่างๆประกอบไปด้วย บทบาทด้านการอนุรักษ์ การบริหารจัดการ M-I-T เพื่อชุมชน การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนา และบทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์ ซึ่งแต่ละบทบาทหน้าที่ก็มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน โดยแต่ละบทบาทหน้าที่ก็มีความมุ่งหวังที่จะสร้างคุณค่าให้แก่การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามความมุ่งหวังและตามวัตถุประสงค์ขององค์กรนั่นเอง

ตอนที่ 3 กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยถูกถ่ายทอดจากกระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยแต่ละกระบวนการมีรายละเอียดดังนี้

กระบวนการต้นน้ำในการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย หมายถึง การร่วมสร้างสรรค้คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการบริหารจัดการวัตถุดิบในห่วงโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน

กระบวนการกลางน้ำในการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย หมายถึง การร่วมสร้างสรรค้คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างการสร้างสินค้าและบริการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน

กระบวนการปลายน้ำในการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย หมายถึง การร่วมสร้างสรรค้คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างที่สินค้าหรือบริการนั้น ไปถึงมือผู้บริโภค

ซึ่งกระบวนการการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยจะประกอบไปด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยทั้งสิ้น 4 รูปแบบ ได้แก่ การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) การผูกมิตร (Congeniality) การไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) และการใช้วิถีถิ่น (Local

culture) ดังตาราง (รายละเอียดจิตบริการของชุมชนบุไทรและเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง
ดังภาคผนวก 2)

ตาราง 8 การมีส่วนร่วมในกระบวนการการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิต
บริการแบบไทย (ภาพรวม)

กระบวนการห่วงโซ่คุณค่า	การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย			
	ช่วยเหลือเกื้อกูล	ผูกมิตร	ไว้น้ำใจ	ใช้สติ
กระบวนการบริหารจัดการวัตถุดิบ (ต้นน้ำ)				
ชุมชนบ้านบุไทร	✓			
เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง	✓			
กระบวนการสร้างสินค้าและบริการเพื่อรองรับ ผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน (กลางน้ำ)				
ชุมชนบ้านบุไทร	✓	✓		
เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง	✓	✓	✓	
กระบวนการส่งมอบสินค้าหรือบริการไปถึงมือ ผู้บริโภค (ปลายน้ำ)				
ชุมชนบ้านบุไทร	✓	✓	✓	✓
เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง	✓	✓	✓	✓

ที่มา: ข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้

1. กระบวนการต้นน้ำ หมายถึง การร่วมสร้างสรรคคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันใน
กระบวนการบริหารจัดการวัตถุดิบในห่วงโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน ประกอบไปด้วย ผู้ดำเนินงาน
ด้าน M-I-T เพื่อชุมชน องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคการศึกษา และชาวบ้านในชุมชน โดยแต่ละชุมชนมี
ผู้เกี่ยวข้องในการปฏิสัมพันธ์ที่เหมือนและแตกต่างกัน ดังนี้

ชุมชนบ้านบุไทร

1. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยกัน โดยส่วนใหญ่แล้ว
เป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการบริหารจัดการวัตถุดิบในการดำเนินงานด้าน M-I-T
เพื่อชุมชน

2. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐ, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชน เป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการพัฒนาพื้นที่ งบประมาณ และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน
3. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาคการศึกษา, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชน เป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญสู่ชุมชนเพื่อนำไปปฏิบัติ รวมไปถึงการสร้างอาชีพให้ชาวบ้านในชุมชน

เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง

1. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยกัน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการบริหารจัดการวัตถุดิบในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน
2. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐ, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชนเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการพัฒนาพื้นที่ งบประมาณ การพัฒนาบุคลากร การสร้างอาชีพให้ชาวบ้านในชุมชน หรือการลดความเหลื่อมล้ำให้กับชาวบ้านในชุมชน
3. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาคการศึกษา, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชน เป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญสู่ชุมชนเพื่อนำไปปฏิบัติ รวมไปถึงการสร้างอาชีพ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบในชุมชน

กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยของทั้ง 2 ชุมชน ได้แก่ ช่วยเหลือเกื้อกูล (**Supporting**) หมายถึง การพูดหรือการกระทำ ที่มุ่งปฏิบัติให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งด้วยความปรารถนาให้ผู้อื่นได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ รวมไปถึงความไม่เห็นแก่เพียงตัวเองหรือเรื่องของตัวเอง แต่มีความเห็นอกเห็นใจ เห็นคุณค่าในตัวเพื่อนมนุษย์ มีความเอื้ออาทร เอาใจใส่ ความห่วงใย ให้ความสนใจในความทุกข์หรือสุขของผู้อื่น และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ซึ่งจะให้อีกฝ่ายหนึ่งเกิดความสุขและสบายใจ

จากการศึกษาพบว่า มีการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยกันเอง โดยกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จะอุดหนุนสินค้าและบริการจากสมาชิกกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยกันเอง

ด้วยความปรารถนาดีที่จะให้สมาชิกในกลุ่มมีรายได้และมีอาชีพ ไม่ต้องย้ายถิ่นฐานออกไปหางานทำนอกชุมชน ดังตัวอย่างนี้

“พวกเราจะใช้วัตถุดิบสำหรับประกอบอาหารหรือการทำกิจกรรมต่างๆมาจากในพื้นที่ทั้งหมด ยกเว้น หมู ที่ต้องซื้อมาจากตลาด เพราะจะช่วยให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดรายได้ ไม่ต้องย้ายถิ่นฐานไปหางานที่อื่น”

(IP-15)

“ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารส่วนใหญ่จะมาจากชุมชนทั้งสิ้น ยกเว้นเนื้อสัตว์ (เนื้อหมู เนื้อวัว) ที่ต้องไปซื้อจากพ่อค้าคนกลางในตลาด”

(IK-8)

นอกจากนี้ยังพบการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยระหว่างองค์กรภาครัฐ ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชนด้วย โดยองค์กรภาครัฐจะให้พัฒนาด้านอาชีพให้แก่ชาวบ้านในชุมชน โดยการประสานงานผ่านผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ด้วยความปรารถนาดีที่มุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชนมีรายได้ ไม่เป็นภาระของลูกหลานหรือคนในครอบครัว และสร้างความภาคภูมิใจในตนเองให้แก่พวกเขาในฐานะคนที่มีคุณค่าในสังคม รวมไปถึงความปรารถนาดีที่จะทำให้ชาวบ้านในชุมชนสามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างเท่าเทียมและสะดวกสบายขึ้นอีกด้วย ดังตัวอย่างนี้

“มีการฝึกอาชีพ ส่งเสริมผู้สูงอายุให้มาร่วมกิจกรรมทุกวันศุกร์ เช่น การให้ความรู้เรื่องโรคภัยไข้เจ็บ เรื่องสุขภาพ เรื่องอาชีพ เรื่องกฎหมายต่างๆ การปรับปรุงบ้านเรือนให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายของผู้พิการและผู้สูงอายุ เช่น การปรับโถสุขภัณฑ์จากแบบนั่งยองให้เป็นแบบนั่งและมีที่จับ”

(IP-20)

“แต่เดิมชุมชนแห่งนี้ยังไม่มีทางรถยนต์เข้าสู่หมู่บ้าน แต่ในปัจจุบันการเดินทางไปยังชุมชนบ้านบุไทรมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น โดยใช้เส้นทางสาย 304 แล้วแยกเข้าตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเส้นทางสาย 304 จะมีลักษณะเป็นทางลาดยาง 4 ช่องทางเดินรถ พื้นผิวถนนมีความเรียบเสมอ ไม่ขรุขระ หลังจากเลี้ยวเข้าไปในเส้นทางตำบลไทยสามัคคีแล้ว ช่องทางเดินรถจะลดเหลือ 2 ช่องทาง แต่ก็ยังเป็นถนนลาดยางไม่ขรุขระ

เช่นเดิม ทางหน่วยงานภาครัฐก็เข้ามาพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ นักท่องเที่ยวก็เดินทางเข้ามา
ได้สะดวกสบาย”

(IK-44)

รวมไปถึงการที่ภาครัฐ ร่วมกับกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชน
มีความร่วมมือกันในการปกป้องและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน รวมไปถึงการอนุรักษ์
ทรัพยากรโดยไม่ให้ใครเข้ามาใช้ประโยชน์ หรือทำลายทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน ดังตัวอย่างนี้

“และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ผนึกกำลังกันหวงแหนและปกป้องภาคเอกชนที่จะเข้ามา
แสวงหาผลประโยชน์จากภูเขาหินปูนด้วยการทำเป็นเหมืองแร่ เป็นต้น”

(IP-13)

รวมไปถึงการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยระหว่าง
องค์กรภาคการศึกษา ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชนด้วย โดยองค์กร
ภาคการศึกษาก็มีความห่วงใยและปรารถนาดีที่จะสร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในชุมชน เพื่อให้ไม่ต้อง
ย้ายถิ่นฐานไปอาศัยหรือหางานทำนอกชุมชน โดยการประสานงานผ่านผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อ
ชุมชนให้เป็นผู้ดำเนินการจัดโครงการและเชิญชวนให้ชาวบ้านในชุมชนเข้ามาฝึกอบรมหรือเรียนรู้จาก
องค์กรภาคการศึกษา เพื่อนำความรู้นั้นไปปฏิบัติหรือสร้างอาชีพให้กับตนเองต่อไป ดังตัวอย่างนี้

“แต่เดิมทำงานอยู่ที่โรงงานปลากระป๋อง แต่รายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย และไม่มีเงิน
เก็บ ประกอบกับอาจารย์จากองค์กรภาคการศึกษามาให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกเห็ด จึงทำ
ให้สามารถสร้างอาชีพที่มีรายได้มากกว่าเดือนละ 100,000 บาท”

(IK-2)

“องค์กรภาคการศึกษา เข้ามาช่วยสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและความรู้ให้แก่ชุมชน
ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น งานใบมะม่วง ซาลาเปาไส้มะม่วง น้ำมะม่วง เป็นต้น”

(IP-21)

2. กระบวนการกลางน้ำ หมายถึง การร่วมสร้างสรรค์คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมี
ปฏิสัมพันธ์ในระหว่างการสร้างสินค้าและบริการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน ประกอบ
ไปด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง คือ องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคการศึกษา องค์กรภาคเอกชน ผู้
ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ชาวบ้านในชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยแต่ละชุมชนมีผู้เกี่ยวข้องใน
การปฏิสัมพันธ์ที่เหมือนและแตกต่างกัน ดังนี้

ชุมชนบ้านบุไทร

1. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การให้ความรู้ทั่วไปเพื่อการดำรงชีวิต และการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชน
2. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาคการศึกษาและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการให้ความรู้ในการพัฒนาอาชีพและสร้างอาชีพ การพัฒนาโฮมสเตย์ และการพัฒนาชุมชนให้เป็นที่ไปตามมาตรฐานต่างๆ
3. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนและชาวบ้านในชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการหารือเพื่อแก้ไขปัญหา หรือระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นในชุมชน และการแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาด้านต่างๆในการดำเนินงาน M-I-T เพื่อชุมชน รวมไปถึงสื่อสารอุปโภคขั้นพื้นฐานของชุมชนด้วย
4. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาคเอกชนและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการให้การสนับสนุนและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน
5. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการบริหารจัดการและพัฒนากิจการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างสามัคคีและเอื้ออาทรต่อกัน

เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง

1. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการพัฒนาให้แก่คุณภาพชีวิตของชาวบ้าน การพัฒนาพื้นที่ประกอบกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน
2. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาคการศึกษาและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการให้ความรู้ในการพัฒนาอาชีพและสร้างอาชีพ การเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบในชุมชน การขอเอกสารสิทธิ์ต่างๆ และการส่งออกผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปยังต่างประเทศ

3. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนและชาวบ้านในชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการให้ความช่วยเหลือในด้านการสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชน การให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ แก่ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน หรือเป็นเสมือนผู้สนับสนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในฐานะชาวบ้านในชุมชนที่ไม่ได้เป็นผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนโดยตรง
4. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาคเอกชนและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการสนับสนุนด้านงบประมาณ และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน รวมไปถึงการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆที่ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนต้องการ
5. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการบริหารจัดการและพัฒนาการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน การเพิ่มรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน และการลดการย้ายถิ่นฐาน
6. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นการปฏิสัมพันธ์ในเรื่องการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชน การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน และการให้บริการให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

กระบวนการการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยในระดับกลางน้ำของทั้ง 2 ชุมชน ได้แก่ ช่วยเหลือเกื้อกูล ผูกมิตร และมีความไว้วางใจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) หมายถึง การพูดหรือการกระทำ ที่มุ่งปฏิบัติให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งด้วยความปรารถนาให้ผู้อื่นได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ รวมไปถึงความไม่เห็นแก่เพียงตัวเองหรือเรื่องของตัวเอง แต่มีความเห็นอกเห็นใจ เห็นคุณค่าในตัวเพื่อนมนุษย์ มีความเอื้ออาทร เอาใจใส่ ความห่วงใย ให้ความสนใจในความทุกข์หรือสุขของผู้อื่น และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ซึ่งจะให้อีกฝ่ายหนึ่งเกิดความสุขและสบายใจ

การมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างองค์กรภาครัฐและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน มีความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยองค์กรภาครัฐต้องการให้ชุมชนมีกิจกรรมด้าน M-I-T ที่หลากหลาย จึงจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้ จึงก่อให้เกิดกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเกิดขึ้นใหม่มากมาย ดังตัวอย่างนี้

“บุคลากรขององค์กรภาครัฐ ได้เป็นผู้ขับเคลื่อนเพื่อสร้างการพัฒนาให้แก่คุณภาพชีวิตของชาวบ้านในอำเภอเนินมะปราง จนมีการอนุญาตให้พื้นที่ป่าสงวนในตำบลบ้านมุง 800 กว่าไร่ ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นพื้นที่ป่านันทนาการ ซึ่งชุมชนและหน่วยงานต่างๆสามารถเข้าไปใช้พื้นที่ในการจัดกิจกรรมต่างๆได้ เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกช่องทางหนึ่ง”

(IP-20)

“หน่วยงานภาครัฐและภาคการศึกษาที่เป็นหน่วยงานที่เข้ามาเป็นที่ปรึกษาหลักให้กับชุมชน เค้าช่วยให้กลุ่มของเรามีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือแม้แต่การให้ความรู้เรื่องภาษี แล้วก็ให้ความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชนด้วย”

(IK-10)

นอกจากนี้ยังพบการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างองค์กรการศึกษาและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ที่มุ่งปฏิบัติให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งด้วยการช่วยเหลือเกื้อกูลให้ผู้อื่นได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ ด้วยเช่นกัน ดังตัวอย่างนี้

“ชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จะมีปัญหาในการขอเอกสารสิทธิ์ต่างๆ และการขอ อย. การขอเป็นสถานประกอบการ เนื่องจากพื้นที่ไม่ได้เป็นโฉนด จึงทำให้ขอเอกสารสิทธิ์เหล่านี้ไม่ได้ ม.นเรศวร จึงมีความมุ่งหวังที่จะให้การดำเนินงานท่องเที่ยวเป็นไปได้ด้วยดี ชาวบ้านสามารถปลดล็อกในส่วนนี้ได้ และมุ่งหวังที่จะมีการสนับสนุนกลุ่มมะม่วงพรีเมียม จึงได้เข้ามาร่วมศึกษาเพื่อดำเนินการขอมตราฐาน อย. ต่อไป”

(IP-21)

“องค์กรภาคการศึกษาเข้ามาให้ความรู้ในการปลูกเห็ด (...) นอกจากการจำหน่ายเห็ดหอมแล้ว ชุมชนก็ได้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนควบคู่ไปด้วย จนชุมชนแห่งนี้

ได้รับมาตรฐานโสมสเตย์ไทย ในปี พ.ศ. 2547 และ 2549 โดยได้รับการยกย่องให้เป็น 1 ใน 5 โสมสเตย์ต้นแบบอีกด้วย”

(IK-1)

รวมไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความผูกพันกับชุมชน มีการช่วยเหลือเกื้อกูลต่อชุมชน และมุ่งหวังที่จะช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความสวยงามและทันสมัย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจอุดหนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้น เพื่อให้ชุมชนและคนในชุมชนที่เป็นที่รักของนักท่องเที่ยวมีรายได้และมีความสุข ดังตัวอย่างนี้

“การทำของใส่โทรศัพท์มือถือจากผ้าขาวม้า การทำอาสนะเพื่อใช้สำหรับการนั่งสมาธิจากเสื่อเป็นต้น ล้วนแล้วแต่มีแนวคิดสร้างสรรค์มาจากการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนทั้งสิ้น อีกทั้งการมีปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นก็ล้วนแล้วมาจากนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนเกิดรายได้เพิ่มมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความผูกพันกับชุมชน มาเยี่ยมเยือนชุมชนอยู่เป็นประจำ”

(IP-13)

อีกทั้งยังมีการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยระหว่างผู้เชื่อมโยงและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่คอยให้ความสนับสนุนด้านงบประมาณ และอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ เพื่อใช้ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ดังตัวอย่างนี้

“ชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งของการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนและความสามารถของผู้นำชุมชน จนสามารถสร้างชุมชนที่เข้มแข็งทั้งในด้านของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีโรงสีข้าวชุมชน ลานตากข้าว รถไถ รถเกี่ยวข้าว รถราง และอื่นๆ เพื่อให้บริการแก่ชาวบ้านในชุมชน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมไปถึง สถาบันทางการเงิน ด้วย”

(IP-16)

จากการศึกษาพบอีกว่า ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยการช่วยเหลือเกื้อกูลต่อกัน ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อให้ทุกฝ่ายดำเนินงานได้อย่างราบรื่นและไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังมีความต้องการให้ผู้อื่นมีความสุขอีกด้วย ดังตัวอย่างนี้

“การดำเนินงานด้านโสมสเคย์ต้องเอาความมีน้ำใจต่อกัน เอาความสามัคคี ไม่เอาเปรียบกันเป็นตัวตั้ง หากเอาเงินเป็นตัวตั้งแล้วจะไปไม่รอด”

(IK-26)

“ผู้นำชุมชนพยายามที่จะพัฒนาด้านต่างๆ มีความหวังเพียงให้ชาวบ้านในชุมชนมีรายได้ อยู่ดีกินดี ไม่ต้องย้ายถิ่นฐานไปหางานทำที่อื่น”

(IP-16)

การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) ยังหมายรวมถึง การแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจหรือมีความเข้าใจต่อความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง และตอบสนองด้วยการกระทำที่มุ่งหวังให้อีกฝ่ายหนึ่งมีความพึงพอใจอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งอาจเกิดจากการพูดคุยและหารือถึงความไม่สบายใจหรือความทุกข์ใจที่อีกฝ่ายกำลังเผชิญอยู่ และพยายามแก้ไขปัญหานั้นๆ หรือช่วยบรรเทาความทุกข์นั้นให้จงได้ ดังตัวอย่างนี้ ที่แสดงให้เห็นถึงการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนและชาวบ้านในชุมชน

“ชุมชนบ้านบุไทรก็ได้มีการหารือกันถึงปัญหาของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อด้านลบแก่ชาวบ้านในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเสียง เรื่องการจราจรที่ติดขัด และมลภาวะทางอากาศ ทำให้ได้ข้อสรุปว่าจำเป็นต้องย้ายจุดรับนักท่องเที่ยวไปให้ไกลจากชุมชนและมีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบาย ไม่รบกวนชาวบ้านที่พบอุปสรรคในการสัญจรในชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบุไทรจึงได้ร่วมกันก่อสร้างศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวแห่งใหม่ขึ้นในปี พ.ศ. 2559”

(IK-11)

“วันเสาร์จะมีการร่วมวิ่งออกกำลังกาย มีนักท่องเที่ยว และชาวบ้านในชุมชน รวมไปถึงผู้ประกอบการ ในระยะทาง 5 กิโลเมตร เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีร่วมกัน อีกทั้งยังเป็นการสร้างสุขภาพให้แข็งแรงอีกด้วย”

(IP-22)

การผูกมิตร (Congeniality) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นถึงความเป็นมิตร หรือความหวังดี ไม่เป็นศัตรู ไม่ทำร้าย และพร้อมที่จะทำประโยชน์เกื้อกูลแก่กันและกัน ซึ่งจะทำให้ทั้ง 2 ฝ่ายเกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน หากมีสิ่งใดที่คนเป็นมิตรพอที่จะให้ความช่วยเหลือได้ก็จะทำโดยไม่รีรอ และรวมไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยการใช้วาทศิลป์ หรือศิลปะในการใช้ถ้อยคำให้อีกฝ่าย

หนึ่งเกิดความประทับใจ และเพื่อโน้มน้าวใจให้มีความคิดเห็นที่ตรงกัน เนื่องจากการดำเนินงานใดๆ ก็ตาม หากมีสมาชิกในกลุ่มเป็นจำนวนมากก็ยิ่งจะทำให้เกิดความคิดเห็นที่หลากหลาย ดังนั้นการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยวาจา ศิลป์ก็จะทำให้โน้มน้าวใจให้เกิดความคิดเห็นที่ตรงกัน ลดความขัดแย้ง และความไม่ลงรอยกัน ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานร่วมกันเกิดความราบรื่นมากยิ่งขึ้น ดังตัวอย่างนี้ จะพบการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างองค์กรภาคเอกชนและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

“ในการขอความช่วยเหลือจากสถานประกอบการจะไม่เป็นการร้องขอโดยตรง แต่จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และหากผู้ประกอบการมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ก็จะมีการยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือด้วยตนเอง”

(IP-22)

“ร้านอาหารในชุมชนเข้ามาให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดทำต้นทุนกำไร ด้านการทำอาหาร แล้วก็การพัฒนาเมนูอาหารต่างๆ รวมไปถึงการแนะนำเรื่องวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารด้วย”

(IK-12)

นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการสร้างกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน จนเกิดความสนิทสนมและมีความสัมพันธ์อันดีร่วมกัน ดังตัวอย่างนี้

“วันเสาร์จะมีการร่วมวิ่งออกกำลังกาย มีนักท่องเที่ยว และชาวบ้านในชุมชน รวมไปถึงผู้ประกอบการ ในระยะทาง 5 กิโลเมตร เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีร่วมกัน อีกทั้งยังเป็นการสร้างสุขภาพให้แข็งแรงอีกด้วย”

(IP-22)

สำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันอย่างเป็นมิตรนั้นยังเกิดขึ้นกับ **องค์กรภาครัฐและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วย** เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และสามารถก่อให้เกิดการดำเนินงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี ดังตัวอย่างนี้

“หน่วยงานของเราจะเข้าไปในชุมชนบ่อยครั้ง ไม่เพียงแต่ในช่วงที่มีการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชน”

(IP-23)

สำหรับการผูกมิตร ยังพบการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ด้วย ดังตัวอย่างนี้

“การพูดคุยเพื่อหาข้อยุติหรือข้อตกลงระหว่างกันของผู้นำ ต้องพูดอย่างถนอมน้ำใจ สมาชิกทุกคน จะพูดตามใจตนเองไม่ได้ เพราะจะทำให้เกิดความบาดหมางและข้อพิพาทได้”

(IK-26)

มีความไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) หมายถึง การแสดงออกถึงความจริง ไม่เสแสร้งแก้งทำ ไม่คดโกง มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่หลอกลวง ซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายเกิดความไว้วางใจและเชื่อใจ ไม่ว่าจะทำอะไรก็เกิดความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้แก่อีกฝ่าย ดังตัวอย่างนี้ จะแสดงให้เห็นถึงการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยความไว้เนื้อเชื่อใจจากกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

“ซึ่งหากมีงานโฮมสเตย์เข้ามา เจ้าของบ้านก็จะแจ้งส่วนกลางเพื่อหักเงินเข้าส่วนกลางด้วยตนเอง จะไม่มีการกำกับติดตาม เพราะมีความไว้วางใจกัน ทั้งยังไม่เคยมีกรณีที่บ้านไม่แจ้งส่วนกลางเกิดขึ้นเลยสักครั้งเดียว”

(IP-16)

3. กระบวนการปลายน้ำในการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย หมายถึง การร่วมสร้างสรรค์คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างที่สินค้าหรือบริการนั้น ไปถึงมือผู้บริโภค ดังนั้นกระบวนการปลายน้ำนี้จึงมักเกิดขึ้นระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และนักท่องเที่ยว กระบวนการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยในระดับกลางน้ำของทั้ง 2 ชุมชน ได้แก่ มีวัฒนธรรม เอาใจเขามาใส่ใจเรา มีความเป็นมิตร มีความเอื้ออาทร มีความซื่อสัตย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ใช้วิถีถิ่น (Local Culture) หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการกระทำ คำพูด หรือการผนวกเข้ากับสถานที่หรือกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชนก็ได้ โดยเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมให้อีกฝ่ายหนึ่งได้ซึมซับและเรียนรู้ รวมถึงการแสดงออกถึงมารยาทไทย รู้จักกาลเทศะและมีความสำรวมกริยาวาจา ใจ ดังตัวอย่างนี้

“โดยอัตลักษณ์ของบ้านพักโฮมสเตย์แห่งนี้คือการให้บริการด้วยจิตบริการแบบไทย มุ่งเน้นไปที่การถ่ายทอดวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหาร การนำเที่ยว การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น โดยชุมชนจะมีการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือประกอบอาหารด้วยตนเอง ซึ่งอาหารที่ชุมชนนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวก็เป็นอาหารพื้นถิ่น ไม่ว่าจะเป็นอาหารจากเห็ด หน่อไม้ หรือผักชนิดต่างๆ”

(IK-1)

“เรื่องเล่าที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบคือ เรื่องราวในอดีตของชุมชนและของเจ้าบ้าน เรื่องเล่าที่มีความเป็นวัฒนธรรมที่แตกต่างจากของนักท่องเที่ยว”

(IK-4)

“จากนั้นจะมีการแสดงต้อนรับที่แสดงถึงวัฒนธรรมของชาวเนินมะปราง อันได้แก่ รำประกอบดนตรีม้งคละ การละเล่นนางดั่ง เป็นต้น โดยการนำเอาการแสดงและการละเล่นพื้นบ้านมาประกอบการต้อนรับผู้มาเยือนนั้น ชุมชนมีจุดมุ่งหมายเพื่อการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือนและต้องการถ่ายทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมให้ไม่สูญหายไป ทั้งในรูปแบบของการถ่ายทอดไปยังผู้ชมและการถ่ายทอดไปยังผู้แสดงที่เป็นรุ่นเยาวชนและกลุ่มแม่บ้านชุมชนด้วย”

(IP-13)

ในการมีปฏิสัมพันธ์โดยมุ่งหวังให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมและวิถีชีวิตนั้นสามารถทำได้ โดยการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยภาษาถิ่น ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และซึมซับวัฒนธรรมด้านภาษาของชุมชนได้เป็นอย่างดี ดังตัวอย่างนี้

“ในขั้นตอนนี้จะมีคนขับรถและผู้นำเที่ยวทำหน้าที่ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว คนขับรถจะเน้นการให้บริการที่ปลอดภัย ขับด้วยความเร็วในระดับต่ำตลอดเส้นทาง และผู้นำเที่ยวจะทำหน้าที่ในการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม และลักษณะทางสังคมของชาวบ้านในชุมชนด้วยภาษาถิ่น ซึ่งแต่ละชุมชนจะมีลักษณะไม่เหมือนกันเนื่องจากแต่ละชุมชนจะมีบรรพบุรุษที่ย้ายถิ่นฐานมาจากต่างจังหวัด”

(IP-13)

“ชาวบ้านจะสามารถพูดภาษาอีสาน และภาษาลาวหล่มได้ หากนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากภาคอีสาน ก็จะพูดคุยกับนักท่องเที่ยวในภาษาอีสาน เพื่อสร้างความเป็นกันเองและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว แต่หากนักท่องเที่ยวมาจากเพชรบูรณ์ ก็จะพูดภาษาลาวหล่มเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว”

(IP-19)

การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจหรือมีความเข้าใจต่อความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง และตอบสนองด้วยการกระทำที่มุ่งหวังให้อีกฝ่าย

หนึ่งมีความพึงพอใจอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งอาจเกิดจากการพูดคุยและหารือถึงความไม่สบายใจ หรือความทุกข์ใจที่อีกฝ่ายกำลังเผชิญอยู่ และพยายามแก้ไขปัญหานั้นๆ หรือช่วยบรรเทาความทุกข์ นั้นให้จงได้ อาจเกิดขึ้นจากการสังเกตถึงท่าทีของอีกฝ่ายหนึ่งว่ามีความต้องการในเรื่องใด และพยายามตอบสนองความต้องการนั้นๆ ให้ได้มากที่สุด โดยไม่ต้องรอการร้องขอจากอีกฝ่ายหนึ่ง ดัง ตัวอย่างนี้

“เจ้าบ้านเน้นการพูดคุยกับผู้มาเยือนอย่างเป็นกันเอง แต่บางคนก็ไม่ต้องการที่จะมีการ ปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน เค้าก็จะเข้าห้อง ไม่มาพูดคุย เจ้าบ้านก็ต้องสังเกตภาษากายของ นักท่องเที่ยวด้วย (...) ชาวบ้านอยากให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ ด้วยการให้บริการอย่าง เต็มที่ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในทุกคำร้องขอ”

(IP-18)

“ตอนเย็นก่อนนอนพี่ก็ถามป้านะว่าพรุ่งนี้เช้ามีอะไรให้ทาน ป้านุซก็บอกว่าปกติก็มี ข้าวต้มกับกาแฟ เราก็เลยบอกว่าทานอะไรก็ได้ แต่จริงๆ ถ้าได้ทานแบบที่พวกป้าๆ ทานก็จะดี นะ เพราะไม่เคยทานมาก่อน สรุปรตอนเช้าพี่ได้ทานน้ำพริกกะปิ หนวดค่างควทอด ไข่ชะอม ผัดอะไรสักอย่างจำไม่ได้แล้วค่ะ แต่อร่อยมาก คือจริงๆ ไม่ได้คาดหวังว่าจะได้ทานนะ แค่ เปรี้ยวให้ป่าฟังเฉยๆ”

(IP-33)

รวมไปถึงการแสดงออกถึงความรู้สึกเป็นห่วงเป็นใยในอีกฝ่ายหนึ่ง หรือแสดงให้เห็นถึง ความรู้สึกกังวลใจ ความกุ่มใจ หรือความกระตือรือร้นที่อยากเห็นอีกฝ่ายหนึ่งพ้นจากทุกข์ มีความสุข และเกิดความพึงพอใจ ซึ่งการแสดงออกถึงความรู้สึกห่วงใยนี้จะทำให้อีกฝ่ายรับรู้ได้ และเกิด ความรู้สึกผูกพันต่อกัน จนอาจก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ดัง ตัวอย่างนี้

“ในช่วงเย็นเค้าจะมีอาหารมาให้ แล้วช่วงเช้าก็จะมีมามากกับกาแฟให้ด้วยครับ อ้อ แล้ว ผมสั่งหมูกระทะไปกินด้วยครับ สั่งเผื่อให้คนนำทางด้วย ช่วงกลางคืนเค้าจะปล่อยให้เราเป็น ส่วนตัวเลยครับ ไม่เข้ามาวุ่นวาย แต่เค้าก็จะนอนอยู่ใกล้ๆ นะครับ ไม่ได้ปล่อยทิ้งไว้”

(IP-31)

“จากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเต็มใจและความสามารถ จึงทำให้เกิดความ ผูกพันและความเป็นห่วงเป็นใยต่อกัน และสิ่งนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกและบอกต่อไปยัง

เพื่อนฝูงและเครือญาติ อีกทั้งยังสร้างสัมพันธ์อันดีให้แก่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน หลังจากการท่องเที่ยวสิ้นสุดลง แต่ความสัมพันธ์ไม่มีการยุติ นักท่องเที่ยวยังคงติดต่อมายังชุมชนอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการกลับมาเยี่ยมเยือน การมาร่วมงานบุญหรือเทศกาล ประเพณีต่างๆ ของชุมชน หรือการเข้าร่วมกิจกรรมช่วยเหลือชุมชน”

(IK-1)

“หลังจากที่นักท่องเที่ยวกลับไป ก็มีการติดต่อหากันอยู่เสมอ กลายเป็นญาติสนิทที่ต้องคอยโทรศัพท์ถามสารทุกข์กัน ช่วงปี พ.ศ. 2554 น้ำท่วม เจ้าของบ้านโทรศัพท์เรียกให้มาพักที่บ้านโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย 1 เดือน จนน้ำแห้งจึงค่อยกลับไป เวลาว่างก็ช่วยเหลือกันอยู่เสมอ”

(IK-4)

ซึ่งการช่วยเหลือเกื้อกูลนี้จะต้องเกิดขึ้นจากจิตใต้สำนึกของอีกฝ่ายอย่างจริงจัง จะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งรับรู้และสัมผัสได้ เพราะหากความห่วงใยเกิดจากความจริงใจแล้ว การกระทำจะสะท้อนให้เห็นความห่วงใยและความกระตือรือร้นที่จะทำให้อีกฝ่ายพ้นทุกข์และมีความสุขได้อย่างชัดเจน ดังตัวอย่างนี้

“มีกรณีนักท่องเที่ยวมีอาการคัน เลาให้เจ้าบ้านฟัง เจ้าบ้านรู้สึกกระวนกระวาย จะต้องหาทางที่จะช่วยบรรเทาความทุกข์ของนักท่องเที่ยวให้ได้ เจ้าบ้านจึงไปหาคารามายมาทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ จนตอนที่เค้ากลับไปแล้วและกลับมาใหม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ซื้อผ้าถุงและเสื้อมาฝาก”

(IK-3)

นอกจากนั้นการช่วยเหลือเกื้อกูลยังสามารถอยู่ในรูปแบบของการสำรวจหรือศึกษาถึงพฤติกรรมของอีกฝ่ายหนึ่ง ว่าสามารถหรือไม่สามารถกระทำได้ หรือหากกระทำได้แล้วจะก่อให้เกิดผลร้ายต่ออีกฝ่ายหนึ่งได้ ดังตัวอย่างนี้

“และในการประกอบอาหารแต่ละมื้อจะต้องมีการสำรวจนักท่องเที่ยวก่อนว่ามีอาการแพ้อาหารประเภทใดหรือไม่ หรือไม่สามารถรับประทานอาหารประเภทใดบ้าง โดยแม่ครัวจะต้องมีข้อมูลในส่วนนี้เพื่อประกอบการประกอบอาหารแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นอย่างเหมาะสมและปลอดภัย”

(IK-7)

นอกจากนั้นการช่วยเหลือเกื้อกูล ยังหมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยความปรารถนาดีต่ออีกฝ่ายหนึ่ง อาจเป็นการพูดหรือการกระทำ ที่มุ่งปฏิบัติให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งด้วยความปรารถนาให้ผู้อื่นได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ ซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเกิดความสุขและสบายใจ ซึ่งได้กล่าวถึงไปแล้วในกระบวนการต้นน้ำ และกลางน้ำ สำหรับกระบวนการปลายน้ำนี้ก็พบความปรารถนาดีเช่นเดียวกัน แต่จะมีความมุ่งหวังที่เพิ่มขึ้นมานอกจากผลประโยชน์ก็คือ ประสบการณ์ใหม่ๆ ความทรงจำที่ดี หรือความสัมพันธ์เช่นญาติมิตรหรือพี่น้องนั่นเอง ดังตัวอย่างนี้

“สิ่งที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับคือ ประสบการณ์ใหม่ที่ไม่สามารถหาได้จากสถานที่อื่นๆ ได้รับความสุข ความเป็นพี่เป็นน้อง ความเป็นญาติมิตร”

(IP-16)

“เจ้าบ้านอยากให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีๆกลับไปและกลับมาท่องเที่ยวอีกในภายหลัง อยากพัฒนาชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวให้ดี เพื่อนักท่องเที่ยวได้เห็นแล้วรู้สึกว้าว หาที่ไหนไม่ได้”

(IP-17)

หรืออาจจะมาจากการศึกษาหาข้อมูลว่าอีกฝ่ายมีลักษณะเหมือนกับนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในชุมชนกลุ่มใด และคนกลุ่มนั้นมีความต้องการพิเศษอย่างไร หลังจากนั้นจึงพยายามตอบสนองความต้องการของอีกฝ่ายจากประสบการณ์ที่เคยผ่านมาแล้ว ดังตัวอย่างนี้

“นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ ที่นับถือศาสนาอิสลาม จะไม่ต้องการบ้านพักที่เลี้ยงสุนัขหรือปล่อยสุนัขออกมาเดินอยู่ภายในบริเวณบ้าน ชุมชนจึงต้องมีการหาบริเวณให้สุนัขอยู่อย่างเป็นสัดส่วนจากนักท่องเที่ยว หากมีนักท่องเที่ยวมาพักที่โฮมสเตย์ของตนเอง หรือนักท่องเที่ยวบางคนไม่ชื่นชอบให้มีสัตว์เลี้ยงมาเดินปะปนกับคนพัก ชุมชนก็จึงต้องบริหารจัดการให้ได้”

(IK-26)

“ผู้มาเยือนมักจะพูดคุยถึงวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพของชาวบ้านในชุมชน และแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้มาเยือนให้แก่เจ้าบ้านฟังด้วย จากสถานการณ์นี้ชุมชนจะได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของผู้มาเยือนว่าจะทานข้าวช่วงเวลาไหน เข้านอนช่วงเวลาไหน และในการใช้ชีวิตของผู้มาเยือนแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะอย่างไร จากนั้นชุมชนจะสามารถนำมาปรับปรุงรูปแบบในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในกลุ่มถัดไป”

(IP-13)

อีกทั้งยังต้องรู้จักเข้าอกเข้าใจอีกฝ่ายหนึ่งด้วยการเอาใจเขามาใส่ใจเรา หรือการเอาตัวเองเข้าไปอยู่ในความรู้สึก หรือสถานการณ์ที่อีกฝ่ายต้องเผชิญ ทำให้เข้าใจเหตุผล และความรู้สึกจากมุมมองของคนคนนั้นจริงๆ หากเอาใจเขามาใส่ใจเราแล้วก็จะเกิดความเข้าอกเข้าใจ และการช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่งได้อย่างตรงตามความต้องการนั่นเอง ดังตัวอย่างนี้

“ช่วงเวลาที่ส่งนักท่องเที่ยวกลับบ้าน ชาวบ้านก็จะกอดเพื่อเป็นการรำลา เนื่องจากเข้าใจความรู้สึกที่ว่ามาต่างบ้านต่างเมือง อาจจะรู้สึกหวาดกลัว จึงอยากกอดให้กำลังใจและสร้างความอบอุ่นใจแก่นักท่องเที่ยวในฐานะลูกหลานและญาติมิตร ทำให้ต่างฝ่ายต่างร้องไห้ เพราะเกิดความปลื้มใจ สุขใจ และอบอุ่นใจ”

(IK-3)

“บางครั้งช่วงเวลาที่มียกท่องเที่ยวเข้ามาหลายกลุ่ม มักจะพบปัญหาไฟฟ้าดับ นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความหวาดกลัวเนื่องจากความไม่เคยชินสถานที่ เจ้าของบ้านก็จะจุดเทียนมาให้และมานั่งเป็นเพื่อนพูดคุยเพื่อคลายความกลัวแก่นักท่องเที่ยว และในช่วงหลังก็จะมีกรติดไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเวลาฉุกเฉินด้วย”

(IK-26)

“แล้วสิ่งที่พีจำได้ไม่ลืม เพราะรู้สึกประทับใจมากๆ ก็คือที่บ้านบุไทรจะมีป้ายบอกทางน้อยมากๆ แล้วพีก็พานักศึกษาไปเป็นรถบัสเลยนะ เราก็กลัวว่าจะไปไม่ถูก แล้วก็กลัวรถบัสเข้าไม่ได้ เพราะเป็นครั้งแรกที่ไป แต่ยังไม่ทันได้มองหาป้ายบอกทางเลย ก็มองเห็นกลุ่มแม่ๆ เค้าแตงตัวสวยเลยนะ มายืนกันเต็มไปหมด ตรงป้ายทางเข้าหมู่บ้านนะ ติดถนนใหญ่เลย เห็นทีแรกนี่น้ำตาจะไหลเลย เรา รู้สึกว่าอบอุ่นนะ รู้สึกเหมือนเค้าเป็นญาติผู้ใหญ่ที่มารอลูกหลานกลับบ้าน ประทับใจจริงๆ ค่ะ”

(IK-32)

การผูกมิตร (Congeniality) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นถึงความเป็นมิตร หรือ ความหวังดี ไม่เป็นศัตรู ไม่ทำร้าย และพร้อมที่จะทำประโยชน์เกื้อกูลแก่กันและกัน ซึ่งจะทำให้ทั้ง 2 ฝ่ายเกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน หากมีสิ่งใดที่คนเป็นมิตรพอที่จะให้ความช่วยเหลือได้ก็จะทำโดยไม่รีรอ รวมไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันอย่างเป็นกันเอง หรือหมายถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไม่มีการพิถีพิถันนั่นเอง เป็นการปฏิสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยระหว่างกัน ทำให้ต่างฝ่ายต่างไม่รู้สึกขวยเขิน หรือไม่รู้สึกกดดันในการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน แม้เป็นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันครั้งแรกก็สามารถสร้างความเป็นกันเองได้ ด้วยลักษณะนิสัยที่เป็นคนง่ายๆ ของคนไทยเอง ซึ่งจะทำให้แต่ละฝ่ายเกิดความรู้สึกไม่เป็นทางการและทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนานจากการร่วมกิจกรรมต่างๆ ได้โดยง่าย ดังตัวอย่างนี้

“ในบ้านของชาวบ้านจะมีการปลุกกล้วย มะขามหวานไว้จำนวนมาก หากนักท่องเที่ยวมากก็จะไปเก็บมาให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานกัน บางกลุ่มก็จะไปเก็บกันเอง เกิดความรู้สึกสนุกสนานและเป็นกันเองเป็นอย่างมาก”

(IK-4)

นอกจากนั้นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันอย่างเป็นกันเองอาจเป็นการเปิดโอกาสให้อีกฝ่ายหนึ่งมีความกล้าที่จะเข้าหาหรือมีปฏิสัมพันธ์ด้วยอย่างไม่ขวยเขิน ซึ่งจะทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างราบรื่น ดังตัวอย่างนี้

“นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาอย่างเป็นกันเอง เจ้าบ้านก็จะกล้าที่จะมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เจ้าบ้านจะสังเกตจากการพูดคุยของนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวคอยสอบถามเรื่องต่างๆ ก็แสดงว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มานั่งพูดคุยและมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน แต่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ประสงค์จะมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เจ้าบ้านก็จะสังเกตจากภาษากาย ก็จะถอยตัวออกมา ไม่เข้าไปรบกวน”

(IK-3)

“หากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักในชุมชนสามารถเดินเยี่ยมชมในชุมชนได้เลย สามารถเข้าไปขอร่วมกิจกรรมของชุมชนที่กำลังดำเนินอยู่ เช่น ทำขนมจีน ทำผ้าทอ เป็นต้น ให้ความรู้สึกเหมือนกับเดินเที่ยวบ้านพี่บ้านน้องตนเอง”

(IP-16)

อีกทั้งการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยความเป็นกันเองยังทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดและผูกพัน เหมือนกับเป็นคนในครอบครัวหรือเป็นคนที่มีความสนิทสนมกัน ดังตัวอย่างนี้

“แล้วผู้นำกลุ่มแก่น้ำรักนะ แกเป็นคนบ้านๆนะ เวลาแกพูดจาก็ใช้ภาษาบ้านๆ พูดเหมือนญาติผู้ใหญ่เราเนี่ยแหละ พาเดินดูสวน พาไปคุยกับป่าสาย ป่าแฉล้ม เหมือนพาเราเที่ยวบ้านตัวเอง ไปเจอญาติผู้ใหญ่เราอะ”

(IK-34)

“ด้านความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สิน ชุมชนยังไม่เคยประสบพบเจอกับเหตุการณ์ที่ร้ายแรงหรือรุนแรง เนื่องจากว่าชุมชนให้การดูแลนักท่องเที่ยวอย่างญาติมิตร เป็นห่วงเป็นใย และดูแลกันเป็นอย่างดี จนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกรัก ผูกพัน และเกรงอกเกรงใจ ไม่กระทำการใดๆที่เป็นอันตรายต่อตนเองและผู้อื่น ขโมยหรือโจรก็ไม่เคยมีในชุมชน ไม่เคยมีปัญหาของสูญหาย”

(FP-2)

เมื่อเกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านแล้ว นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความรักและหวงแหนสิ่งที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่เจ้าบ้าน รวมไปถึงทรัพยากรท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนของเจ้าบ้านเองด้วย จึงทำให้เกิดการอนุรักษ์และหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน พร้อมทั้งจะปกป้องและรักษาไว้ตั้งเช่นทรัพย์สินอันมีค่าของตนเอง ดังตัวอย่างนี้

“นักท่องเที่ยวชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยว และรู้สึกว่าตนเองก็เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้เช่นกัน จึงรู้สึกรักและหวงแหนผืนป่าเหล่านี้ไปด้วย”

(IP-17)

“เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนี้เกิดมาจากฐานรากของชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการดำเนินงานอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความเข้มแข็งและความรักต่อทรัพยากรในชุมชนตนเอง ซึ่งหากมีผู้ที่จะมาทำลายทรัพยากรของชุมชนก็จะมีความต่อต้านและไม่เห็นด้วย หรือไม่ยอมให้ใครมาทำลายทรัพยากรของชุมชนตนเองอย่างเด็ดขาด จะทำให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีความแตกต่างจากชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆที่เกิดมาจากความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ สื่อออนไลน์ และภาคเอกชน สิ่ง

นี่ก็ทำให้ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน แล้วก็นักท่องเที่ยวรู้สึกว่ภาคภูมิใจในความสามัคคีของค้ำ
นะ ทำให้เรารู้สึกว่รักและห่วงแหนไปกัคค้ำด้วยเหมือนกัน”

(IP-18)

“ที่บ้านขมพูค้ำมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์มาก ๆ มีถ้ำที่ยาวที่สุดในประเทศด้วยนะ
ข้างในถ้ำก็มีปลาตาบอดที่หาไม่ได้ทั่วไปนะ ชาวบ้านค้ำรักและห่วงแหนของค้ำมาก ๆ นะ แต่
ได้ยินข่าวว่จะมีคนมาสร้างเขื่อน ชาวบ้านค้ำก็ไม่ยอมสิ เพราะว่มันจะทำให้ทรัพยากร
เหล่านี้ถูกทำลายไป พี่ก็ห่วงนะ เพราะว่พี่มาที่ไรพี่ก็ไปเข้าถ้ำทุกครั้ง ไปดูดอกศิลาจารี ไป
เที่ยวหน้าตก พี่ก็จะไม่ยอมให้ค้ำมาทำเขื่อนเหมือนกัน”

(IP-41)

ความไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) หมายถึง การแสดงออกถึงความจริง ไม่เสแสร้งแก้ง
ทำ ไม่คดโกง มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่หลอกลวง ซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายเกิดความไว้วางใจและเชื่อใจ ไม่ว่าจะ
จะทำสิ่งใดก็เกิดความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้แก่อีกฝ่าย ดังตัวอย่างนี้

“แกบอกตรงๆเลยนะว่อาหารแต่ละมื้อนี่แกจัดเต็มเลย ไม่รู้ได้กำไรมั้ย แต่แกทำให้กิน
แบบเต็มที่ ทำให้ลูกให้หลาน ผู้นำกลุ่มแกไม่มีเสแสร้งเลย พี่มองออกเลยว่แกเป็นคนจริงใจ
เราเลยเชื่อใจนะ เวลาแกพูดอะไร พี่รู้ได้เลยว่แกจะไม่มาเอาเปรียบเรา”

(IK-34)

“แต่ตอนนั้นผมได้มีโอกาสไปอบรมเรื่องผักปลอดสารพิษที่บ้านผู้นำกลุ่ม เพราะว่ผม
ตั้งใจจะเอามาปลูกที่บ้านตัวเอง ก็เลยได้มีโอกาสได้ทานอาหารอีสาน แกงหยวกกล้วย หมก
เห็ด น้ำพริกปลาร้า ผักสด ผักลวก รสชาติแซบมากๆครับ แต่ผมไม่ได้ยั้งหรือลั้งเลเลยนะครับ
ว่จะเสาะท่องรีเปล่า เพราะได้ฟังที่ผู้นำกลุ่มเล่าถึงกรรมวิธีในการปลูกผักแล้วก็การประกอบ
อาหารไปแล้ว ผมก็ทานเต็มที่เลยครับ”

(IK-35)

“เนื่องจากว่ชุมชนให้การดูแลนักท่องเที่ยวอย่างญาติมิตร เป็นห่วงเป็นใยและดูแลกัน
เป็นอย่างดี จนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกรัก ผูกพัน และเกรงอกเกรงใจ ไม่กระทำการใดๆ ที่เป็น
อันตรายต่อตนเองและผู้อื่น ขโมยหรือโจรก็ไม่เคยมีในชุมชน ไม่เคยมีปัญหาของสูญหาย”

(FP-2)

หากกล่าวโดยสรุป กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มต่างก็มีส่วนในกระบวนการร่วมสร้างคุณค่า ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย ผ่านกระบวนการทั้ง 3 ชั้น ได้แก่ กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จนก่อให้เกิดคุณค่าต่างๆ มากมาย อันสามารถสรุปได้ตามตารางต่อไปนี้

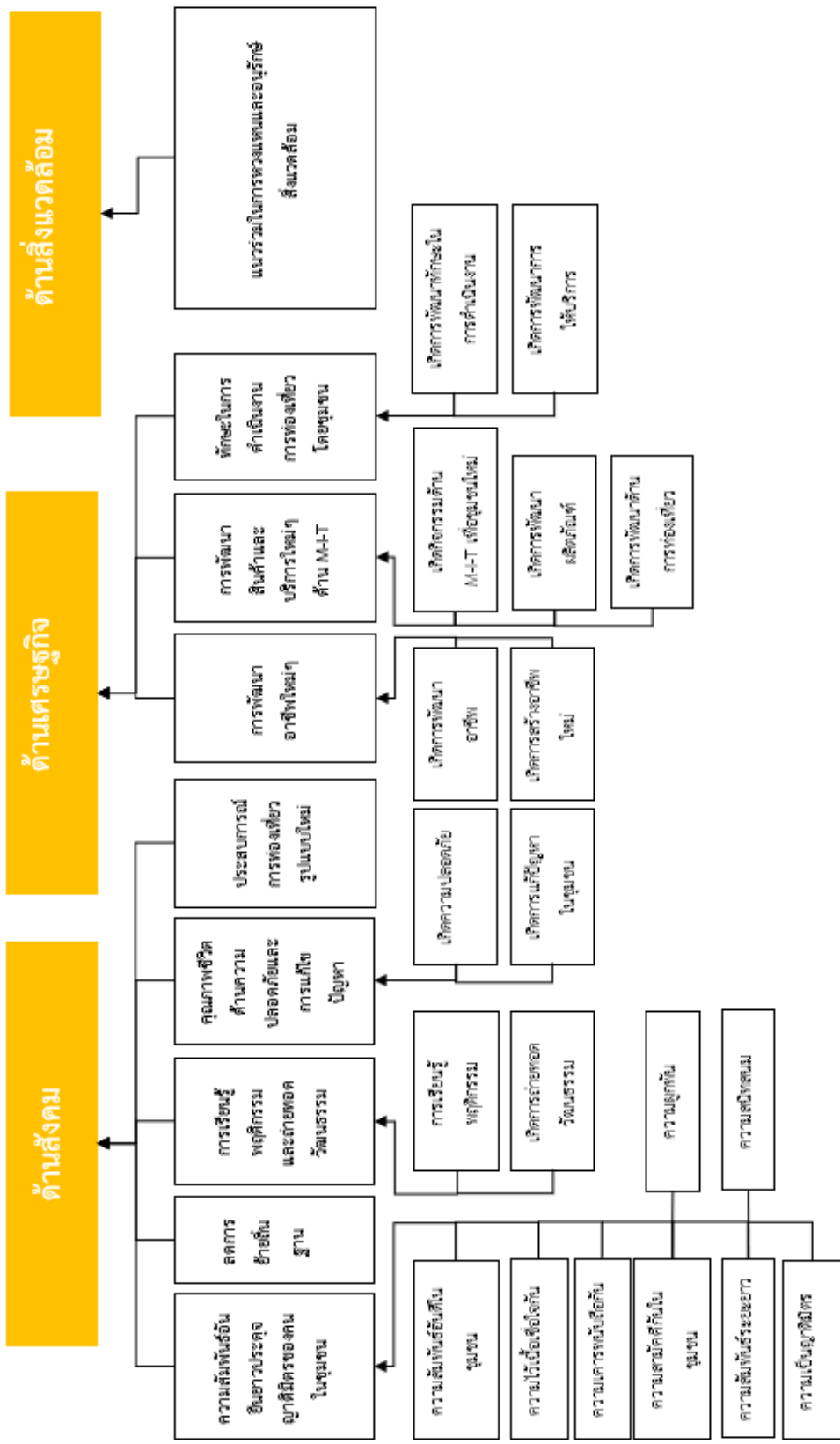
ตาราง 9 คุณค่าที่ถูกสร้างขึ้นจากกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย

การมีปฏิสัมพันธ์ ด้วยจิตบริการ แบบไทย	คุณค่าที่ถูกสร้างขึ้น
กระบวนการบริหารวัตถุดิบ (ต้นน้ำ)	
ช่วยเหลือเกื้อกูล	<p>องค์กรภาครัฐ ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชน เกิดการพัฒนาอาชีพ เกิดการพัฒนาสาธารณูปโภค เกิดการอนุรักษ์ห้วงแหวน ทรัพยากรธรรมชาติ</p> <p>ภาคการศึกษา ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชน เกิดการสร้างอาชีพใหม่ เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์</p>
กระบวนการสร้างสินค้าและบริการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน (กลางน้ำ)	
ช่วยเหลือเกื้อกูล	<p>องค์กรภาครัฐและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เกิดกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชนใหม่ เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์</p> <p>องค์กรการศึกษาและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เกิดการพัฒนาด้านเอกสารสิทธิ์ เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว เกิดการพัฒนา ผลิตภัณฑ์</p> <p>นักท่องเที่ยวและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์</p> <p>ระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยกัน เกิดความสามัคคีกันในชุมชน เกิดรายได้ ลดการย้ายถิ่นฐาน</p> <p>ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนและชาวบ้านในชุมชน เกิดการแก้ปัญหาในชุมชน เกิดความสัมพันธ์อันดีในชุมชน</p>

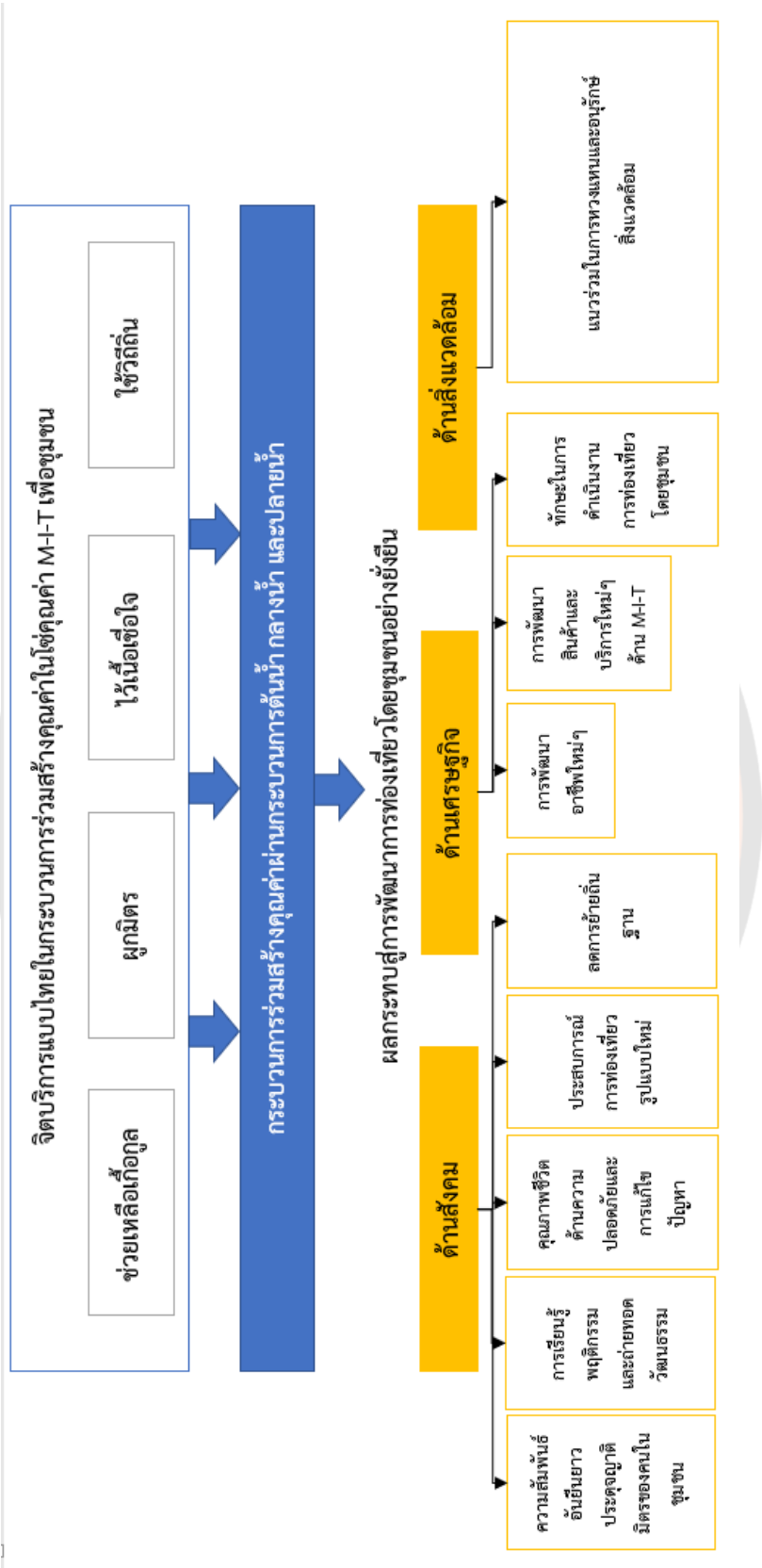
ตาราง 9 คุณค่าที่ถูกสร้างขึ้นจากกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย (ต่อ)

การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย	คุณค่าที่ถูกสร้างขึ้น
ผูกมิตร	องค์กรภาคเอกชนและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เกิดความสัมพันธ์อันดีในชุมชน เกิดการพัฒนาทักษะในการดำเนินงาน องค์กรภาครัฐและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เกิดความสัมพันธ์อันดี
ไว้น้ำใจ	ระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยกัน เกิดความไว้น้ำใจกัน เกิดความเคารพนับถือกัน
กระบวนการส่งมอบสินค้าหรือบริการไปถึงมือผู้บริโภค (ปลายน้ำ) เกิดระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และนักท่องเที่ยวเท่านั้น	
ช่วยเหลือเกื้อกูล	เกิดการพัฒนารูปแบบการให้บริการ เกิดประสบการณ์ใหม่ เกิดความผูกพัน เกิดความสัมพันธ์ระยะยาว เกิดการเรียนรู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
ผูกมิตร	เกิดความผูกพัน เกิดความสัมพันธ์ระยะยาว เกิดความสนิทสนม เกิดความเป็นญาติมิตร เกิดการอนุรักษ์ห่วงแหนทรัพยากรธรรมชาติ
ไว้น้ำใจ	เกิดความไว้น้ำใจ เกิดความปลอดภัย
ใช้วิถีถิ่น	เกิดการถ่ายทอดวัฒนธรรม

จากกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการทั้ง 4 รูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการช่วยเหลือเกื้อกูล การผูกมิตร ความไว้น้ำใจ และการใช้วิถีถิ่น จะพบว่า เกิดคุณค่าที่ถูกสร้างขึ้นมากมาย โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ คุณค่าด้านสังคม คุณค่าด้านเศรษฐกิจ และคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเหล่านี้เองที่เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ของพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 แห่ง โดยคุณค่าที่ถูกสร้างขึ้นนี้สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ตามตารางต่อไปนี้



ภาพ 23 คุณค่าที่ถูกรสร้างขึ้นจากระบบการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการผลิตบริการอย่างยั่งยืน



ภาพ 24 กระบวนการร่วมสร้างคุณค่าด้วยจิตบริการแบบไทยเพื่อการพัฒนา M-I-T เพื่อชุมชนอย่างยั่งยืน

จากแผนภาพดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า กระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยประกอบไปด้วยจิตบริการแบบไทย 4 รูปแบบ อันได้แก่ ช่วยเหลือเกื้อกูล ผูกมิตร ไว้เนื้อเชื่อใจ และใช้วิถีถิ่น ซึ่งจิตบริการแบบไทยทั้ง 4 รูปแบบนี้ถูกนำมาใช้ในกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย 3 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการต้นน้ำ หรือการร่วมสร้างสรรคคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการบริหารจัดการวัตถุดิบในห่วงโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน กระบวนการกลางน้ำ หรือการร่วมสร้างสรรคคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างการผลิตสินค้าและบริการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน และกระบวนการปลายน้ำ หรือการร่วมสร้างสรรคคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างที่สินค้าหรือบริการนั้นไปถึงมือผู้บริโภค ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้สามารถส่งผลให้เกิดผลกระทบสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยประกอบไปด้วยคุณค่าด้านสังคม หรือการก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันยืนยาวประดุจญาติมิตรของคนในชุมชน การเรียนรู้พฤติกรรมและถ่ายทอดวัฒนธรรม คุณภาพชีวิตด้านความปลอดภัยและการแก้ไขปัญหาประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ และลดการย้ายถิ่นฐาน ในส่วนของด้านเศรษฐกิจ กระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยก่อให้เกิดการพัฒนาอาชีพใหม่ๆ การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆด้าน M-I-T และทักษะในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมไปถึงคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม กระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยยังก่อให้เกิดแนวร่วมในการวางแผนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกด้วย ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่ากระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยก่อให้เกิดความยั่งยืนในชุมชนนั่นเอง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย

1. ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน

ความสำเร็จของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน หมายถึง การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างเต็มประสิทธิภาพ จนก่อให้เกิดผลลัพธ์ 4 ประการ อันประกอบไปด้วย 1) มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากพอสมควร 2) การท่องเที่ยวดังกล่าวส่งผลให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่ามีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น 3) เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และ

4) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่จะต้องสร้างการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน (Somsak, Sujitra, Nussara, & Somchai, 2007) จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน จากการนำเอาผลการศึกษาดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของชุมชนเป้าหมายทั้ง 2 แห่งที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน จนทำให้เกิดผลกระทบด้านบวกหลายประการที่ได้กล่าวมาข้างต้น มาผนวกกับสิ่งที่มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนต้องการที่จะให้เกิดขึ้นในอนาคต รวมไปถึงการนำเอาปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและ MICE ประสบความสำเร็จ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แล้วนำไปหารือร่วมกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้ดำเนินงาน กลุ่มผู้วางแผน กลุ่มผู้วางกลยุทธ์ กลุ่มผู้ใช้บริการ กลุ่มผู้ให้บริการ และกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ในการดำเนินงานด้าน MICE จำนวน 11 ท่าน ด้วยวิธีการ Delphi Technique ที่เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่ความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Consensus) และความไม่สอดคล้องกันของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อแสดงความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อสร้างให้เป็นปัจจัยที่จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน โดยจะสามารถนำมาเป็นเกณฑ์ในการเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชนที่มีศักยภาพต่อไปในอนาคต โดยปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชนจากการศึกษาครั้งนี้ มี 8 ปัจจัย

ซึ่งในตารางที่จะแสดงต่อไปนี้เป็นผลการวิเคราะห์ข้อความ จากแบบสอบถามรอบที่ 2 ซึ่งเป็น รอบสุดท้ายในกระบวนการเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) โดยจะแสดงค่ามัธยฐาน, ค่าฐานนิยม, จำนวนร้อยละของผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็นสอดคล้องกัน, ระดับความเห็นด้วย และความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผู้เชี่ยวชาญ โดยแสดงเป็นรายข้อดังต่อไปนี้

ตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อความที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงของบุคลากรผู้เชี่ยวชาญใน ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของ M-I-T เพื่อชุมชน โดยเรียงตามร้อยละของเสียงข้างมาก

ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซลูชันค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน	มัธยฐาน	ฐานนิยม	จำนวนร้อยละของผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็นสอดคล้องกัน	ระดับความเห็นของเสียงข้างมาก	ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ
1. มีแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่าย (Entire Package)	5.00	5	90.9	มากที่สุด	สอดคล้อง
2. มีผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง (Leadership)	5.00	5	90.9	มากที่สุด	สอดคล้อง
3. มีการให้บริการเกินความคาดหวัง (Beyond Expectation)	5.00	5	81.8	มากที่สุด	สอดคล้อง
4. มีความเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในโซลูชันค่าตาม M-I-T เพื่อชุมชน (Network)	5.00	5	72.7	มากที่สุด	สอดคล้อง
5. มีการรักษามาตรฐานด้านการให้บริการ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ (Maintain Standard)	5.00	5	72.7	มากที่สุด	สอดคล้อง
6. มีทรัพยากรท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนที่มีแกนราก (Core Root)	5.00	5	72.7	มากที่สุด	สอดคล้อง
7. มีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)	5.00	5	63.6	มากที่สุด	สอดคล้อง
8. มีการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย (Preserve)	5.00	5	63.6	มากที่สุด	สอดคล้อง

* ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการยอมรับผลสอดคล้องโดยเสียงข้างมาก เมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันอย่างน้อยร้อยละ 60 (Flanders, 1988)

จากตารางพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นที่สอดคล้องกันในระดับความเห็นมากที่สุดทั้ง 8 ปัจจัย โดยแบ่งระดับการให้ความสำคัญหรือความสอดคล้องเป็น 4 ระดับ ได้แก่ 1. ปัจจัยที่มีจำนวนผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยในระดับมากที่สุดเป็นลำดับที่หนึ่ง โดยมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 90.9 มีจำนวน 2 ปัจจัย ได้แก่ มีแพคเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่าย (Entire Package) และ มีผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง (Leadership) 2. ปัจจัยที่มีจำนวนผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยในระดับมากที่สุดเป็นลำดับรองลงมา โดยมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 81.8 คือปัจจัยด้านการให้บริการเกินความคาดหวัง (Beyond Expectation) 3. ปัจจัยที่มีจำนวนผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยในระดับมากที่สุดเป็นลำดับที่สาม โดยมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 72.7 ได้แก่ ความเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (Network) มีการรักษามาตรฐานด้านการให้บริการ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ (Maintain Standard) และ มีทรัพยากรท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนที่มีแก่นราก (Core Root) 4. ปัจจัยที่มีจำนวนผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยในระดับมากที่สุดเป็นลำดับสุดท้าย โดยมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 63.6 ได้แก่ มีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) และมีการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย (Preserve) ซึ่งทั้ง 8 ปัจจัย มีผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันอย่างน้อยร้อยละ 60 (Flanders, 1988) จึงมีมติสอดคล้องทั้ง 8 ปัจจัย

จากการวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้พบว่า มีปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชนจากการศึกษาครั้งนี้ มี 8 ปัจจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการประเมินการดำเนินงานตามปัจจัยทั้ง 8 นี้ โดยประเมินจากการสัมภาษณ์ สังเกต และประชุมกลุ่ม ในพื้นที่ศึกษาทั้ง 2 แห่ง พบว่าทั้ง 2 พื้นที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ครบทั้งหมด ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 การเปรียบเทียบการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของพื้นที่ศึกษาทั้ง 2 แห่ง ตามปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของ M-I-T เพื่อชุมชน 8 ปัจจัย

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ชุมชนมีครบถ้วนแล้ว		ชุมชนมีแล้วแต่ต้องปรับปรุง		ชุมชนยังไม่มี	
	บุไทร	เป็นมะปราง	บุไทร	เป็นมะปราง	บุไทร	เป็นมะปราง
1. มีแพคเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่าย (Entire Package)					✓	✓
2. มีผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง (Leadership)			✓	✓		
3. มีการให้บริการเกินความคาดหวัง (Beyond Expectation)			✓	✓		
4. มีความเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (Network)		✓	✓			
5. มีการรักษามาตรฐานด้านการให้บริการ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ (Maintain Standard)		✓	✓			
6. มีทรัพยากรท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนที่มีแก่นราก (Core Root)	✓					
7. มีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)					✓	✓
8. มีการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย (Preserve)					✓	✓

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จที่ได้สร้างขึ้นมา นั้น เป็นสิ่งที่ทั้งสองพื้นที่ยัง ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ เพื่อให้เกิดมาตรฐานในด้านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ชุมชนบุนไทร ยังต้องมีการปรับปรุง และพัฒนาตามเกณฑ์มากกว่าเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากการ ดำเนินงานของชุมชนบ้านบุนไทรเป็นการดำเนินงานโดยชุมชนเดี่ยว ทำให้ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยว บุคลากร และกลุ่มผู้สนับสนุนยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าเทียมกับเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ที่เป็นเครือข่ายที่มีความเข้มแข็ง ทั้งในด้านการดำเนินงาน M-I-T เพื่อชุมชนและการได้รับการสนับสนุน จากกลุ่มผู้สนับสนุน ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากในบางตัวชี้วัดเป็นเรื่องใหม่ จึงทำให้ชุมชนทั้ง 2 แห่งอาจจะยังไม่ได้ดำเนินการ ดังนั้น หากชุมชนทั้ง 2 แห่ง ต้องการที่จะมีความเข้มแข็ง มีประสิทธิภาพ และมีมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่ม M-I-T เพื่อชุมชน จึงต้อง มีการดำเนินการตามตัวชี้วัดเหล่านี้ ที่ได้สร้างจากการวิเคราะห์ด้วยกระบวนการที่ได้กล่าวไปแล้ว ข้างต้นอย่างเคร่งครัดและครบถ้วน โดยปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. มีแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่าย (Entire Package) หมายถึง การที่ ชุมชนมีการจัดเตรียมโปรแกรมท่องเที่ยวที่ครบวงจรให้นักท่องเที่ยว โดยแพ็คเกจท่องเที่ยวจะต้อง ประกอบไปด้วยระบบขนส่ง ที่จะต้องสามารถอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวตั้งแต่สนามบิน หรือสถานีขนส่งประจำทางอื่นๆ เพื่อเดินทางมายังชุมชนได้อย่างสะดวกและปลอดภัย นอกจากนี้ กิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆต้องน่าสนใจ มีความต่อเนื่อง ไม่จำเจ มีกิจกรรมใหม่ มีบริการใหม่ๆ มา นำเสนออยู่เป็นประจำ ซึ่งแต่ละกิจกรรมจะต้องมีระยะเวลาที่ชัดเจน ไม่เยิ่นเย้อ และไม่ผิดเวลาจาก กำหนดการโดยเด็ดขาด ซึ่งการจัดทำกำหนดการจะต้องครอบคลุมตั้งแต่ช่วงก่อน ระหว่าง และหลัง เดินทางท่องเที่ยว ที่มีความน่าสนใจ ลงตัว และกำหนดเวลาที่ชัดเจน จนทำให้นักท่องเที่ยวสามารถ ตัดสินใจได้ว่าจะสามารถเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวนั้นๆได้หรือไม่ และหากนักท่องเที่ยวเห็นว่า กำหนดการหรือแพ็คเกจท่องเที่ยวนั้นๆมีความน่าสนใจ ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวขยายเวลาในการ เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น การใช้จ่ายและการใช้เวลาในชุมชนก็จะมากตามไปด้วย ในอีกนัยหนึ่งการมี แพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและสามารถเข้าถึงได้ง่าย ถือเป็นความพร้อมอย่างหนึ่งที่ชุมชนควรมี เนื่องจากชุมชนสามารถนำไปเสนอขายให้กับกลุ่มลูกค้า และผู้ที่สนใจ หรืออาจทำการขายผ่านตัวแทน จำหน่ายได้อีกด้วย การมีแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจร สะท้อนถึงการดำเนินงาน ในลักษณะเครือข่าย

ที่เข้มแข็ง นักท่องเที่ยวสามารถประสานมายังจุดให้ข้อมูลส่วนกลาง โดยที่ไม่ต้องไปหาข้อมูลเพิ่มเติมจากที่อื่น เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้า ที่มีความเป็นมืออาชีพอย่างมาก

อีกทั้งโปรแกรมเหล่านี้ต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย หรือหมายความว่า นักเดินทางสามารถเลือกได้โดยผ่านทางช่องทางใดช่องทางหนึ่งที่สะดวกและรวดเร็วที่สุด นักเดินทางมาร่วมงานควรจะ สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆเหล่านี้ได้ในทันที ซึ่งจะทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ไม่ต้องให้นักท่องเที่ยวต้องได้แสวงหาข้อมูลเหล่านี้เอง แต่เป็นการเสิร์ฟให้ถึงมือลูกค้าอย่างครบถ้วน และ สะดวกสบาย ดังตัวอย่างนี้

“นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะตัดสินใจก่อนเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไปทำไม จะทำอะไร จะใช้เงินเท่าไร จะใช้เวลากี่วัน เรียกว่าต้องนำเสนออย่างเป็น Step ยิงโดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะต้องมีเงื่อนไขของเวลามาเป็นตัวกำหนดอย่างแม่นยำ ไม่สามารถ ยืดหยุ่นหรือคลาดเคลื่อนได้เลย ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงจำเป็นที่จะต้องมีแพคเกจหรือ ตัวเลือกที่แน่นอนให้พวกเขา อีกทั้งยังสามารถที่จะช่วยในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนได้ด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะได้วางแผนหรือขยายเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ แพคเกจที่ได้ถูกนำเสนออย่างครบถ้วน ทั้งเงื่อนไข กิจกรรมท่องเที่ยว ระยะเวลา ระยะเวลา และ สถานที่ท่องเที่ยว หรือเรียกง่ายๆว่า รู้ก่อน เลือกง่าย ตัดสินใจได้ นั่นเอง”

(Expert-1)

“การมีแพคเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและสามารถเข้าถึงได้ง่าย ถือเป็นความพร้อมอย่าง หนึ่งที่ชุมชนควรมี ชุมชนสามารถนำไปเสนอขายให้กับกลุ่มลูกค้า และผู้ที่สนใจ หรืออาจทำ การขายผ่านตัวแทนจำหน่าย การมีแพคเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจร สะท้อนถึงการดำเนินงาน ในลักษณะเครือข่ายที่เข้มแข็ง นักท่องเที่ยวสามารถประสานมายังจุดให้ข้อมูลส่วนกลาง โดย ที่ไม่ต้องไปหาข้อมูลเพิ่มเติมจากที่อื่น เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้า ที่มีความ เป็นมืออาชีพอย่างมาก”

(Expert-2)

2. มีผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง (Leadership)

หมายถึง การที่ผู้นำของชุมชนมีความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นผู้ที่ต้องมีความเป็นภาวะผู้นำ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ และไม่เอาเปรียบ ตามกลุ่มหรือคนใกล้ชิด เป็น ผู้ที่สามารถบริหารจัดการงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพจนเป็นที่ยอมรับของชุมชน

ได้ หากผู้นำมีความเป็นผู้นำและเป็นที่ยอมรับของชุมชน ก็จะทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน การดำเนินงานร่วมกันระหว่างผู้นำและผู้ทำงานก็จะเป็นไปด้วยความราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ดังตัวอย่างนี้

“ชุมชนแห่งนี้มีผู้นำที่เข้มแข็งเป็นอย่างมาก โดยได้รับรางวัลแหวนทองคำถึง 2 ปีซ้อน อีกทั้งเป็นผู้นำที่ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงได้มีการสนับสนุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว และเริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้นในปี พ.ศ. 2561 (...) ชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งของการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนและความสามารถของผู้นำชุมชน จนสามารถสร้างชุมชนที่เข้มแข็งทั้งในด้านของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีโรงสีข้าว ชุมชน ลานตากข้าว รถไถ รถเกี่ยวข้าว รถราง และอื่นๆ เพื่อให้บริการแก่ชาวบ้านในชุมชน”

(IP-16)

“ชุมชนแห่งนี้ก็ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิดเช่นกัน ในด้านโฮมสเตย์และงานประชุมก็ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ ทางผู้นำชุมชนจึงพาชาวบ้านในชุมชนปรับตัวในการจำหน่ายสินค้าด้วยการไลฟ์สดจำหน่ายสินค้าชุมชนผ่านเพจเฟซบุ๊ก ทำให้สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนถึง 40,000 บาทต่อเดือน”

(IP-27)

“ผู้นำกลุ่มก็ได้นำแนวทางในการพัฒนาการปลูกพืชแบบผสมผสานหรือแบบเศรษฐกิจพอเพียง เช่น การปลูกพุดรา กระท้อน ไม้ สตรอเบอร์รี่ ให้แก่สมาชิกในกลุ่มเพื่อสร้างรายได้ให้มากขึ้นและมีความยั่งยืนแทนการปลูกพืชเชิงเดี่ยว”

(IK-1)

นอกจากนั้นแล้วผู้นำควรเป็นผู้ที่มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง หมายถึง ซึ่งผู้นำนั้นต้องเป็นบุคคลที่ทำเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง ต้องมีความเสียสละ ทุ่เมเท และโปร่งใส ตรวจสอบได้ และต้องเป็นคนที่มิจิตใจรักชุมชนนั้นๆ และทุ่มเทอย่างจริงจังเพื่อคนในชุมชนและพื้นที่นั้นๆ ได้ หรือเรียกอีกอย่างว่าควรที่จะมองเป็นตัวบุคคลที่มีความเป็นผู้นำ มิจิตใจรักที่จะทำงานเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง ดังตัวอย่างนี้

“การเป็นผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง เป็นบุคคลที่ทำเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง แต่ไม่ควรจำกัดเพียงแค่เป็นคนในท้องถิ่น เพราะคนที่มาจากภายนอกก็สามารถมีจิตใจรักชุมชนนั้นๆ

และทุ่มเทอย่างจริงจังเพื่อคนในชุมชนและพื้นที่นั้นๆได้ หรือเรียกอีกอย่างว่าควรที่จะมองเป็นตัวบุคคลที่มีความเป็นผู้นำ มีจิตใจรักที่จะทำงานเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง อีกทั้งยังต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอีกด้วย”

(Expert-4)

อีกทั้งยังต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอีกด้วย กล่าวคือต้องรู้จักใช้วาทศิลป์ในการพูดจาต่อสมาชิกคนอื่นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้แก่สมาชิกทุกคน ไม่ให้เกิดความบาดหมางต่อกัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในภายหลังได้ ซึ่งหากกล่าวโดยสรุป ผู้นำเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับการดำเนินงานท่องเที่ยวชุมชน หากมีผู้นำที่เข้มแข็ง จะสามารถ นำคนในชุมชนให้ดำเนินการไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม ดังตัวอย่างนี้

“ผู้นำเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับการดำเนินงานท่องเที่ยวชุมชน หากมีผู้นำที่เข้มแข็ง จะสามารถ นำคนในชุมชนให้ดำเนินการไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม ทั้งนี้คุณลักษณะของผู้นำที่ดี นอกจากความฉลาดแล้ว ผู้นำควรมีความสามารถในการเจรจา ต่อรอง นำเสนอ ข้อมูลต่างๆ ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้นำควรเป็นคนที่อยู่ในท้องถิ่น จะได้เข้าใจปัญหา และมีความทุ่มเท ทำเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง”

(Expert-3)

“การพูดคุยเพื่อหาข้อยุติหรือข้อตกลงระหว่างกันของผู้นำ ต้องพูดอย่างถนอมน้ำใจ สมาชิกทุกคน จะพูดตามใจตนเองไม่ได้ เพราะจะทำให้เกิดความบาดหมางและข้อพิพาทได้”

(IK-26)

3. มีการให้บริการเกินความคาดหวัง (Beyond Expectation) หมายถึง การให้บริการ โดยที่จะไม่ทำตามเพียงภาระหน้าที่ของตนเท่านั้น แต่ยังต้องมีความเอาใจใส่กับคำพูด ภาษากาย หรือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา และจะต้องนำมาคิด วิเคราะห์ และส่งมอบการบริการที่ ลูกค้านักท่องเที่ยวต้องการอย่างถูกต้องและเหมาะสม แม้ว่าลูกค้าจะไม่ได้ร้องขอมาโดยตรง อีกทั้งยังหมายรวมถึง การให้บริการ M-I-T เพื่อชุมชนอย่างเต็มความสามารถ อีกทั้งยังมีการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงความ ต้องการของนักท่องเที่ยว ว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการคืออะไร และให้บริการโดยไม่ต้องรอการร้องขอ โดยการให้บริการเกินความคาดหวังจะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวเห็นถึงความเอาใจใส่ในสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ แม้จะไม่ได้

เกิดการร้องขอจากนักท่องเที่ยวก็ตาม แต่เจ้าบ้านก็มีความเต็มใจที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถ ดังตัวอย่างนี้

“หากมีความ beyond expectation จะเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจได้เป็นอย่างมาก เพราะหากทำได้ดีแค่ตามที่นักท่องเที่ยวได้คาดหวังเอาไว้ สิ่งนั้นจะเรียกว่าความเสมอตัวเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวบนในรถเดินทางกับครอบครัวที่มีผู้ให้บริการนั่งอยู่ด้วยว่าน่าเสียดายจังที่เรามาเที่ยวไม่ตรงกับวันที่เค้าจัดงานแสดงดอกไม้ แต่พอกลับเข้าไปในโรงแรม ผู้ให้บริการนำเสนอว่าจะมีการจัดแสดงเป็นพิเศษให้ได้ สิ่งนี้จึงสร้างความประทับใจและตราตรึงใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก”

(Expert-5)

“การให้บริการถือเป็นหัวใจสำคัญในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ M-I-T ผู้ให้บริการทุกคนในชุมชนควรมีจิตบริการ ควรผ่านการอบรมเบื้องต้นในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับจิตบริการ เนื่องจากเวลาต้อนรับลูกค้า จะได้สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้ ทั้งนี้การให้บริการอย่างเต็มที่และเต็มใจ สามารถดึงดูดให้ลูกค้า กลับมาใช้บริการซ้ำอีก แล้วไปบอกต่อกับลูกค้ากลุ่มอื่นๆ ต่อไป”

(Expert-6)

“ผมก็เล่าให้ป่าแกฟังนะว่าผมอยากได้ไกด์ชุมชนด้วยนะ แต่เดี๋ยวผมหามาเอง ปราบกฏว่าอีก 10 นาทีถัดมา ป่าพาไกด์มารายงานตัว บอกว่าพรุ่งนี้พร้อมที่จะพาไปเที่ยวแล้ว ผมก็ตกใจนะ ผมยังไม่ได้บอกป่าว่าให้ป่าหาให้เลย ผมเกรงใจป่าไป ผมก็กะว่าจะหาในเพจ เพื่อมีใครแนะนำอะไรแบบนี้ แต่ผมไม่ต้องหาแล้ว ป่าพามาถึงบ้านเลย แล้วไกด์คนนี้เค้าเก่งมากเลยนะ พาไปทุกที่ แล้วก็เล่ารายละเอียดได้ทุกอย่างเลย ผมประทับใจมากๆเลยครับ เหมือนป่ามานั่งในใจผมเลย”

(IP-39)

4. ความเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (Network) หมายถึง การดำเนินงานร่วมกันในรูปแบบของโซ่คุณค่า ที่ประกอบไปด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินงานและพัฒนากิจการดำเนินงานอยู่อย่างต่อเนื่องกันเช่นองคาพยพ เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่สามารถดำเนินการได้เพียงผู้เดียว จะต้องมีการร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนด้านความรู้ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการพัฒนาต่างๆ หรือแม้กระทั่งการเข้ามาเป็นพี่

เลี้ยงในดำเนินงานต่างๆ ซึ่งการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในลักษณะของการเป็นเครือข่าย เชื่อมโยง เช่น การดำเนินงานตามกระบวนการประชุม อบรม ดูงาน จัดทำแผน ประเมิน ให้อาจารย์ จัด อีเว้นท์ ในพื้นที่และนอกพื้นที่ หาลูกค้า ประชาสัมพันธ์ หรือการสนับสนุนด้วยวิธีการต่างๆ โดยนำสื่อ เข้ามาทำการประชาสัมพันธ์พื้นที่ท่องเที่ยวทั้งทำข่าวประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ โบรชัวร์ ซึ่งเป็นการ พัฒนาด้านการท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างครบรูปแบบร่วมกับกลุ่มชุมชน แต่ ในท้ายที่สุดชุมชนจะต้องมีความสามารถดูแลตนเอง และดำเนินงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย ตนเอง ซึ่งแน่นอนอยู่แล้วชุมชนท่องเที่ยวมิได้เกิดมาจากการเป็นผู้มีความพร้อมในการเป็นชุมชน ท่องเที่ยว แต่ชุมชนจะต้องมีเครือข่ายที่จะมาช่วยเติมเต็มและต่อยอดองค์ความรู้ หรือเพิ่มทักษะใน ส่วนที่ชุมชนขาดอยู่ เพื่อที่จะสามารถทำงานได้อย่างเป็นมืออาชีพ และช่วยเสริมให้การดำเนินงานของ ชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังตัวอย่างนี้

“การทำงานเครือข่ายถือว่าเป็นส่วนสำคัญมากที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจาก ชุมชนไม่ได้เกิดมาเพื่อเป็นชุมชนท่องเที่ยวและนักขายการท่องเที่ยว แต่ชุมชนจะต้องดำเนิน วิถีชีวิตและสร้างความน่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ผู้ที่มีหน้าที่ในการดำเนินงานใน ชั้นตอนอื่นๆ ก็เป็นหน้าที่ของภาคส่วนอื่นๆ ที่เรียกว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่าย นั้นเอง เช่น บริษัททัวร์ โรงแรม DMC เป็นต้น”

(Expert-7)

“ในแต่ละห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ล้วนแล้วแต่มี ความสำคัญ เชื่อมโยงกัน หากขาดห่วงใดห่วงหนึ่ง ในแต่ละห่วงโซ่แล้ว การดำเนินงานด้าน นั้นก็อาจจะไม่สมบูรณ์แบบร้อยเปอร์เซ็นต์ ดังนั้นการดำเนินการในลักษณะเครือข่ายเพื่อ เชื่อมโยงโซ่คุณค่า จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำให้ธุรกิจด้าน M-I-T ประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะการดำเนินการเกี่ยวกับชุมชน เนื่องจากชุมชน มักจะขาดองค์ ความรู้ในการบริหารจัดการ จำเป็นที่จะต้องได้รับการต่อยอด โดยการเพิ่มพูนองค์ความรู้และ ทักษะต่างๆ การสร้างเครือข่ายที่ดีกับชุมชนอื่นๆ รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสมาคม โดยต้องดำเนินงานในลักษณะพันธมิตร ไม่ใช่คู่แข่ง เพื่อสร้างความได้เปรียบใน การแข่งขัน”

(Expert-8)

“ปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ก็คือการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐภาคเอกชน และสมาคมต่างๆ โดยในการดำเนินงานจำเป็นที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในลักษณะเครือข่าย เพื่อต่อยอดองค์ความรู้ หรือเพิ่มทักษะในส่วนที่ชุมชนขาดอยู่ เพื่อที่จะสามารถทำงานได้อย่างเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ หน่วยงานต่างๆ ยังเป็นส่วนสำคัญในการหาลูกค้า ขยายฐานการตลาดไปยังกลุ่มใหม่ๆ ได้อีกด้วย”

(Expert-11)

“บางชุมชนจะมีความสามารถที่จะดำเนินงานได้ด้วยตนเอง กล่าวคือหากพี่เลี้ยงได้นำทางแล้ว ก็จะสามารถดำเนินการต่อและมีการต่อยอดได้ด้วยตนเอง แต่หากมีปัญหาเกิดขึ้นก็จะมี การติดตามและคอยเป็นที่ปรึกษาให้อยู่ตลอด ความต้องการของฝ่ายผู้สนับสนุนคืออยาก ให้ชุมชนมีความสามารถดูแลตนเอง และดำเนินงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง ไม่ต้องรอแต่หน่วยงานภาครัฐเข้าไปให้การช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา”

(IP-21)

นอกจากการสนับสนุนกันแล้ว เครือข่ายยังหมายรวมถึงการช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อประโยชน์ต่อกัน และมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ซึ่งการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ควรมีการดำเนินงานในลักษณะเครือข่าย เพราะนอกจากจะเป็นการสร้างควมหลากหลายทางทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อเป็นทางเลือกและดึงดูดนักท่องเที่ยวแล้ว ก็ยังเป็นการดำเนินงานในลักษณะของการช่วยเหลือเกื้อกูล และเอื้อประโยชน์ต่อกัน ดังตัวอย่างนี้

“ผู้นำของแต่ละชุมชนในเครือข่ายจะติดต่อประสานงานกันอย่างต่อเนื่องเพื่อนำผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชนมาจำหน่ายในช่องทางร่วมกัน เช่น การไลฟ์สด หรือการจำหน่ายในงานแสดงสินค้า หรือทางออนไลน์ต่างๆ เป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมไปถึงการช่วยเหลือในการจัดหาวัตถุดิบมาผลิตสินค้า การเชื่อมโยงเครือข่ายจะทำให้มีช่องทางในการจัดหาวัตถุดิบได้ง่ายและราคาถูกลงยิ่งขึ้น”

(IP-21)

“ผู้ประกอบการที่เป็นชาวบ้านในชุมชน ได้แก่ ผาโกล์รุ่ง, บ้านไร่ภูตะวัน, บ้านมุงแคมป์, เขาน้อย 360 องศา แต่ผู้ประกอบการที่เป็นบุคคลภายนอกจะมีเพียงฮักเขาที่เดียว แต่ก็ถือว่าเป็นจุดรับแขกบ้านแขกเมือง และในปัจจุบันก็มีความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชนแล้ว มีการช่วยเหลือเกื้อกูลชุมชนอย่างดี”

(IP-22)

5. มีการรักษามาตรฐานด้านการให้บริการ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ (Maintain Standard) หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ หรือการที่ชุมชนดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพจนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป จนได้รับมาตรฐานในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้าหรือบริการ และชุมชนได้มีการรักษามาตรฐานในสินค้าและบริการนั้นๆ ไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าหรือบริการของชุมชน แต่การเป็นชุมชนที่ได้รับมาตรฐานแต่ไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรักษาคุณภาพไว้ตรงตามมาตรฐาน และแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพ ก็สร้างความผิดหวังและทำลายความมั่นใจของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเห็นถึงความไม่ใส่ใจของชุมชนในการรักษามาตรฐานอย่างเคร่งครัด เพราะการรักษามาตรฐานต้องใช้ความเคร่งครัด เข้มแข็ง และความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนอย่างเคร่งครัดนั่นเอง ดังตัวอย่างนี้

“มาเที่ยวที่บ้านมุงกับบ้านผารังหมี เพราะว่าพี่รู้ว่าเค้าได้รับรางวัลเยอะแยะเลย พี่เข้าไปเห็นในเพจบ้านผารังหมีน่าอยู่โงะ เห็นบ้านเมืองเค้าสะอาดสะอาด สีน้สีดินก็สะอาด พี่มาเที่ยวนี้ก็ได้ของฝากกลับบ้านเต็มไปหมดเลย ทั้งผ้าไหม ผ้าขาวม้า ข้าวสาร เยอะแยะเลยคะ ซื้อมันก็บังสนุกเลย พอออกจากบ้านผารังหมีพี่ก็มาบ้านมุงคะ บ้านนี้เค้าก็ขึ้นชื่อโงะ เห็นว่าได้รับรางวัลกันรี แล้วก็เห็นจังหวัดเค้าส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ตลอดเลย พี่อ่านข่าวเจอคะ พี่ก็ชวนสามีกับลูกมาเลย ไม่ผิดหวังจริงๆคะ”

(IP-36)

“การสร้างมาตรฐานที่ดีถือเป็นความท้าทายอย่างมากของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน โดยหากชุมชนมีมาตรฐานที่ดีในการให้บริการ การต้อนรับ การอำนวยความสะดวกในทุกๆ ด้าน การให้ข้อมูลเชิงลึก รวมไปถึงการทำงานอย่างมืออาชีพ สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ ทุกรูปแบบ การพัฒนาตนเองและชุมชนอยู่เสมอ ยิ่งช่วยให้ชุมชนสามารถขยายกลุ่มลูกค้า เพิ่มความน่าเชื่อถือ และสามารถรับกลุ่มลูกค้าระดับนานาชาติได้ในอนาคต”

(Expert-4)

“ชุมชนจะต้องมีการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อจะได้รู้เท่าทันและจัดการให้บริการอย่างตรงตามความต้องการและเทรนด์ของ

นักท่องเที่ยวในปัจจุบัน อีกทั้งยังต้องพัฒนาตนเองให้ทันกับตลาดการแข่งขันอยู่เสมอ เช่น บางชุมชนที่พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และส่งชุมชนของตนเองเข้าประกวดอยู่เสมอ จนได้รับทั้งชื่อเสียง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักอย่างแพร่หลาย อีกทั้งยังได้เงินรางวัลมาเป็นทุน เพื่อใช้ในการพัฒนาชุมชน และสาธารณูปโภคต่างๆในชุมชนอย่างต่อเนื่องอีกด้วย รวมไปถึงสามารถเปรียบเทียบสถานะของตนเองและคู่แข่งว่าตนขาดสิ่งใด หรือได้เปรียบสิ่งใดอยู่ เพื่อจะได้ทำการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง”

(Expert-11)

อีกทั้งการที่ให้บริการแบบมือใหม่ ก็จะทำให้ความไว้วางใจในตัวบุคลากรลดลง และจะทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยในการใช้บริการ เนื่องจากเชื่อว่าบุคลากรที่ให้บริการในกิจกรรมที่ค่อนข้างเสี่ยงอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินไม่ใช่มืออาชีพ ดังตัวอย่างนี้

“ถ้าผมให้คะแนนนะครับ สถานที่ท่องเที่ยวให้เต็ม 10 คนนำทางให้ 8 ส่วนเรื่องความปลอดภัยให้ 5 ครับ ต้องฝึกอบรมคนนำทางเพิ่ม บางที่ทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่เองมีว แต่เพลิดเพลินจนลืมเรื่องความปลอดภัย มาดูคลิปย้อนหลังถึงนึกได้”

(IP-31)

6. มีทรัพยากรด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่มีแก่นราก (Core Root) หมายถึง ชุมชนจะต้องมี กิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แปลกใหม่ และไม่สามารถหาที่ไหนได้อีก ซึ่งเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ สร้างความตื่นเต้นและสนุกสนานให้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่า คุ้มค่าที่ได้มา ท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆที่ไม่สามารถหาได้อย่างชุมชนอื่นๆ โดยกิจกรรมท่องเที่ยว เหล่านั้นจักต้องตั้งอยู่บนแก่นรากของทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนเป็นสำคัญ มิต้องสร้างขึ้นใหม่ หรือ เลียนแบบจากชุมชนอื่นๆที่มีความน่าสนใจและมีนักท่องเที่ยวขึ้นชอบจำนวนมาก ดังตัวอย่างนี้

“ชุมชนควรมีสถานที่จัดงาน มีกิจกรรมท่องเที่ยว และมีผลิตภัณฑ์หรือการขายสินค้า โดยต้องมองว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวของตนเป็นกลุ่มใด ก็พยายามสร้างสรรค์สิ่งเหล่านี้ให้ตรงต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ถ้าอยากเพิ่มมูลค่าให้แก่สิ่งเหล่านี้ จะต้องนึกถึง ราก บวก การปรุงแต่งนิดหน่อยเพื่อให้มีความสวยงาม ทันสมัย และดูหรูหรา ให้เหมาะสมกับกลุ่ม นักท่องเที่ยวและความคุ้มค่า เช่น ผ้าทอใส่กล่องสวยงาม หากชุมชนไหนไม่มีการปรุงแต่ง ใดๆเลย อาจจะถูกความเป็นธรรมชาติ แต่ในมุมมองของการขายแล้วนั้น จะยากต่อการดึงดูด และตัดสินใจซื้อของลูกค้า”

(Expert-10)

ในส่วน of สถาน that จัดกิจกรรมนั้น ควรเป็นพื้นที่ที่สามารถจัดประชุมหรือกิจกรรมต่างๆ ได้ มีความแปลกใหม่ บนพื้นฐานของทรัพยากรตนเอง มีพื้นที่จัดกิจกรรมที่มีความสะอาด เรียบร้อย เหมาะสมตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว กล่าวคือการจัดสถานที่จะต้องมีความสอดคล้องกับ กิจกรรม ความต้องการพื้นฐาน และความต้องการพิเศษของนักท่องเที่ยว (โจทย์ของลูกค้า) รวมไปถึง การมุ่งเน้นในเรื่องการให้บริการของบุคลากร ที่สามารถให้บริการได้อย่างมืออาชีพ ดังตัวอย่างนี้

“สถานที่จัดประชุม อาจต้องใช้เงินทุนในการก่อสร้างสูง ดังนั้น ชุมชนสามารถพิจารณา ถึงความคุ้มค่าในการลงทุน หากไม่มีต้นทุนจำนวนมากนัก อาจเริ่มต้นจากการให้บริการ สถานที่จัดประชุมที่มีความเป็นมิตรกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจริงๆ แล้วการจัดประชุม ขนาดเล็ก สามารถจัดได้หลายรูปแบบ เช่น ใต้ต้นไม้ ชุมน กระโจม หรือเต็นท์ เป็นต้น แต่หาก ชุมชนไหนมีศักยภาพในการลงทุน อาจจัดทำเป็นห้องประชุม แบบถาวรได้ ซึ่งรูปแบบของ ห้องประชุม อาจมีความแตกต่าง แปลกใหม่ โดยเน้นดึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเข้ามาเป็น แนวคิดในการออกแบบและตกแต่ง จะทำให้ห้องประชุมมีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม หากชุมชนไม่สามารถมีห้องประชุมของตนเองได้ ก็อาจดำเนินการในลักษณะเครือข่าย เช่น ใช้บริการห้องประชุมของโรงแรมในพื้นที่ใกล้กับชุมชน แล้วเน้นขายกิจกรรมอื่นๆ เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาทำกิจกรรมในชุมชนได้”

(Expert-9)

“ห้องประชุมเป็นสิ่งปลูกสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะถิ่น หากเป็นห้องประชุม ธรรมดาแต่บริการดีเป็นเลิศก็ประทับใจมากกว่าห้องประชุมที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร”

(Expert-8)

7. มีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)

หมายถึง ชุมชนต้องมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ ทรัพยากรและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวด้วย โดยขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว หมายถึง การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับความสามารถในการรองรับของชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยว หรือจำนวนนักท่องเที่ยวต้องไม่ส่งผลกระทบต่อด้านลบแก่ชุมชนและ สิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ชุมชนในด้านภาพลักษณ์ของการจัดการที่ดี เนื่องจาก ในการจัดเตรียมสินค้าและบริการของ M-I-T เพื่อชุมชน จึงต้องมีการประเมินขีดจำกัดของวัตถุดิบ

ความเพียงพอของบุคลากร สินค้า ขนาดห้องประชุม จำนวนที่พัก พาหนะในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก และอื่นๆ ให้มีความพอเพียงอย่างเหมาะสม เพื่อการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ดังตัวอย่างนี้

“หน่วยงานเราจะคำนึงถึงศักยภาพและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานเราจะไม่เชิญชวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าไปยังชุมชน แต่จะมุ่งเน้นที่จะจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปในชุมชนด้วยการจองคิวก่อน เพื่อจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้ไม่มีจำนวนที่มากเกินไป”

(IP-23)

“ชาวบ้านต้องการให้มีการจำกัดจำนวนผู้เข้ามาท่องเที่ยวและใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อเป็นการรักษาความสมดุลให้แก่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม (...) และผลักดันให้กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภท MASS น้อยลง และจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว”

(IP-15)

“การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญ อย่าฝืนอย่าทำอะไรที่เกินความสามารถของตนเอง จะทำให้เกิดความประสบความสำเร็จ เพราะหากทำเกินความสามารถก็จะสร้างความผิดหวัง และการบอกต่ออีกด้วย จงทำในสิ่งที่ตนเองมีตนเองถนัด เพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่ตรงตามทรัพยากรของตนเอง ไม่ควรไขว่คว้า หรือสร้างสรรค์สิ่งใดๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ไม่ตรงตามสิ่งที่ตนเองมีอยู่ เพียงเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น เพราะจะทำให้เกิดความผิดหวังและไม่ประทับใจ สร้างแต่ความเสียหายแก่ชุมชนนั้นๆ”

(Expert-3)

“การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งที่ชุมชนควรกำหนดไว้ตั้งแต่เริ่มต้นในการดำเนินกิจกรรมด้าน M-I-T เนื่องจากชุมชนมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนัก ไม่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ หรือกลุ่ม mass ได้ อีกทั้งจำนวนบุคลากรในชุมชนก็มีจำกัด การที่จะรับนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในภาพรวม นักท่องเที่ยวอาจไม่ได้รับการบริการที่ดีเท่ากันทุกคน ดังนั้น ชุมชนควรประเมินศักยภาพในการรองรับได้ของชุมชนไว้ตั้งแต่ต้น จะทำให้ชุมชนสามารถกำหนดขอบเขตในการ

ให้บริการ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว และจะได้ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนในอนาคต”

(Expert-7)

“ควรมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสมดุลในการบริการของชุมชนและโอกาสในการผิตหวังของนักท่องเที่ยวมีน้อยลง”

(Expert-8)

8. มีการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย (Preserve)

หมายถึง ชุมชนต้องมีการธำรงรักษาไว้ซึ่งวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่มีอัตลักษณ์ อีกทั้งต้องมีการรวบรวมและเก็บรักษาไว้ให้เป็นลายลักษณ์อักษร และมีการเผยแพร่ให้แก่ผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการนำเอาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และเรื่องราวประวัติศาสตร์ดั้งเดิมของชุมชน มาผนวกเข้ากับกิจกรรมท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว และการใช้ชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ชุมชน การเยี่ยมชมแต่งกายของชาวบ้านในชุมชน ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชุมชน การได้ฟังเรื่องเล่า ตำนาน ที่ถ่ายทอดผ่านภาษาถิ่นของคนในชุมชน เหล่านี้เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นเสน่ห์ที่ใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังชุมชนท่องเที่ยวอย่างไม่ขาดสาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจจากประสบการณ์ที่ได้รับจากชุมชน นักท่องเที่ยวได้รับรู้ จดจำได้ถึงเอกลักษณ์ ความแตกต่างกันของท้องถิ่นนั้นๆ และเป็นการสร้างรายได้มากมายให้แก่ชุมชนในที่สุด และสิ่งที่ชุมชนต้องตระหนักมากเป็นพิเศษคือ การค้นหา พื้นฟู รวบรวม และเก็บรักษาสิ่งเหล่านี้ไว้ให้อยู่ในรูปแบบของตัวหนังสือหรือเป็นลายลักษณ์อักษร อีกทั้งยังต้องมีการเผยแพร่ให้แก่เยาวชนรุ่นหลัง นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ ดังตัวอย่างนี้

“ชาวบ้านไทยทรงดำมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจมาศึกษาดูงานและฝึกอาชีพในชุมชนบ้านโคก หากใครต้องการมาชมการแสดงของชาวไทยทรงดำ จะต้องมาที่ชุมชนบ้านโคกเท่านั้น อีกทั้งยังมีการวางแผนเพื่อจัดตั้งให้เกิดศูนย์วัฒนธรรมโดยการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในชุมชนบ้านโคก เพื่อรวบรวมวัฒนธรรมต่างๆของอำเภอเนินมะปรางไว้ด้วยกัน เช่น กลองยาว อังกะลุง ไทยทรงดำ สิ่งนี้จะทำให้การท่องเที่ยวของเนินมะปรางมีทั้งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”

(FP-1)

“ชุมชนยังไม่มี การนำประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าต่างๆมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว แต่ก็มีการวางแผนว่าจะทำการรวบรวมเรื่องราวและประวัติศาสตร์ต่างๆ เพื่อทำเป็นหนังสือ และผนวกเข้ากับการท่องเที่ยวชุมชนด้วยในอนาคต เป็นการตามรอยเรื่องเล่า เพื่อไปยังสถานที่จริงในชุมชน”

(FP-2)

“การมีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการดำเนินงาน เพราะจะเป็นเหมือนแม่เหล็กในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจจัดงานประชุม มีความต้องการ อยากเดินทางมาท่องเที่ยวหรือจัดกิจกรรมในชุมชน เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีพฤติกรรมที่อยากเปิดประสบการณ์แปลกใหม่ การเดินทางที่มีความพิเศษและมีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนกับโปรแกรมอื่นๆ หรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ”

(Expert-2)

“นอกจากนี้ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว สินค้าด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณีที่มีอัตลักษณ์ ก็ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพราะจะเป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาจัดงานประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้”

(Expert-10)

แต่การคงอยู่ของวัฒนธรรมถือเป็นจุดขายอยู่แล้ว เพราะแต่ละชุมชนก็ต้องมีแก่นของตนเองที่ได้ชื่อว่าหากพูดถึงสิ่งนี้แล้วก็จะนึกถึงชุมชนนี้ แต่การคงอยู่ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องคงอยู่ 100% จากในอดีตทั้งหมด แต่ควรที่จะแบ่งเป็น 2 มิติ ได้แก่ มิติด้านการขาย คือการคงอยู่ของวัฒนธรรมที่เป็นเหมือนเดิมในอดีตให้ได้มากที่สุด หรืออาจไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปเลย มิตินี้จะถูกมองแยก เช่นเดียวกับการรักษามรดกโลก ที่จะสามารถขายความมีเสน่ห์และวัฒนธรรมดั้งเดิมต่างๆไว้ได้ แต่อีกมิติหนึ่งที่ไม่สามารถตัดทิ้งไปได้เลย นั่นคือมิติของการเป็นอยู่ของคนในสังคม นั้นหมายความว่าสังคมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง (transformation) อย่างเป็นปกติ ไม่มีใครที่จะสามารถใช้ชีวิตอยู่อย่างเดิมได้โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบันได้ ถึงเรียกว่าความเป็นคนต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและเงื่อนไขเวลานั้น ในการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นจึงมีความมีความยืดหยุ่นให้กับ

มิติที่ 2 ด้วย ดังนั้นการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัยควรแบ่งออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ มิติด้านการขาย และมิติด้านการเป็นอยู่ ดังตัวอย่างนี้

“การคงอยู่ของวัฒนธรรมถือเป็น Unique selling point อยู่แล้ว เพราะแต่ละชุมชนจักต้องมีแก่นของตนเอง ที่ได้ชื่อว่าหากพูดถึงสิ่งนี้แล้วก็จะนึกถึงชุมชนนี้ แต่การคงอยู่ก็ไม่จำเป็นต้องคงอยู่ 100% จากในอดีตทั้งหมด แต่ควรที่จะแบ่งเป็น 2 มิติ”

(Expert-1)

8.1 มิติด้านการขาย หมายถึง การคงอยู่ของวัฒนธรรมที่เป็นเหมือนเดิมในอดีตให้ได้มากที่สุด หรืออาจไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปเลย มิตินี้จะถูกมองแยกเช่นเดียวกับการรักษามรดกโลกที่จะสามารถขายความมีเสน่ห์และวัฒนธรรมดั้งเดิมต่างๆ ไปได้ การรักษามิตินี้คือการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิมให้คงอยู่ให้ได้มากที่สุด ให้มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเองไปตามกาลเวลาหรือตามยุคสมัยให้น้อยที่สุด เพื่อลดการสูญเสียอัตลักษณ์ของตนเอง การคงอยู่ของวัฒนธรรมถือเป็นจุดขายที่มีอัตลักษณ์อยู่แล้ว เพราะแต่ละชุมชนจักต้องมีแก่นรากของตนเอง ที่ได้ชื่อว่าหากพูดถึงสิ่งนี้แล้วก็จะนึกถึงชุมชนนี้เท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้น เพื่อให้วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนยังคงอยู่สืบไป ทำให้ชุมชนมีความมีอัตลักษณ์ น่าสนใจ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในชุมชนมากยิ่งขึ้น และยังทำให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเหล่านั้นไม่เลือนหายไป นอกจากนั้นการมีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการดำเนินงาน เพราะจะเป็นเหมือนแม่เหล็กในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจจัดงานประชุม มีความต้องการ อยากเดินทางมาท่องเที่ยวหรือจัดกิจกรรมในชุมชน เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีพฤติกรรมที่อยากเปิดประสบการณ์แปลกใหม่ การเดินทางที่มีความพิเศษและมีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนกับโปรแกรมอื่นๆ หรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ดังตัวอย่างนี้

“ตัวอย่างของการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงคานยุคแรกๆ นักพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นคนในพื้นที่ และได้มีการทำสัญญาร่วมกับคนในชุมชนว่าไม่ให้มีการขายบ้านหรือปรับปรุงบ้านให้เปลี่ยนแปลงไปจากอัตลักษณ์เดิมๆ 10 ปี ก็เกิดการท่องเที่ยวจนมีชื่อเสียง พอครบ 10 ปี ชาวบ้านในชุมชนก็ขายบ้าน เนื่องจากนายทุนมีกำลังซื้อสูงและต้องการเข้าไปหาผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทำให้เชียงคานเปลี่ยนแปลงไปจนสูญเสียอัตลักษณ์และเสน่ห์

ชุมชนไปมาก ชาวบ้านในชุมชนจึงเกรงว่าหากมีผู้ประกอบการภายนอกเข้ามาจำนวนมาก และไม่มี การพูดคุยหรืออยู่ร่วมกันกับชุมชน จะเกิดเหตุการณ์ซ้ำรอยเชียงคานได้”

(FP-2)

“มิติด้านการขาย คือการคงอยู่ของวัฒนธรรมที่เป็นเหมือนเดิมในอดีตให้ได้มากที่สุด หรืออาจไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปเลย มิติดังนี้ จะถูกมองเฉกเช่นเดียวกับการรักษามรดกโลก ที่ จะสามารถขายความมีเสน่ห์และวัฒนธรรมดั้งเดิมต่างๆไว้ได้”

(Expert-1)

8.2 มิติด้านการเป็นอยู่ หรือการใช้ชีวิตของคนในสังคม หมายความว่า โดยธรรมชาติ สังคมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นปกติ ไม่มีใครที่จะสามารถใช้ชีวิตอยู่อย่างเดิมได้โดยไม่มีการ เปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบันได้ ถึงเรียกว่าความเป็นคนต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและ เงื่อนไขเวลา ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงบ้านเรือนให้คงทนถาวรยิ่งขึ้น การแต่งกายตามยุคสมัย มิใช่บุ๋ง โสร่ง ใส่ผ้าขาวม้าอยู่อย่างเดิมในอดีตตลอดเวลา การรับประทานอาหารที่มีการประดับตกแต่งใน รูปแบบใหม่ หรือการรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาตามยุคสมัย ล้วนเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยความสมดุล กับการใช้ชีวิตตามยุคสมัยด้วย ดังนั้นในการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นจึงต้องมีความ ความยืดหยุ่นให้กับมิติที่ 2 ด้วยอย่างลงตัว การมีสถานที่จัดงาน มีกิจกรรมท่องเที่ยว และมีผลิตภัณฑ์หรือ การขายสินค้า จำต้องมองว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวของตนเป็นกลุ่มใด ก็พยายามสร้างสรรค์สิ่งเหล่านี้ให้ ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และถ้าอยากเพิ่มมูลค่าให้แก่สิ่งเหล่านี้ จะต้องนึกถึง รากของ ชุมชนผสมผสานกับการปรุงแต่งเล็กน้อยเพื่อให้มีความสวยงาม ทันสมัย และดูหรูหรา ให้เหมาะสมกับ กลุ่มนักท่องเที่ยวและความคุ้มค่า เช่น ผ้าทอใส่กล่องสวยงาม หากชุมชนไหนไม่มีการปรุงแต่งใดๆ เลย อาจคงความเป็นธรรมชาติ แต่ในมุมมองของการขายแล้วนั้น จะยากต่อการดึงดูดและตัดสินใจ ซื้อของลูกค้า

“แต่อีกมิติหนึ่งที่ไม่สามารถตัดทิ้งไปได้เลย นั่นคือมิติของการเป็นอยู่ของคนในสังคม นั้น หมายความว่าสังคมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง (transformation) อย่างเป็นปกติ ไม่มีใครที่ จะสามารถใช้ชีวิตอยู่อย่างเดิมได้โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบันได้ ถึง เรียกว่าความเป็นคนต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและเงื่อนไขเวลา ดังนั้นในการรักษา สภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นจึงต้องมีความยืดหยุ่นให้กับมิติที่ 2 ด้วย”

(Expert-1)

สรุป

จากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) กลุ่มชุมชน (Community) 2) องค์การภาครัฐ (Government) 3) องค์การภาคเอกชน (Private) 4) องค์การภาคการศึกษา (Education) 5) นักท่องเที่ยว (Tourists) 6) กลุ่มผู้เชื่อมโยง ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละองค์ประกอบก็มีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกัน อันได้แก่ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น การบริหารจัดการ M-I-T เพื่อชุมชน การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มพูนสมรรถนะ การกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนา การประเมินผลการดำเนินงาน และบทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์ ซึ่งการดำเนินงานและมีบทบาทหน้าที่ร่วมกันนี้เองที่ทำให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันด้วยจิตบริการแบบไทย โดยการมีส่วนร่วมในกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยระหว่าง 6 กลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นั้น ถูกแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ อันได้แก่ การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) การผูกมิตร (Congeniality) การไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) และการใช้วิถีถิ่น (Local Culture) ซึ่งทั้ง 4 รูปแบบนี้สามารถสร้างคุณค่าได้มากมายในรูปแบบต่างๆอย่างยั่งยืน นอกจากนั้นแล้ว การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนให้ประสบความสำเร็จก็ต้องอาศัยปัจจัยแห่งความสำเร็จของโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนด้วยจิตบริการแบบไทย ที่ถูกค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้ด้วย จึงจะสามารถทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเกิดความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น จนทำให้ชุมชนเกิดความสำเร็จในการดำเนินงาน หรือโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างยั่งยืน โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จของโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนด้วยจิตบริการแบบไทยประกอบไปด้วยปัจจัยทั้ง 8 ประการ อันได้แก่ 1. มีการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย (Preserve) 2. ทรัพยากรท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนที่มีแก่นราก (Core Root) 3. มีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) 4. มีแพคเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่าย (Entire Package) 5. มีความเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (Network) 6. มีผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง (Leadership) 7. มีการรักษามาตรฐานด้านการให้บริการ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ (Maintain Standard) และ 8. มีการให้บริการเกินความคาดหวัง (Beyond Expectation)

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาต้นแบบไมซ์เพื่อชุมชนด้วยโซ่คุณค่าการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการเดินทางบนฐานจิตบริการแบบไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ บทบาทและกระบวนการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน ใน MICE CITY ของประเทศไทย และวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย สู่การเสนอแนะรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน การศึกษานี้ ได้สรุป ผลการวิจัย และมีการอภิปรายผลจากการวิจัย พร้อมข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. องค์ประกอบ บทบาทและกระบวนการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อต่อบัณฑิตที่ 1 ของงานวิจัยฉบับนี้ จะเป็นการกล่าวถึงองค์ประกอบและบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน บทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน และกระบวนการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยจิตบริการแบบไทยและคุณค่าที่ถูกสร้างขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 องค์ประกอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสรุปได้ว่า องค์ประกอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน สามารถแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชุมชน (Community) องค์กรภาครัฐ (Government) องค์กรภาคเอกชน (Private) องค์กรภาคการศึกษา (Education) กลุ่มนักท่องเที่ยว (Tourist) และกลุ่มผู้เชื่อมโยง (Connector)

1.1.1 กลุ่มชุมชน (Community) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันหรือชุมชนใกล้เคียงกัน และมีการดำเนินงานหรือประสานงานร่วมกันในด้าน M-I-T เพื่อ

ชุมชน หรือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการรับและเสียผลประโยชน์จากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยประกอบไปด้วยกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (M-I-T for Community Staffs) และชาวบ้านในชุมชนที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแต่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว โดยแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดดังนี้

1) กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (M-I-T for Community Staffs) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยสมาชิกของกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนนี้เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านในชุมชนนั้นๆ ดังนั้นกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจึงมีลักษณะเฉพาะที่หมายถึงกลุ่มที่เกิดจากชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น จะไม่มีคนภายนอกชุมชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของกลุ่มชุมชนเลย โดยกลุ่มชุมชนนี้สามารถแบ่งองค์ประกอบย่อยออกเป็น 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้นำชุมชน และ กลุ่มผู้ดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1) ผู้นำชุมชน หมายถึง ผู้นำชุมชนที่เป็นบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ให้เกิดการพัฒนาให้ชุมชนดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือสิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นบุคคลที่ชาวบ้านในชุมชนหรือผู้ให้สนับสนุนด้านต่างๆ ให้ความเคารพนับถือและความเชื่อมั่นในการจะเป็นผู้นำพาการพัฒนาไปสู่ชุมชน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าชุมชนในพื้นที่ทั้ง 2 แห่ง มีความแตกต่างกันในบริบทของผู้นำชุมชน

1.2) กลุ่มผู้ดำเนินงาน หมายถึง กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่จะประกอบไปด้วยกลุ่มย่อยต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของชาวบ้านในชุมชน ทั้งจากการชักชวนจากผู้นำ หรือเกิดจากการสมัครใจด้วยการเห็นถึงการพัฒนาที่เกิดขึ้นแล้วในชุมชน สำหรับกลุ่มผู้ดำเนินงานของทั้งชุมชนบ้านบุไทรและเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ประกอบไปด้วย กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชน

2) ชาวบ้านในชุมชน หมายถึง ชาวบ้านในชุมชนที่ไม่ได้มีส่วนในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เป็นผู้ที่ได้รับหรือส่งผลกระทบต่อการทำงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนแต่อย่างใด แต่เป็นผู้ที่มีส่วนในการออกความคิดเห็นหรือเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

1.1.2 องค์กรภาครัฐ (Government) หมายถึง องค์กรภาครัฐที่มีส่วนในการดำเนินงานด้าน M-I-T โดยตรง ทั้งที่เข้ามาคลุกคลีและปฏิบัติการให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในพื้นที่ และที่จัดทำนโยบายและมีการดำเนินงานด้านไอซ์ของจังหวัด

1.1.3 องค์กรภาคการศึกษา หมายถึง หน่วยงานด้านการศึกษาหรือด้านวิชาการที่เข้ามาให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในชุมชน

1.1.4 องค์กรภาคเอกชน หมายถึง หน่วยงานภาคเอกชนที่มีส่วนในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยเข้ามาเป็นที่ปรึกษาด้านต่างๆ

1.1.5 นักท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มคนที่รับบริการจากผู้ให้บริการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยประกอบไปด้วยกลุ่มย่อย 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวองค์กร และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งนักท่องเที่ยวของทั้ง 2 ชุมชน มีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากเป็นพื้นที่สำหรับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเหมือนกัน ทำให้นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มคนกลุ่มเดียวกันและมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันด้วย ซึ่งหมายถึง ผู้ที่มาเยี่ยมชมชุมชน เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และใช้บริการการดำเนินงาน M-I-T เพื่อชุมชน รวมไปถึงเป็นผู้จ่ายใช้สอย อดหนุนสินค้าและบริการของชุมชนในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยว เพียงแต่นักท่องเที่ยวกลุ่มองค์กรนั้น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานหลักจะมีองค์กรต้นสังกัดชำระแทนเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวทั่วไปต้องชำระค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง

1.1.6 กลุ่มผู้เชื่อมโยง หมายถึง องค์กรที่ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนด้านงบประมาณและการร่วมพัฒนาด้านต่างๆให้แก่ชุมชนอยู่เสมอ พร้อมทั้งเป็นองค์กรที่อยู่ในฝั่งอุปสงค์ด้วย นั่นหมายถึง เป็นหนึ่งในนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยเช่นกัน โดยสำหรับเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนั้นพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว M-I ส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหน้าที่ของสถาบันทางการเงิน ที่จะเข้ามาศึกษาดูงานและเข้าประชุมสัมมนาในชุมชน ซึ่งเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรให้กับผู้เข้าร่วมโครงการที่สถาบันทางการเงินจัดทำ โดยจะมีการจัดโครงการทุกๆเดือน เดือนละ 4 ครั้ง ซึ่งจะมีผู้เข้าร่วมโครงการประมาณ 100 คน ถือเป็นโครงการระยะยาวที่สร้างรายได้และโอกาสให้กับชุมชนเป็นอย่างมากทีเดียว

1.2 บทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน

ผลการศึกษาชี้ว่า บทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนแบ่งออกเป็น 8 บทบาท ประกอบไปด้วย ประกอบไปด้วย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น การบริหารจัดการ M-I-T เพื่อชุมชน การสนับสนุนงบประมาณ

ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มพูนสมรรถนะ การกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนา การประเมินผลการดำเนินงาน และบทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์ ซึ่งพื้นที่ศึกษาทั้ง 2 แห่ง มีรายละเอียดของบทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนดังต่อไปนี้

1.2.1 บทบาทด้านการอนุรักษ์ ประกอบไปด้วย การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) **การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ** หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการดูแล รักษา และปรับปรุงทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้คงอยู่และไม่ถูกทำลาย รวมไปถึงการปกป้องให้ได้รับผลกระทบด้านลบจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนน้อยที่สุด โดยองค์ประกอบหลักที่มีหน้าที่ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ชาวบ้านในชุมชน นักท่องเที่ยว

2) **การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น** หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการร่วมมือร่วมใจกันดำเนินกิจกรรมทุกอย่างที่ไม่ส่งผลกระทบด้านลบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และร่วมกันส่งเสริมและถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่ผู้อื่นผ่านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ถือเป็นการทำงานบำรุงและอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไปอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการผนวกเอาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นกับกิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยวอื่นๆ อีกด้วย นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการร่วมกันสืบค้นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ถูกลืมเลือนไปแล้ว ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง ท่ามกลางคนรุ่นหลังที่พร้อมจะสืบทอด และจัดเก็บวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี หรือประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นไว้ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของหนังสือ จดหมายเหตุ แผ่นพับ หรือรูปแบบอื่นๆ ที่ง่ายต่อการศึกษา เรียนรู้ และสืบค้นต่อไปในอนาคต อีกทั้งยังหมายถึง การสืบทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นไปยังคนรุ่นหลัง ทั้งคนในท้องถิ่นและคนจากภายนอกท้องถิ่น เพื่อไม่ให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นสูญหายไปจากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เป็นกลุ่มที่มีบทบาทหลักในการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นมากที่สุด และองค์กรภาครัฐก็บทบาทในส่วนนี้ด้วย

1.2.2 ด้านการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งกลุ่มที่มีบทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน คือกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และ องค์กรภาครัฐ โดยจะแบ่งออกเป็นหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป

ดังนี้ การบริหารจัดการรายได้ การจัดสรรผลประโยชน์ การบริหารจัดการด้านบุคลากร และการตรวจสอบกระบวนการให้บริการ

1.2.3 การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความสนับสนุนในด้านงบประมาณ สิ่งอำนวยความสะดวก และเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จต่อไป อีกทั้งยังเป็นเสมือนพี่เลี้ยงในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อย่างต่อเนื่องและเต็มกำลัง เพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินงานต่างๆได้ด้วยตนเองต่อไป รวมไปถึงการให้ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการพัฒนาในทรัพยากรท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก หรือเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จต่อไป อีกทั้งยังเป็นเสมือนพี่เลี้ยงในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อย่างต่อเนื่องและเต็มกำลัง เพื่อให้ชุมชนสามารถใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงทรัพยากรหรือกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งมีหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ในการสนับสนุนงบประมาณ ได้แก่ องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน องค์กรภาคการศึกษา และกลุ่มเชื่อมโยง อีกทั้งยังรวมถึงการเพิ่มพูนสมรรถนะ หมายถึง การร่วมกันเพิ่มพูนความรู้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อยกระดับความรู้ความสามารถของผู้ดำเนินงานฯ และเป็นการเพิ่มคุณค่าทั้งในด้านคุณภาพสินค้าและการให้บริการ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นการร่วมกันออกแบบ วางแผน และใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ แตกต่าง มีคุณค่า และมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น จากการศึกษาพบว่า มีการมุ่งเน้นในการการร่วมกันพัฒนาโดยใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เพื่อช่วยในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยวและ M-I-T เพื่อชุมชน ให้สามารถสร้างคุณค่าให้แก่ทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทหน้าที่ในการเพิ่มพูนความรู้ ดังนี้ องค์กรภาคการศึกษา องค์กรภาครัฐ และผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

1.2.4 การกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนา หมายถึง การกำหนดแผนพัฒนาการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายนั้นจะไม่มีส่วนในการลงมือปฏิบัติในพื้นที่ชุมชน แต่จะส่งต่อแผนในการพัฒนาและการดำเนินงานให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ เพื่อดำเนินงานต่อ ดังนั้นกลุ่มกำหนดนโยบายจึงจะมีบทบาทในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดในภาพรวม ซึ่งการพัฒนาที่ได้กำหนดขึ้นจะมี

ผลกระทบต่อการทำงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในภาพรวมโดยตรงเช่นกัน โดยมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ได้แก่ องค์กรภาครัฐ

1.2.5 บทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์ หมายถึง การร่วมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ผ่านช่องทางการมีปฏิสัมพันธ์กัน ในระหว่างการใช้บริการ รวมไปถึงการรับรู้เพื่อการตอบสนองที่ดี มีความเข้าใจกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ซึ่งประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีที่ทพให้นักท่องเที่ยว รู้สึกรักและผูกพันกับชุมชน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทในการร่วมสร้างประสบการณ์ ได้แก่ กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และ กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่รวมไปถึงกลุ่มผู้เชื่อมโยงด้วย

1.3 กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยถูกถ่ายทอดจากกระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยแต่ละกระบวนการมีรายละเอียดดังนี้

1.3.1 กระบวนการต้นน้ำในการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย หมายถึง การร่วมสร้างสรรค้คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการบริหารจัดการวัตถุดิบในห่วงโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งจากการศึกษาพบการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยระหว่าง

- ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยตนเอง
- ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชน
- องค์กรภาคการศึกษา ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และชาวบ้านในชุมชน

โดยมีการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย ในรูปแบบการช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting)

1.3.2 กระบวนการกลางน้ำในการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย หมายถึง การร่วมสร้างสรรค้คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างการสร้างสินค้าและบริการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งจากการศึกษาพบการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยระหว่าง

- องค์กรภาครัฐและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

- องค์กรการศึกษาและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน
- นักท่องเที่ยวและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน
- ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยตนเอง
- ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนและชาวบ้านในชุมชน
- องค์กรภาคเอกชนและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

โดยมีการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย ในรูปแบบ การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) การผูกมิตร (Congeniality) และการไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant)

1.3.3 กระบวนการเปลี่ยนน้ำในการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย หมายถึง การร่วมสร้างสรรคคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างที่สินค้าหรือบริการนั้น ไปถึงมือผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษาพบการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และนักท่องเที่ยว

โดยมีการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย ในรูปแบบ การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) การผูกมิตร (Congeniality) การไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) และการใช้วิถีถิ่น (Local Culture)

หากกล่าวโดยสรุป กระบวนการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยจะประกอบไปด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยทั้งสิ้น 4 รูปแบบ ได้แก่ การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) การผูกมิตร (Congeniality) การไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) และการใช้วิถีถิ่น (Local Culture) ดังนี้

1) การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจ เข้าใจ หรือมีความเข้าใจต่อความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง และตอบสนองด้วยการกระทำที่มุ่งหวังให้อีกฝ่ายหนึ่งมีความพึงพอใจอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งอาจเกิดจากการพูดคุยและหารือถึงความไม่สบายใจหรือความทุกข์ใจที่อีกฝ่ายกำลังเผชิญอยู่ และพยายามแก้ไขปัญหานั้นๆ หรือช่วยบรรเทาความทุกข์นั้นให้จงได้ อาจเกิดขึ้นจากการสังเกตถึงท่าทีของอีกฝ่ายหนึ่งว่ามีความต้องการในเรื่องใด และพยายามตอบสนองความต้องการนั้นๆ ให้ได้มากที่สุด โดยไม่ต้องรอการร้องขอจากอีกฝ่ายหนึ่ง

2) การผูกมิตร (Congeniality) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นถึงความเป็นมิตร หรือความหวังดี ไม่เป็นศัตรู ไม่ทำร้าย และพร้อมที่จะทำประโยชน์เกื้อกูลแก่กันและกัน ซึ่งจะช่วยให้ทั้ง

2 ฝ่ายเกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน หากมีสิ่งใดที่คนเป็นมิตรพอที่จะให้ความช่วยเหลือได้ก็จะทำโดยไม่รีรอ รวมไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันอย่างเป็นกันเอง หรือหมายถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไม่มีการพิถีพิถันนั่นเอง เป็นการปฏิสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยระหว่างกัน ทำให้ต่างฝ่ายต่างไม่รู้สึกขวยเขิน หรือไม่รู้สึกกดดันในการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน แม้เป็นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันครั้งแรกก็สามารถสร้างความเป็นกันเองได้ ด้วยลักษณะนิสัยที่เป็นคนง่ายของคนไทยเอง ซึ่งจะทำให้แต่ละฝ่ายเกิดความรู้สึกไม่เป็นทางการและทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนานจากการร่วมกิจกรรมต่างๆ ได้โดยง่าย

3) ความไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) หมายถึง การแสดงออกถึงความจริง ไม่เสแสร้ง แกล้งทำ ไม่คดโกง มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่หลอกลวง ซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายเกิดความไว้วางใจและเชื่อใจ ไม่ว่าจะทำอะไรก็เกิดความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้แก่อีกฝ่าย

4) การใช้วิถีถิ่น (Local Culture) หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการกระทำ คำพูด หรือการผนวกเข้ากับสถานที่หรือกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชนก็ได้ โดยเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมให้อีกฝ่ายหนึ่งได้ซึมซับและเรียนรู้ รวมถึงการแสดงออกถึงมารยาทไทย รู้จักกาลเทศะและมีความสำรวมกริยา วาจา ใจ

2. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จที่ได้สร้างขึ้นมานั้น เป็นสิ่งที่ทั้งสองพื้นที่ยังต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ เพื่อให้เกิดมาตรฐานในด้านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ชุมชนบุไทร ยังต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาตามเกณฑ์มากกว่าเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากการดำเนินงานของชุมชนบ้านบุไทรเป็นการดำเนินงานโดยชุมชนเดียว ทำให้ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยว บุคลากร และกลุ่มผู้สนับสนุนยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าเทียมกับเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ที่เป็นเครือข่ายที่มีความเข้มแข็ง ทั้งในด้านการดำเนินงาน M-I-T เพื่อชุมชนและการได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มผู้สนับสนุน ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากในบางตัวชี้วัดเป็นเรื่องใหม่ จึงทำให้ชุมชนทั้ง 2 แห่งอาจจะยังไม่ได้ดำเนินการ ดังนั้น หากชุมชนทั้ง 2 แห่ง ต้องการที่จะมีความเข้มแข็ง มีประสิทธิภาพ และมีมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่ม M-I-T เพื่อชุมชน จึงต้อง

มีการดำเนินการตามตัวชี้วัดเหล่านี้ ที่ได้สร้างจากการวิเคราะห์ด้วยกระบวนการที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นอย่างเคร่งครัดและครบถ้วน โดยปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. มีแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่าย (Entire Package) หมายถึง การที่ชุมชนมีการจัดเตรียมโปรแกรมท่องเที่ยวที่ครบวงจรให้นักท่องเที่ยว โดยแพ็คเกจท่องเที่ยวจะต้องประกอบไปด้วยระบบขนส่ง ที่จะต้องสามารถอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวตั้งแต่สนามบินหรือสถานีขนส่งประจำทางอื่นๆ เพื่อเดินทางมายังชุมชนได้อย่างสะดวกและปลอดภัย นอกจากนี้กิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆต้องน่าสนใจ มีความต่อเนื่อง ไม่จำเจ มีกิจกรรมใหม่ มีบริการใหม่ๆมาแนะนำเสนออยู่เป็นประจำ ซึ่งแต่ละกิจกรรมจะต้องมีระยะเวลาที่ชัดเจน ไม่เยิ่นเย้อ และไม่ผิดเวลาจากกำหนดการโดยเด็ดขาด ซึ่งการจัดทำกำหนดการจะต้องครอบคลุมตั้งแต่ช่วงก่อน ระหว่าง และหลังเดินทางท่องเที่ยว ที่มีความน่าสนใจ ลงตัว และกำหนดเวลาที่ชัดเจน จนทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจได้ว่าจะสามารถเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวนั้นๆได้หรือไม่ และหากนักท่องเที่ยวเห็นว่ากำหนดการหรือแพ็คเกจท่องเที่ยวนั้นๆมีความน่าสนใจ ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวขยายเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น การใช้จ่ายและการใช้เวลาในชุมชนก็จะมากตามไปด้วย ในอีกนัยหนึ่งการมีแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและสามารถเข้าถึงได้ง่าย ถือเป็นความพร้อมอย่างหนึ่งที่ชุมชนควรมี เนื่องจากชุมชนสามารถนำไปเสนอขายให้กับกลุ่มลูกค้า และผู้ที่สนใจ หรืออาจทำการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายได้อีกด้วย การมีแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจร สะท้อนถึงการดำเนินงาน ในลักษณะเครือข่ายที่เข้มแข็ง นักท่องเที่ยวสามารถประสานมายังจุดให้ข้อมูลส่วนกลาง โดยที่ไม่ต้องไปหาข้อมูลเพิ่มเติมจากที่อื่น เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้า ที่มีความเป็นมืออาชีพอย่างมาก อีกทั้งโปรแกรมเหล่านี้ต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย หรือหมายความว่า นักเดินทางสามารถเลือกได้โดยผ่านทางช่องทางใดช่องทางหนึ่งที่สะดวกและรวดเร็วที่สุด นักเดินทางมาร่วมงานควรจะสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆเหล่านี้ได้ในทันที ซึ่งจะทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ไม่ต้องให้นักท่องเที่ยวต้องได้เสาะแสวงหาข้อมูลเหล่านี้เอง แต่เป็นการเสิร์ฟให้ถึงมือลูกค้าอย่างครบถ้วน และสะดวกสบาย

2. มีผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง (Leadership) หมายถึง การที่ผู้นำของชุมชนมีความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นผู้ที่ต้องมีความเป็นภาวะผู้นำ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ และไม่เอนเอียง ตามกลุ่มหรือคนใกล้ชิด เป็นผู้ที่สามารถบริหารจัดการงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพจนเป็นที่ยอมรับของชุมชน

ได้ หากผู้นำมีความเป็นผู้นำและเป็นที่ยอมรับของชุมชน ก็จะทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน การดำเนินงานร่วมกันระหว่างผู้นำและผู้ทำงานก็จะเป็นไปด้วยความราบรื่นและมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นแล้วผู้นำควรเป็นผู้ที่มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง หมายถึง ซึ่งผู้นำนั้นต้องเป็นบุคคลที่ทำเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง ต้องมีความเสียสละ ทุ่มเท และโปร่งใส ตรวจสอบได้ และต้องเป็นคนที่มีจิตใจรักชุมชนนั้นๆ และทุ่มเทอย่างจริงจังเพื่อคนในชุมชนและพื้นที่นั้นๆ ได้ หรือเรียกอีกอย่างว่าควรที่จะมองเป็นตัวบุคคลที่มีความเป็นผู้นำ มีจิตใจรักที่จะทำงานเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง อีกทั้งยังต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอีกด้วย กล่าวคือต้องรู้จักใช้วาทศิลป์ในการพูดจาท่อสมาชิกคนอื่น ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้แก่สมาชิกทุกคน ไม่ให้เกิดความบาดหมางต่อกัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในภายหลังได้ ซึ่งหากกล่าวโดยสรุป ผู้นำเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับการดำเนินงานท่องเที่ยวชุมชน หากมีผู้นำที่เข้มแข็ง จะสามารถ นำคนในชุมชนให้ดำเนินการไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม

3. มีการให้บริการเกินความคาดหวัง (Beyond Expectation) หมายถึง การให้บริการโดยที่จะไม่ทำตามเพียงภาระหน้าที่ของตนเท่านั้น แต่ยังคงมีความเอาใจใส่กับคำพูด ภาษากาย หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา และจะต้องนำมาคิด วิเคราะห์ และส่งมอบการบริการที่ลูกค้าต้องการอย่างถูกต้องและเหมาะสม แม้ว่าลูกค้าจะไม่ได้ร้องขอมาโดยตรง อีกทั้งยังหมายรวมถึงการให้บริการ M-I-T เพื่อชุมชนอย่างเต็มความสามารถ อีกทั้งยังมีการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการคืออะไร และให้บริการโดยไม่ต้องรอการร้องขอ โดยการให้บริการเกินความคาดหวังจะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถแสดงให้เห็นถึงความรักและความเอาใจใส่ในสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ แม้จะไม่ได้เกิดการร้องขอจากนักท่องเที่ยวก็ตาม แต่เจ้าบ้านก็มีความเต็มใจที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถ

4. มีความเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (Network) หมายถึง การดำเนินงานร่วมกันในรูปแบบของโซ่คุณค่า ที่ประกอบไปด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินงานและพัฒนาการดำเนินงานอยู่อย่างต่อเนื่องกันเฉกเช่นองคาคพพ เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่สามารถดำเนินการได้เพียงผู้เดียว จะต้องมีการร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนด้านความรู้ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการพัฒนาต่างๆ หรือแม้กระทั่งการเข้ามาเป็นพี่เลี้ยงในดำเนินงานต่างๆ ซึ่งการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในลักษณะของการเป็นเครือข่ายเชื่อมโยง เช่น การดำเนินงานตามกระบวนการประชุม อบรม ดูงาน จัดทำแผน ประเมิน ใ้รางวัล จัด

อีเว้นท์ ในพื้นที่และนอกพื้นที่ ھاลูกค้า ประชาสัมพันธ์ หรือการสนับสนุนด้วยวิธีการต่างๆ โดยนำสื่อเข้ามาทำการประชาสัมพันธ์พื้นที่ท่องเที่ยวทั้งทำข่าวประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ โบรชัวร์ ซึ่งเป็นการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างครบรูปแบบร่วมกับกลุ่มชุมชน แต่ในท้ายที่สุดชุมชนจะต้องมีความสามารถดูแลตนเอง และดำเนินงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง ซึ่งแน่นอนอยู่แล้วชุมชนท่องเที่ยวมิได้เกิดมาจากการเป็นผู้มีความพร้อมในการเป็นชุมชนท่องเที่ยว แต่ชุมชนจะต้องมีเครือข่ายที่จะมาช่วยเติมเต็มและต่อยอดองค์ความรู้ หรือเพิ่มทักษะในส่วนที่ชุมชนขาดอยู่ เพื่อที่จะสามารถทำงานได้อย่างเป็นมืออาชีพ และช่วยเสริมให้การดำเนินงานของชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากการสนับสนุนกันแล้ว เครือข่ายยังหมายรวมถึงการช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อประโยชน์ต่อกัน และมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ซึ่งการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนควรมีการดำเนินงานในลักษณะเครือข่าย เพราะนอกจากจะเป็นการสร้าง ความหลากหลายทางทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อเป็นทางเลือกและดึงดูดนักท่องเที่ยวแล้ว ก็ยังเป็นการดำเนินงานในลักษณะของการช่วยเหลือเกื้อกูลและเอื้อประโยชน์ต่อกัน

5. มีการรักษามาตรฐานด้านการให้บริการ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ (Maintain Standard) หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ หรือการที่ชุมชนดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพจนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป จนได้รับมาตรฐานในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้าหรือบริการ และชุมชนได้มีการรักษามาตรฐานในสินค้าและบริการนั้นๆ ไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าหรือบริการของชุมชน แต่การเป็นชุมชนที่ได้รับมาตรฐานแต่ไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรักษาคุณภาพไว้ตรงตามมาตรฐาน และแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพ ก็สร้างความผิดหวังและทำลายความมั่นใจของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเห็นถึงความไม่ใส่ใจของชุมชนในการรักษามาตรฐานอย่างเคร่งครัด เพราะการรักษามาตรฐานต้องใช้ความเคร่งครัด เข้มแข็ง และความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนอย่างเคร่งครัดนั่นเอง อีกทั้งการที่ให้บริการแบบมือใหม่ ก็จะทำให้ความไว้วางใจในตัวบุคลากรลดลง และจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยในการใช้บริการ เนื่องจากเชื่อว่าบุคลากรที่ให้บริการในกิจกรรมที่ค่อนข้างเสี่ยงอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินไม่ใช่มืออาชีพ

6. มีทรัพยากรด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่มีแก่นราก (Core Root) หมายถึง ชุมชนจะต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แปลกใหม่ และไม่สามารถหาที่ไหนได้อีก ซึ่งเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างความตื่นเต้นและสนุกสนานให้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่า คุ้มเวลาที่ได้มา

ท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆที่ไม่สามารถหาได้อย่างชุมชนอื่นๆ โดยกิจกรรมท่องเที่ยว เหล่านี้จำเป็นต้องตั้งอยู่บนแก่นรากของทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนเป็นสำคัญ มิต้องสร้างขึ้นใหม่ หรือเลียนแบบจากชุมชนอื่นๆ ที่มีความน่าสนใจและมีนักท่องเที่ยวขึ้นชอบจำนวนมาก ในส่วนของสถานที่จัดกิจกรรมนั้น ควรเป็นพื้นที่ที่สามารถจัดประชุมหรือกิจกรรมต่างๆ ได้ มีความแปลกใหม่ บนพื้นฐานของทรัพยากรตนเอง มีพื้นที่จัดกิจกรรมที่มีความสะอาด เรียบง่าย เหมาะสมตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว กล่าวคือการจัดสถานที่จะต้องมีความสอดคล้องกับกิจกรรม ความต้องการพื้นฐานและความต้องการพิเศษของนักท่องเที่ยว (โจทย์ของลูกค้า) รวมไปถึงการมุ่งเน้นในเรื่องการให้บริการของบุคลากร ที่สามารถให้บริการได้อย่างมืออาชีพ

7. มีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)

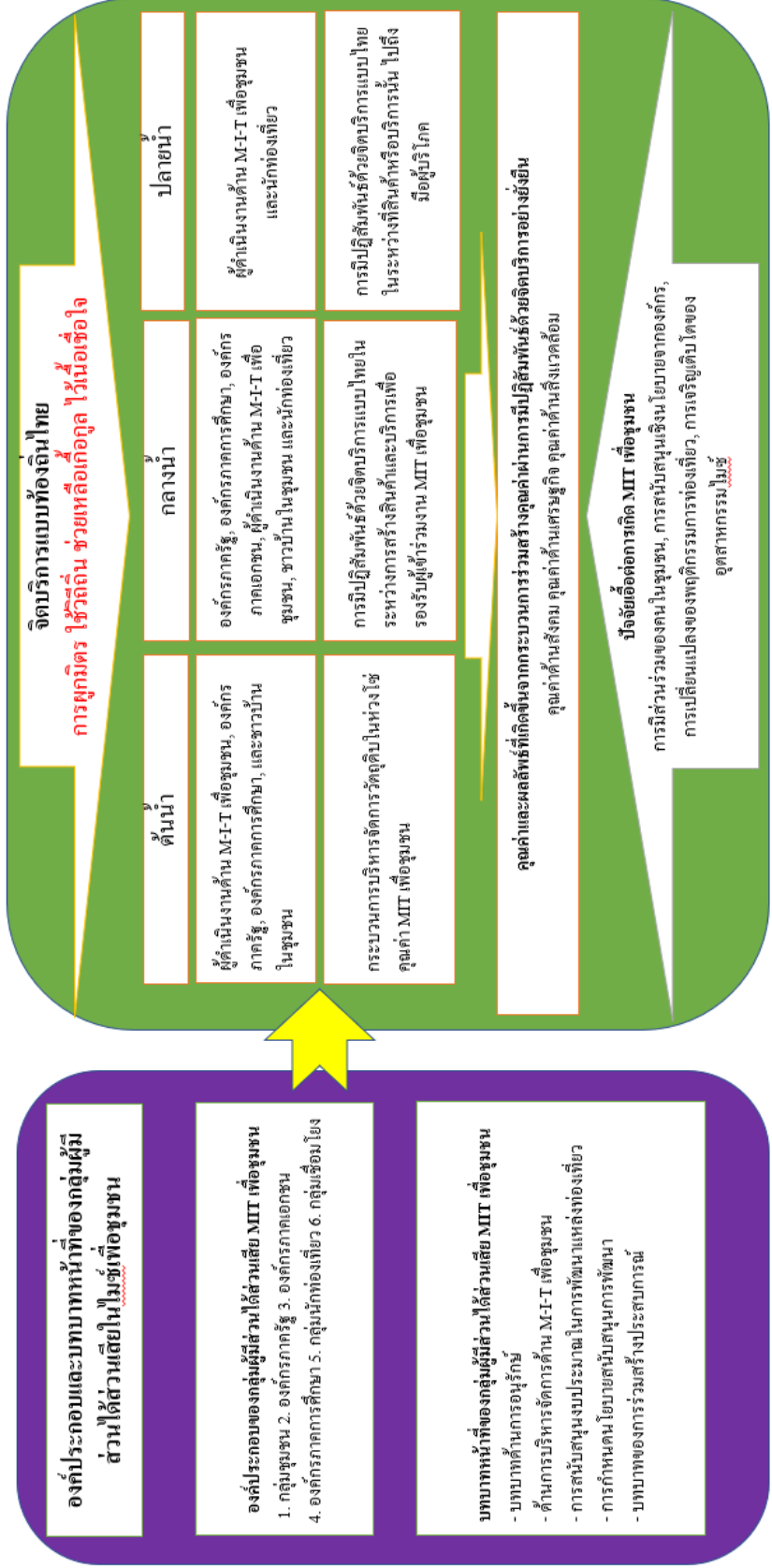
หมายถึง ชุมชนต้องมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทรัพยากรและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวด้วย โดยขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว หมายถึง การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับความสามารถในการรองรับของชุมชนและทรัพยากรท่องเที่ยว หรือจำนวนนักท่องเที่ยวต้องไม่ส่งผลกระทบต่อด้านลบแก่ชุมชนและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ชุมชนในด้านภาพลักษณ์ของการจัดการที่ดี เนื่องจากการจัดเตรียมสินค้าและบริการของ M-I-T เพื่อชุมชน จำกัต้องมีการประเมินขีดจำกัดของวัตถุดิบ ความเพียงพอของบุคลากร สินค้า ขนาดห้องประชุม จำนวนที่พัก พาหนะในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก และอื่นๆ ให้มีความพอเพียงอย่างเหมาะสม เพื่อการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

8. มีการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย (Preserve)

หมายถึง ชุมชนต้องมีการธำรงรักษาไว้ซึ่งวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่มีอัตลักษณ์ อีกทั้งต้องมีการรวบรวมและเก็บรักษาไว้ให้เป็นลายลักษณ์อักษร และมีการเผยแพร่ให้แก่ผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการนำเอาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และเรื่องราวประวัติศาสตร์ดั้งเดิมของชุมชน มาผนวกเข้ากับกิจกรรมท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว และการใช้ชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ชุมชน การเยี่ยมชมร่างกายของชาวบ้านในชุมชน ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในชุมชน การได้ฟังเรื่องเล่า ตำนาน ที่ถ่ายทอดผ่านภาษาถิ่นของคนในชุมชน เหล่านี้เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีให้แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นเสน่ห์ที่ใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังชุมชนท่องเที่ยวอย่างไม่ขาดสาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิดความ

ประทับใจจากประสบการณ์ที่ได้รับจากชุมชน นักท่องเที่ยวได้รับรู้ จดจำได้ถึงเอกลักษณ์ ความแตกต่างกันของท้องถิ่นนั้นๆ และเป็นการสร้างรายได้มากมายให้แก่ชุมชนในที่สุด และสิ่งที่ชุมชนต้องตระหนักมากเป็นพิเศษคือ การค้นหา ฟื้นฟู รวบรวม และเก็บรักษาสิ่งเหล่านี้ไว้ให้อยู่ในรูปแบบของตัวหนังสือหรือเป็นลายลักษณ์อักษร อีกทั้งยังต้องมีการเผยแพร่ให้แก่เยาวชนรุ่นหลัง นักท่องเที่ยว หรือผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอแต่การคงอยู่ของวัฒนธรรมถือเป็นจุดขายอยู่แล้ว เพราะแต่ละชุมชนก็ต้องมีแก่นของตนเอง ที่ได้ชื่อว่าหากพูดถึงสิ่งนี้แล้วก็จะนึกถึงชุมชนนี้ แต่การคงอยู่ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องคงอยู่ 100% จากในอดีตทั้งหมด แต่ควรที่จะแบ่งเป็น 2 มิติ ได้แก่ มิติด้านการขาย คือการคงอยู่ของวัฒนธรรมที่เป็นเหมือนเดิมในอดีตให้ได้มากที่สุด หรืออาจไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปเลย มิตินี้จะถูกมองเฉกเช่นเดียวกับการรักษามรดกโลก ที่จะสามารถขายความมีเสน่ห์และวัฒนธรรมดั้งเดิมต่างๆไว้ได้ แต่อีกมิติหนึ่งที่ไม่สามารถตัดทิ้งไปได้เลย นั่นคือมิติของการเป็นอยู่ของคนในสังคม นั้นหมายความว่าสังคมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง (transformation) อย่างเป็นปกติ ไม่มีใครที่จะสามารถใช้ชีวิตอยู่อย่างเดิมได้โดยไม่มี การเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบันได้ ถึงเรียกว่าความเป็นคนต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและเงื่อนไขเวลานั้น ดังนั้นในการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นจึงควมมีความยืดหยุ่นให้กับมิติที่ 2 ด้วย ดังนั้นการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัยควรแบ่งออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ มิติด้านการขาย และมิติด้านการเป็นอยู่

3. รูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการจัดการท่องเที่ยว M-I-T ใน MICE CITY เพื่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพ 25 รูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการจัดการท่องเที่ยว M-I-T ใน MICE CITY เพื่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

รูปแบบห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นการรวบรวมผลการศึกษาที่เกิดจากวัตถุประสงค์ที่ 1 และวัตถุประสงค์ที่ 2 ของงานวิจัยนี้ แล้ววิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อสร้างให้เป็นโมเดลหรือรูปแบบห่วงโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่เป็นการตอบวัตถุประสงค์ที่ 3 ของงานวิจัย โดยโมเดลที่ถูกสร้างขึ้นมานี้จะสามารถนำไปปรับใช้กับชุมชนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับพื้นที่เป้าหมาย 2 ลักษณะ อันได้แก่ ชุมชนเดี่ยว และชุมชนเครือข่าย ที่มีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

โดยโมเดลดังกล่าวนี้ประกอบไปด้วยองค์ประกอบและบทบาทหน้าที่ และกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งองค์ประกอบของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนมีทั้งสิ้น 6 กลุ่ม อันได้แก่ กลุ่มชุมชนองค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน องค์กรภาคการศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มเชื่อมโยง

1. กลุ่มชุมชน ประกอบไปด้วยกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (M-I-T for Community Staffs) และชาวบ้านในชุมชนที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวแต่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว โดย**ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน** จะประกอบไปด้วย 2 กลุ่มคน อันได้แก่ **ผู้นำชุมชน** ซึ่งควรเป็นผู้นำชุมชนที่มีความหลากหลายด้านอาชีพและควรเป็นผู้ที่มีความสามารถในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน แต่ต่างก็มุ่งที่จะทำการพัฒนาชุมชนของตนเองให้เป็นที่รู้จักและได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จะต้องร่วมมือกันปฏิบัติงานโดยอาศัยความรู้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ จนทำให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากการพัฒนาด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้ผู้นำที่มีลักษณะเช่นนี้ก็จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างราบรื่นและรวดเร็ว เนื่องจากหากมีผู้นำที่มีความสามารถที่หลากหลาย ก็จะทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน มีการพัฒนาในหลากหลายมิติ และสามารถตอบสนองความต้องการของทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีและทัน่วงทีอีกด้วย ไม่ควรยึดมั่นเพียงผู้นำคนเดียว เพราะจะทำให้การดำเนินงานเกิดความล่าช้าได้ เนื่องจากหากผู้นำติดภารกิจอื่น ก็จะทำให้การดำเนินงานไม่สามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ ในส่วนของ**กลุ่มผู้ดำเนินงาน**นั้น ควรเป็นการดำเนินงานแบบเครือข่าย เพื่อให้การดำเนินงานมีความเฉพาะเจาะจงเฉพาะด้าน เช่น การเป็นเครือข่ายร่วมกับชุมชนใกล้เคียง เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งด้านทรัพยากรท่องเที่ยวและบุคลากร เพราะหากเกิดเครือข่ายก็จะมีตัวเลือกด้านบุคลากรที่มากขึ้น จะสามารถคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน จึงจะทำให้การดำเนินงานเกิดความสำเร็จได้

นอกจากนี้ยังมีตัวเลือกด้านทรัพยากร M-I-T เพื่อชุมชนมากขึ้นด้วย เช่น มีห้องประชุมสัมมนา จำนวนมากขึ้น มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกที่สามารถแบ่งปันกันได้ ยกตัวอย่างเช่นการดำเนินงานของเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง ที่แต่ละหมู่บ้านก็จะมีความสามารถเฉพาะตัวของตนเอง บ้านคลองซบรังเชี่ยวชาญเรื่องอาหารเบรคและการจัดเลี้ยง บ้านมุงเชี่ยวชาญด้านศูนย์เรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยว บ้านผารังหมี่เชี่ยวชาญเรื่องการจัดประชุมสัมมนา เป็นต้น ดังนั้นหากเกิดการดำเนินงานที่มีความเชื่อมโยงกันก็จะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย อีกทั้งควรมีการอุดหนุนสินค้าของชุมชนตนเอง เพื่อใช้ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อลดการรั่วไหลของต้นทุนและลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในการขนส่ง ในส่วนของ**ชาวบ้าน**ในชุมชน ก็ควรมีการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในการเห็นคุณค่าด้านการท่องเที่ยวหรือการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ในฐานะเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนและเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้อีกด้วย นอกจากนี้ชาวบ้านในชุมชนควรเป็นผู้ที่มีส่วนในการออกความคิดเห็นหรือเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อีกทั้งยังควรเปิดโอกาสให้เป็นผู้ที่มีส่วนในการตรวจสอบการดำเนินงานพร้อมทั้งสามารถเสนอแนะข้อคิดเห็นต่างๆ เพื่อมิให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตด้วย

2. องค์กรภาครัฐ เป็นกลุ่มที่มีส่วนในการดำเนินงานด้าน M-I-T โดยตรง ทั้งที่เข้ามาคลุกคลีและปฏิบัติการให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในพื้นที่ และที่จัดทำนโยบายและมีการดำเนินงานด้านไมซ์ โดยองค์กรภาครัฐควรมอบหมายให้มีผู้ที่รับผิดชอบด้าน M-I-T เพื่อชุมชนประจำแต่ละชุมชน เพื่อเป็นที่ปรึกษาและคอยสอดส่องดูแลในด้านการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ เช่น เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปราง จะมีเจ้าหน้าที่จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาประจำอำเภอ ที่คอยดูแลเครือข่ายฯในด้านการท่องเที่ยวและการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยจะเป็นผู้ที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในทุกขั้นตอน จึงทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเกิดความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังควรมีหน่วยงานที่คอยดูแลในด้านนโยบายและแผน ที่จะต้องส่งผลให้เกิดผลกระทบด้านบวกให้แก่การดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา ซึ่งควรต้องเป็นคณะทำงานที่ประกอบไปด้วยหลากหลายองค์กร เพื่อการดำเนินงานจะได้มีความคล่องตัว และสามารถตอบสนองด้านการพัฒนาอย่างครบวงจรอีกด้วย

3. องค์กรภาคการศึกษา ต้องเป็นหน่วยงานด้านการศึกษาหรือด้านวิชาการที่เข้ามาให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในชุมชน โดยการใช้ความรู้ความสามารถและหลัก

วิชาการที่ตนเชี่ยวชาญ มาช่วยสนับสนุนและพัฒนาให้ชุมชนสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาอาชีพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาพื้นที่ทำกิน เป็นต้น

4. องค์กรภาคเอกชน สามารถเข้ามาเป็นที่ปรึกษาให้กับชุมชน ในฐานะพี่เลี้ยงที่มีประสบการณ์ในด้านการเป็นเจ้าของธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน สามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังต้องเป็นกลุ่มผู้ให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณเพื่อใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานและทรัพยากรด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้

5. นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการในการใช้บริการการจัดประชุม อบรมสัมมนา ศึกษาดูงาน และท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในชุมชน โดยประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการห้องประชุมสัมมนา หรือกิจกรรมศึกษาดูงานและกิจกรรมหลังประชุม อาหารและเครื่องดื่ม ที่พัก สถานที่จัดงาน สถานที่จอดรถ และอื่นๆ รวมไปถึงนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เดินทางมากับองค์กรของตนเอง ที่มาใช้บริการต่างๆ ของชุมชนโดยที่มีองค์กรนั้นๆ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นที่ อีกทั้งยังหมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายของตนเองด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวของทั้ง 2 ชุมชน มีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากเป็นพื้นที่สำหรับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเหมือนกัน ทำให้นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มคนกลุ่มเดียวกัน และมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันด้วย

6. กลุ่มผู้เชื่อมโยง จะเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนด้านงบประมาณและการร่วมพัฒนาด้านต่างๆ ให้แก่ชุมชนอยู่เสมอ พร้อมทั้งเป็นองค์กรที่อยู่ในฝั่งอุปสงค์ด้วย นั่นหมายถึง เป็นหนึ่งในนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วย เรียกว่าเป็นองค์กรที่เป็นทั้งฝั่งอุปสงค์และอุปทานในเวลาเดียวกัน โดยหากมีกลุ่มผู้เชื่อมโยงนี้ก็เปรียบเสมือนชุมชนได้ทำการตลาดอยู่ตลอดเวลา นั่นคือมีลูกค้าอยู่เสมอ เนื่องจากกลุ่มผู้เชื่อมโยงนี้จะจัดให้มีการประชุมและฝึกอบรมในชุมชนเป็นประจำทุกเดือน อีกทั้งหากชุมชนมีความต้องการด้านการพัฒนา กลุ่มผู้เชื่อมโยงนี้จะให้การสนับสนุนอยู่เสมอ ในฐานะแขกเช่นเป็นองค์กรเดียวกันเลยก็ว่าได้

โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 6 กลุ่มนี้ จะต้องมีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่แตกต่างกันไป แต่ก็จะต้องมีการเชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซ่คุณค่า หรือเป็นการดำเนินงานร่วมกัน เป็นองค์ประกอบที่มุ่งสร้างมูลค่าตลอดทุกกระบวนการตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบขั้นพื้นฐานจากแหล่งผลิตไป

จนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคในขั้นตอนสุดท้ายเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยองค์ประกอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้าน M-I-T เพื่อชุมชนทั้ง 6 องค์ประกอบ จะต้องมืบทบาทหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. บทบาทด้านการอนุรักษ์ จะต้องประกอบไปด้วยการอนุรักษ์ 2 รูปแบบ อันได้แก่ 1) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการดูแล รักษา และปรับปรุงทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้คงอยู่และไม่ถูกทำลาย รวมไปถึงการปกป้องให้ได้รับผลกระทบด้านลบจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนน้อยที่สุด โดยองค์ประกอบหลักที่มีหน้าที่ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ **กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน** เช่น การสร้างความตระหนัก เพื่อทำให้ชาวบ้านในชุมชนและนักท่องเที่ยวรู้คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและร่วมรักษาไม่ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย **ชาวบ้านในชุมชน** เป็นผู้ที่ต้องมีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน จนทำให้ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ดี ในฐานะชุมชนที่มีฐานรากที่มีความเข้มแข็งด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ **นักท่องเที่ยว** คือ ผู้ที่จะสามารถรับรู้ถึงความรักและห่วงใยในทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าทรัพยากรท่องเที่ยวเหล่านั้นเป็นสมบัติที่มีคุณค่า ที่ตนก็เป็นผู้หนึ่งที่ต้องให้การปกป้องและรักษาให้คงอยู่สืบไปโดยไม่มีสิ่งใดมาทำลายหรือรบกวนได้ และ 2) การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการร่วมมือร่วมใจกันดำเนินกิจกรรมทุกอย่างที่ไม่ส่งผลกระทบด้านลบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และร่วมกันส่งเสริมและถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่ผู้อื่นผ่านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ถือเป็นการทำงานบำรุงและอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไปอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการผนวกเอาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นกับกิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยวอื่นๆ อีกด้วย นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงการร่วมกันสืบค้นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ถูกลืมเลือนไปแล้ว ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง ท่ามกลางคนรุ่นหลังที่พร้อมจะสืบทอด และจัดเก็บวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี หรือประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นไว้ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของหนังสือ จดหมายเหตุ แผ่นพับ หรือรูปแบบอื่นๆ ที่ง่ายต่อการศึกษา เรียนรู้ และสืบค้นต่อไปในอนาคต อีกทั้งยังหมายถึงการสืบทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นไปยังคนรุ่นหลังทั้งคนในท้องถิ่นและคนจากภายนอกท้องถิ่น เพื่อไม่ให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นสูญหายไป โดยองค์ประกอบหลักที่มีหน้าที่ในการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ **กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน**

M-I-T เพื่อชุมชน โดยจะมุ่งเน้นในด้านการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากชุมชนต้องการให้เกิดความยั่งยืน ไม่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเองไปตามกาลเวลาหรือตามยุคสมัยจนสูญเสียอัตลักษณ์ของชุมชน ดังเช่นชุมชนท่องเที่ยวอื่นๆ จึงได้เกิดการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้น เพื่อให้วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนยังคงอยู่สืบไป ทำให้ชุมชนมีความมั่งคั่ง น่าสนใจ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในชุมชนมากยิ่งขึ้น และยังทำให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเหล่านั้นไม่เลือนหายไป นอกจากนี้ควรมีการนำเอาวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของชุมชนแต่ดั้งเดิม มาผสมผสานกับสิ่งต่างๆ เช่น ที่พักของชุมชน หรืออาหารพื้นถิ่น ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่างจากถิ่นที่อยู่ของตนเอง **องค์กรภาครัฐ** ควรจะต้องมุ่งเน้นในการผลักดันและสนับสนุนให้ชุมชนได้มีการค้นหาและสืบค้นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชน ให้กลับมาใช้ชีวิตอีกครั้งหนึ่ง ผ่านโครงการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

2. ด้านการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งกลุ่มที่มีบทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน คือ **กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน** โดยจะต้องมีบทบาทหน้าที่ดังต่อไปนี้

2.1 การบริหารจัดการรายได้ หมายถึง การจัดสรรรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้สามารถสร้างผลประโยชน์แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนให้มากที่สุด ซึ่งจะต้องมีการดำเนินงานโดยหักเงินจำนวน 10% จากรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเข้าส่วนกลาง เพื่อใช้สำหรับการดำเนินงานต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นค่าเดินทางเข้าร่วมประชุมของสมาชิกในกลุ่ม การพัฒนาหรือปรับภูมิทัศน์ด้านการท่องเที่ยว โดยชุมชน การตรวจสอบความสะอาดและเรียบร้อยของบ้านพักโฮมสเตย์ก่อนให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเหรียญจะมีหน้าที่ในการบันทึกรายรับและรายจ่าย อีกทั้งมีหน้าที่ในการเก็บรวบรวมเงินไว้อย่างเหมาะสม โดยต้องสามารถตรวจสอบได้อย่างโปร่งใส ทำให้ชุมชนมีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้ในการบริหารจัดการส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง และสำหรับการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน ก็สามารถสร้างจุดบริการเบ็ดเสร็จ หรือ One stop Service ขึ้นมาเพื่อให้บริการในด้านการมีแพคเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่าย หรือการที่ชุมชนมีการจัดเตรียมโปรแกรมท่องเที่ยวที่ครบวงจรให้แก่นักท่องเที่ยว โดยแพคเกจท่องเที่ยวจะต้องประกอบไปด้วยระบบขนส่ง ที่จะต้องสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวตั้งแต่สนามบิน หรือสถานีขนส่งประจำทางอื่นๆ เพื่อเดินทางมายัง

ชุมชนได้อย่างสะดวกและปลอดภัย นอกจากนี้กิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆต้องน่าสนใจ มีความต่อเนื่อง ไม่จำเจ มีกิจกรรมใหม่ มีบริการใหม่ๆมานำเสนออยู่เป็นประจำ ซึ่งแต่ละกิจกรรมจะต้องมีระยะเวลาที่ชัดเจน ไม่เยิ่นเย้อ และไม่ผิดเวลาจากกำหนดการโดยเด็ดขาด เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จะมีกำหนดการที่ไม่ยืดหยุ่นหรือเรียกว่ากำหนดการค่อนข้างจะตายตัว เปลี่ยนแปลงไม่ได้นั่นเอง ดังนั้นการมีแพคเกจท่องเที่ยวที่ครอบคลุมและสามารถช่วยให้บริหารจัดการเวลาได้ก็จะสามารถสร้างโอกาสให้แก่ชุมชนในการขายแพคเกจและเพิ่มระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วย

2.2 การจัดสรรผลประโยชน์ คือ การจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการให้บริการในส่วนต่างๆ แก่ชุมชนและนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม โดยกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนต้องทำหน้าที่ในการจัดสรรบ้านพัก รถนำเที่ยว ลูกหาบ หรือพราน ให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ซึ่งกลุ่มผู้นำจะต้องทำหน้าที่จัดสรรการให้บริการเหล่านี้แก่นักท่องเที่ยวตามลำดับ ยกเว้นเสียแต่ว่าจะเป็นการร้องขอระบุเจาะจงการให้บริการจากนักท่องเที่ยวเป็นกรณีพิเศษ หากทำเช่นนี้รายได้ก็จะถูกกระจายไปยังผู้ให้บริการอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ไม่เกิดความเหลื่อมล้ำและอยุติธรรม แต่ถ้าหากเจ้าของบริการเจ้าใดสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างน่าพึงพอใจ จนนักท่องเที่ยวต้องการที่จะใช้บริการอีกครั้งก็ควรให้สิทธิแก่เจ้าของบริการในการรับนักท่องเที่ยวเองได้ด้วย นั่นหมายถึง ควรมีการจัดสรรผลประโยชน์ด้วยวิธีผสมผสาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาบริการของตนเองให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้นอยู่เสมอ นั่นเอง จะทำให้การจัดการด้านบ้านพักโฮมสเตย์ รถนำเที่ยว ลูกหาบ หรือพรานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือสามารถสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในกลุ่มได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้เจ้าของบริการเกิดความกระตือรือร้นในการพัฒนาบริการของตนเองให้เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

2.3 การบริหารจัดการด้านบุคลากร คือ การที่กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจะต้องจัดวางบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมาดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน รวมไปถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถที่มีศักยภาพมากขึ้นในด้านต่างๆ เพื่อมาเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งพื้นฐานของบุคลากรด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จะต้องเป็นผู้มีความสามารถด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และความเสียสละที่จะทุ่มเทกำลังกายและกำลังใจในการดำเนินงาน หรือแม้แต่กำลังทรัพย์ที่บุคลากรสามารถเสียสละเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมส่วนรวมได้ จักทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีศักยภาพ และสำหรับผู้นำชุมชนนั้นจะต้องมีความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อทำให้กลุ่มประสบ

ความสำเร็จ ซึ่งเป็นผู้ที่ต้องมีความเป็นภาวะผู้นำ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ และไม่เอนเอียง ตามกลุ่มหรือคนใกล้ชิด เป็นผู้ที่สามารถบริหารจัดการงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพจนเป็นที่ยอมรับของชุมชนได้ หากผู้นำมีความเป็นผู้นำและเป็นที่ยอมรับของชุมชน ก็จะทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน การดำเนินงานร่วมกันระหว่างผู้นำและผู้ทำงานก็จะเป็นไปด้วยความราบรื่นและมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นแล้วผู้นำควรเป็นผู้ที่มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง มีความเสียสละทุ่มเท และโปร่งใส ตรวจสอบได้ และต้องเป็นคนที่มีความรักใคร่ชุมชนนั้นๆ และทุ่มเทอย่างจริงจังเพื่อคนในชุมชนและพื้นที่นั้นๆ ได้ หรือเรียกอีกอย่างว่าควรที่จะมองเป็นตัวบุคคลที่มีความเป็นผู้นำ มีจิตใจรักที่จะทำงานเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง และยังต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอีกด้วย กล่าวคือต้องรู้จักใช้วาทศิลป์ในการพูดจาท่อสมาชิกรุ่นอื่นๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้แก่สมาชิกทุกคน ไม่ให้เกิดความบาดหมางต่อกัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในภายหลังได้ ซึ่งหากกล่าวโดยสรุป ผู้นำเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับการดำเนินงานท่องเที่ยวชุมชน หากมีผู้นำที่เข้มแข็ง จะสามารถ นำคนในชุมชนให้ดำเนินการไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม

2.4 การตรวจสอบกระบวนการให้บริการ คือ การที่กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจะต้องมีการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อค้นหาจุดด้อยหรือข้อผิดพลาดจากการดำเนินงาน แล้วร่วมกันแก้ไขจุดด้อยและลดข้อผิดพลาดต่างๆ จนทำให้การดำเนินงานปราศจากข้อผิดพลาดหรือเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความระมัดระวังและมีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนั้นการตรวจสอบถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ไม่ควรมองข้ามไป เนื่องจากชุมชนต้องมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทรัพยากรและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวด้วย โดยขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว หมายถึง การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับความสามารถในการรองรับของชุมชนและทรัพยากรท่องเที่ยว หรือจำนวนนักท่องเที่ยวต้องไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ชุมชนในด้านภาพลักษณ์ของการจัดการที่ดี เนื่องจากในการจัดเตรียมสินค้าและบริการของ M-I-T เพื่อชุมชน จำต้องมีการประเมินขีดจำกัดของวัตถุดิบ ความเพียงพอของบุคลากร สินค้า ขนาดห้องประชุม จำนวนที่พัก พาหนะในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก และอื่นๆ ให้มีความพอเพียงอย่างเหมาะสม เพื่อการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดอยู่เสมอ

3. การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความสนับสนุนในด้านงบประมาณ สิ่งอำนวยความสะดวก และเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จต่อไป อีกทั้งยังเป็นเสมือนพี่เลี้ยงในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อย่างต่อเนื่องและเต็มกำลัง เพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินงานต่างๆ ได้ด้วยตนเองต่อไป รวมไปถึงการให้ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการพัฒนาในทรัพยากรท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก หรือเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จต่อไป ซึ่งมีหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่ในการสนับสนุนงบประมาณ ได้แก่ **องค์กรภาครัฐ** ที่จะต้องมีหน้าที่ในการสนับสนุนงบประมาณตามภารกิจขององค์กร ที่จะต้องให้การสนับสนุนชุมชนที่อยู่ภายใต้การดูแล ให้สามารถใช้งบประมาณที่ให้การสนับสนุนไปพัฒนาในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน รวมไปถึงการพัฒนาสาธารณูปโภคต่างๆ ของชุมชน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนต่อไป นอกจากนี้ในช่วงโรคระบาดหรือการเกิดวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ภาครัฐควรมีส่วนช่วยในการฟื้นฟูการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เช่นการรณรงค์ให้มีการพัฒนาชุมชนให้ได้รับมาตรฐาน SHA+ สำหรับทั้งผู้ประกอบการ และชุมชนท่องเที่ยว และการฟื้นฟูในด้านอื่นๆ จนทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนต่างๆ ได้เป็นอย่างดี **องค์กรภาคเอกชน** ก็จะต้องมีส่วนในการสนับสนุนด้านงบประมาณด้วยเช่นกัน แต่อยู่ในรูปแบบของการดำเนินงานตามโครงการของหน่วยงาน ที่จะมีเป็นครั้งคราว เพื่อให้การพัฒนามุ่งเป้าไปสู่กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยเจ้าของงบประมาณก็จะเป็นองค์กรภาคเอกชนนั้นๆ เอง ซึ่งจะมีหน้าที่ในการจัดทำโครงการและนำงบประมาณสำหรับโครงการนั้นๆ มาพัฒนาชุมชนต่อไป **องค์กรภาคการศึกษา** จะต้องมีส่วนในการสนับสนุนด้านงบประมาณด้วย โดยงบประมาณขององค์กรภาคนั้นจะมีลักษณะเป็นการได้รับงบประมาณมาจากองค์กรภาครัฐ แต่ถูกส่งผ่านการจัดโครงการขององค์กรภาคการศึกษา เพื่อนำงบประมาณสนับสนุนนั้นมาพัฒนาชุมชนท้องถิ่นตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่องค์กรภาคการศึกษาได้ตั้งเอาไว้ **กลุ่มผู้เชื่อมโยง** จะต้องมีส่วนที่ทั้งในการสนับสนุนงบประมาณเพื่อใช้ในการพัฒนาสาธารณูปโภคต่างๆ รวมไปถึงอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ใช้ในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ในฐานะที่ชุมชนเป็นศูนย์เรียนรู้ขององค์กร และมีหน้าที่ใน

การเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ ที่จะมาใช้บริการการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ในชุมชนเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นกลุ่มผู้เชื่อมโยงนี้จะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้สนับสนุนและผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่องนั่นเอง

นอกจากนั้นการสนับสนุนยังหมายรวมถึงการเพิ่มพูนสมรรถนะ หรือการร่วมกันเพิ่มพูนความรู้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อยกระดับความรู้ความสามารถของผู้ดำเนินงานฯ และเป็นการเพิ่มคุณค่าทั้งในด้านคุณภาพสินค้าและการให้บริการ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นการร่วมกันออกแบบ วางแผน และใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ บริการ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่ แตกต่าง มีคุณค่า และมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น โดยมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทหน้าที่ในการเพิ่มพูนความรู้ ได้แก่ **องค์กรภาคการศึกษา** โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่องค์ความรู้ด้านวิชาการที่องค์กรภาคการศึกษานั้นๆ มีความเชี่ยวชาญ ที่สามารถนำมาปรับใช้กับการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างลงตัว อีกทั้งยังเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำมาสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม โดยทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นก็จะถูกยกระดับให้สามารถสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในส่วนของการให้บริการนั้น ก็จะเป็นการพัฒนาการให้บริการให้ได้มาตรฐานและสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้นอีกด้วย **องค์กรภาครัฐ** ก็จะต้องมีส่วนในการเพิ่มพูนความรู้ด้านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วย โดยองค์กรภาครัฐจะมีหน้าที่ในการดำเนินงาน และเตรียมงานต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้มีการพัฒนาในด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง โดยหากชุมชนนั้นๆได้รับการพัฒนาในเรื่องหนึ่งเรื่องใดแล้ว องค์กรภาครัฐเหล่านี้ก็จะต้องถอยออกมาเพื่อให้ชุมชนได้ดำเนินงานต่อด้วยตนเอง โดยมีองค์กรภาครัฐเป็นเพียงผู้ช่วยให้คำแนะนำ และหลังจากนั้นก็จะมี การสำรวจและพัฒนาด้านอื่นต่อไปเรื่อยๆ อย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องภายในชุมชน **ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน** ก็จะต้องชวนชวนและเรียนรู้ด้านต่างๆ เพื่อมาพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองได้ด้วยตัวเอง ซึ่งจะเป็นการพัฒนาตนเองและชุมชนได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

4. การกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนา หมายถึง การกำหนดแผนพัฒนาการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายนั้นจะไม่มีส่วนในการลงมือปฏิบัติในพื้นที่ชุมชน แต่จะส่งต่อแผนในการพัฒนาและการดำเนินงานให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ เพื่อดำเนินงานต่อ ดังนั้นกลุ่มกำหนดนโยบายจึงจะมีบทบาทในการกำหนด

นโยบายยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดในภาพรวม ซึ่งการพัฒนาที่ได้กำหนดขึ้นจะมีผลกระทบต่อการทำงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในภาพรวมโดยตรงเช่นกัน โดยมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ได้แก่ องค์กรภาครัฐ เอกชน และภาคการศึกษา ที่จะต้องร่วมกันกำหนดนโยบายด้านต่างๆ เพื่อให้การทำงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเกิดการพัฒนาและมีการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการพัฒนาชุมชนนั้นจะต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ หรือการที่ชุมชนดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพจนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป จนได้รับมาตรฐานในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้าหรือบริการ และชุมชนได้มีการรักษามาตรฐานในสินค้าและบริการนั้นๆ ไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าหรือบริการของชุมชน แต่การเป็นชุมชนที่ได้รับมาตรฐานแต่ไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรักษาคุณภาพไว้ตรงตามมาตรฐาน และแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพ ก็สร้างความผิดหวังและทำลายความมั่นใจของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเห็นถึงความไม่ใส่ใจของชุมชนในการรักษามาตรฐานอย่างเคร่งครัด เพราะการรักษามาตรฐานต้องใช้ความเคร่งครัด เข้มแข็ง และความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนอย่างเคร่งครัดนั่นเอง

5. บทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์ หมายถึง การร่วมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ผ่านช่องทางการมีปฏิสัมพันธ์กัน ในระหว่างการให้บริการ รวมไปถึงการรับรู้เพื่อการตอบสนองที่ดี มีความเข้าใจกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ซึ่งประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีที่ทพให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผูกพันกับชุมชน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทในการร่วมสร้างประสบการณ์ ได้แก่ **กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน** จะต้องมุ่งเน้นในการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยว ด้วยการให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาชีพและวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และได้เข้าร่วมเสมือนเป็นสมาชิกในชุมชนนั้นๆ อย่างแท้จริง จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้การให้บริการควรที่จะไม่ทำตามเพียงภาระหน้าที่ของตนเท่านั้น แต่ยังต้องมีความเอาใจใส่กับคำพูด ภาษากาย หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา และจะต้องนำมาคิด วิเคราะห์ และส่งมอบการบริการที่ลูกค้าต้องการอย่างถูกต้องและเหมาะสม แม้ว่าลูกค้าจะไม่ได้ร้องขอมาโดยตรง อีกทั้งยังหมายรวมถึงการให้บริการ M-I-T เพื่อชุมชนอย่างเต็มความสามารถ อีกทั้งยังมีการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ว่าสิ่งที่

นักท่องเที่ยวดูต้องการคืออะไร และให้บริการโดยไม่ต้องรอการร้องขอ โดยการให้บริการเกินความคาดหวังจะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถแสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความเอาใจใส่ในสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ แม้จะไม่ได้เกิดการร้องขอจากนักท่องเที่ยวก็ตาม แต่เจ้าบ้านก็มีความเต็มใจที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถ **นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว และกลุ่มเชื่อมโยง** ก็เป็นหนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ซึ่งก็สามารถสร้างประสบการณ์ให้แก่เจ้าบ้านได้เช่นกัน โดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันนั่นเอง โดยนักท่องเที่ยวสามารถสร้างประสบการณ์ให้แก่เจ้าบ้านเพื่อการเรียนรู้และรับรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และนำไปปรับปรุงการให้บริการในครั้งถัดไป

กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย

กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยจะถูกถ่ายทอดจากกระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยแต่ละกระบวนการมีการใช้จิตบริการแบบไทย 4 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่

1. ช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) หมายถึง การพูดหรือการกระทำ ที่มุ่งปฏิบัติให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งด้วยความปรารถนาให้ผู้อื่นได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ รวมไปถึงความไม่เห็นแก่เพียงตัวเองหรือเรื่องของตัวเอง แต่มีความเห็นอกเห็นใจ เห็นคุณค่าในตัวเพื่อนมนุษย์ มีความเอื้ออาทร เอาใจใส่ ความห่วงใย ให้ความสนใจในความทุกข์หรือสุขของผู้อื่น และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเกิดความสุขและสบายใจ

2. การผูกมิตร (Congeniality) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นถึงความ เป็นมิตร หรือความหวังดี ไม่เป็นศัตรู ไม่ทำร้าย และพร้อมที่จะทำประโยชน์เกื้อกูลแก่กันและกัน ซึ่งจะช่วยให้ทั้ง 2 ฝ่ายเกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน หากมีสิ่งใดที่คนเป็นมิตรพอที่จะให้ความช่วยเหลือได้ก็จะทำโดยไม่รีรอ และรวมไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยการใช้วาทศิลป์ หรือศิลปะในการใช้ถ้อยคำให้อีกฝ่ายหนึ่งเกิดความประทับใจ และเพื่อโน้มน้าวใจให้มีความคิดเห็นที่ตรงกัน เนื่องจากการดำเนินงานใดๆ ก็ตาม หากมีสมาชิกในกลุ่มเป็นจำนวนมากก็ยิ่งจะทำให้เกิดความคิดเห็นที่หลากหลาย ดังนั้นการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยวาทศิลป์ก็จะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเกิดความประทับใจให้เกิดความคิดเห็นที่ตรงกัน ลดความขัดแย้ง และความไม่ลงรอยกัน ซึ่งจะทำการดำเนินงานร่วมกันเกิดความราบรื่นมากยิ่งขึ้น

3. มีความไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) หมายถึง การแสดงออกถึงความจริง ไม่เสแสร้งแก้งทำ ไม่คดโกง มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่หลอกลวง ซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายเกิดความไว้วางใจและเชื่อใจ ไม่ว่าจะทำอะไรก็เกิดความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้แก่อีกฝ่าย

4. ใช้วิถีถิ่น (Local Culture) หมายถึง การแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการกระทำ คำพูด หรือการผนวกเข้ากับสถานที่หรือกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชนก็ได้ โดยเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมให้อีกฝ่ายหนึ่งได้ซึมซับและเรียนรู้ รวมถึงการแสดงออกถึงมารยาทไทย รู้จักกาลเทศะและมีความสำรวมกริยาวาจาใจ

โดยกระบวนการกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย จะถูกถ่ายทอดจากกระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตามรายละเอียดดังนี้

1. กระบวนการต้นน้ำในการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย โดยมีความหมายว่า เป็นการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการบริหารจัดการวัตถุดิบในห่วงโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน การดำเนินงานของกระบวนการต้นน้ำนี้ควรประกอบไปด้วย ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคการศึกษา และชาวบ้านในชุมชน โดยเป็นกระบวนการในการมีปฏิสัมพันธ์กันด้วยจิตบริการแบบไทยที่มุ่งเน้นช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) หรือยกตัวอย่างเช่น ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยตัวเอง จะต้องช่วยกันอุดหนุนสินค้าและบริการจากสมาชิกกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยตัวเองด้วยความปรารถนาดีที่จะให้สมาชิกในกลุ่มมีรายได้และมีอาชีพ ไม่ต้องย้ายถิ่นฐานออกไปหางานทำนอกชุมชน องค์กรภาครัฐจะต้องให้การพัฒนาด้านอาชีพให้แก่ชาวบ้านในชุมชน โดยการประสานงานผ่านผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ด้วยความปรารถนาดีที่มุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชนมีรายได้ ไม่เป็นภาระของลูกหลานหรือคนในครอบครัว และสร้างความภาคภูมิใจในตนเองให้แก่พวกเขาในฐานะคนที่มีคุณค่าในสังคม รวมไปถึงความปรารถนาดีที่จะทำให้ชาวบ้านในชุมชนสามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างเท่าเทียมและสะดวกสบายขึ้นอีกด้วย องค์กรภาคการศึกษา ก็จะต้องมีความห่วงใยและปรารถนาดีที่จะสร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในชุมชน เพื่อให้ไม่ต้องย้ายถิ่นฐานไปอาศัยหรือหางานทำนอกชุมชน โดยการประสานงานผ่านผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนให้เป็นผู้ดำเนินการจัดโครงการและเชิญชวนให้ชาวบ้านในชุมชนเข้ามาฝึกอบรมหรือเรียนรู้จากองค์กรภาคการศึกษา เพื่อนำความรู้ที่ไปปฏิบัติหรือสร้างอาชีพให้กับตนเองต่อไป

2. กระบวนการกลางน้ำในการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย หรือหมายถึง การร่วมสร้างสรรค์คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยในระหว่างการสร้างสินค้าและบริการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน จะต้องประกอบไปด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง คือ องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคการศึกษา องค์กรภาคเอกชน ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ชาวบ้านในชุมชน และนักท่องเที่ยว เช่น

การช่วยเหลือเกื้อกูล โดยองค์กรภาครัฐและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จะต้องให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยองค์กรภาครัฐจะต้องมีความต้องการให้ชุมชนมีกิจกรรมด้าน M-I-T ที่หลากหลาย จึงจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้ และต้องร่วมสร้างสรรค์ให้เกิดกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง องค์กรการศึกษาและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ที่จะต้องมุ่งปฏิบัติให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งด้วยการช่วยเหลือเกื้อกูลให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ ด้วยเช่นกัน เช่น การให้ความรู้ด้านเอกสารสิทธิ์ ความรู้เรื่องภาษี และอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต่อชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความผูกพันกับชุมชน จะมีการช่วยเหลือเกื้อกูลต่อชุมชน และมุ่งหวังที่จะช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความสวยงามและทันสมัย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจอุดหนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้น เพื่อให้ชุมชนและคนในชุมชนที่เป็นที่รักของนักท่องเที่ยวมีรายได้และมีความสุข นอกจากนี้ยังหมายรวมถึง การแสดงให้เห็นถึงความซื่อสัตย์ หรือมีความเข้าใจต่อความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง และตอบสนองด้วยการกระทำที่มุ่งหวังให้อีกฝ่ายหนึ่งมีความพึงพอใจอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งอาจเกิดจากการพูดคุยและหารือถึงความไม่สบายใจหรือความทุกข์ใจที่อีกฝ่ายกำลังเผชิญอยู่ และพยายามแก้ไขปัญหานั้นๆ หรือช่วยบรรเทาความทุกข์นั้นให้จงได้ ซึ่งการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนนั้น ต้องอาศัยการช่วยเหลือเกื้อกูลเป็นสำคัญ จะต้องเป็นการการดำเนินงานร่วมกันในรูปแบบของห่วงโซ่คุณค่า ที่ประกอบไปด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินงานและพัฒนาการดำเนินงานอยู่อย่างต่อเนื่องกันแยกเช่นองคัพพ เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่สามารถดำเนินการได้เพียงผู้เดียว จะต้องมีการร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนด้านความรู้ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการพัฒนาต่างๆ หรือแม้กระทั่งการเข้ามาเป็นที่เลี้ยงในดำเนินงานต่างๆ ซึ่งการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในลักษณะของการเป็นเครือข่ายเชื่อมโยง เช่น การดำเนินงานตามกระบวนการประชุม อบรม ดูงาน จัดทำแผน ประเมิน ให้งานวัล จัดอีเว้นท์ในพื้นที่และนอกพื้นที่ haulูกค้า ประชาสัมพันธ์ หรือการสนับสนุนด้วยวิธีการต่างๆ โดยนำสื่อเข้ามา

ทำการประชาสัมพันธ์พื้นที่ท่องเที่ยวทั้งทำชาวประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ โบรชัวร์ แต่ในท้ายที่สุดชุมชนจะต้องมีความสามารถดูแลตนเอง และดำเนินงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง ซึ่งแน่นอนอยู่แล้วชุมชนท่องเที่ยวที่ได้เกิดมาจากการเป็นผู้มีความพร้อมในการเป็นชุมชนท่องเที่ยว แต่ชุมชนจะต้องมีเครือข่ายที่จะมาช่วยเติมเต็มและต่อยอดองค์ความรู้ หรือเพิ่มทักษะในส่วนที่ชุมชนขาดอยู่ เพื่อที่จะสามารถทำงานได้อย่างเป็นมืออาชีพ และช่วยเสริมให้การดำเนินงานของชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การผูกมิตร โดยองค์กรภาครัฐ องค์กรภาคการศึกษา องค์กรภาคเอกชน ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ชาวบ้านในชุมชน และนักท่องเที่ยวต้องมีการสร้างกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน จนเกิดความสนิทสนมและมีความสัมพันธ์อันดีร่วมกัน เช่น มีความไว้วางใจ (Constant) โดยกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจะต้องมีการดำเนินงานอย่างโปร่งใสและมีความซื่อสัตย์ จนทำให้เกิดความไว้วางใจ จึงจะทำให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างราบรื่นและไม่ต้องคอยรายงานหรือตรวจสอบอยู่ตลอดเวลา

3. กระบวนการปลายน้ำ ในการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย หรือการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยในระหว่างที่สินค้าหรือบริการนั้น ไปถึงมือผู้บริโภค ดังนั้นกระบวนการปลายน้ำนี้จึงมักเกิดขึ้นระหว่างผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

ใช้วิถีถิ่น (Local Culture) เช่น การที่ชุมชนจะต้องนำเอาอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาถ่ายทอดให้อยู่ในรูปแบบของกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชน เช่น การนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการหุงหาอาหารเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การเล่าเรื่องราวในอดีตให้แก่นักท่องเที่ยวฟังเพื่อเป็นการสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น การนำเอาการแสดงหรือการต่างกายท้องถิ่นมาผนวกกับการต้อนรับที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว หรือการถ่ายทอดวัฒนธรรมและวิถีชีวิตโดยการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยภาษาถิ่น ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และซึมซับวัฒนธรรมด้านภาษาของชุมชนได้เป็นอย่างดี เป็นต้น ซึ่งลักษณะของการใช้วิถีถิ่นอย่างสมดุลควรมี 2 ลักษณะ อันได้แก่ มิติด้านการขาย หมายถึง การคงอยู่ของวัฒนธรรมที่เป็นเหมือนเดิมในอดีตให้ได้มากที่สุด หรืออาจไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปเลย มิตินี้จะถูกมองเฉกเช่นเดียวกับการรักษามรดกโลก ที่จะสามารถขายความมีเสน่ห์และวัฒนธรรมดั้งเดิมต่างๆ ไปได้ การรักษามิตินี้คือการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิมให้คงอยู่ให้ได้มากที่สุด ให้มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเองไปตามกาลเวลาหรือตามยุคสมัยให้น้อยที่สุด เพื่อลดการ

สูญเสียอัตลักษณ์ของตนเอง การคงอยู่ของวัฒนธรรมถือเป็นจุดขายที่มีอัตลักษณ์อยู่แล้ว เพราะแต่ละชุมชนจักต้องมีแก่นรากของตนเอง ที่ได้ชื่อว่าหากพูดถึงสิ่งนี้แล้วก็จะนึกถึงชุมชนนี้เท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้น เพื่อให้วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนยังคงอยู่สืบไป ทำให้ชุมชนมีความมีชีวิตชีวา น่าสนใจ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในชุมชนมากยิ่งขึ้น และยังทำให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเหล่านั้นไม่เลือนหายไป นอกจากนี้การมีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการดำเนินงาน เพราะจะเป็นเหมือนแม่เหล็กในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจจัดงานประชุม มีความต้องการ อยากเดินทางมาท่องเที่ยวหรือจัดกิจกรรมในชุมชน เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีพฤติกรรมที่อยากเปิดประสบการณ์แปลกใหม่ การเดินทางที่มีความพิเศษและมีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนกับโปรแกรมอื่นๆ หรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ และมีมิติด้านการเป็นอยู่ หรือการใช้ชีวิตของคนในสังคม หมายความว่า โดยธรรมชาติสังคมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นปกติ ไม่มีใครที่จะสามารถใช้ชีวิตอยู่อย่างเดิมได้โดยไม่มี การเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบันได้ ถึงเรียกว่าความเป็นคนต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและเงื่อนเวลา ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงบ้านเรือนให้คงทนถาวรยิ่งขึ้น การแต่งกายตามยุคสมัย มิใช่หุ่นโสร่ง ใส่ผ้าขาวม้าอยู่อย่างเดิมในอดีตตลอดเวลา การรับประทานอาหารที่มีการประดับตกแต่งในรูปแบบใหม่ หรือการรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาตามยุคสมัย ล้วนเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยความสมดุลให้กับการใช้ชีวิตตามยุคสมัยด้วย ดังนั้นในการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นจึงต้องมีความมีความยืดหยุ่นให้กับมิติที่ 2 ด้วยอย่างลงตัว การมีสถานที่จัดงาน มีกิจกรรมท่องเที่ยว และมีผลิตภัณฑ์หรือการขายสินค้า จักต้องมองว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวของตนเป็นกลุ่มใด ก็พยายามสร้างสรรค์สิ่งเหล่านี้ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และถ้าอยากเพิ่มมูลค่าให้แก่สิ่งเหล่านี้ จะต้องนึกถึง รากของชุมชนผสมผสานกับการปรุงแต่งเล็กน้อยเพื่อให้มีความสวยงาม ทันสมัย และดูหรูหรา ให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและความคุ้มค่า เช่น ผ้าทอใส่กล่องสวยงาม หากชุมชนไหนไม่มีการปรุงแต่งใดๆเลย อาจจะถูกมองว่าเป็นธรรมชาติ แต่ในมุมมองของการขายแล้วนั้น จะยากต่อการดึงดูดและตัดสินใจซื้อของลูกค้า

การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) เช่น การที่ชุมชนต้องรับฟังนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจเพื่อรับฟังถึงความต้องการหรือปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลืออย่างสุดความสามารถของตนเอง อีกทั้งยังต้องคอยสังเกตภาษากายของนักท่องเที่ยวว่าเขาต้องการสิ่งใดหรือไม่ต้องการสิ่งใด เพื่อจะได้ให้การบริการที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด

รวมไปถึงการแสดงออกถึงความรู้สึกเป็นห่วงเป็นใยในอีกฝ่ายหนึ่ง หรือแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกกังวลใจ ความกุ่มใจ หรือความกระตือรือร้นที่อยากเห็นอีกฝ่ายหนึ่งพ้นจากทุกข์ มีความสุข และเกิดความพึงพอใจ ซึ่งการแสดงออกถึงความรู้สึกห่วงใยนี้จะทำให้อีกฝ่ายรับรู้ได้ และเกิดความรู้สึกผูกพันต่อกัน จนอาจก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งการช่วยเหลือเกื้อกูลนี้จะต้องเกิดขึ้นจากจิตใต้สำนึกของอีกฝ่ายอย่างจริงจัง จะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งรับรู้และสัมผัสได้ เพราะหากความห่วงใยเกิดจากความจริงใจแล้ว การกระทำจะสะท้อนให้เห็นความห่วงใยและความกระตือรือร้นที่จะทำให้อีกฝ่ายพ้นทุกข์และมีความสุขได้อย่างชัดเจน

การผูกมิตร (Congeniality) เช่น การที่ชุมชนมอบสิ่งของหรือการบริการให้แก่ นักท่องเที่ยวอย่างเต็มอกเต็มใจ ไม่แสดงออกถึงความอคติหรือความไม่เต็มใจต่อนักท่องเที่ยวโดยเด็ดขาด นอกจากนั้นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันอย่างเป็นกันเองอาจเป็นการเปิดโอกาสให้อีกฝ่ายหนึ่งมีความกล้าที่จะเข้ามาหรือมีปฏิสัมพันธ์ด้วยอย่างไม่ขวยเขิน ซึ่งจะก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างราบรื่น อีกทั้งการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยความเป็นกันเองยังทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดและผูกพัน เหมือนกับเป็นคนในครอบครัวหรือเป็นคนที่มีความสนิทสนมกัน เมื่อเกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านแล้ว นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความรักและห่วงหาอาทรสิ่งที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่เจ้าบ้าน รวมไปถึงทรัพยากรท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนของเจ้าบ้านเองด้วย จึงทำให้เกิดการอนุรักษ์และห่วงหาอาทรทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน พร้อมทั้งจะปกป้องและรักษาไว้ดังเช่นทรัพย์สินอันมีค่าของตนเอง

ความไว้น้ำใจ (Constant) เช่น การแสดงออกให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของตนเอง เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไว้วางใจ และเป็นคนที่จริงใจ ไม่เสแสร้ง หากสิ่งใดทำได้ก็แจ้งนักท่องเที่ยวตามตรง หรือหากสิ่งใดทำไม่ได้ก็ต้องแจ้งตามตรงพร้อมอธิบายถึงเหตุผลที่จริงใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความจริงใจ จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อใจว่าเจ้าบ้านจะทำทุกอย่างด้วยความน่าเชื่อถือนั่นเอง

คุณค่าที่เกิดจากกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการอย่างยั่งยืน

จากกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการอย่างยั่งยืน จะก่อให้เกิดคุณค่าใน 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้การดำเนินงาน

ด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเกิดความยั่งยืนนั่นเอง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้สามารถส่งผลให้เกิดผลกระทบสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยประกอบไปด้วย คุณค่าด้านสังคม หรือการก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันยืนยาวประดุจญาติมิตรของคนในชุมชน การเรียนรู้พฤติกรรมและถ่ายทอดวัฒนธรรม คุณภาพชีวิตด้านความปลอดภัยและการแก้ไขปัญหา ประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ และลดการย้ายถิ่นฐาน ในส่วนของด้านเศรษฐกิจ กระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยก่อให้เกิดการพัฒนาอาชีพใหม่ๆ การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ด้าน M-I-T และทักษะในการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมไปถึงคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม กระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยยังก่อให้เกิดแนวร่วมในการวางแผนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกด้วย ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่ากระบวนการร่วมสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยก่อให้เกิดความยั่งยืนในชุมชนนั่นเอง

ปัจจัยเอื้อที่ทำให้ชุมชนมีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

ซึ่งปัจจัยที่จะเป็นตัวสนับสนุนหรือปัจจัยเอื้อที่ทำให้ชุมชนมีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เกิดขึ้นได้และจะสำเร็จได้นั้นควรจะต้องประกอบไปด้วย

1. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน หรือหมายถึง การที่ชุมชนมีทั้งความพร้อมด้านบุคลากรที่พร้อมให้การร่วมมือในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างเพียงพอ อีกทั้งยังมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่จะดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้เป็นอย่างดีอีกด้วย นอกจากนี้การมีผู้นำที่มีความรู้ความสามารถและพร้อมที่จะเสียสละให้แก่ชุมชนก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะเป็นปัจจัยเอื้อประโยชน์ต่อการเกิดขึ้นของการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วย

2. การสนับสนุนเชิงนโยบายจากองค์กรภาคต่างๆ หมายถึง การที่ชุมชนมีเครือข่ายเชื่อมโยงหรือมีองค์กรภาคต่างๆ ให้ความสนับสนุนอยู่ ไม่ว่าจะเป็นด้านงบประมาณ ด้านความรู้ หรือด้านอื่นๆ ก็จะทำให้ชุมชนสามารถมีผู้สนับสนุนสำหรับการพัฒนาด้านต่างๆ เพื่อให้เป็นชุมชนที่มีความเหมาะสมกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนต่อไป

3. การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น เกิดจากการเกิดโรคระบาดหรืออุปสรรคอื่นใดที่จะทำให้การเดินทางไปยังต่างประเทศเกิดความยากลำบาก จนทำให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในชุมชน

ห้องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่เอื้อประโยชน์ต่อการเกิดการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเช่นกัน

4. การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ คือ การที่อุตสาหกรรมไมซ์มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น และเสาะแสวงหาความแตกต่างของการให้บริการด้านไมซ์ที่แตกต่างจากไมซ์ทั่วไป หรือมีห้องประชุมที่มีความแตกต่างจากห้องประชุมสี่เหลี่ยมแบบเดิมๆ จึงทำให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์ต้องมองหาชุมชนหรือแหล่งประชุมสัมมนาที่มีความแตกต่าง และมีอัตลักษณ์ เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับกลุ่มนักเดินทางได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ บทบาท และกระบวนการร่วมสร้างสรรคคุณค่าของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย

องค์ประกอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย

จากผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่า องค์ประกอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย ที่มีค่านิยามว่า หมายถึง กลุ่มคนที่มีผลกระทบหรือได้รับผลกระทบต่อการตัดสินใจ หรือการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (Freeman, 1984; Macbeth, et al., 2002; Waligo, et al., 2013) ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การมีความสัมพันธ์ต่อการและการร่วมกันบริหารจัดการงานด้านการท่องเที่ยวร่วมกันในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (Freeman, 1984) จนเกิดการพัฒนาด้านต่างๆ จนทำให้เกิดคุณค่าและเกิดคุณภาพที่เพิ่มมากขึ้น (BUHALIS, 2000) ซึ่งแต่เดิมนั้น Mayers, 2005 ได้แบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีผลต่อการตัดสินใจและกลุ่มที่ได้รับผลจากการตัดสินใจ แต่จากการศึกษาครั้งนี้สามารถแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ที่ โดยแบ่งออกเป็น กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝั่งอุปทาน กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียฝั่งอุปสงค์ และกลุ่มผู้เชื่อมโยง โดยมีรายละเอียดกลุ่มย่อย ที่สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ชุมชน (Community)

ชุมชน คือ บุคคลหรือกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันหรือชุมชนใกล้เคียงกัน และมีการดำเนินงานหรือประสานงานร่วมกันในด้าน M-I-T เพื่อชุมชน หรือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการรับและเสียผลประโยชน์จากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยประกอบไปด้วยกลุ่มผู้ดำเนินงาน

ด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (M-I-T for Community Staffs) และชาวบ้านในชุมชนที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวแต่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว โดยกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (M-I-T for Community Staffs) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดย สมาชิกของกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนนี้เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านในชุมชนนั้นๆ ดังนั้นกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจึงมีลักษณะเฉพาะที่หมายถึงกลุ่มที่เกิดจากชาวบ้านใน ชุมชนเท่านั้น จะไม่มีคนภายนอกชุมชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนของกลุ่ม ชุมชนเลย โดยการศึกษาครั้งนี้พบว่า กลุ่มชุมชน หมายถึง กลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่ จะประกอบไปด้วยกลุ่มย่อยต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของชาวบ้านในชุมชน ทั้งจากการชักชวน จากผู้นำ หรือเกิดจากการสมัครใจด้วยการเห็นถึงการพัฒนาที่เกิดขึ้นแล้วในชุมชน แล้วมาร่วมกัน ดำเนินงานในด้านต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน สามารถดำเนินการได้ อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการพัฒนายู่เสมอ โดยการรวมตัวกันนั้นจะต้องอาศัยผู้นำในการชักชวน หรือชี้แนะให้เกิดการรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินงานขับเคลื่อน M-I-T เพื่อชุมชน อีกทั้งยังต้องมีความ พร้อมด้านบุคลากรที่มีความสามารถและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอีกด้วย ซึ่ง Babu George, et all (2007) ได้กล่าวว่า แม้ว่ากลุ่มเหล่านี้เกิดขึ้นโดยมิได้รับการรับรองจากภาครัฐ แต่ก็เป็กลุ่มที่มี ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนโดยตรง เพราะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้คนใน ชุมชนและพื้นที่มากที่สุดอย่างแท้จริง ซึ่งจะสามารถให้การพัฒนาและดำเนินงานด้านท่องเที่ยวใน ชุมชนได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านกลยุทธ์ การจัดการ การวางแผน เพื่อไม่ให้การ ท่องเที่ยวต้องถูกมองว่าเป็นผลิตภัณฑ์ทางการค้าเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มผู้ดำเนินงานเหล่านี้จะมุ่งเน้น ในการพัฒนาชุมชนในมุมมองของเจ้าบ้าน และผู้มาเยือน ผู้ที่จะให้ความสำคัญกับการมีปฏิสัมพันธ์ และการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมในชุมชนนั้นๆ แต่กระนั้นกลุ่มผู้ดำเนินงานก็มีใช้กลุ่มผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียกลุ่มเดียวที่มีสิทธิในการพัฒนาและรับผลประโยชน์จากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพราะ การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ยังมีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ที่ทำหน้าที่เสมือนตราซึ่งที่จะ ทำให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างโปร่งใสและซื่อตรง ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบกัน (Jane Robson, 1996) โดยกลุ่มชุมชนจะต้องมีความรักและหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวของตน รวมไปถึงการรักษาไว้ ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนตนเองอย่างสุดความสามารถ ซึ่ง George Kofi Amoako, et al. (2021) ได้กล่าวว่า หน้าที่ของกลุ่มชุมชนคือความรู้สึกถึงความภาคภูมิใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ของตนเอง เพื่อให้เกิดความรักและหวงแหนที่จะเกิดขึ้นในจิตใจของตนเองและลูกหลานอย่างเป็น

ธรรมชาติ และจะเกิดการพยายามรักษาไว้อย่างสุดความสามารถ เพราะวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเหล่านั้นคือสิ่งที่พวกเขามีสิทธิอันชอบธรรมตามจารีตประเพณีที่จะครอบครองและรักษาไว้ รวมไปถึงการใช้ประโยชน์จากพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนอย่างไม่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบด้วยความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้น (LM. Scherl, 2007) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า กลุ่มชุมชนมีความรักและหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนเป็นอย่างมาก ทั้งร่วมกันขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รวมไปถึงการรวมตัวกันต่อต้านการกระทำใดๆ ที่สามารถสร้างผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมหรือทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนอย่างเต็มความสามารถ เช่นการต่อต้านการสร้างเขื่อนในชุมชนนั่นเอง

โดยกลุ่มชุมชนต้องเป็นบุคลากรด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่ได้รับการฝึกอบรมด้านการให้บริการ MICE โดยตรง เนื่องจากนักเดินทางกลุ่มไมซ์บางกลุ่มต้องการบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินงานด้านไมซ์ ซึ่งคุณสมบัติของบุคลากรด้าน MICE ประกอบไปด้วย ความเป็นมืออาชีพด้านการสื่อสาร ความสามารถด้านการบริการที่เป็นเลิศ ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดเชิงนวัตกรรม และทักษะด้านการบริหารจัดการและการตลาด โดยบุคลากรด้าน MICE จะต้องมีความชำนาญในการดำเนินงานตั้งแต่ขั้นตอนวางแผนไปจนกระทั่งเสร็จสิ้นกระบวนการของการประชุม และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอย่างมืออาชีพ นอกจากนั้นความสามารถด้านการใช้ภาษาต่างประเทศก็ถือเป็นศักยภาพหลักที่สำคัญของบุคลากร M-I-T เพื่อชุมชน ที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการรองรับนักเดินทางกลุ่ม M-I-T เพื่อชุมชน แต่ในพื้นที่ชุมชนมากมายยังประสบกับปัญหาด้านนี้อยู่ ไม่ว่าจะเป็นศักยภาพด้านการให้บริการและโดยเฉพาะอย่างยิ่งศักยภาพด้านภาษาต่างประเทศของบุคลากร M-I-T เพื่อชุมชนก็ยังคงต้องได้รับการแก้ไขและพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Chollada M. & Rattanaporn C. (2560) ที่กล่าวไว้ว่าการพัฒนาบุคลากรด้านไมซ์ที่ต้องปฏิบัติอย่างเร่งด่วน 3 อันดับ มีดังต่อไปนี้ 1. จัดอบรมด้านชาติต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษเป็นหลัก 2. จัดอบรมด้านธุรกิจบริการ 3. จัดอบรมด้านธุรกิจไมซ์ และการศึกษาของ (Suraphee, W. & Chalongsri, P., 2012) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะด้านความรู้ที่ต้องการมากที่สุดคือความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ ที่สามารถสื่อสารกับผู้มาใช้บริการที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากบุคลากรยังไม่มีศักยภาพเช่นนี้ก็จะส่งผลให้การให้บริการยังไม่ประสบความสำเร็จและสร้างความประทับใจได้เท่าที่ควรจะเป็น อีกทั้งยังขาดแคลนแรงงานที่มีความสามารถ

ด้านไอซีอย่างมีศักยภาพด้วย โดยเฉพาะแรงงานด้านไอซีที่ได้รับการรับรองจากสถาบันทางการศึกษา หรือสถาบันด้านไอซีโดยตรงกล่าวได้ว่า ถึงแม้จะมีชุมมากมายที่สามารถให้บริการ M-I-T เพื่อชุมชนได้ แต่สิ่งที่ยังขาดแคลนอย่างรุนแรงนั่นก็คือบุคลากรด้านไอซีที่มีศักยภาพนั่นเอง ซึ่งการขาดแคลน แรงงานที่มีศักยภาพนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Veneri (1999) ที่ได้กล่าวว่า นอกจากตลาด งานจะขาดแคลนแรงงานในเชิงปริมาณแล้ว ยังมีจะมีการขาดแคลนในเชิงคุณภาพด้วย นั่นคือ ผู้ประกอบการไม่สามารถหาแรงงานที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการได้ เนื่องจากทักษะแรงงานไม่ตรงตาม ความต้องการ ภายใต้เงื่อนไขการจ้างงาน อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Siksamat, S. et al. (2013) ที่พบว่า ตลาดแรงงานไทยมีลักษณะดังต่อไปนี้ 1. การขาดแคลนแรงงานทั้งปริมาณและ คุณภาพของแรงงาน โดยเฉพาะการขาดแคลนแรงงานในกลุ่มสายวิชาชีพ รวมไปถึงสายงานด้านไอซี ซึ่งเกิดจากโครงสร้างประชากร ความไม่สอดคล้องของระบบการศึกษาและระบบค่าจ้าง กับความ ต้องการของแรงงาน ซึ่งแรงงานที่มีการศึกษาที่สูงขึ้นจะมีระบบค่าจ้างที่ดีกว่าและเลือกประเภทงานที่ ต้องทำได้ 2. อัตราค่าจ้างที่ไม่เป็นธรรมต่อแรงงาน ซึ่งการกำหนดอัตราค่าจ้างโดยอิงกับกรอบของ อัตราค่าจ้างขั้นต่ำนั้นยังไม่สามารถทำได้ในทางปฏิบัติ ซึ่งถ้าหากยังไม่มีปรับปรุงและดูแลเรื่องอัตรา ค่าจ้างให้มีเป็นธรรมและเหมาะสม ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อพัฒนาคุณภาพของแรงงานในระยะยาวได้ ดังนั้นหากมีการพัฒนาและสร้างการเรียนรู้ให้กับบุคลากรที่ตรงตามความตลาดของสายงานไอซี โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากบุคลากรด้าน M-I-T เพื่อชุมชนสามารถสื่อสารและตอบโต้กับนักท่องเที่ยว ต่างชาติได้ จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และองค์ประกอบที่ สำคัญไม่แพ้ทักษะด้านอื่นๆ ก็จะทำให้ชุมชนได้เปรียบด้านศักยภาพการให้บริการกว่าชุมชนอื่นๆ ส่งผลให้เกิดความสำเร็จด้านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้เป็นอย่างดีทีเดียว

กลุ่มชุมชน ยังหมายรวมถึง ผู้นำชุมชนที่เป็นบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนหรือ พัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ให้เกิดการพัฒนามาให้ชุมชนดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือ สิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นบุคคลที่ชาวบ้านในชุมชนหรือผู้ให้สนับสนุนด้านต่างๆ ให้ความเคารพนับถือ และความเชื่อมั่นในการจะเป็นผู้นำพาการพัฒนาไปสู่ชุมชน จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้นำชุมชน ประกอบไปด้วย ประชาชนชาวบ้าน ผู้ใหญ่บ้าน และข้าราชการเกษียณอายุราชการ ซึ่งหากพิจารณา แล้วจะพบว่า ผู้นำชุมชนนี้จะถูกแบ่งย่อยออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้นำที่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน และกลุ่มผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ประชาชนชาวบ้าน และข้าราชการบำนาญ ซึ่งมีความ สอดคล้องกับการศึกษาของ จักรี ศรีจารุเมธีญาณ และพระถนัด วฑฒโน (2561) ที่ได้กล่าวว่า

ประเภทของผู้นำสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มผู้นำที่เป็นทางการ เช่น ข้าราชการครู ตำรวจ คณะกรรมการพัฒนาหมู่บ้าน กำนัน สารวัตร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล (ส.อบต.) ฯลฯ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ และกลุ่มผู้นำที่ไม่เป็นทางการ เช่น พระภิกษุสงฆ์ ปราชญ์ชาวบ้าน (ผู้มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ) ข้าราชการบำนาญหรือผู้มีฐานะทางการเงินดี โดยลักษณะของการเกิดผู้นำก็มีส่วนสำคัญเช่นกัน โดย Khiawlie, 2017 ได้กล่าวไว้ว่า ผู้นำที่เกิดจากการพัฒนาชุมชน จะเป็นผู้นำที่ทำให้ชาวบ้านมีความเคารพนับถือ เชื่อมั่น และคล้อยตามมากที่สุด รวมไปถึงสามารถทำให้ชาวบ้านปฏิบัติตามมากที่สุดด้วย โดยลักษณะของผู้นำประเภทนี้คือ มุ่งเน้นในด้านการประชุมสัมพันธ การประชุมหารือ การประสานงานร่วมกับเครือข่ายต่างๆ และมีการถ่ายทอดให้แก่ชาวบ้านได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถทำให้สมาชิกเข้าใจได้ง่าย มีความโปร่งใส และเคารพกติการ่วมกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า ผู้นำที่สามารถครองใจชาวบ้านในชุมชนได้ก็คือผู้นำที่มาจากการคัดเลือกจากชาวบ้านในชุมชน หรือเป็นผู้นำที่มีได้เป็นผู้มีตำแหน่งบริหารในชุมชน เป็นเพียงชาวบ้านคนหนึ่งที่มีผู้คนให้ความเคารพนับถือ เป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ อีกทั้งยังเป็นผู้ที่ดำเนินการพัฒนาชุมชนมาตั้งแต่ก่อนมีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จนทำให้ชุมชนได้รับการพัฒนาในด้านต่างๆ มากมาย จึงทำให้ชาวบ้านในชุมชนและสมาชิกในกลุ่มให้ความไว้วางใจและมอบหมายให้เป็นผู้ดำเนินการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนบ้านจนถึงปัจจุบัน จนชุมชนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากมายในฐานะชุมชนที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Warren (2001) ที่กล่าวว่า คนที่จะมาเป็นผู้นำได้นั้นจะต้องมีความตระหนักเสมอว่าการเป็นผู้นำจะไม่ใช่การใช้บทบาทหน้าที่เพื่อเพิ่มอำนาจให้กับตนเอง แต่จะเป็นการใช้หน้าที่เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนส่วนรวม

กลุ่มชุมชน หมายถึง กลุ่มที่มีหน้าที่ในการสร้างสรรค์และส่งเสริมวัตถุดิบ สินค้า และบริการไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ตามหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองโดยธรรมชาติ กล่าวคือมิได้ดำเนินการเฉพาะเจาะจงเพื่อการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชน แต่หากมีผลกระทบใดๆ ที่เกิดขึ้นต่อการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชน กลุ่มชุมชนกลุ่มนี้ก็จะได้รับผลกระทบโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นรายได้ที่ลดลง หรือการพัฒนาที่จะต้องถูกจำกัดนั่นเอง ซึ่งคนกลุ่มนี้จะมีหน้าที่ในการผลิตและจัดหาสิ่งดังกล่าวเพื่อใช้สำหรับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และในบางครั้งก็จะมีโอกาสได้มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวโดยตรงผ่านการจำหน่ายสินค้าและบริการโดยตรงเช่นกัน กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มนี้จะไม่ค่อยมีทักษะด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดเท่ากลุ่มอื่นๆ จะสามารถ

จำหน่ายสินค้าและบริการได้ไม่เป็นมืออาชีพเท่ากลุ่มชุมชน ที่มีความสามารถด้านการขายมากกว่า เนื่องจากส่วนใหญ่มักจะเป็นเกษตรกร หรือกลุ่มแม่บ้าน ที่มีความรู้และความชำนาญในเรื่องการผลิตผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางการเกษตรเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ George Kofi Amoako (2020) ที่กล่าวไว้ว่า กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่จะไม่มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์หรือกลไกด้านการตลาดเลย หรือบางครั้งพวกเขาอาจเป็นกลุ่มคนที่ไม่รู้หนังสือเสียด้วยซ้ำไป พวกเขาจึงมักโดนเอาไรต์เอาเปรียบจากกลุ่มพ่อค้าคนกลางอยู่เสมอ เพราะไม่รู้ว่าตนเองมีสิทธิในการเรียกร้องสิ่งต่างๆ มากน้อยเพียงใด ดังนั้นหากมีการให้ความรู้และความเข้าใจในด้านการบริหารจัดการแนวใหม่แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มนี้จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนขึ้นได้ โดยจากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่มักจะประสบกับปัญหาการผลิตผลผลิตทางการเกษตรที่ไม่มีราคา หรือราคาตกต่ำจากผลผลิตที่ล้นตลาด ทำให้พ่อค้าคนกลางที่มารับซื้ออัตรราคาจากรวมกลุ่มผู้ผลิตต้องขาดทุน แต่ก็ไม่สามารถเรียกร้องราคาเพิ่มได้เลย ดังนั้นการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชน ก็ทำให้กลุ่มผู้สนับสนุนเข้ามาให้ความรู้และร่วมกันพัฒนาจนเกิดเป็นกลุ่มชุมชนที่สามารถผลิตวัตถุดิบ สินค้า และบริการที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้กลุ่มชุมชน ยังหมายถึง คนในชุมชนและกลุ่มชนพื้นเมือง (Nathali, 2017) ที่มีส่วนในการได้รับผลกระทบต่างๆ จากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวด้วย โดยคนกลุ่มนี้จะเป็กลุ่มคนที่มีส่วนในการสร้างผลกระทบต่อการทำงาน ที่จะทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เป็นไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพหากได้รับการยอมรับและช่วยเหลือจากกลุ่มคนเหล่านี้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Freeman (1984) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ในการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือการดำเนินงานร่วมกันอย่างราบรื่นกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ แม้จะมีใช่เป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินงานโดยตรง หรือแม้กระทั่งชาวบ้านในชุมชนก็มีส่วนในการส่งผลกระทบต่อการทำงานนั้นได้ ดังนั้นหน้าที่ของผู้ที่ดำเนินโครงการจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดอย่างรอบคอบที่สุด โดยการนำเอาชาวบ้านในชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งของการถกถึงปัญหาและการวางแผน รวมไปถึงการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ร่วมกับกลุ่มผู้ดำเนินงานในฐานะเจ้าของบ้านหรือผู้อาศัยในชุมชนนั่นเอง (Savage et al., 1991; Jamal & Getz, 1995) ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ชาวบ้านในชุมชน หมายถึง ชาวบ้านในชุมชนที่ไม่ได้มีส่วนในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เป็นผู้ที่ได้รับหรือส่งผลกระทบต่อการทำงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน และไม่ได้รับส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนแต่อย่างใด แต่เป็นผู้ที่มีส่วนในการออกความคิดเห็นหรือเข้าร่วม

กิจกรรมฝึกอบรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยคนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มคนที่มีส่วนในการสร้างผลกระทบต่อการทำงาน ที่จะทำให้การทำงานด้าน M-I-T เป็นไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพหากได้รับการยอมรับและช่วยเหลือจากกลุ่มคนเหล่านี้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Freeman (1984) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ในการจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือการทำงานร่วมกันอย่างราบรื่นกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ แม้จะมีไม่ใช่เป็นผู้ที่มีส่วนในการดำเนินงานโดยตรง หรือแม้กระทั่งชาวบ้านในชุมชนก็มีส่วนในการส่งผลกระทบต่อการทำงานนั้นได้ ดังนั้นหน้าที่ของผู้ที่ดำเนินโครงการจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดอย่างรอบคอบที่สุด โดยการนำเอาชาวบ้านในชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งของการถกถึงปัญหาและการวางแผน รวมไปถึงการแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกับกลุ่มผู้ดำเนินงานในฐานะเจ้าของบ้านหรือผู้อาศัยในชุมชนนั่นเอง (Savage et al., 1991; Jamal & Getz, 1995)

2. องค์กรภาครัฐ (Government)

องค์กรภาครัฐ หมายถึง องค์กรภาครัฐที่มีส่วนในการดำเนินงานด้าน M-I-T โดยตรง ทั้งที่เข้ามาคลุกคลีและปฏิบัติการให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในพื้นที่ และที่จัดทำนโยบายต่างๆ โดยองค์กรภาครัฐ เป็นองค์กรที่มีทั้งอำนาจหน้าที่ งบประมาณ และศักยภาพสูงที่จะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Easson and Leask (2020) ที่กล่าวไว้ว่า ภาครัฐเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่มีบทบาทสำคัญ เนื่องจากมีหน้าที่ในการดูแลรักษามรดกทางวัฒนธรรมด้วยงบประมาณที่มีอยู่อย่างสมบูรณ์แบบและมีอำนาจในการอนุญาตให้ดำเนินการใดๆต่อมรดกทางวัฒนธรรมอีกด้วย และ George Kofi Amoako, et al. (2021) และ Nathali (2017) ยังกล่าวอีกว่า ภาครัฐมีบทบาทมากมายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการจัดการจัดหาโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง ทรัพยากรธรรมชาติ การสนับสนุนทางการเงิน การให้ความรู้แก่ประชาชน รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวอีกด้วย อีกทั้งยังต้องให้ความช่วยเหลือในการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอต่อการดำเนินงานด้านท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ ร่วมมือร่วมใจ และเข้มแข็ง ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันกับกลุ่มชุมชนโดยการระดมความเห็นหารือ และดำเนินงานร่วมกัน เพื่อสร้างการดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ว่าด้วยวิธีการใด มิใช่เพียงให้เงินในการสนับสนุนเท่านั้น แต่ยังคงเป็นที่เล็งในการสนับสนุนด้านต่างๆ จนชุมชนมีความพร้อมในการดึงดูดนักท่องเที่ยว หลังจากนั้นภาครัฐยังต้องช่วยในการประชาสัมพันธ์และการตลาดเพื่อทำให้ชุมชนท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและ

ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม มาซื้อสินค้าและบริการที่ชุมชนได้จัดเตรียมไว้อย่างมีคุณภาพให้ได้มากที่สุดอีกด้วย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการทำหน้าที่ในการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มชุมชนและภาคเอกชน หรือผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ร้านอาหาร บริษัททัวร์ เพื่อให้มาช่วยสนับสนุนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

จะเห็นได้ว่า ภาครัฐมีส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก อย่างเช่น ในกรณีของการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในชุมชน ช่วงโรคระบาดโควิด 19 จากการศึกษาพบว่า ภาครัฐมีส่วนอย่างมากในการฟื้นฟูการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยการรณรงค์ให้มีการพัฒนาชุมชนให้ได้รับมาตรฐาน SHA+ สำหรับทั้งผู้ประกอบการ และชุมชนท่องเที่ยว และการฟื้นฟูในด้านอื่นๆ จนทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนต่างๆได้เป็นอย่างดี ซึ่งหากภาครัฐเพิกเฉยต่อการพัฒนาหรือสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศ ก็จะไปสู่ความยากจน ความหดหู่ใจ หรือการเสียชีวิต ดังเช่น กรณีโรคระบาดหรือภัยธรรมชาติได้เช่นกัน (Sobel & Leeson, 2006) องค์กรภาครัฐส่วนท้องถิ่นก็เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานที่มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนและมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นเพื่อการพัฒนาการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จากการศึกษาพบว่า มีการจัดวางเจ้าหน้าที่ประจำ ผู้ที่มีหน้าที่ดูแลในด้านการประสานงานและการสร้างปฏิสัมพันธ์ด้าน M-I-T เพื่อชุมชนโดยเฉพาะ ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างคุณค่าให้แก่การท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนเนื่องจากการดำเนินงานร่วมกันอย่างสม่ำเสมอจะสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และสามารถสร้างสรรค์คุณค่าในด้านต่างๆได้เป็นอย่างดี ซึ่งข้อค้นพบนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Nathali (2017) ที่พบว่า เกาะชุมชนต้องประสบกับปัญหาด้านความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น เนื่องจากไม่ได้รับความสำคัญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากภาคการส่งออกหลักของเกาะชุมชนคือผลผลิตทางการเกษตร ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศถึงร้อยละ 55.21 ทำให้หน่วยงานท้องถิ่นมุ่งการพัฒนาไปที่เกษตรกรรมมากกว่าด้านการท่องเที่ยว ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เพียงร้อยละ 0.03 เท่านั้น อีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้เกาะชุมชนต้องประสบปัญหาด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวก็คือการขาดแคลนกำลังคน หรือเรียกได้ว่าไม่มีผู้มาดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยตรง ที่จะสามารถทำการพัฒนา กำกับดูแล และรับผิดชอบด้านวัฒนธรรม ศิลปะ การตลาด และการต่อยอดด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงทำให้การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของเกาะชุมชนต้องชะงักงัน ดังนั้นหากต้องการให้การท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนมีความ

เข้มแข็ง จึงจำเป็นต้องมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีหน้าที่ในการกำกับ ดูแล และร่วมพัฒนาในระดับท้องถิ่น รวมไปถึงกับกลุ่มชุมชนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่นอย่างต่อเนื่องต่อไป อีกทั้งยังต้องช่วยส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเต็มความสามารถ พฤติการณ์ที่เป็นไปในทางที่ขัดขวางหรือไม่เอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มชุมชนควรได้รับการยกเว้นหรือยกเลิก ดังเช่น ข้อเสนอแนะของ Pongponrat (2011) ว่า การสนับสนุนทางการท่องเที่ยวอาจอยู่ในรูปแบบของการมอบสิทธิประโยชน์ทางภาษีด้านการท่องเที่ยวให้กับชุมชนนั้นๆ เพื่อนำมาพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว พัฒนาชุมชน และการดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน

3. องค์กรภาคการศึกษา

องค์กรภาคการศึกษาก็เป็นหนึ่งในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างเด่นชัด ด้วยการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าโดยใช้ความรู้ทางด้านวิชาการมาเป็นส่วนสำคัญ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทในการวางแผน พัฒนา และถ่ายทอดความรู้ด้านวิชาการและฝึกอบรม ให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆที่อยู่ในโซ่คุณค่า แต่ก็ยังพบว่า มีกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ที่สามารถสอนและฝึกอบรมให้แก่ชุมชนจำนวนมากพอต่อความต้องการ ทำให้เกิดความไม่ยั่งยืนในที่สุด (Dabphet, 2013) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษา ที่ให้ความสำคัญกับชุมชนในการร่วมกันสร้างสรรค์คุณค่าให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนจำนวนน้อยมาก หากเทียบกับความต้องการและทรัพยากรที่มีอยู่มากมายของชุมชน ทำให้การพัฒนา ยังคงถูกจำกัดเพียงไม่กี่อย่างเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรมทำเห็ดหอม การทำงานใบมะม่วง การทำน้ำมะม่วง การทำซาลาเปามะม่วง เป็นต้น ซึ่งถึงแม้จะสามารถผลิตสินค้าเหล่านี้ออกมาได้ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาการตลาด หรือการพัฒนาด้านอื่นๆก็ยังคงจำกัดอยู่ เนื่องจากความขาดแคลนบุคลากรด้านการศึกษาที่จะมาเป็นกำลังในการพัฒนาชุมชนนั่นเอง ดังที่ Cortese (2003) กล่าวว่า หากสถาบันการศึกษาร่วมกันตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมกันรับผิดชอบต่อการพัฒนาชุมชน เพิ่มการสร้างสรรค์ความรู้ ต่อยอดทักษะ และเพิ่มค่านิยมให้แก่ชุมชน ก็จะทำให้ชุมชนเกิดความยั่งยืนได้ในที่สุด

รวมไปถึงนักเรียน นักศึกษา ก็เป็นหนึ่งในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยเช่นกัน เนื่องจากเป็นผลผลิตจากนักวิชาการ และสถาบันทางการศึกษา ที่ได้รับการถ่ายทอดวิชาความรู้และการฝึกปฏิบัติมาอย่างซ้ำของ จนทำให้เกิดความรู้ความสามารถในตนเอง ซึ่งนักเรียน นักศึกษาเหล่านี้เอง ก็เป็นกำลังสำคัญหลักในการถ่ายทอดความรู้ ความสามารถไปยังชุมชน

อีกทอดหนึ่ง ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ที่ได้นำความรู้ด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการนำเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาโฮมสเตย์ มาถ่ายทอดไปยังชุมชนต่างๆ จนทำให้ผู้ดำเนินงานในชุมชนได้เรียนรู้ และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างแท้จริง ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า นักเรียน นักศึกษามีส่วนร่วมกับเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางในหลากหลายรูปแบบ ทำให้เกิดการพัฒนาขึ้นมากมาย เช่น โครงการยุวพัฒนรักถิ่น ดังนั้นหากชุมชนบ้านบุไทรหรือชุมชนอื่นๆ มีการเปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษาเข้ามามีบทบาทในการร่วมพัฒนาด้าน M-I-T เพื่อชุมชนก็จะทำให้เกิดคุณค่ามากยิ่งขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Dabphet (2010) ที่กล่าวว่า สถาบันทางการศึกษามีหน้าที่และอิทธิพลในการให้ความรู้ ความเข้าใจ สำหรับการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านชุมชน

4. องค์กรภาคเอกชน

องค์กรภาคเอกชน หมายถึง องค์กรที่ถูกตั้งขึ้นโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคล มิใช่เป็นการแต่งตั้งโดยภาครัฐ หรือข้อตกลงระหว่างภาครัฐ ในส่วนของสถาบันการเงินก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญยิ่งในการผลักดันการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ในฐานะที่เป็นแหล่งทุนสำหรับการพัฒนาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาบ้านพักโฮมสเตย์มีสไตล์ของชุมชน ทำให้บ้านพักโฮมสเตย์มีความน่าอยู่และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้น สร้างความประทับใจและสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ชุมชนได้เป็นอย่างดี หากแต่เพียงชุมชนเพียงอย่างเดียว จักไม่สามารถพัฒนาสิ่งต่างๆ ด้วยเงินทุนอันมหาศาลได้อย่างแน่นอน เช่นที่ Murphy (1985) ได้กล่าวไว้ว่า สถาบันทางการเงินเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักสำคัญในการร่วมวางแผนการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการตัดสินใจร่วมกันในการดำเนินงานและการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนที่จะต้องอยู่ร่วมกับการตัดสินใจนั้นๆ ตลอดไป กับผู้มีอำนาจด้านเงินทุนในการสนับสนุน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ดีขึ้นด้านการท่องเที่ยว

แต่ในการศึกษาครั้งนี้ยังพบ การร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ในการผลักดันและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาในชุมชนจำนวนไม่มากนัก ทั้งที่จากการศึกษาของ Muhm (1998) พบว่าการร่วมมือในลักษณะนี้เป็นสัญลักษณ์ของความเข้มแข็งและทรงพลังของการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวโดยองค์กรที่มีอำนาจ หน้าที่ และมีบุคลากรมากมายอยู่ภายใต้การกำกับดูแล กับอีกองค์กรหนึ่งที่สามารถจัดหาเงินทุนได้มากมายที่สามารถสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ให้กับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว หรือการก่อสร้างที่ต้องลงทุนจำนวนมาก เช่น ถนน สถานีรถไฟ หรือโรงไฟฟ้าต่างๆ หรืออาจอยู่ในรูปแบบของการสนับสนุนให้มี

การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ยิ่งใหญ่ระดับชาติหรือนานาชาติได้ เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก หรือการสร้างพิพิธภัณฑ์หรือหอศิลป์ระดับชาติก็ได้ หรือในบทบาทของการร่วมกันกำกับดูแลและระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์กรภาคเอกชนที่มีความเชี่ยวชาญในการกำกับดูแลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น ในกรณีของการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ป่าหรือพื้นที่อุทยานให้มีความสมบูรณ์และไม่ถูกทำลายโดยนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้ประโยชน์จากพื้นที่อย่างผิดวัตถุประสงค์นั่นเอง จะเป็นการสร้างความยั่งยืนให้แก่ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชนและสร้างความได้เปรียบในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย (Vijayanand, 2013) ซึ่งหากมีการร่วมมือกันของสององค์กรนี้จะทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนสามารถก้าวไกลไปได้มากกว่าที่เป็นอยู่อย่างมาก ด้วยการสร้างบทบาทของผู้ที่มีหน้าที่ผลักดันให้เกิดการพัฒนาในด้านการท่องเที่ยวขององค์กรภาครัฐ ร่วมกับบทบาทของผู้ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณขององค์กรภาคเอกชน จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างประหยัดและไม่สิ้นเปลือง ทั้งในด้านของการก่อสร้าง การดำเนินงาน และการดูแลรักษา หากมีการร่วมมือกันก็จะไม่เกิดการเอาเปรียบและสร้างผลกำไรเกินควรเกิดขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายมีความประหยัดมากกว่าปกติเป็นอย่างมาก (Kim, et al., 2005)

5. นักท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยว คือ กลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มชุมชนเพื่อช่วยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการในรูปแบบต่างๆ ให้มีความสวยงาม แตกต่าง และน่าหลงใหล แต่ก็คงไว้ซึ่งความมีอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งกลุ่มผู้ใช้บริการหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้จะเป็นกลุ่มคนที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนโดยตรง และเป็นกลุ่มคนที่ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนโดยตรงด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ George Kofi Amoako, et al. (2021) ที่กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวที่มายังชุมชนส่วนใหญ่มีความหลงใหลในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชน อีกทั้งยังเป็นกลุ่มคนที่มักจะสามารถและมีพรสวรรค์ในการมีความคิดสร้างสรรค์ในตัวเอง หรืออาจเป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบในการเรียนรู้ที่จะประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและมีคุณภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสนใจในการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อให้ความรู้หรือร่วมสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพและแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วย แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีส่วนในการสร้างสรรค์คุณค่าเพียงบางช่วงบางตอนของกระบวนการเท่านั้น ซึ่งถือว่ายังมีส่วนน้อยกว่ากลุ่มชุมชนกลุ่มพันธมิตรเชิงกลยุทธ์อยู่มาก อีกทั้งหากมีผลกระทบใดๆ เกิดขึ้นจะเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุดอีกด้วย เช่น หากชุมชนท่องเที่ยวเกิดปัญหาด้านทรัพยากรท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็มิได้รับผลกระทบใดๆเท่าใดนัก นักท่องเที่ยวก็เพียงแต่

ย้ายไปที่ยิวหรือเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนอื่นแทน ดังเช่นในการศึกษาของ Duanesrt (2014) ที่กล่าวไว้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นเพียงกลุ่มที่การตัดสินใจท่องเที่ยวของพวกเขาเมื่อมีอิทธิพลต่อความยั่งยืนและรายได้ของชุมชนเท่านั้น แต่ในทางกลับกัน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ระยะยาวกับชุมชน ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในระยะยาวจนเกิดความภักดีต่อชุมชน จะมีลักษณะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือจะมีความเป็นคนในมากกว่า หมายความว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเปรียบเสมือนคนในชุมชนนั้นๆ เลยก็ว่าได้ หากเกิดผลกระทบใดๆ ขึ้นย่อมส่งผลโดยตรงต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น หากเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมชุมชน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะหาหนทางในการช่วยเหลือและบรรเทาทุกข์ให้แก่คนในชุมชนอย่างเต็มความสามารถ เสมือนว่าผลกระทบนั้นเกิดขึ้นกับตนโดยตรง หรือการที่นักท่องเที่ยวลุกขึ้นมาช่วยชุมชนเรียกร้องสิทธิในการปกป้องผืนป่าในชุมชนเพื่อไม่ให้กลายเป็นสถานที่สำหรับสร้างเขื่อนนั่นเอง ดังนั้นจากการศึกษาทำให้ทราบว่า การสร้างกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ระยะยาวหรือความภักดีด้วยการมีปฏิสัมพันธ์แบบไทยจะทำให้เกิดความยั่งยืนมากที่สุด เนื่องจากจะทำให้นักท่องเที่ยวผูกพัน บอกต่อ และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Schiffman, et al. (2008) ที่กล่าวไว้ว่า ความภักดีของนักท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลต่อการบอกต่อแก่ผู้อื่นและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอย่างถี่ขึ้นของนักท่องเที่ยว และยังกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากเท่าไร ก็จะเพิ่มผลบวกต่อความภักดีมากเท่านั้นอีกด้วย (Helgesen & Nasset, 2007)

นอกจากนี้กลุ่มนักท่องเที่ยว ยังหมายรวมถึง กลุ่มตัวแทนองค์กรหรือกลุ่มคนที่มีหน้าที่ในการวางแผนและออกแบบการจัดประชุม กิจกรรมต่างๆ รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมหรือผู้ใช้บริการ ที่ตรงตามแผนงานที่ได้วางเอาไว้ นับว่าเป็นกลุ่มคนที่ต้องมีความเป็นมืออาชีพและมีความรอบรู้ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ กิจกรรม หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เนื่องจากต้องมีความสอดคล้องกับแผนงานและความต้องการของผู้เข้าร่วมประชุมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sanjay (2007) ที่กล่าวว่า การดำเนินงานด้านไอซีต้องอาศัยบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพสูงและมีทักษะต่างๆ ที่จะสามารถให้บริการที่มีคุณภาพและมีความรอบรู้รอบด้านที่จะสามารถช่วยวางแผนในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ยิ่งในยุคสมัยที่ผู้คนให้ความสำคัญกับความปลอดภัยทางด้านสุขภาพมากขึ้น กลุ่มตัวแทนองค์กรยังต้องมีความรอบรู้และการวางแผนที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันอย่างทันที่อีกด้วย โดยการวางแผนการจัดงานจะต้องอ้างอิงคู่มือแนวปฏิบัติด้านสุขอนามัย สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ MICE NEW NORMAL ที่กล่าวถึงการจัดเตรียม

สถานที่สำหรับจัดงานไมซ์ การคัดกรองผู้เข้าร่วมประชุม และการดำเนินงานในส่วนของผู้ให้บริการ (MICE Capabilities Development Department, 2563)

6. กลุ่มเชื่อมโยง

กลุ่มเชื่อมโยง คือ องค์กรที่ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนด้านงบประมาณและการร่วมพัฒนาด้านต่างๆให้แก่ชุมชนอยู่เสมอ พร้อมทั้งเป็นองค์กรที่อยู่ในฝั่งอุปสงค์ด้วย นั่นหมายถึง เป็นหนึ่งในนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยเช่นกัน ซึ่งกลุ่มเชื่อมโยงมีการดำเนินงานในลักษณะของการประสานงาน นั่นหมายถึง กลุ่มผู้เชื่อมโยงจะมีการติดต่อสื่อสารให้เกิดความคิด ความเข้าใจที่ตรงกันในการร่วมมือปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความสอดคล้องทั้งเวลา และกิจกรรมต่างๆ ที่จะต้องกระทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันระหว่างคนในเครือข่ายอย่ามีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้งานดำเนินสามารถเป็นไปได้อย่างราบรื่น ไม่เกิดการท้งานซ้ำซ้อน ขัดแย้งกัน หรือเหลื่อมล้ำกัน การประสานงานจึงเป็นหนึ่งในกระบวนการของการบริหารและการปฏิบัติงานในหน่วยงาน องค์กร หรือเครือข่าย ความสำเร็จของการประสานงานขึ้นอยู่กับบทบาทและความสามารถของบุคลากรในเครือข่ายนั้นๆ (รัตนภรณ์ ศรีพยัคฆ์, 2553) ซึ่งวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานของกลุ่มเชื่อมโยงนั้นคือการมุ่งดำเนินการร่วมกันกลุ่มผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนให้เกิดประสิทธิผลนั่นเอง หรือหมายถึงว่า การที่มีความมุ่งหวังให้เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางเกิดการดำเนินงานที่ดีมากยิ่งขึ้น จนทำให้เกิดเป็นศูนย์เรียนรู้ที่มีประสิทธิผล ซึ่งคำว่าประสิทธิผลนั้นได้มีผู้ให้ความหมายไว้ว่า ประสิทธิผล คือ การตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างสมบูรณ์ ความสำเร็จของการตอบสนองอย่าง สมบูรณ์จะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของประสิทธิผล ในขณะที่ Schein (1970: 118) กล่าวว่า ประสิทธิผล องค์กร หมายถึง สมรรถนะ (capacity) ขององค์การในการที่จะอยู่รอด สามารถปรับตัว และรักษาสภาพขององค์การไว้ได้ ไม่ว่าจะองค์การนั้นจะมีหน้าที่ใดที่จะต้องกระทำให้ลุล่วงไป สำหรับ Steers (1985: 55) กล่าวว่า ประสิทธิผล คือ การที่ผู้นำได้ใช้ความสามารถในการแยกแยะการบริหารงานและการใช้ทรัพยากรให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยมีตัวบ่งชี้ความมีประสิทธิภาพขององค์การ 5 อย่าง คือ ความสามารถในการผลิต ขวัญและกำลังใจ การปฏิบัติตามแบบอย่าง การปรับตัว และความเป็นปึกแผ่นขององค์การ และมีความหมาย 2 นัย คือ (1) เป็นความสามารถขององค์การที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ (2) เป็นความสามารถขององค์การที่จะดำรงอยู่ได้ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานของกลุ่มเชื่อมโยงที่มุ่งพัฒนาเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางใน

ทุกๆ องค์ประกอบ เพื่อให้เกิดสมรรถนะในการที่จะอยู่รอดและมีการใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างเหมาะสมจนเกิดความยั่งยืนนั่นเอง

บทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ต่างก็มีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกันในการเพิ่มคุณค่าให้แก่โซ่คุณค่า โดยจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าบทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนแบ่งออกเป็น 7 บทบาท ประกอบไปด้วย

1. บทบาทด้านการอนุรักษ์

การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการดูแล รักษา และปรับปรุงทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้คงอยู่และไม่ถูกทำลาย รวมไปถึงการปกป้องให้ได้รับผลกระทบด้านลบจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนน้อยที่สุด โดยปัญหาหลักในชุมชนท่องเที่ยวคือปัญหาด้านขยะมูลฝอย ไม่ว่าจะเป็นการกำจัดขยะจากครัวเรือน หรือปริมาณขยะจากกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นหนึ่งในภัยคุกคามที่ทำให้ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวเกิดความไม่สมดุลและเสื่อมโทรม อีกทั้งการท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีการวางแผน ไม่มีการควบคุมและการจัดการที่ดี ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Asma Begum Shila et al., 2016; Ju Hyoung Han et al., 2016:) การจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพถือเป็นปัจจัยสำคัญใน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน การจัดการสิ่งแวดล้อมในไทยพบว่า การดำเนินงานตามแผนจัดการสิ่งแวดล้อมทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบันยังขาดลักษณะที่เป็นการบูรณาการ ประชาชนและนักท่องเที่ยวยังขาดจิตสำนึก ความตระหนัก และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของประชาชนและภาคเอกชนยังมีน้อยหรือถูกละเลย การใช้กฎหมายและมาตรการต่างๆ ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ทำให้การจัดการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร (ชลิตา เหนียวบุบผา และคณะ, 2563) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน เนื่องจากการค้นหาความรู้ของชาวบ้านในชุมชน ผนวกกับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน ทำให้ชุมชนได้มีนวัตกรรมเตาเผาคาร์บอน ที่นำมาใช้สำหรับการกำจัดขยะหรือลดจำนวนขยะในชุมชนลง นอกจากนั้นยังมีการให้ความรู้จากภาครัฐในการกำจัดขยะจากต้นทาง หรือการแยกขยะ การแปร

รูปขยะ หรือการนำขยะไปทำปุ๋ยชีวภาพ แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาชุมชนทางด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้เป็นอย่างดีทีเดียว

การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง บทบาทหน้าที่ในการร่วมมือร่วมใจกันดำเนินกิจกรรมทุกอย่างที่ไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และร่วมกันส่งเสริมและถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่ผู้อื่นผ่านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ถือเป็นการทำนุบำรุงและอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไปอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็น การผนวกเอาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นกับกิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยวอื่นๆอีกด้วย นอกจากนี้ยังหมายถึงการร่วมกันสืบค้นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ถูกลืมเลือนไปแล้ว ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง ท่ามกลางคนรุ่นหลังที่พร้อมจะสืบทอด และจัดเก็บวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี หรือประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นไว้ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของหนังสือ จดหมายเหตุ แผ่นพับ หรือรูปแบบอื่นๆ ที่ง่ายต่อการศึกษา เรียนรู้ และสืบค้นต่อไปในอนาคต อีกทั้งยังหมายถึงการสืบทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นไปยังคนรุ่นหลัง ทั้งคนในท้องถิ่นและคนจากภายนอกท้องถิ่น เพื่อไม่ให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นสูญหายไป

การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ยังหมายถึง การร่วมมือร่วมใจกันดำเนินกิจกรรมทุกอย่างที่ไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และร่วมกันส่งเสริมและถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่ผู้อื่นผ่านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งเป็นหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 5 กลุ่ม ที่จะต้องมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมกันเป็นรากฐานฝังลึกอยู่ในความนึกคิดอยู่เสมอ เนื่องจากวัฒนธรรมและวิถีชีวิตคือแบบแผนที่ต้องการความทรงจำและถูกรักษาไว้ เพราะวิถีชีวิตของมนุษย์จะเกิดวิวัฒนาการหรือเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสังเกตได้จากวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้นมีความแตกต่างจากในอดีตไม่มากนักน้อย และมีสัญญาณว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องต่อไปอีกในอนาคต (Benjamin, 1969) ซึ่งแน่นอนว่ามนุษย์มิได้ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและก็ไม่สามารถหยุดมันไว้ได้เช่นกัน แต่มันเกิดขึ้นด้วยสถานการณ์ตามธรรมชาติที่มันต้องเกิดขึ้นนั่นเอง (Morris ,2000) ดังนั้นการหยุดมันไว้ด้วยการอนุรักษ์จึงเป็นหนทางหนึ่งแห่งการเก็บรักษาเอาไว้ให้คงอยู่ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แต่ก็ยังเป็นที่ยกกันอยู่อย่างแพร่หลายว่าวิธีการในการถ่ายทอดความทรงจำในอดีตหรือการอนุรักษ์วัฒนธรรมทั้งในรูปแบบของนามธรรมและรูปธรรมนั้นจะต้องทำอย่างไรจึงจะมีประสิทธิภาพ (Augé 2003; Le Goff 1992; Lowenthal 2008; Olivier 2008; Todorov 2004)

ซึ่งได้มีผู้แนะนำไว้ว่าการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพสามารถกระทำได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบแนวตั้ง หมายถึง การถ่ายทอดวัฒนธรรมให้แก่คนในสังคมเดียวกัน จากรุ่นสู่รุ่น และรูปแบบแนวนอน หมายถึง การถ่ายทอดวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง รูปแบบนี้จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม และการรับเอาวัฒนธรรมอื่นเข้ามาเป็นเวลานาน ก็จะทำให้วัฒนธรรมเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ (อมรา พงศาพิชญ์, 2541) หรือคนส่วนใหญ่เรียกว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Culture Change) กล่าวคือ ในปัจจุบันมีการไหลของผู้คนไปทั่วทุกที่บนโลกนี้ ทำให้วัฒนธรรมก็เกิดการเดินทางตามไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมที่มาพร้อมกับแรงงานข้ามชาตินักท่องเที่ยว ผู้ลี้ภัย หรือผู้ย้ายถิ่นฐาน เป็นต้น ผู้คนเหล่านี้บางส่วน กลายมาเป็นคนพื้นเมืองนั้นๆ ที่ได้ย้ายถิ่นฐานเข้าไปอยู่ กลายเป็นว่าวัฒนธรรมของพวกเขาติดตามมาฝังลึกลง ณ จุดนั้นด้วย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมขึ้น (M. Ember et al. 2006; Levinson and M. Ember 1997) จากการศึกษาพบว่า ผู้คนบางส่วนมองว่าการอพยพย้ายถิ่นฐานและนำพาวัฒนธรรมของพวกเขาไปด้วย มิใช่เป็นวัฒนธรรมอันแท้จริงของพื้นที่นั้นๆ เพราะเป็นเพียงวัฒนธรรมของพื้นที่อื่นนำพาเข้ามา หรือเรียกว่าเป็นเพียงวัฒนธรรมของคนที่มาอยู่ใหม่ จึงไม่ถูกยอมรับว่าเป็นวัฒนธรรมพื้นถิ่นนั้นๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ M. Ember et al. (2006) และ Levinson and M. Ember (1997) ที่มองว่าสถานการณ์เช่นนี้เป็นจุดเด่นของพื้นที่นั้นๆ ทำให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีความแตกต่างและผสมผสานที่ลงตัวในพื้นที่เดียวกัน ทำให้เกิดความน่าสนใจในพื้นที่นั้นเสียมากกว่าจะเป็นผลเสียและเป็นที่ยกกันว่าวัฒนธรรมนี้เป็นของแท้หรือไม่ การเข้าใจและยอมรับถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมจะทำให้เข้าถึงคำว่าความแตกต่างที่ลงตัวได้อย่างไม่มีข้อกังขาใดๆ

2. ด้านการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

บทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด จากการศึกษาพบว่า มีการดำเนินงานร่วมกันของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกัน และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ประสบผลสำเร็จสูงสุด ด้วยความร่วมมือของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีบทบาทแตกต่างกัน แต่ร่วมมือกันเติมเต็มด้านการดำเนินงาน M-I-T เพื่อชุมชน ให้สมบูรณ์แบบมากที่สุด โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 4 กลุ่ม มีการดำเนินงานที่เชื่อมโยงกันอย่างมีอาชีพ การดำเนินงานร่วมกันจึงเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยดำเนินงานตามภาระหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มความสามารถ แต่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงและช่วยเหลือเกื้อกูลกันอย่างเต็มอกเต็มใจ ด้วย

หวังว่าทั้งตนเองและสมาชิกในทีมจะสามารถดำเนินงานด้าน M-I-T ได้อย่างบรรลุเป้าหมายร่วมกันอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Evaristus Nyong Abam (2019) ที่กล่าวไว้ว่า การดำเนินงานใดๆ ด้วยตัวคนเดียว ก็เหมือนกับการทำงานที่ไม่มีที่ปรึกษา ไม่มีผู้ช่วยชี้แนะ หรือแนะนำวิธีการแก้ปัญหาที่ตนประสบพบเจออยู่ แต่ถ้ามีการรวมตัวกันดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้วัตถุประสงค์เดียวกัน ก็จะทำให้งานนั้นๆ ประสบความสำเร็จได้ด้วยการช่วยเหลือเกื้อกูล ช่วยคิด และแก้ไขปัญหาาร่วมกัน เพื่อให้ทำงานที่ตนเองรับผิดชอบดำเนินการด้วยวิธีที่ดีที่สุด และส่งผลลัพธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ดีที่สุดเช่นกัน ซึ่งนั่นจะเป็นการมองโดยภาพรวมด้วยคำว่าทีม มิใช่มองเป็นตัวบุคคลว่าใครทำงานดีที่สุดใครทำงานแย่ที่สุด แต่หมายถึงทีมนี้ทำงานดีที่สุดหรือไม่นั่นเอง แต่กระนั้นการทำงานที่ร่วมมือกันนั้นก็ควรที่จะให้อิสระแก่การตัดสินใจและให้อำนาจแก่บุคคลในทีมในการจัดการปัญหา หรือการดำเนินงานตามความต้องการของนักท่องเที่ยวย รวมไปถึงการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในการคิดค้นนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่น่าสนใจให้แก่ชุมชนอีกด้วย (Tepeci, 2005; Chung and Schneider, 2003; Miller, 1992) เพราะในธรรมชาติของการบริการแล้ว จะสะท้อนให้เห็นถึงความจริงที่ว่าช่วงเวลาแห่งการมีปฏิสัมพันธ์ของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนจะเกิดขึ้นรวดเร็วมาก และต้องการการตัดสินใจที่ชาญฉลาดและทันทีทันใด (Pantiyasa, 2016) การตอบโต้และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยอย่างชาญฉลาดของบุคลากรจึงเป็นหนึ่งปัจจัยของทีมที่จะต้องมีการกล่าวถึงด้วย จากการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกันดำเนินงานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ อย่างมีอาชีพ ด้วยการร่วมกันวางแผน ดำเนินการ ประเมินผล และแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายปลายทางคือการให้บริการด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ด้วยทีมที่มีประสิทธิภาพและมีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Ingram & Desombre, 2000 และ Walker & Walker (2014) ที่กล่าวไว้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นการให้บริการที่ประกอบไปด้วยหลากหลายทีมงาน หลากหลายหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็น ผู้ให้บริการขนส่ง ผู้ให้บริการที่พัก ผู้นำเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งแต่ละทีมก็มีแต่บทบาทแตกต่างกันออกไปแต่ก็ต้องมาทำงานภายใต้วัตถุประสงค์และเป้าหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ และก็ได้มีผู้ศึกษาไว้ว่า การทำงานเป็นทีมนั้นจะต้องพบกับสถานการณ์ 5 ชั้นดังนี้ (Tuckman, 1965; Tuckman & Jensen, 2010) 1. การปฐมนิเทศ: คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และเป็นการสื่อสารกันในเบื้องต้น 2. การขัดแย้งกัน: คือ ความไม่พอใจกัน ความไม่ลงรอยกัน 3. การร่วมมือกัน: คือ ความสอดคล้องกัน มีการดำเนินงานตามมาตรฐานที่ได้ตกลงร่วมกัน และมี

บทบาทของแต่ละคนอย่างชัดเจน มีการสื่อสารที่ดีขึ้นด้วย 4. การปฏิบัติงาน: คือ การมุ่งเน้นในการทำงานกลุ่มให้สำเร็จ การตัดสินใจร่วมกัน 5. การเลิกรา: คือ การจากลา การถอนตัว การไม่พึ่งพาอาศัยกัน การยกเลิกกลุ่ม การดำเนินงานเป็นทีมต้องประสบพบเจอกับสถานการณ์ทั้ง 5 ชั้นนี้ แต่หากมีการจัดการที่ดี ชั้นที่ 5 ก็จะไม่เกิดขึ้นนั่นเอง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชนด้วยการร่วมกันแสดงความคิดเห็น ระดมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด อีกทั้งยังต้องอาศัยความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกันเป็นหลัก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาสิ่งที่มีอยู่ของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ และอื่นๆ เพื่อนำมาประยุกต์ให้อยู่ในรูปแบบของกิจกรรมท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ให้เกิดความพึงพอใจ ความประทับใจ และประสบการณ์ใหม่ๆ อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด อย่างไรก็ตาม กิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาจากการระดมความคิดเห็นนั้น อาจต้องมีความแตกต่างและมีอัตลักษณ์ แสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์จากการระดมสมองของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงจะทำให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่า และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ กลับไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sternberg & Lubart (1995) และ Kolnhofer-Derecskei (2016) ที่กล่าวว่า คำว่าความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการผลิตชิ้นงานที่แปลกใหม่ มีประโยชน์ มีอัตลักษณ์ และสามารถประยุกต์ใช้ได้หลากหลายโอกาส และประสิทธิภาพของความคิดสร้างสรรค์จะทวีประโยชน์มากขึ้นก็ต่อเมื่อผู้ได้รับ รู้สึกได้ถึงอารมณ์และความรู้สึกในเชิงบวก (Amabile, 2017) โดย Amabile (1996) ได้นิยามถึงข้อความที่ไม่ถูกนิยามว่าเป็นความคิดสร้างสรรค์เอาไว้ โดยรวมถึงชิ้นงานที่ถูกผลิตออกมานั้น ถึงแม้จะมีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ แต่มีความไม่เหมาะสมอยู่ในชิ้นงาน หรือหมายความว่าชิ้นงานที่แสดงให้เห็นถึงความผิดจารีตประเพณี ก็ไม่ถือว่าเป็นความคิดสร้างสรรค์ และเขาได้กล่าวอีกว่าความคิดสร้างสรรค์นี้มีความจำเป็นมาก แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมชิ้นหนึ่ง ความคิดสร้างสรรค์ไม่เกี่ยวข้องกับผู้มี IQ สูง ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่ความสามารถหรือพรสวรรค์ ความคิดสร้างสรรค์มิใช่การแก้ปัญหาเท่านั้น ความคิดสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกศาสตร์ แต่ก็ไม่ใช่สิ่งจำเป็นสำหรับทุกศาสตร์ และความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มีความจำเป็น แต่ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งที่ดีเสมอไป ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ U.S. Department of the Navy (2008) ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

มาก แต่ก็ไม่สามารถที่จะสร้างสรรค์ทุกสิ่งออกมาได้โดยปราศจากศาสตร์อื่นๆ โดยหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้สำหรับการสร้างสรรค์ผลงานก็คือการระดมสมองโดยทีมงานด้านการท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว และความคิดสร้างสรรค์มาบรรจบกัน โดยสมาชิกในทีมแต่ละคนจะต้องช่วยกันแสดงความคิดเห็นอย่างเหมาะสมและเป็นระเบียบอย่างสร้างสรรค์ จนได้ผลงานที่เป็นที่ยอมรับและเหมาะสม โดยกฎเหล็กของการระดมสมองคือจะไม่มีการตัดสินว่าความคิดเห็นของใครถูกและของใครผิด ทุกคนจะได้รับการตอบรับข้อคิดเห็นอย่างเท่าเทียมกัน จะทำให้สมาชิกในทีมรู้สึกสบายใจและรู้สึกได้รับการสนับสนุนให้แสดงความคิดเห็นออกมา แม้ความคิดเห็นนั้นจะดูเหมือนไม่มีประโยชน์เพียงใด ก็จะไม่มีการตัดสินความคิดเห็นนั้นๆ ด้วยประโยคเชิงลบใดๆ ทั้งสิ้น เพราะความคิดเห็นเหล่านั้นอาจนำมาผสมผสานกันแล้วได้ชิ้นงานที่สร้างสรรค์อย่างเหมาะสมออกมาก็ได้ (Salman & Aydemir, 2015) และในตอนท้ายก็จะมีการสรุปรวมและหารือเกี่ยวกับผลลัพธ์และข้อสรุปร่วมกัน และผลลัพธ์ดังกล่าวก็จะถูกสมาชิกในกลุ่มช่วยกันวิเคราะห์เพิ่มเติมอีกครั้งหนึ่งจนเป็นที่พอใจ จึงสรุปผลร่วมกัน จะทำให้สมาชิกในทีมทุกคนรู้สึกว่าได้มีส่วนร่วม และภาคภูมิใจในชิ้นงานชิ้นนั้นที่ตนก็เป็นหนึ่งในความสำเร็จด้วยเช่นกัน (U.S. Department of the Navy, 2008)

นอกจากนั้นจากการศึกษายังพบว่า การบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ยังอาศัยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม การสร้างความผูกพันนี้อาศัยความจริงใจ ความสม่ำเสมอ ความอ่อนน้อมถ่อมตน และความโปร่งใสในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จนทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และในแง่มุมของการดำเนินงานด้าน M-I-T นั้นก็จะทำให้เกิดความร่วมมือจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นอย่างดีด้วยความเต็มใจทุกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gibson, Lynch, et al (2005) ที่กล่าวไว้ว่า คำว่าความผูกพันในแง่มุมของการท่องเที่ยว หมายความว่า ความเชื่อมโยงกันและมีความสัมพันธ์กันในลักษณะเครือข่ายในเชิงโครงสร้าง เชื่อมโยงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวทุกองค์ประกอบไว้ด้วยกัน โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้มีความพร้อมที่จะทุ่มเทให้กับการทำงานอย่างสุดความสามารถแม้ว่างานที่ได้รับมอบหมายจะมากกว่าที่ได้ตกลงกันไว้ตั้งแต่แรกเมื่อมีความรู้สึกผูกพันต่อกัน และมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร และเมื่อมีความรู้สึกว่าตนเองต้องการที่จะอยู่ในองค์กรหรือในสถานะเดิมนี้อีกต่อไป (Chongdamgerng, P., 2008) จากการศึกษาพบว่า การได้รับความเคารพนับถือและให้เกียรติจากคนในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การได้รับคำพูดที่ไพเราะและมีสัมมาคารวะจาก จะทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจและรู้สึกผูกพันจนทำให้มีความต้องการที่จะทำงานอย่างเต็มความสามารถ

และให้ความร่วมมือในการถูกขอความร่วมมือทุกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Klinchoysukon, T. (2009) กล่าวไว้ว่า การได้รับการยอมรับ คำชื่นชม คำพูดที่มีลักษณะเชิงบวก จากเจ้านายหรือเพื่อนร่วมงาน จะทำให้เกิดได้ความผูกพันกับองค์กรได้ เช่น การได้รับการยกย่อง ชมเชยในความสำเร็จจากการทำงาน และการเชื่อถือในผลงาน ดังนั้นการสร้างความผูกพันระหว่าง กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะทำให้บุคลากรเกิดความรักและผูกพันต่อองค์กร และตอบแทนด้วยการ ทำงานอย่างสุดความสามารถและให้ความร่วมมือในการทำงานอย่างเต็มที่อีกด้วย

อีกทั้งการจากการศึกษายังพบว่า การบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ยังหมายถึง กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ร่วมกันตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อค้นหา จุดด้อยหรือข้อผิดพลาดจากการดำเนินงาน แล้วร่วมกันแก้ไขจุดด้อยและลดข้อผิดพลาดต่างๆ จนทำให้การดำเนินงานปราศจากข้อผิดพลาดหรือเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด ซึ่งจะทำให้การดำเนินงาน เป็นไปด้วยความระมัดระวังและมีประสิทธิภาพมากที่สุด รวมไปถึงการนำข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียมาพัฒนาและปรับปรุงต่อไป นอกจากนี้ยังหมายรวมถึง การเปิดช่องทางให้มีการร้องเรียน และร้องทุกข์ให้แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นการประชุม การร้องเรียนผ่านช่องทาง ออนไลน์ หรืออื่นๆ ที่จะทำให้ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ได้ทราบถึงปัญหาหรือข้อผิดพลาดที่ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องเผชิญอยู่ และดำเนินการบำบัดทุกข์บำรุงสุขนั้นๆ ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทุกกลุ่มได้อย่างตรงประเด็น เพื่อการดำเนินงาน M-I-T เพื่อชุมชนจักได้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ถูก ทำให้เกิดขึ้นจริงอย่างมีประสิทธิภาพ การที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ร่วมกัน ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อค้นหาจุดด้อยหรือข้อผิดพลาดจากการ ดำเนินงาน แล้วร่วมกันแก้ไขจุดด้อยและลดข้อผิดพลาดต่างๆ จนทำให้การดำเนินงานปราศจาก ข้อผิดพลาดหรือเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความระมัดระวังและมี ประสิทธิภาพมากที่สุด หรือกล่าวได้ว่า การตรวจสอบและประเมินผลร่วมกันจะลดข้อผิดพลาด ก่อนที่จะนำไปสู่ผลกระทบอันร้ายแรงที่อาจเกิดต่อเศรษฐกิจ สังคม หรือสิ่งแวดล้อมต่อไป (Holling, 1973) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพัชร มณีโรจน์ (2560) ที่กล่าวไว้ว่า การตรวจสอบและ ประเมินผล ควรทำอย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการตรวจสอบและพัฒนาคุณภาพของการให้บริการการ ท่องเที่ยวของชุมชน โดยสามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1. การประเมินและสรุปผลการให้บริการการ ท่องเที่ยวหลังเสร็จสิ้นจากการให้บริการ ซึ่งสามารถทำได้ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ การพูดคุยหรือการสังเกต 2. การประเมินผลภาพรวมของการให้บริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งควรทำ

อย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ทราบข้อบกพร่องและนำไปพัฒนาให้มีความพร้อมในการให้บริการในครั้งต่อไป ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ชุมชนมีการตรวจสอบและประเมินร่วมกันในทุกครั้งก่อนที่จะให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้ทราบถึงข้อบกพร่องก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาถึงชุมชน เพื่อป้องกันมิให้เกิดข้อผิดพลาดที่จะเกิดแก่ชีวิต ทรัพย์สิน และสุขภาพของนักท่องเที่ยวได้ โดยคุณภาพของการบริการหมายถึงสิ่งที่สามารถชี้ให้เห็นถึงระดับของการให้บริการที่จะถูกส่งมอบให้แก่นักท่องเที่ยว ว่าสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเพียงใด และการส่งมอบที่มีคุณภาพจึงหมายถึง การให้บริการที่สามารถตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีนั่นเอง (Lewis and Boom, 1983) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมักจะคาดหวังว่าจะได้พบกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ได้พบกับธรรมชาติที่บริสุทธิ์ แต่ไม่ต้องการพบเจอกับความยากลำบากจนเกินไปนัก แต่บางครั้งก็ต้องพบกับสาธารณูปโภคที่ไม่พร้อม ก็ทำให้นักท่องเที่ยวต้องเผชิญกับความยากลำบากกว่าความคาดหวัง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความหวาดกลัวในช่วงเวลาที่ไฟดับ แต่สิ่งที่มาทดแทนความผิดหวังครั้งนี้กลับตอบสนองอย่างเกินความคาดหมาย นั่นคือการช่วยเหลือของชาวบ้านอย่างเต็มความสามารถ ในการหาไฟแบตเตอรี่ เทียนไข และมาอยู่เป็นเพื่อนกันจนไฟฟ้าทำงาน ลูกค้ายิ่งเกิดความประทับใจจนจดจำได้และพูดถึงทุกครั้งทีพูดถึงชุมชนแห่งนี้ว่า หากเกิดเหตุการณ์ใดอันไม่คาดคิดชาวบ้านในชุมชนหรือในฐานะบุคลากร จะสามารถช่วยเหลือและแก้ปัญหาจนเป็นที่น่าพอใจได้ทุกครั้ง ซึ่งมีความสอดคล้องกับมิติหลักทั้ง 5 ของ SERVQUAL (Parasuraman Zeithaml and Berry, 1988) อันได้แก่ 1. ความเป็นรูปธรรมของบริการหรือการมีพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและบุคลากร ของจำเป็นในการให้บริการ 2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้หรือมีบุคลากรและคุณภาพการให้บริการที่ตรงตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับนักท่องเที่ยว 3. การตอบสนองต่อลูกค้าหรือการแสดงความพร้อมในการให้บริการอยู่ทุกขณะของบุคลากร 4. การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และ 5. การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการหรือความดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ได้รับการบริการที่ดีและมีมาตรฐานก็มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ระยะยาวและมีความภักดีต่อชุมชนนั่นเอง

3. การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

หมายถึง การให้ความสนับสนุนในด้านงบประมาณ สิ่งอำนวยความสะดวก และเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จต่อไป อีกทั้งยังเป็นเสมือนพี่เลี้ยงในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อย่างต่อเนื่องและเต็มกำลัง

เพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินงานต่างๆได้ด้วยตนเองต่อไป รวมไปถึงการให้ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการพัฒนาในทรัพยากรท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก หรือเทคโนโลยีต่างๆ ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้ประสบผลสำเร็จต่อไป อีกทั้งยังเป็นเสมือนพี่เลี้ยงในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อย่างต่อเนื่องและเต็มกำลัง เพื่อให้ชุมชนสามารถใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงทรัพยากร หรือกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ซึ่งการสนับสนุนในด้านต่างๆ จะต้องคำนึงถึงความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนด้วย เช่น การจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การให้บริการการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว เช่น การสนับสนุนภาคเอกชนและชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมและการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน เป็นต้น (National Reform Council, 2015) นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน เช่น การแก้ไขปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ ซึ่ง Community Tourism SubcomM-I-Ttee (2017) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์ที่สามารถช่วยยกระดับการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างยั่งยืนมากที่สุด ได้แก่ การพัฒนาคนในชุมชน และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรหรือผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น การสร้างตลาดที่เหมาะสมกับชุมชน การสร้าง ความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย การประเมินผลด้วยตัวชี้วัดความสุขของชุมชนและนักท่องเที่ยวนั่นเอง ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษารั้วนี้ ที่พบว่า การให้การสนับสนุนของทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาบุคลากรในชุมชน ทั้งการพัฒนาด้านทักษะต่างๆ การพัฒนาด้านอาชีพ หรือการเพิ่มคุณค่าหรือมูลค่าให้กับวัตถุดิบในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการทำซาลาเปาไส้มะม่วง การแปรรูปเห็ด การทำงานใบมะม่วง เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืนจากการสนับสนุนด้านงบประมาณจากทั้งทางภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษานั่นเอง

อีกทั้งจากการศึกษายังพบว่า มีการมุ่งเน้นในการการร่วมกันพัฒนาโดยใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เพื่อช่วยในการพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน และทรัพยากรท่องเที่ยวและ M-I-T เพื่อชุมชน ให้สามารถสร้างคุณค่าให้แก่ทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นที่องค์ความรู้ด้านวิชาการที่องค์กรภาคการศึกษานั้นๆ มีความเชี่ยวชาญ ที่สามารถนำมาปรับใช้กับการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างลงตัว อีกทั้งยังเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำมาสร้างอาชีพ สร้าง

รายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม ซึ่งการร่วมกันพัฒนา M-I-T เพื่อชุมชนด้วยการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ที่ร่วมกันดำเนินงานตามกระบวนการต่างๆจนได้มาซึ่งคุณค่าที่เกิดแก่กิจกรรมภายใต้ M-I-T เพื่อชุมชน อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Fennell; & Cooper, 2020) และ (Dodds; & Butler, 2019) ที่กล่าวไว้ว่า หลักการที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีกระบวนการดังนี้ 1. มีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติและชุมชน 2. มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ชุมชน 3. ชุมชนมอบประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว 4. เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนท้องถิ่น 5. เน้นการออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและใช้วัสดุในท้องถิ่น 6. เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนพัฒนาระดับ ท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศ และ 7. เน้นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นฐานในการตัดสินใจ และการติดตามตรวจสอบ เพื่อนำไปสู่การคุ้มครองรักษาและฟื้นฟูระบบนิเวศ การผลิตการบริโภค และการบริการ อยู่บนพื้นฐานของรูปแบบที่ยั่งยืน และวิธีการที่จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความเป็นไปได้มากที่สุดคือทำให้ชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา ในฐานะเป็นคณะทำงานหรือที่ปรึกษา ที่จะทำงานร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น ไม่ว่าจะเป็องค์กรภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเอกชน ภาคการผลิต หรือกลุ่มนักท่องเที่ยว จะช่วยให้แต่ละภาคส่วนรู้สึกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา รู้สึกถึงความภาคภูมิใจในความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั่นเอง (Dodds & Butler, 2019)

4. การกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนา

จากการศึกษาพบว่า มีการกำหนดแผนพัฒนาการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายนั้นจะไม่มีส่วนในการลงมือปฏิบัติในพื้นที่ชุมชน แต่จะส่งต่อแผนในการพัฒนาและการดำเนินงานให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆเพื่อดำเนินงานต่อ ดังนั้น กลุ่มกำหนดนโยบายจึงจะมีบทบาทในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดในภาพรวม ซึ่งการพัฒนาที่ได้กำหนดขึ้นจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนในภาพรวมโดยตรงเช่นกัน โดยการกำหนดนโยบายของภาครัฐนั้นจะให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นลำดับต้นๆ เนื่องจากภาคการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ อีกทั้งยังเป็นภาคอุตสาหกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการจ้างงานมากมายเลยทีเดียว (WTO, 2012) ดังนั้นนา

ประเทศจึงได้ตั้งนโยบายด้านการท่องเที่ยวออกมามากมาย เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาอย่างทันทั่วทั้งที่ ยกตัวอย่างเช่นการกำหนดนโยบายด้านการพัฒนากำลังคนหรือบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ก็จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบุคลากรที่มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการอย่างตรงจุด ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้เกิดอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นตามมานั่นเอง นอกจากนี้ความมุ่งหวังที่จะพัฒนา ด้านบุคลากรแล้ว การกำหนดนโยบายต่างๆ ยังควรที่จะครอบคลุมในด้านอื่นๆ ด้วย เช่น การกระจาย รายได้อย่างเป็นธรรม การลดผลกระทบด้านลบของการท่องเที่ยว เช่น ค่าครองชีพที่สูงขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงปัญหาด้านความเหลื่อมล้ำในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น (Wall and Mathieson, 2006) ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ ที่ภาครัฐมีนโยบายในการพัฒนากำลังคนด้าน M-I-T เพื่อชุมชน โดยกำหนดให้สถานศึกษาแต่ละแห่ง ต้องมีการบรรจุรายวิชาที่เกี่ยวข้องไว้ในหลักสูตร เพื่อผลิตบุคลากรด้านไอซีทีที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของนักเดินทางไอซีที นอกจากนี้ยังมุ่งเน้น ในด้านของการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ด้วยการนำไอซีทีเพื่อชุมชนเข้ามาดำเนินการในชุมชน ต่างๆ เพื่อให้ชุมชนเกิดรายได้และสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ด้านไอซีทีให้แก่ นักเดินทางกลุ่มนี้ด้วย

5. ด้านบทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์

ซึ่งหมายถึง การร่วมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ผ่านช่องทาง การมีปฏิสัมพันธ์กัน ในระหว่างการให้บริการ โดยจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ประสบการณ์ที่ดีนั้น จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Grönroos (2011) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การปฏิสัมพันธ์ถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งเป็นการกระทำ ร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 2 ฝ่าย หรือมากกว่านั้น โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะทำการ ติดต่อกันสื่อสารกันกับอีกฝ่ายหนึ่ง สำหรับในบริบทของการปฏิสัมพันธ์ทางธุรกิจนั้นหมายถึง การ ติดต่อกันสื่อสารเพื่อเหตุผลทางธุรกิจระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 2 ฝ่ายขึ้นไป และเป็น การติดต่อกันสื่อสารที่มี โอกาสส่งผลกระทบต่อกันและกันอีกด้วย และในบริบทของการบริการนั้นการปฏิสัมพันธ์จะเกิดขึ้นใน การเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ กล่าวคือ ในระหว่างการปฏิสัมพันธ์กันโดยตรง ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ กระบวนการของผู้ให้บริการและผู้รับบริการก็จะเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน และจะก่อให้เกิดผลกระทบไปยังกระบวนการผลิตและกระบวนการใช้งานของทั้ง 2 ฝ่าย สุดท้าย จึงเกิดกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันจนเกิดการเรียนรู้ร่วมกันและการเรียนรู้จากอีกฝ่ายหนึ่ง (Ballantyne, 2004; Ballantyne and Varey, 2006) จนเกิดเป็นประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่กันและ กัน โดยประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับนั้นก็คือการได้เรียนรู้วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของเจ้าบ้าน ซึ่ง

เป็นสิ่งที่ใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว และสร้างเป็นประสบการณ์ใหม่ๆ ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Jennings and Nickerson (2006) ที่ได้พูดถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ออกเดินทางท่องเที่ยวว่าเป็นการที่นักท่องเที่ยวได้ร่วมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เป็นเจ้าของพื้นที่กับนักท่องเที่ยว หรือเป็นรูปแบบการการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งแสวงหาประสบการณ์ รวมถึงแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริงเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี วิถีการดำรงชีวิต และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน (Perreault, et al, 1979)

ตอนที่ 3 กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย

จากการศึกษาพบว่า กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย สามารถจำแนกจิตบริการแบบไทยได้เป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) การผูกมิตร (Congeniality) การไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) และการใช้วิถีถิ่น (Local Culture) โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นในการใช้จิตบริการภายในชุมชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร และคณะ (2017) ที่ได้ศึกษาในเรื่องของการพัฒนาจิตบริการแบบไทยเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งเป็นการศึกษาการมีจิตบริการในบริบทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่าคุณลักษณะจิตบริการแบบไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบ่งออกเป็น 5 คุณลักษณะ ได้แก่ การบริการอย่างเป็นมาตรฐาน (Calibre) การบริการตามลักษณะของวัฒนธรรมไทย (Culture) การบริการที่ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ (Compromise) การบริการที่ดูแลเอาใจใส่ (Caring) และการให้ความเคารพ (Respect) และการศึกษาของ เพชรศรี นนท์ศิริ และคณะ (2017) ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการบริการด้วยจิตบริการแบบไทย ซึ่งเป็นการศึกษาในบริบทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเช่นกัน โดยการศึกษาพบว่า จิตบริการแบบไทยมีลักษณะสำคัญ 6 ประการ หรือ 6C's ได้แก่ ความโอบอ้อมอารี (Compassion) การดูแลเอาใจใส่ (Caring) การประนีประนอม (Compromising) การให้บริการด้วยวัฒนธรรมไทย (Culture) การให้บริการด้วยท่าทีสงบ (Courtesy) และการให้บริการอย่างมืออาชีพ (Competency) โดยอาจมีจิตบริการบางตัวที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งจะอภิปรายละเอียดดังต่อไปนี้

การผูกมิตร (Congeniality) เป็นค่านิยมที่มีความสำคัญในการมีปฏิสัมพันธ์ เนื่องจาก การมีวาทศิลป์ หรือการพูดจาที่มีศิลปะในการใช้ถ้อยคำ ซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเกิดความประทับใจ โดยการศึกษาของ Barbara Emanuel (2015) ได้กล่าวว่า การพูดจาอย่างมีศิลปะในการใช้ถ้อยคำ

สามารถส่งผลให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก นอกจากนั้นยังสามารถทำให้ผู้ฟังมีแรงจูงใจในการรับเอาทัศนคติใหม่ๆ หรือการดำเนินงานใหม่ๆ มาเป็นเครื่องมือในการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า ในการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนนั้น จะต้องใช้วาทศิลป์ในการสื่อสารต่อกัน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามคำสั่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จะมีความเกรงใจ และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งเกิดจากที่ผู้นำใช้คำพูดที่มีศิลปะในการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน อีกทั้งยังลดข้อพิพาทที่อาจเกิดขึ้นในการทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดีอีกด้วย นอกจากนั้นวาทศิลป์ยังสามารถใช้ในการโน้มน้าวใจให้เกิดการซื้อขายสินค้าได้อีกด้วย โดย Barbara Emanuel (2015) ได้กล่าวอีกว่า ในช่องทางออนไลน์ก็พบว่า ผู้ให้บริการหรือผู้จำหน่ายสินค้า มักจะการใช้การพูดอย่างมีศิลปะ โดยจะเป็นการพูดโน้มน้าวใจเพื่อชักชวนให้ผู้เข้าชมซื้อสินค้าและบริการ หรือทำให้ผู้เข้าชมเชื่อว่าเนื้อหาของพวกเขามีความน่าสนใจ และเป็นข้อเท็จจริง โดยอย่างน้อยๆ การใช้วาทศิลป์จะสามารถทำให้ผู้เข้าชมยินยอมที่จะติดต่อสื่อสารกันอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคตนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า ชุมชนจะมุ่งเน้นที่จะใช้การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยวาทศิลป์ในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในระหว่างที่มีปฏิสัมพันธ์กัน และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวหรือซื้อสินค้าของชุมชนอีกครั้ง โดยนอกจากนั้นการมีวาทศิลป์ยังมีความสอดคล้องกับหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาในด้านปิยวาจาอีกด้วย เนื่องจากการใช้วาทศิลป์หมายรวมถึงการพูดที่ดี ใช้คำสุภาพ ไพเราะ พูดสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งตนเองและผู้อื่น มีเหตุมีผล เป็นการพูดให้กำลังใจเพื่อนร่วมงาน หรือผู้รับบริการ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน จนก่อให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ พูดให้ผู้ฟังเกิดความประทับใจ มีความเป็นกันเอง ไม่พูดส่อเสียดที่ทำให้ผู้อื่นเสียใจ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของปิยวาจา ที่เป็นคำกล่าวของสมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตโต) (2561) ที่ได้ให้ความหมายไว้ในพจนานุกรมพุทธศาสตร์ฉบับประมวลธรรมว่า ปิยวาจา คือ การใช้วาจาประสานไมตรี หมายถึง การพูดจาด้วยถ้อยคำที่ไพเราะอ่อนหวาน พูดด้วยความจริงใจ ไม่พูดหยาบคาย ก้าวร้าว พูดในสิ่งที่เป็นประโยชน์ และเหมาะสมกับกาลเทศะ และสอดคล้องกับสมเด็จพระธีรญาณมุนี (สنية เขมจารีมหาเถร) (2531) ให้คำสอนไว้ว่า คำว่าปิยวาจา หมายถึง การแบ่งปันคำพูดดีๆ คำพูดที่ไพเราะพูดในสิ่งที่เป็นประโยชน์ เหมาะกับกาลเทศะ พูดให้กำลังใจกันและกัน ใช้ลักษณะของการพูดแลกเปลี่ยนกันเป็นหลักนั่นเอง อีกทั้งจากการศึกษาพบว่า การมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยจิตบริการแบบไทยด้วยการผูกมิตร คือ การแสดงออกให้อีกฝ่ายหนึ่งเห็นถึงความเป็นมิตร หรือความหวังดี ไม่เป็น

ศัตรู ไม่ทำร้าย และพร้อมที่จะทำประโยชน์เกื้อกูลแก่กันและกัน ซึ่งจะทำให้ทั้ง 2 ฝ่ายเกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน หากมีสิ่งใดที่คนเป็นมิตรพอที่จะให้ความช่วยเหลือได้ก็จะทำโดยไม่รีรอ ซึ่งตรงกับหลักธรรมในพระพุทธศาสนาอีกหนึ่งด้านเช่นกัน อันได้แก่ ด้านอัตถจริยา ซึ่งหมายถึงการที่บุคคลากรด้านการท่องเที่ยวทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ต่อเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงได้ทำตนเองให้สามารถสร้างผลประโยชน์แก่กันและกัน มีการเสียสละความสุขส่วนตัวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ให้แก่ผู้อื่นหรือให้แก่ส่วนรวม ขวนขวายเพื่อให้การช่วยเหลือกิจการต่างๆ ทางสังคม รวมทั้งช่วยแก้ไขปัญหาและช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับความหมายของอัตถจริยา โดยสมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต) (2561) ได้ให้ความหมายไว้ในพจนานุกรมพุทธศาสตร์ฉบับประมวลธรรมว่า อัตถจริยา คือ การร่วมสร้างสรรค์อุดมการณ์ หรือหมายถึง การสงเคราะห์ทุกประเภท หรือการถือปฏิบัติในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น จะเห็นว่ามีทั้งกายกรรม วาจากรรม มโนกรรม ก็ช่วยเหลือขวนขวายในกิจการงานในบ้านในเมือง พุดในทางที่เสริมสร้างความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แนะนำชี้แจงแสดงเหตุผล อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับหลักธรรมด้านสมานัตตตา ที่หมายถึง การที่บุคคลากรด้านการท่องเที่ยวปฏิบัติงานตามหลักสมานัตตตา คือ การทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นให้ได้ มีการวางตัวที่เสมอต้นเสมอปลาย ให้ความเสมอภาค ปฏิบัติตนกับผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ ไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน ร่วมกันแบ่งปันทั้งความสุขและการร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และนักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการ อีกทั้งหมายถึง การวางตัวที่เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่และให้บริการอย่างทั่วถึงเสมอต้นเสมอปลาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน มุ่งเน้นด้านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันอย่างเป็นกันเองหรือหมายถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไม่มีการมีพิธีรีตองนั่นเอง เป็นการปฏิสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยระหว่างกัน ทำให้ต่างฝ่ายต่างไม่รู้สึกขวยเขิน หรือไม่รู้สึกกดดันในการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน แม้เป็นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันครั้งแรกก็สามารถสร้างความเป็นกันเองได้ ด้วยลักษณะนิสัยที่เป็นคนง่ายๆ ของคนไทยเอง ซึ่งจะทำให้แต่ละฝ่ายเกิดความรู้สึกไม่เป็นทางการและทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนานจากการร่วมกิจกรรมต่างๆ ได้โดยง่าย ซึ่งสอดคล้องกับสมเด็จพระมหาธีรราชเจ้า (พิมพ์ ธรรมโร) (2541) ที่ได้ให้คำสอนไว้ว่า สมานัตตตา หมายถึง การปรับปรุง บุคลิกภาพของตนเองอย่างสม่ำเสมอโดยไม่ถือตัว และให้เข้ากับสังคมของชุมชนได้ทุกชั้นนั่นเอง

การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) จากการศึกษาพบว่า การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน มีการใช้จิตบริการแบบไทยในการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ด้วยการมีช่วยเหลือเกื้อกูลกันหรือ

การพูดหรือการกระทำ ที่มุ่งปฏิบัติให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งด้วยความปรารถนาให้ผู้อื่นได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ รวมไปถึงความไม่เห็นแก่เพียงตัวเองหรือเรื่องของตัวเอง แต่มีความเห็นอกเห็นใจ เห็นคุณค่าในตัวเพื่อนมนุษย์ มีความเอื้ออาทร เอาใจใส่ ความห่วงใย ให้ความสนใจในความทุกข์หรือสุขของผู้อื่น และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเกิดความสุขและสบายใจ ซึ่งมีความสอดคล้องกับสังคหัตถุ 4 ในพระพุทธศาสนาของไทยในด้านทาน ซึ่งจากการศึกษาของ สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2561) กล่าวไว้ว่า บุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่ปฏิบัติงานตามหลักทาน จะมีการให้ความรู้ สิ่งของ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อเพื่อนร่วมงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง บุคลากรต้องมีความรู้ความสามารถหลายด้านและพร้อมที่จะแบ่งปันความรู้และความเข้าใจให้แก่เพื่อนร่วมงานได้ และสอดคล้องกับพระธรรมโกศาจารย์ (พุทธทาสภิกขุ) (2525) ที่ได้ให้คำสอนไว้ว่า ทาน คือ การแบ่งปันเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน ให้การช่วยเหลือเกื้อกูล และแนะนำในสิ่งที่ดีมีประโยชน์แก่กันและกัน สามารถช่วยชี้ช่องทางให้บุคคลสามารถแก้ปัญหาให้ลุล่วงไปด้วยตนเอง ซึ่งในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนนั้นพบว่า นอกจากความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ที่เพื่อนร่วมงานหรือผู้ดำเนินงานร่วมกันควรมีให้แก่กันแล้ว ผู้ให้บริการก็ควรมีความเอื้ออาทรต่อผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งจะทำให้เกิดความผูกพันและความเป็นห่วงเป็นใยต่อกัน และสิ่งนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและบอกต่อไปยังเพื่อนฝูงและเครือข่าย อีกทั้งยังสร้างสัมพันธ์อันดีให้นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านได้เป็นอย่างดีด้วย ซึ่งการช่วยเหลือเกื้อกูลเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการมีหัวใจบริการ คือ การเอาใจเขามาใส่ใจเรา หรือการนึกถึงความรู้สึกของคนมาติดต่อขอรับบริการ ที่ผู้รับบริการมีความมุ่งหวังที่จะได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ด้วยไมตรีจากผู้ให้บริการ การอธิบายในสิ่งที่ผู้รับบริการไม่รู้ด้วยความชัดเจน ภาษาที่เปี่ยมไปด้วยไมตรีจิต มีความเอื้ออาทร ติดตามงานและให้ความสนใจต่องานที่รับบริการอย่างเต็มที่ ซึ่ง APSE (2023) ได้กล่าวไว้ว่า ความเห็นอกเห็นใจคือสิ่งสำคัญ ที่จะทำให้นักค้าได้สัมผัสกับความรู้สึกอันแท้จริงของผู้ให้บริการ และจะทำให้นักค้าได้รับประสบการณ์ที่ดี ซึ่งส่งผลโดยตรงกับผลกำไรขององค์กรด้วย ดังนั้นการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร ควรให้ความสำคัญกับการเอาใจเขามาใส่ใจเราเป็นอย่างมาก ซึ่งสามารถทำได้โดย สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร การเพิ่มยอดขาย การปรับปรุงความพึงพอใจของบุคลากรและผู้รับบริการ สร้างความภาคภูมิใจของลูกค้านักค้าและบุคลากรในองค์กร ส่งเสริมนวัตกรรมใหม่ๆ พัฒนาทักษะการสื่อสาร และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้คนมีความเห็นอกเห็นใจกันและกัน สำหรับการศึกษาคั้งนี้ การฝึกที่จะมีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ทำได้โดยการศึกษาหาข้อมูลว่าอีก

ฝ่ายมีลักษณะเหมือนกับนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่เคยมาท่องเที่ยวในชุมชนกลุ่มใด และคนกลุ่มนั้นมีความต้องการพิเศษอย่างไร หลังจากนั้นจึงพยายามตอบสนองความต้องการของอีกฝ่ายจากประสบการณ์ที่เคยผ่านมาแล้ว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ โดยที่ไม่ต้องคอยกำกับถึงความต้องการของตนเองอีกต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Arianna O'Dell (2016) ที่กล่าวไว้ว่า การแสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจนั้นมีความสำคัญในอุตสาหกรรมบริการเป็นอย่างมาก โดยโรงแรมชั้นนำได้นำเอาการฝึกอบรมหรือการกระตุ้นให้พนักงานคุ้นเคยกับการแสดงความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น โดยการใช้เกมและกิจกรรมต่างๆ เพื่อช่วยให้พนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของการเอาใจใส่ลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความภักดีต่อองค์กรในอนาคต

การไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) จากการศึกษาพบว่า ชุมชนมีการแสดงออกถึงความจริงใจ ไม่เสแสร้งแกล้งทำ ไม่คดโกง มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่หลอกลวง ซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายเกิดความไว้วางใจและเชื่อใจ ไม่ว่าจะทำอะไรก็เกิดความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้แก่อีกฝ่าย หรือเป็นการทำงานด้วยความโปร่งใส ไม่หมกม昧 ไม่ปิดบัง ซึ่งทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเชื่อใจและความปราศจากความระแวงระวังต่อกัน ซึ่ง Perry (2022) ได้กล่าวไว้ว่า การมีความซื่อสัตย์หมายความว่า การเป็นบุคคลที่มากด้วยศีลธรรมและจริยธรรม โดยเฉพาะในการทำงาน ความซื่อสัตย์ถือเป็นหลักธรรมที่มีความจำเป็นต่อองค์กร หากบุคคลการมีความซื่อสัตย์สุจริต ก็จะทำให้องค์กรมีความก้าวหน้าและส่งผลให้กิจการรุ่งเรืองเป็นอย่างมาก ซึ่งโดยปกติบุคลากรส่วนมากมักจะต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงาน จนทำให้บุคคลอาจเผลอทำอะไรที่ไม่ถูกต้อง แต่หากบุคลากรเหล่านั้นมีความซื่อสัตย์เป็นพื้นฐานในตนเอง ก็จะทำให้ประพฤติตนอยู่ในความเป็นจริง ไม่คดโกง ทั้งต่อหน้า หรือลับหลัง ซึ่งบุคคลที่มีความซื่อสัตย์จะแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมดังนี้ มีการแสดงความขอบคุณผู้อื่นอยู่เสมอ ให้ความสำคัญกับความซื่อสัตย์และกระทำการสิ่งต่างๆ อย่างเปิดเผย รับผิดชอบต่อการกระทำของตนเองทั้งในเรื่องดีและไม่ดี ให้ความเคารพต่อตนเองและผู้อื่นอยู่เสมอ ให้ความช่วยเหลือผู้อื่นอยู่เป็นนิจ แสดงถึงความน่าเชื่อถือและความน่าไว้วางใจอยู่เสมอ แสดงออกถึงความอดทนและความยืดหยุ่นแม้จะอยู่ในสถานการณ์ที่ยากลำบาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ ที่ชุมชนมีความซื่อสัตย์ต่อนักท่องเที่ยวด้วยการแสดงถึงความน่าเชื่อถือและความน่าไว้วางใจในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไว้วางใจและเชื่อใจ ไม่ว่าจะชุมชนจะทำการสิ่งใด นักท่องเที่ยวก็ไม่เคยเกิดคำถามหรือติดอกติดใจว่าจะทำด้วยความไม่ซื่อสัตย์

การใช้วิถีถิ่น (Local Culture) จากการศึกษาพบว่า ชุมชนมีการปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ด้วยการแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการกระทำ คำพูด หรือการผนวกเข้ากับสถานที่หรือกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชนก็ได้ โดยเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมให้อีกฝ่ายหนึ่งได้ซึมซับและเรียนรู้ รวมถึงการแสดงออกถึงมารยาทไทย รู้จักกาลเทศะและมีความสำรวมกริยา วาจา ใจ ซึ่งถือว่าเป็นหลักธรรมหรือแนวคิดที่อยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน โดยการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ถูกผนวกให้เป็นหนึ่งในประเภทของการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ สัมผัส และชื่นชมกับความเป็นเอกลักษณ์ และความแตกต่างของวัฒนธรรมของพื้นที่ต่างถิ่นในด้านต่างๆ เช่น ประวัติศาสตร์ ภาษา ประเพณี หรืออาหาร เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นประโยชน์เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้ การจ้างงาน และการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ ทั้งนี้โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น กับพื้นที่นั้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า การท่องเที่ยวมีการมุ่งเน้นไปที่การถ่ายทอดวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหาร การนำเที่ยว การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น โดยชุมชนจะมีการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือประกอบอาหารด้วยตนเอง ซึ่งอาหารที่ชุมชนนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวก็เป็นอาหารพื้นถิ่น ไม่ว่าจะเป็นอาหารจากเห็ด หน่อไม้ หรือผักชนิดต่างๆ ซึ่งหากกล่าวโดยสรุปการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยวัฒนธรรม ก็คือ การเข้าสู่พื้นที่ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างทางด้านสังคม วัฒนธรรม และผู้คน เพื่อให้ตนเองได้ไปสัมผัสกับความแปลกใหม่ สร้างความรู้ความเข้าใจ ประสบการณ์ใหม่ๆ และที่สำคัญคือการเห็นคุณค่าของเอกลักษณ์และความแตกต่างทางสังคม วัฒนธรรมและผู้คนในแต่ละพื้นที่นั่นเอง (สุขคร, 2019)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของใช้คุณค่าของการท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนใน MICE CITY ของประเทศไทย

ความสำเร็จของใช้คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน หมายถึง การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างเต็มประสิทธิภาพ จนก่อให้เกิดผลลัพธ์ 4 ประการ อันประกอบไปด้วย 1) มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากพอสมควร 2) การท่องเที่ยวดังกล่าวส่งผลให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในใช้คุณค่ามีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น 3) เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และ 4) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่

จะต้องสร้างการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน (Somsak, Sujitra, Nussara, & Somchai, 2007) จากการศึกษาครั้งนี้พบปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชนจากการ 8 ปัจจัย ดังจะอภิปรายต่อไปนี้

1. มีแพคเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่าย (Entire Package)

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักเดินทางกลุ่มไมซีในปัจจุบันจะตัดสินใจเลือกชุมชนและกิจกรรมท่องเที่ยวก่อนเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไปทำไม จะทำอะไร จะใช้เงินเท่าไร จะใช้เวลากี่วัน เรียกว่าชุมชนต้องนำเสนออย่างเป็น Step ก่อนที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชน ยิ่งโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะต้องมีเงื่อนไขของเวลามาเป็นตัวกำหนดอย่างแม่นยำ ไม่สามารถยืดหยุ่นหรือคลาดเคลื่อนได้เลย เนื่องจากการประชุมสัมมนาจะต้องดำเนินการตามเงื่อนไขเวลาอย่างเคร่งครัด ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงจำเป็นที่จะต้องมีแพคเกจหรือตัวเลือกที่แน่นอนให้พวกเขา อีกทั้งยังสามารถที่จะช่วยในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนได้ด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะได้วางแผนหรือขยายเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแพคเกจที่ได้ถูกนำเสนออย่างครบถ้วน ทั้งเงื่อนไขเวลา กิจกรรมท่องเที่ยว ระยะเวลา และสถานที่ท่องเที่ยว หรือเรียกง่ายๆ ว่า รู้ก่อนเลือกง่าย ตัดสินใจได้ นั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ P. Kotler & Keller (2014) ที่กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวมีด้วยกัน 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ พฤติกรรมการเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวมักจะได้รับอิทธิพลจากตัวกระตุ้นภายนอก เช่น โฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือเห็นจากการบอกต่อของนักท่องเที่ยวรายอื่น เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Redish, et al. (2008) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดการรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น หมายความว่านักท่องเที่ยวจะรับรู้ก่อนว่าตัวเองมีความต้องการหรือมีปัญหาอะไร และมีความต้องการที่จะตอบสนองความต้องการหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ อาจเกิดขึ้นได้ทั้งจากตัวกระตุ้นภายในและภายนอกก็ได้

2. การค้นหาข้อมูล หลังจากนักท่องเที่ยวเกิดความต้องการแล้ว พวกเขาก็จะเริ่มที่จะค้นหาข้อมูลของสินค้าหรือบริการต่างๆ ตามที่พวกเขาต้องการหรือที่สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆของพวกเขาได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Redish et al. (2008) ที่กล่าวว่า การค้นหาข้อมูลนั้น นักท่องเที่ยวจะเริ่มจากการค้นหาข้อมูลที่มีอยู่ทั่วไปก่อน แล้วจึงตามด้วยการค้นหาแบบเฉพาะเจาะจงจากแหล่งอ้างอิงต่างๆ 4 ประเภท ดังนี้

2.1 แหล่งข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพื่อน ครอบครัว เพื่อนบ้าน คนรู้จัก เป็นต้น

2.2 แหล่งข้อมูลทางธุรกิจ ได้แก่ โฆษณา ประชัมพันธ์จากบริษัททัวร์ ตัวแทนการ
ขาย เป็นต้น

2.3 แหล่งข้อมูลที่เปิดเผยทั่วไป ได้แก่ สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์จากองค์กรหรือ
จากชุมชน เป็นต้น

2.4 แหล่งข้อมูลจากประสบการณ์ ได้แก่ ความทรงจำ การรีวิว เป็นต้น

3. การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ เมื่อนักท่องเที่ยวได้ทราบถึงข้อมูลต่างๆ อย่าง
ครบถ้วนแล้ว จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและรับรู้ถึงข้อมูลที่สามารถตอบสนองความ
ต้องการของตนเองอย่างครบถ้วนหรือไม่ ดังนั้นหากชุมชนมีการจัดเตรียมข้อมูลแพคเกจท่องเที่ยวที่มี
ครบวงจรและตอบสนองความต้องการด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ในกระบวนการของ
ขั้นตอนที่ 3 นี้ ก็จะทำให้ นักท่องเที่ยวไม่เกิดการลังเลใจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Redish et
al. (2008) ที่กล่าวไว้ว่า การประเมินทางเลือกของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

3.1 นักท่องเที่ยวพยายามหาทางที่จะสนองความต้องการของตนเอง

3.2 นักท่องเที่ยวจะแสวงหาความเชื่อจากสินค้าหรือบริการที่เสนอทางแก้ปัญหาที่
ตนเองมีอยู่

3.3 นักท่องเที่ยวมองสินค้าแต่ละตัวเสมือนกลุ่มคุณลักษณะของสินค้าและ ซึ่งมี
ความสามารถในการส่งมอบประโยชน์อันหลากหลายให้ผู้ซื้อแสวงหาเพื่อสนองความ
ต้องการของตน ซึ่งคุณลักษณะของสินค้าที่ให้ประโยชน์แก่ผู้ซื้อจะแตกต่างกันไป
ตามชนิดของสินค้าและบริการ

3.4 นักท่องเที่ยวจะสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่มตราสินค้าหรือบริการเพื่อดูว่าสินค้า
หรือบริการแต่ละชนิดนั้นมี คุณลักษณะอย่างไร และความเชื่อมั่นในตราสินค้าและ
บริการนี้จะนำไปสู่การสร้างภาพพจน์ต่อตราสินค้าและบริการต่อไปในอนาคต

4. การตัดสินใจ นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยว
รู้สึกพึงพอใจต่อข้อเสนอและการบริการที่น่าเสนอมามากที่สุด และสามารถตอบสนองความต้องการ
ของนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด ซึ่งหากชุมชนจัดเตรียมข้อมูลที่ชัดเจน รัดกุม และครอบคลุมความ
ต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ก็จะเป็นตัวเลือกที่ตัดสินใจซื้อได้ไม่ยากเลยทีเดียว

5. พฤติกรรมหลังการตัดสินใจ หลังจากนี้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกซื้อบริการของชุมชน
แล้ว ก็จะเกิดขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจที่ตนเองได้รับ ซึ่งหากการได้รับบริการมากกว่าหรือ

เท่ากับความคาดหวัง ก็จะทำให้พนักงานที่เกี่ยวข้องเกิดความพึงพอใจ และอาจกลับมาซื้อซ้ำหรือบอกต่อได้ แต่ถ้าหากการได้รับบริการมีความพึงพอใจน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ก็จะเกิดความผิดหวังและเกิดผลกระทบต่างๆ ตามมา ทั้งการบอกต่อ และการไม่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก นับว่าเป็นปัญหาที่หาทางแก้ไขได้ยากเลยทีเดียว

ดังนั้นนอกจากการจัดเตรียมที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่ายแล้วนั้น การให้ความสำคัญกับการให้บริการอย่างเกินความคาดหมายจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะรักษาลูกค้า ทำให้ลูกค้าบอกต่อ และเกิดความภักดีในอนาคตนั่นเอง

2. มีผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง (Leadership)

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ที่มีการผสมผสานกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากมายจนเป็นเครือข่ายนั้น ต้องมีผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริงจะนำพาความสำเร็จมาสู่การดำเนินงาน M-I-T เพื่อชุมชนได้ โดยผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่คำนึงถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นภายหลัง (ผลลัพธ์/ผลกระทบ) ที่มีต่อตนเองและต่อส่วนรวมอยู่เสมอ และเป็นผู้ที่มีความพร้อมที่จะรับผิดชอบในผลของการกระทำ และสามารถสร้างมาตรฐานให้กับตนเองและส่วนรวมได้ หากผู้นำมีความเป็นผู้นำและเป็นที่ยอมรับของชุมชน ก็จะทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน การดำเนินงานร่วมกันระหว่างผู้นำและพนักงานก็จะไปด้วยความราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้นำนั้นต้องเป็นบุคคลที่ทำเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง ต้องมีความเสียสละ ทุ่มเท และโปร่งใส ตรวจสอบได้ แต่ไม่ควรจำกัดเพียงแคเป็นคนในท้องถิ่น เพราะคนที่มาจากภายนอกก็สามารถมีจิตใจรักชุมชนนั้นๆ และทุ่มเทอย่างจริงจังเพื่อคนในชุมชนและพื้นที่นั้นๆ ได้ หรือเรียกอีกอย่างว่าควรที่จะมองเป็นตัวบุคคลที่มีความเป็นผู้นำ มีจิตใจรักที่จะทำงานเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ Knoke and Kuklinski (1982) ที่กล่าวว่า การดำเนินงานในเครือข่ายนั้นจำเป็นต้องเป็นการขับเคลื่อนด้วยความเชื่อมต่อสัมพันธ์ของกลุ่มคน เป้าหมาย และกิจกรรมต่างๆ โดยสมาชิกของเครือข่ายนั้นถือเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ การดำเนินงานใดๆ นั้นหากมีมนุษย์เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนแล้วย่อมต้องการผู้นำที่จะนำพาสมาชิกในกลุ่มขับเคลื่อนไปได้อย่างตรงเป้าหมายอย่างราบรื่น แต่ถ้าหากการดำเนินงานขาดผู้นำ ก็เปรียบเสมือนเรือที่ขาดหางเสือ สมาชิกในกลุ่มก็จะมีความคิดเห็นที่ยุ่งเหยิงวุ่นวายไม่มีหลักยึด เกิดความขัดแย้ง เพราะมนุษย์นั้นมีความหลากหลายทางแง่มุมของความคิด และมีวิธีแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่แตกต่างกัน หน้าที่ของผู้นำก็คือการชี้แนะและนำทางให้ทุกสิ่งมุ่งหน้าไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นผู้นำ

จึงต้องมีภาวะผู้นำหรือผู้ที่จะสามารถนำพาให้ผู้อื่นดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ (Mills, 2005)

คำว่าผู้นำ (Leader) มีความหมายตามพจนานุกรม คือ ตำแหน่งในฐานะผู้นำของกลุ่มองค์กร หรือสถาบัน เป็นผู้มีอำนาจหรือมีความสามารถในการเป็นผู้นำคนอื่น โดยในการศึกษาวิจัยของ พจนา สวนศรี, 2558 ได้กล่าวถึง สาเหตุที่ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยล่มสลายอันดับที่ 1 ก็คือ การขาดผู้นำที่เสียสละ นั่นหมายความว่า หากต้องการให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถคงอยู่ได้นั้นไม่สามารถขาดผู้นำที่เสียสละได้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลสำรวจความคิดเห็นของคนไทยต่อคุณลักษณะของผู้นำแบบที่คนไทยชื่นชอบที่ถูกลำดับถึงในงานของ สุเมธ แสงนิมมวล (2552) ซึ่งได้ระบุว่า คุณลักษณะของผู้นำที่คนไทยชื่นชอบประกอบไปด้วย 1. มีความซื่อสัตย์สุจริต 2. มีความยุติธรรม 3. มีความรับผิดชอบ 4. มีวิสัยทัศน์ 5. มีความคิดสร้างสรรค์ 6. มีการทำงานเป็นทีม 7. มีความเป็นผู้นำ 8. มีความเสียสละ 9. มีการวางแผน และ 10. มีวุฒิภาวะ จากคุณลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า คนไทยได้ให้ความสำคัญกับการทำงานของผู้นำในฐานะผู้นำพาให้ผู้อื่นดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในการทำงานให้มีประสิทธิภาพก็ควรยึดแนวคิดของการมีจิตบริการแบบไทย เพื่อแสดงอัตลักษณ์ให้กับองค์กรของตนเอง เพื่อสร้างความแตกต่างและจุดเด่นอย่างน่าสนใจ

ส่วนคำว่าความเป็นผู้นำ (Leadership) มีความหมายตามพจนานุกรมว่า ตำแหน่งในฐานะผู้นำของกลุ่ม องค์กร หรือสถาบัน เป็นผู้มีอำนาจหรือมีความสามารถในการเป็นผู้นำคนอื่น ส่วนด้านของ Vance Packard (1962) ได้กล่าวว่า ความเป็นผู้นำมีลักษณะเป็นศิลปะในการทำให้ผู้อื่นอยากทำในสิ่งที่ผู้นำต้องการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Harry Truman อ้างถึงใน Geselbracht (2019) ที่กล่าวว่า ความเป็นผู้นำ คือ ความสามารถในการทำให้ผู้อื่นทำในสิ่งที่ไม่อยากทำและไม่ชอบได้ และ Ken Blanchard (2018) ได้กล่าวอีกว่า ในสถานการณ์ต่างๆ ที่มีใครบางคนพยายามโน้มน้าวพฤติกรรมของผู้อื่น บัดนั้นจะปรากฏความเป็นผู้นำขึ้น ดังนั้นจึงมีการเกิดความเป็นผู้นำขึ้นได้ในทุกสถานการณ์ คำว่า ความเป็นผู้นำ หรือ LEADERSHIP ในภาษาอังกฤษ มีองค์ประกอบที่ตรงตามตัวอักษรแต่ละตัว ดังนี้ “L” (Listen) ผู้นำจะฟังการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้นำที่ดีจะเป็นผู้ฟังที่ดีด้วย ดังนั้นผู้นำที่ดีจะมีลักษณะพูดน้อยลงและฟังให้มากขึ้น “E” (Enthusiasm) ผู้นำที่ดีจะรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งทีประสบความสำเร็จ “A” Aspiring ผู้นำจะเป็นผู้ที่มีความทะเยอทะยานสูงและมีเป้าหมายที่จะประสบความสำเร็จด้วยความตั้งใจ “D” Decisive ผู้นำต้องกล้าตัดสินใจและมีความน่าเชื่อถือ “E” Empower and Encourage เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบมากและให้ความช่วยเหลือ

ลูกน้องเสมอ “R” Responsible มีความสามารถในการรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง “S” Supportive สามารถสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้เป็นอย่างดี ผู้นำที่เป็นมีน้ำใจ เอาใจใส่และเป็นมิตรกับลูกน้องมักจะได้รับมิตรภาพและจงรักภักดีกลับคืนมา “H” Humble ผู้นำควรเป็นผู้ที่มีความอ่อนน้อมถ่อมตนและให้เกียรติผู้อื่น ทำให้ผู้อื่นรู้สึกว่าเป็นคนสำคัญและเป็นผู้ที่มีคุณค่า “I” Inspire เป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้อื่นด้วยความซื่อสัตย์และจริงใจ และ “P” Plan ผู้นำที่ดีจะมีความสามารถในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ จะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการวางแผนล่วงหน้าและสร้างแผนฉุกเฉิน (Plan-B) ในกรณีที่แผน A ไม่เป็นไปตามที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้ (Surji, 2015) ดังนั้นการดำเนินงานรูปแบบใดก็ตามหากขาดผู้นำจะทำให้ผู้ร่วมงานเกิดความไขว้เขว และไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียว ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะมีความคิดและวิธีการดำเนินงาน รวมไปถึงการแก้ปัญหาที่แตกต่างกัน หากไม่มีผู้นำคอยชี้แนะและนำทางจะทำให้การดำเนินงานเกิดความโกลาหลได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำเครือข่ายด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ที่นำเอาแนวคิดจิตบริการแบบไทยเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน จะเป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้เกิดการรับรู้และสัมผัสด้วยประสบการณ์ผ่านค่านิยมในตัวผู้รับบริการและคนในองค์กร แสดงให้เห็นถึงความสามารถและความเข้มแข็งของผู้นำเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยแนวคิดจิตบริการแบบไทยอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (จารุวรรณ แดงบุบผา, 2017)

3. มีการให้บริการเกินความคาดหวัง (Beyond Expectation)

การให้บริการเกินความคาดหวัง หมายถึง การให้บริการโดยที่จะไม่ทำตามเพียงภาระหน้าที่ของตนเท่านั้น แต่ยังคงมีความเอาใจใส่กับคำพูด ภาษากาย หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา และจะต้องนำมาคิด วิเคราะห์ และส่งมอบการบริการที่ลูกค้าต้องการอย่างถูกต้องและเหมาะสม แม้ว่าลูกค้าจะไม่ได้ร้องขอมาโดยตรง อีกทั้งยังหมายรวมถึงการให้บริการ M-I-T เพื่อชุมชนอย่างเต็มความสามารถ อีกทั้งยังมีการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการคืออะไร และให้บริการโดยไม่ต้องรอการร้องขอ การให้บริการเกินความคาดหวังจะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถแสดงให้เห็นให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความเอาใจใส่ในสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ แม้จะไม่ได้เกิดการร้องขอจากนักท่องเที่ยวก็ตาม แต่เจ้าบ้านก็มีความเต็มใจที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเต็มความสามารถ หากการให้บริการมีความเกินความคาดหวัง (beyond expectation) จะเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจได้เป็นอย่างมาก เพราะหากทำได้ดีแค่ตามที่นักท่องเที่ยวได้คาดหวังเอาไว้ สิ่งนั้นจะ

เรียกว่าความเสมอตัวเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kotler, et al (2002) ที่กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจนั้นจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับบริการแล้ว และเกิดการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังไว้แต่ต้น หากการบริการได้รับต่ำกว่าความคาดหวัง นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าหากได้รับการบริการที่อยู่ในระดับเดียวกับความคาดหวัง นักท่องเที่ยวก็จะรู้สึกพึงพอใจ แต่ถ้าหากบริการที่ได้รับ สูงกว่าที่คาดหวังเอาไว้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก็จะทวีคูณ จนเกิดความประทับใจในที่สุด ซึ่ง ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548) ได้กล่าวถึงระดับของความคาดหวังไว้ว่า ระดับของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 5 ระดับ ได้แก่

1. ระดับบริการในอุดมคติ เป็นการให้บริการที่นักท่องเที่ยวมีความปรารถนาอยากจะได้พบเจอมากที่สุด แต่ในทางปฏิบัตินั้น เป็นระดับการให้บริการที่ปฏิบัติยากที่สุด ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการให้บริการเกินความคาดหวัง ตรงกับระดับบริการในอุดมคตินี้ ซึ่งหากชุมชนสามารถนำมาปฏิบัติได้ จะตรงตามความปรารถนาของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

2. ระดับบริการที่ปรารถนา จะเป็นระดับที่อยู่ต่ำกว่าระดับบริการในอุดมคติ หรือเรียกว่าระดับที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังว่าจะได้รับการให้บริการนั่นเอง ซึ่งตรงกับการศึกษาที่พบว่าหากนักท่องเที่ยวได้รับการบริการในระดับที่คาดหวังไว้ ก็จะได้รับเพียงแค่ความพึงพอใจเท่านั้น หรือเรียกว่าเสมอตัวนั่นเอง

3. ระดับบริการที่พอรับได้ เป็นระดับต่ำสุดที่นักท่องเที่ยวจะยอมรับได้จากการให้บริการ หากต่ำกว่าระดับนี้ นักท่องเที่ยวจะรู้สึกผิดหวังและไม่พึงพอใจ

4. ระดับบริการที่คาดหวังไว้ล่วงหน้า เป็นระดับความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวตั้งเอาไว้ล่วงหน้าก่อนเข้ารับบริการ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ระดับ 1 - 3

5. ระดับระยะห่างที่ยอมรับได้ เป็นระดับที่ห่างจากระดับที่ยอมรับได้ขึ้นไปจนถึงระดับบริการในอุดมคติ เป็นระดับที่นักท่องเที่ยวจะรู้สึกผิดหวัง และไม่พึงพอใจ หากได้รับการบริการในระดับนี้ ดังนั้นหากต้องการให้ชุมชนเกิดความสำเร็จด้าน M-I-T เพื่อชุมชน จึงต้องให้การบริการที่เกิดความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจนเป็นนิสัย จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ บอกต่อ และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกตลอดไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กฤตากร ธน นคร (2558) **เรื่องสร้างการบริการเกินความคาดหวัง** ที่ได้แสดงให้เห็นถึง 5 วิธีในการสร้างการบริการเกินความคาดหวัง ที่ประกอบไปด้วย

1. การบริการที่รวดเร็ว ความรวดเร็วของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจได้ เริ่มตั้งแต่การตอบรับในการติดต่อครั้งแรกของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อทางโทรศัพท์หรือช่องทางอื่นๆ รวมถึงความรวดเร็วในการตอบสนองด้านข้อมูล และการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า หากธุรกิจของคุณสามารถให้บริการที่รวดเร็วกว่าคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน ก็จะเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. มอบสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ที่ลูกค้าไม่คิดว่าจะได้รับ โดยสิ่งที่จะทำให้เกิดความพิเศษให้กับลูกค้า เช่น การแสดงความห่วงใยเมื่อลูกค้ากำลังประสบปัญหาด้วยความจริงใจ การติดตามการแก้ไขปัญหาจนสำเร็จ สิทธิประโยชน์ในวันสำคัญของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นวันเกิด วันประสบความสำเร็จ วันครบรอบต่างๆ หรือ คำอวยพรที่แสดงถึงการจำวันสำคัญต่างๆ นั้นได้ เป็นต้น

3. รับฟัง และให้ความสำคัญกับคำแนะนำของลูกค้า การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าทุกๆ ท่าน และตั้งใจในการนำไปใช้ในการปรับปรุงการทำงาน และการบริการ ก็จะทำให้เกิดการบริการที่ตรงความต้องการของลูกค้า และ อาจจะเป็นการบริการที่เกินความคาดหวังของลูกค้าอีกหลายๆท่าน เพราะทำให้พวกเขาารู้สึกว่าเป็นคนสำคัญที่เมื่อมีการร้องขอหรือส่งเสียงไป แล้วได้รับการตอบสนองกลับมา

4. เว้นระยะกับลูกค้าหรือการให้เกียรติลูกค้าอยู่เสมอ สำหรับการที่เราส่งข้อมูล เช่น อีเมล ไปยังลูกค้า หรือ โทรไปหาลูกค้าบ่อยครั้งก็อาจจะเป็นการรบกวนลูกค้าได้ ดังนั้นการวางแผนในการติดต่อแต่ละครั้งต้องมีความเหมาะสม ไม่บ่อยหรือถี่จนเกินไป ก็จะทำให้ลูกค้ารู้สึกดีและไม่รำคาญใจเมื่อได้รับการติดต่อจากบริษัท

5. มีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ในการทำงานขององค์กรต่างๆหรือแม้แต่ในชุมชนเองก็จะมีระเบียบปฏิบัติต่างๆ ที่ต้องมีการรักษาอย่างเคร่งครัด แต่สำหรับการบริการลูกค้านั้น จะใช้การตัดสินแบบถูก หรือผิดเพียงอย่างเดียวไม่ได้ ในความเป็นจริงนั้นลูกค้ามักจะไม่สนใจเรื่องกฎระเบียบที่บริษัทตั้งไว้ แต่ลูกค้าต้องการเพียงการให้ความใส่ใจและได้รับความสะดวกมากที่สุด หน่วยงานบริการลูกค้าจึงต้องมีความยืดหยุ่นในการแก้ไขปัญหาของลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้เกิดแก่ลูกค้านั่นเอง

ซึ่งหากชุมชนสามารถปฏิบัติได้ก็จะเป็นช่องทางสู่ความสำเร็จด้านการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน อีกประการหนึ่ง

4. ความเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (Network)

เครือข่ายยังหมายถึง การช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อประโยชน์ต่อกัน และมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ซึ่งการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ควรมีการดำเนินงานในลักษณะเครือข่าย เพราะนอกจากจะเป็นการสร้างหลากหลายทางทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อเป็นทางเลือกและดึงดูดนักท่องเที่ยวแล้ว ก็ยังเป็นการดำเนินงานในลักษณะของการช่วยเหลือเกื้อกูลและเอื้อประโยชน์ต่อกัน เช่น การแนะนำลูกค้าให้กันและกัน การอุดหนุนสินค้าของกันและกัน การหยิบยืมเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ การให้ความรู้หรือคำแนะนำต่างๆ ในการดำเนินงานหรือเรื่องอื่นๆ การให้ความร่วมมือกันอย่างดีในเรื่องต่างๆ หรือแม้แต่การหมุนเวียนเศรษฐกิจและทุนชุมชนร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การจำหน่าย การบริโภค และการบริการ โดยมีทุนทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เช่น ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนกายภาพ ทุนธรรมชาติ เป็นต้น ถือเป็น การลดการรั่วไหลของเม็ดเงินที่เป็น ต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการของชุมชน จากการที่ไม่ได้เป็นเจ้าของธุรกิจด้วยตนเอง จากการจ้างบุคลากรจากนอกพื้นที่ทั้งในการบริหารจัดการและการให้บริการ และจากการนำเข้าวัตถุดิบหรือสินค้า จากนอกพื้นที่มาประกอบการผลิตสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดีทีเดียว ซึ่งจะทำให้รายได้ที่เกิดขึ้นเข้าสู่ชุมชนอย่างแท้จริงไม่รั่วไหลให้กับนายทุนหรือคนที่อยู่ภายนอกชุมชน อีกทั้งในแต่ละห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญ เชื่อมโยงกัน หากขาดห่วงใดห่วงหนึ่ง ในแต่ละห่วงโซ่แล้ว การดำเนินงานด้านนั้นก็อาจจะไม่สมบูรณ์ได้ ดังนั้นการดำเนินการในลักษณะเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงโซ่คุณค่า จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำให้ธุรกิจด้าน M-I-T ประสบผลสำเร็จ ซึ่งการดำเนินงานร่วมกันด้วยเพียงหน้าที่และความไม่เต็มใจจะทำให้องค์กรต่างๆ ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงต้องคำนึงถึงการเข้ามาเป็นสมาชิก โดย Wood & Gray (1991) กล่าวว่า กระบวนการของการสร้างความร่วมมือร่วมใจประกอบด้วย 3 ขั้นตอนที่สำคัญได้แก่ ขั้นที่ 1) คือ การรวมตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่ได้รับผลกระทบหรือได้รับผลประโยชน์จากเรื่องเดียว ภายหลังจากที่ได้สมาชิกของกลุ่ม ภายใต้วงกลมจะมีการปรึกษาหารือระหว่างสมาชิกกลุ่มเพื่อร่วมเป้าหมายการดำเนินงานของกลุ่ม ภายใต้วงกลมความคิดที่ว่าทุกคนล้วนเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมกัน และการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกัน ขั้นที่ 2) คือ วางแผนการทำงาน คือ การให้สมาชิกกลุ่มร่วมกันวางแผนการดำเนินงาน เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายของกลุ่ม ขั้นที่ 3) คือ ที่สมาชิกของกลุ่มร่วมกันปฏิบัติตามแผนงานที่ร่วมจัดทำขึ้น Ring and Van de

Ven (1994) ได้กล่าวว่าทุกขั้นตอนต้องใช้ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และการรับรู้ร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นพื้นฐานของการเกิดความร่วมมือร่วมใจของกลุ่ม ขั้นตอนการสร้างความร่วมมือร่วมใจที่ได้นำเสนอข้างต้นนั้น Waddock (1989) ได้กล่าวถึง 3 ขั้นตอนสำคัญที่จะสร้างให้เกิดความร่วมมือร่วมใจระหว่างผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย 1) การรวมกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้พบปะพูดคุยร่วมกัน เกิดการตกลงทางความคิด ได้มาซึ่งปัญหา หรือเป้าหมายของการดำเนินงานที่เกิดจากความคิดเห็นของกลุ่มไม่ใช่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง 2) การหาพันธมิตรที่จะคอยสนับสนุนการทำงานของกลุ่มและ 3) การวางแผนการพัฒนาเพื่อให้กลุ่มบรรลุถึงเป้าหมายของกลุ่ม ส่วนด้านของปาริชาติ วลัยเสถียร (2543) ได้สรุปกระบวนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ 1. ขั้นตระหนักถึงความจำเป็น เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับชุมชน เกี่ยวกับความหมายและความจำเป็นในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว 2. ขั้นติดต่อองค์กร เป็นการติดต่อสมาชิกในชุมชน และกำหนดสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คัดเลือกผู้ที่มีความพร้อมและมีความต้องการที่จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3. ขั้นสร้างพันธมิตรร่วมกัน เป็นการตกลงที่จะเข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชน ร่วมกับองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน จะร่วมกันดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองการแก้ปัญหาของชุมชนร่วมกัน 4) ขั้นพัฒนาความสัมพันธ์ ขั้นตอนนี้จะมีการตกลงกันในเรื่องการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งเริ่มต้นด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่ม กำหนดกิจกรรมที่จะทำ จัดวางข้อตกลงในการทำงาน กำหนดบทบาทของสมาชิก รวมทั้งสิทธิและหน้าที่ของหัวหน้ากลุ่ม เป็นต้น และมีกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของสมาชิกและการเกิดประโยชน์ร่วมกัน 5) ขั้นตอนการขยายกิจกรรม เป็นการร่วมดำเนินกิจกรรมเครือข่ายตามเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้ เพื่อให้เครือข่ายได้รับประโยชน์สูงสุดร่วมกัน จนทำให้เกิดความรู้สึกได้รับประโยชน์จากการเกิดขึ้นของเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวขึ้น และจะทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มของแต่ละพื้นที่ หรือเป็นการเพิ่มจำนวนสมาชิกเครือข่ายมากยิ่งขึ้น และ 6) ขั้นติดตามและประเมินผล เป็นการประเมินความพึงพอใจของสมาชิกเครือข่าย และนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และนำผลการประเมินมาหารือร่วมกันเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยว

5. มีการรักษามาตรฐานด้านการให้บริการ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ (Maintain Standard)

จากการศึกษาพบว่า การรักษามาตรฐานด้านการให้บริการของชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ถึงความเป็นมืออาชีพ ด้วยการพัฒนาชุมชนอยู่เสมอ หรือการที่ชุมชนดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพจนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป จนได้รับมาตรฐานในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้าหรือบริการ และชุมชนได้มีการรักษามาตรฐานในสินค้าและบริการนั้นๆ ไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าหรือบริการของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Aaker (1997) ที่กล่าวไว้ว่า การรับรู้คุณภาพโดยรวมของบริการของนักท่องเที่ยว จะทำให้กลยุทธ์ขององค์กรประสบผลสำเร็จได้ และส่งผลถึงความสำเร็จด้านเศรษฐกิจ และด้านอื่นๆ ขององค์กรด้วย คุณภาพของบริการที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีแก่องค์กรหรือชุมชนนั้นๆ ซึ่งบริการที่มีคุณภาพหรือมีมาตรฐาน ในมุมมองของนักวิชาการจะหมายถึง การบริการที่ตรงตามความคาดหวัง หรือสูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยว จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และเกิดความภักดีในที่สุด ((Wirtz & Lovelock, 2018) แต่การเป็นชุมชนที่ได้รับมาตรฐานหรือมีคุณภาพแต่ไม่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรักษาคุณภาพไว้ตรงตามมาตรฐาน และแสดงให้เห็นถึงความความเป็นมืออาชีพ ก็สร้างความผิดหวังและทำลายความมั่นใจของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเห็นถึงความไม่ใส่ใจของชุมชนในการรักษามาตรฐานอย่างเคร่งครัด เพราะการรักษามาตรฐานต้องใช้ความเคร่งครัด เข้มแข็ง และความร่วมมือกันของทุกภาคส่วนอย่างเคร่งครัดนั่นเอง ชุมชนจะต้องมีการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อจะได้รู้เท่าทันและจัดการให้บริการอย่างตรงตามความต้องการและเทรนด์ของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน อีกทั้งยังต้องพัฒนาตนเองให้ทันกับตลาดการแข่งขันอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Barry (1986) ที่กล่าวไว้ว่า บริการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องประกอบไปด้วยความเชื่อถือได้ (Reliability) หรือความสม่ำเสมอของการให้บริการที่มีคุณภาพ และความรู้สึกว่าเป็นผู้ให้บริการที่พึงพาได้อยู่เสมอ รวมไปถึงการศึกษาของ Goetsch & Davis, 1994 กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการจะเป็นการควบคุมสิ่งต่างๆ เพื่อให้เกิดคุณภาพของการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งผลไปยังภาพลักษณ์ขององค์กร โดยผู้รับบริการจะเป็นผู้ประเมินว่าการให้บริการนั้นมีคุณภาพหรือไม่ ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการได้ประเมินคุณภาพการให้บริการในทันทีทันใด ก็จะทำให้ทราบถึงข้อบกพร่องที่ต้องพัฒนาเพื่อรักษาคุณภาพไว้อยู่เสมอนั่นเอง

6. มิตรพยากรท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนที่มีแก่นราก (Core Root)

จากการศึกษาพบว่า ชุมชนจะต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แปลกใหม่ และไม่สามารถหาที่ไหนได้อีก ซึ่งเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างความตื่นเต้นและสนุกสนานให้นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่า คุ้มค่าที่ได้มาท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ไม่สามารถหาได้อย่างชุมชนอื่นๆ โดยกิจกรรมท่องเที่ยวเหล่านั้นก็ต้องตั้งอยู่บนแก่นรากของมิตรพยากรท่องเที่ยวในชุมชนเป็นสำคัญ มิต้องสร้างขึ้นใหม่ หรือเลียนแบบจากชุมชนอื่นๆ ที่มีความน่าสนใจและมีนักท่องเที่ยวชื่นชอบจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ธฤชวรรณ มาตกุล (2556) ที่กล่าวไว้ว่า หลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมท้องถิ่น เพื่อเป็นการสืบทอดและรักษามรดกทางวัฒนธรรมไว้ไม่ให้สูญหายไป โดยมีหลักเกณฑ์ข้อหนึ่งที่ว่าสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจะต้องเป็นประเพณีหรือวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นของแต่ละท้องถิ่น และสมควรอนุรักษ์รักษาและสืบทอดต่อไป และสอดคล้องกับ จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) ที่กล่าวว่า หลักเกณฑ์ของการท่องเที่ยวเยี่ยมชมวัฒนธรรมคือ 1. การท่องเที่ยวที่มีการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ รวมถึงคุณค่าของประวัติศาสตร์ ประวัติศาสตร์ความเป็นมาทรัพยากรของวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลต่างเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ทั้งนี้เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีรู้สึกรักวัฒนธรรมท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยว นั้น 2. การท่องเที่ยวที่มีการสร้างหรือส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาหรือจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของตนเอง ทั้งยังได้รับผลตอบแทนจากการท่องเที่ยวในลักษณะต่าง ๆ เช่น การมีมัคคุเทศน์ท้องถิ่นคอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การให้บริการที่พักที่เป็นแบบโฮมสเตย์ การบริการร้านอาหารที่เป็นอาหารพื้นเมือง เป็นต้น 3. การท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรม พร้อมทั้งกระตุ้นจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยาวนานและยั่งยืน และ 4. เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่น ให้เกียรติทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น หากชุมชนมีมิตรพยากรท่องเที่ยว M-I-T เพื่อชุมชนที่มีแก่นราก ก็จะแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่น่าค้นหาสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Xie Philip Feifan (2003) ที่กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับ ความนิยมมากและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากชุมชนอื่นและชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันมาพบปะซึ่งกันและกัน และ Gómez-Martín (2012) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเยี่ยมชมวัฒนธรรมก็คือการให้ความสนใจในวัฒนธรรมของคนกลุ่มหนึ่ง เกิดจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม การดำรงชีวิต

ของกลุ่มคนกลุ่มนั้นๆ รวมถึงชนชาติที่แตกต่างจากชนชาติของตนเอง เพราะส่วนใหญ่มนุษย์เรามากมี สัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็นในตัวเองอยู่เสมอ

ดังนั้นการสืบทอดและรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมที่เป็นแก่นรากของท้องถิ่น จะทำให้ชุมชนมีอัตลักษณ์และน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ เป็นปัจจัยที่สร้างความสำเร็จให้แก่การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนได้เป็นอย่างดีทีเดียว

7. มีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)

จากการศึกษาพบว่า ในพื้นที่เป้าหมายทั้ง 2 แห่ง ยังไม่มีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ต่างก็มีความต้องการที่จะให้มีการดำเนินการขึ้นในอนาคต เนื่องจากต้องการให้มีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน เพราะชุมชนทั้ง 2 แห่ง ต่างก็ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และโดยเฉพาะเครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางที่มองว่าการนำการท่องเที่ยวเข้ามาดำเนินการในชุมชนจะเป็นอีกหนึ่งหนทางหนึ่งที่จะช่วยปกป้องทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนของพวกเขา เพื่อไม่ให้เกิดการสร้างเขื่อนไว้ได้นั่นเอง และชุมชนทั้ง 2 แห่งนี้ยังต้องการให้มีการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่มีประสิทธิภาพ คือต้องมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทรัพยากรและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวด้วย โดยขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว หมายถึง การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับความสามารถในการรองรับของชุมชนและทรัพยากรท่องเที่ยว หรือจำนวนนักท่องเที่ยวต้องไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่หรือสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ชุมชนในด้านภาพลักษณ์ของการจัดการที่ดี เนื่องจากในการจัดเตรียมสินค้าและบริการของ M-I-T เพื่อชุมชน จำต้องมีการประเมินขีดจำกัดของวัตถุดิบ ความเพียงพอของบุคลากร สินค้า ขนาดห้องประชุม จำนวนที่พัก พาหนะในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก และอื่นๆ ให้มีความพอเพียงอย่างเหมาะสม เพื่อการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ HamM-I-Tt and Cole (1998) ที่กล่าวไว้ว่า การใช้ประโยชน์บนพื้นที่จากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ก่อให้เกิดความเสียหายหรือผลกระทบด้านลบต่อพื้นที่หรือสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรต่างๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ความเสียหายของพื้นที่จากการท่องเที่ยว จริงๆ แล้วเป็นผลกระทบทางนิเวศวิทยา ซึ่งมีความซับซ้อนและต่อเนื่องกันเป็นห่วงโซ่ ทั้งดิน พืชพรรณ สัตว์ป่า แหล่งน้ำ รวมถึงมนุษย์ด้วย หนึ่งในกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างผลกระทบให้แก่พื้นที่อย่างมากและกินเวลานานก็คือ การกางเต็นท์ ดังนั้น Whittaker (1970) จึงเสนอถึงการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ว่า เป็นแนวคิด

เชิงนิเวศวิทยาที่มีความแพร่หลายในทางการประยุกต์ใช้ เพื่อวัตถุประสงค์ในการวางแผนการใช้พื้นที่ตามแนวคิดที่ให้ไว้ก็คือจำนวนสูงสุดของสิ่งมีชีวิต ต่อระบบพื้นที่หรือระบบสิ่งแวดล้อมที่สามารถรองรับได้ ซึ่งสอดคล้องกับ McIntyre and Hetherington (1991) ที่ระบุว่า การจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นการนำเสนอถึงระดับการใช้ประโยชน์ สูงสุดของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนและระดับของการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและ สาธารณูปโภค สาธารณูปการต่างๆ ที่พื้นที่สามารถรองรับได้ ซึ่งถ้าหากมีการใช้ประโยชน์หรือมีการพัฒนาไปมากกว่าที่กำหนดแล้ว มีโอกาสอย่างมากในการทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่เสื่อมโทรม ทั้งยังลดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม โดย Wolter (1991) ได้จำแนกขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. ขีดความสามารถด้านกายภาพ เป็นขนาดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่เอื้ออำนวยแก่นักท่องเที่ยว จะเห็นว่าเป็นการให้ความสำคัญเฉพาะพื้นที่ด้านเดียว โดยไม่ได้ให้ความสำคัญด้านหน่วยการใช้อื่นๆ ที่จะมีผลต่อการใช้ประโยชน์พื้นที่ โดยไม่ทำให้สถานที่เหล่านั้นเสื่อมโทรม สึกกร่อนจากความแออัดของนักท่องเที่ยว (ทักษิณา, 2533)

2. ขีดความสามารถด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นการประเมิน ความจุของสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยวว่าสามารถรองรับการใช้ประโยชน์ ได้มากน้อยเพียงใดในช่วงเวลาที่กำหนด โดยสิ่งอำนวยความสะดวกหลักมีการประเมิน เช่น บ้านพัก พื้นที่กางเต็นท์ พื้นที่นั่งรับประทานอาหาร ลานจอดรถ ท่าจอดเรือ ห้องน้ำ-ห้องสุขา เส้นทางศึกษาธรรมชาติ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหาร เวทีกลางแจ้ง รวมไปถึงระบบการจัดการขยะ น้ำใช้ เป็นต้น โดยมีหน่วยวัดเป็นจำนวน ผู้ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่อช่วงเวลา (คำพา, 2556)

3. ขีดความสามารถด้านนิเวศวิทยา หมายถึง ระดับนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำให้ระบบสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศต่อยค่าหรือเสื่อมโทรมลงเกินระดับที่ยอมรับได้ อันส่งผลให้เกิดภาวะวิกฤติต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นพันธุ์พืช สัตว์ป่า คุณภาพน้ำ คุณภาพดินและการพังทลายของดิน เป็นต้น (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545)

4. ขีดความสามารถด้านสังคมจิตวิทยาว่า เป็นองค์ประกอบส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และความรู้สึกของนักท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนสูงสุดของนักท่องเที่ยวที่พื้นที่สามารถรับได้ โดยที่ยังคงรักษา ประสบการณ์นันทนาการที่มีคุณภาพและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการไปเยือน แหล่งนันทนาการเอาไว้ได้ รวมไปถึงจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ไม่ทำให้ผลกระทบทางลบต่อ

สังคมและวัฒนธรรมของประชาชนท้องถิ่นจนยอมรับไม่ได้ด้วย (นภวรรณ, 2542; จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545)

ดังนั้นหากชุมชนต้องการให้มีทรัพยากรด้านต่างๆ ทั้ง 4 ด้าน ยอยู่ครบถ้วนและไม่ได้รับผลกระทบจนทำให้เกิดการล่มสลาย จึงจำเป็นต้องมีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด จึงจะทำการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ประสบความสำเร็จได้

8. มีการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย (Preserve)

จากการศึกษาพบว่า การรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่มีด้วยกัน 2 มิติ ดังนี้

1. มิติด้านการขาย หรือการคงอยู่ของวัฒนธรรมที่เป็นเหมือนเดิมในอดีตให้ได้มากที่สุด หรืออาจไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปเลย มิตินี้จะถูกมองแยกเช่นเดียวกับการรักษามรดกโลก ที่สามารถขายความมีเสน่ห์และวัฒนธรรมดั้งเดิมต่างๆ ไปได้ การรักษามิตินี้คือการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิมให้คงอยู่ให้ได้มากที่สุด ให้มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเองไปตามกาลเวลาหรือตามยุคสมัยให้น้อยที่สุด เพื่อลดการสูญเสียอัตลักษณ์ของตนเอง การคงอยู่ของวัฒนธรรมถือเป็นจุดขายที่มีอัตลักษณ์อยู่แล้ว เพราะแต่ละชุมชนจักต้องมีแก่นรากของตนเอง ที่ได้ชื่อว่าหากพูดถึงสิ่งนี้แล้วก็จะนึกถึงชุมชนนี้เท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีการอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้น เพื่อให้วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนยังคงอยู่สืบไป ทำให้ชุมชนมีความมีอัตลักษณ์ น่าสนใจ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในชุมชนมากยิ่งขึ้น และยังทำให้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเหล่านั้นไม่เลือนหายไป ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับการศึกษาของการอนุรักษ์โบราณสถานในยุคแรก (ก่อนคริสต์ศตวรรษที่ 15) ที่เป็นการรักษาความดั้งเดิมของแหล่งวัฒนธรรมและอารยธรรมที่มีชื่อเสียงให้คงอยู่เฉกเช่นเดิมทุกประการ ด้วยเหตุผลที่ว่าเป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุที่มีคุณค่าทางศิลปะสูง และสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องความทรงจำ เช่น มาสตาบาและปิรามิดเป็นสิ่งที่ทำให้ระลึกถึงฟาโรห์ เป็นต้น (สมชาติ จึงสิริอารักษ์, 2539) ซึ่งพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) ทรงให้ความสำคัญกับทุกชิ้นส่วนของโบราณสถานและโบราณวัตถุ ทรงชี้ให้เห็นสาระสำคัญว่าแม้เป็นเพียงแต่อิฐก้อนเดียว แต่ถ้าเป็นอิฐเก่าก็มีคุณค่าแสดงนัยของอดีตในตัวเอง ในฐานะเป็นของเก่าแท้ดั้งเดิม เพราะฉะนั้นควรจะช่วยกันรักษาไว้ เพราะถ้าหากขาดชิ้นส่วนหรือองค์ประกอบใดไปสักชิ้นส่วนหนึ่ง ก็คือการขาดประวัติศาสตร์ของชาติ และในท้องถิ่นเองหากขาดหลักฐานยืนยันความเป็นมาที่เป็นวัตถุสิ่งของ และเรื่องราวของสิ่งของนั้น ชุมชนท้องถิ่นนั้นก็ จะไม่มีความหมายอะไรเลย เพราะว่าขาดประสบการณ์ ไม่รู้ผิดรู้ถูกว่าเป็นมา

อย่างไร วัตถุประสงค์ของแม่เป็นเพียงสิ่งเล็กน้อยเพียงชิ้นเดียว แต่ถ้าเป็นของดั้งเดิมจริงแท้ก็ช่วยยืนยันประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นนั้นๆได้แน่นอน ซึ่งมีความน่าเชื่อถือมากกว่าการที่ไม่มีอะไรเป็นหลักฐานเลย (อ้างถึงใน สายันต์ ไพรัชญาจิตร, 2548)

2. มิติด้านการเป็นอยู่ หรือการใช้ชีวิตของคนในสังคม หมายความว่า โดยธรรมชาติสังคมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง (transformation) อย่างเป็นปกติ ไม่มีใครที่จะสามารถใช้ชีวิตอยู่อย่างเดิมได้โดยไม่มี การเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบันได้ ถึงเรียกว่าความเป็นคนต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและเงื่อนเวลา ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงบ้านเรือนให้คงทนถาวรยิ่งขึ้น การแต่งกายตามยุคสมัย มีใช้นุ่งโสร่ง ใส่ผ้าขาวม้าอยู่อย่างเดิมในอดีตตลอดเวลา การรับประทานอาหารที่มีการประดับ ตกแต่งในรูปแบบใหม่ หรือการรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาตามยุคสมัย ล้วนเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยความสมดุลให้กับการใช้ชีวิตตามยุคสมัยด้วย ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับ Smelser (1988) ที่กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมต่างก็ต้องพบเจอกับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความเชื่อ และลักษณะของการใช้ชีวิตในชุมชนโดยทั่วไปในสังคม ผลของการค้นคว้าและค้นพบในสังคมสมัยใหม่ทำให้เกิดวิวัฒนาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งมีส่วนทำให้วิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าของสังคม เกิดการผลิตระบบสื่อสารแบบโทรเลขและโทรศัพท์ขึ้นใช้ทั่วทำให้วัฒนธรรมต่างๆก็ได้รับผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Moore (1968) ที่กล่าวถึง วัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนไปสู่ความทันสมัย คือ การเปลี่ยนแปลงระบบประเพณีมาเป็นแบบอย่างของประยุกต์วิทยาใหม่ๆ และจัดระบบระเบียบทางสังคมในรูปแบบใหม่ ซึ่งแสดงถึงลักษณะเศรษฐกิจที่เจริญก้าวหน้าหรือการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ จนมีความมั่นคงทางการเมืองเหมือนประเทศที่เจริญแล้ว และสรุปว่าการเปลี่ยนไปสู่ความทันสมัยเกิดจากการพัฒนาเศรษฐกิจ อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะของการเปลี่ยนไปสู่ความทันสมัยในสังคมชนบทไทย นั้น มีลักษณะดังนี้

1. การจ้างแรงงาน เช่น จากวัฒนธรรมในการช่วยเหลือเจือจุนในการลงแขกเกี่ยวข้าว ได้ปรับเปลี่ยนไปเป็นการใช้ตัวเงินเป็นสิ่งตอบแทน เช่น ค่าจ้าง ค่าตอบแทน เป็นต้น
2. การประกอบอาชีพอื่นแทนการทำนา เช่น พอค้า ช่าง ข้าราชการ นักการเมือง เป็นต้น
3. การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การใช้เครื่องจักร การใช้ปุ๋ยในการปรับสภาพดิน การพัฒนาปรับปรุงพันธุ์พืชต่างๆ การควบคุมโรคและแมลง เป็นต้น

4. การเลื่อนฐานะทางสังคม เช่น การได้รับการศึกษาสูงขึ้น ตำแหน่งหน้าที่การงานสูงขึ้น ฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นต้น

5. การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ในครอบครัว เช่น บทบาทของพ่อแม่ลดลง ลูกไม่เชื่อฟัง และไม่ช่วยเหลืองานบ้าน ขาดความรับผิดชอบในครอบครัว เป็นต้น

6. การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ในด้านศาสนา เช่น บทบาทของผู้นำศาสนาลดลง ความเชื่อในเรื่องบุญกรรม ความศรัทธา ความยึดมั่นและการปฏิบัติรวมถึงพิธีกรรมและพิธีการลดลง

7. เครื่องอำนวยความสะดวก การนำเอาความทันสมัยเข้ามาในชุมชน เช่น โทรศัพท์ ตู้เย็น รถจักรยานยนต์ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าหากมีถนนไฟฟ้า เข้าถึงชุมชนเมื่อใดเครื่องอำนวยความสะดวกก็จะตามมาด้วย

8. โลกทัศน์ต่างๆ จิตใจของประชาชนจะมีอยู่สูง ซึ่งจะเปลี่ยนไปในอัตราที่เร็วกว่าแบบแผน ชีวิตที่ปรากฏออกมาภายนอก (ด้านวัตถุ) โดยเฉพาะในด้านโลกทัศน์ที่เล็งเห็นคุณค่าของการศึกษา การยอมรับ การแสวงหาสิ่งใหม่และการนิยมนำงานอย่างจริงจัง

ซึ่งแน่นอนว่าการดำเนินชีวิตตามธรรมชาติไม่อาจหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรมนี้ได้ ดังนั้นการผสมผสานมิติทั้ง 2 ด้าน ให้ลงตัว หมายความว่าหากวัฒนธรรมใดที่สามารถรักษาให้คงมิติด้านการขายไว้ได้ ก็ให้รักษาไว้อย่างสุดความสามารถ แต่หากวัฒนธรรมใดที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปตามวิวัฒนาการต่างๆ ก็ไม่จำเป็นต้องตั้งรังหรือเคร่งเครียดกับการเปลี่ยนแปลงนั้น การผสมผสานทั้ง 2 มิติให้ลงตัวจึงจะเป็นปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ประสบความสำเร็จได้อีกปัจจัยหนึ่งอย่างแน่นอน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะรูปแบบท่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว M-I-T ใน MICE CITY เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เป็นการดำเนินงานกันอย่างเชื่อมโยงกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละองค์ประกอบ เหมือนการดำเนินงานด้วยองคาพยพที่ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน และการทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้ โดยโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชุมชน องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน องค์กรภาคการศึกษา และนักท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จาก

การศึกษาของ Institute for Sustainable Futures (2010) ที่พบว่า มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถึง 11 องค์ประกอบ อันได้แก่ กลุ่มชุมชน องค์กรภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม องค์กรภาคเอกชน นักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ผลิต บุคลากร องค์กรภาคการศึกษา สาธารณูปโภค และการคมนาคมขนส่ง ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะมีส่วนในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้มีความมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนและร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายกับองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อขยายอาณาเขต สร้างความเชื่อมโยง และสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพและการจัดการเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ดี จะส่งผลให้เกิดการสนับสนุนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพและยั่งยืนได้ (Institute for Sustainable Futures, 2010) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า มีการเชื่อมโยงกันในด้านการดำเนินงาน M-I-T เพื่อชุมชน โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ต่างก็ดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของตนเอง เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับ M-I-T เพื่อชุมชน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม

จากการศึกษาพบว่า ความยั่งยืนเกิดขึ้นจากการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ด้วยบทบาทต่างๆ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็น บทบาทด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น การบริหารจัดการ M-I-T เพื่อชุมชน การสนับสนุนงบประมาณ การเพิ่มพูนความรู้ การกำหนดนโยบาย และการประเมินผลการดำเนินงาน อีกทั้งยังมีการมุ่งเน้นด้านการพัฒนาสังคมด้วยกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย ซึ่งเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นในด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยจิตบริการแบบไทยนั่นเอง ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนเช่นนี้นั้นจะทำให้ชุมชนสามารถดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างมั่นคงแข็งแรงและไม่สูญสิ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2556) ที่กล่าวไว้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือการพัฒนาในด้านต่างๆ ที่มุ่งหวังให้มนุษย์คำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติบนโลก และให้มีการดำเนินการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ยังคงอยู่ตลอดไป โดยหลักการสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การสร้าง สมดุลระหว่าง 3 มิติ ของการพัฒนา อันได้แก่ 1. มิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน 2. มิติการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน 3. มิติการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า การขับเคลื่อนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน มีผลทำให้เกิดรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นในชุมชน ซึ่งเกิดจากบทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน

M-I-T เพื่อชุมชน ที่ได้ร่วมกันบริหารจัดการ M-I-T เพื่อชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การบริหารจัดการรายได้หรือการจัดสรรรายได้ที่เกิดจากการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ให้สามารถสร้างผลประโยชน์แก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชนให้มากที่สุด การจัดสรรผลประโยชน์ หรือการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการให้บริการในส่วนต่างๆ แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม เช่น การจัดสรรที่พัก รถนำเที่ยว ผู้นำเที่ยว อย่างทั่วถึงแก่บุคลากรด้าน M-I-T โดยเท่าเทียมกัน การสร้างสังคมให้ยั่งยืน ด้วยการพัฒนาชุมชนให้มีอัตลักษณ์ การร่วมมือร่วมใจกันดำเนินงานด้านต่างๆ อย่างมีความสุขด้วยจิตบริการแบบไทย และการสร้างสิ่งแวดล้อมให้มีความสมบูรณ์ด้วยการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาตินั่นเอง ซึ่งถือเป็นการดำเนินงานอย่างเชื่อมโยงกันในความมุ่งหมายที่จะให้เกิดความยั่งยืนในที่สุด โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุตถนอม ตันเจริญ (2560) ที่กล่าวไว้ว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนโดยรวม ด้วยกระบวนการทางสังคมที่มุ่งการพัฒนาโดยมีคนใน ชุมชนเป็นศูนย์กลาง การรวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชนที่ยึดมั่นต่อความเป็นธรรมในการจัดการ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนและเป็นประชาธิปไตยอย่างแท้จริงสะท้อนมิติเชิงการเมือง รวมถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรม ด้วยกระบวนการส่งผ่านวัฒนธรรมไปสู่คนรุ่นต่อไป ซึ่งเป็นผลของการจัดการ ทรัพยากรในชุมชนด้วยสมาชิกของชุมชนนั้นๆ ลักษณะสุดท้ายคือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสิทธิในการ จัดการทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเช่นเดียวกัน

นอกจากนั้นการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า การดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนเป็นไปด้วยรูปแบบของห่วงโซ่คุณค่า หรือการมุ่งที่จะเพิ่มคุณค่าให้กับแต่ละกิจกรรมที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า จากกรณีบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 6 องค์กรประกอบนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Filda Rahmiati et al (2019) โดยได้กล่าวว่า ห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญในแง่ของการสร้างผลประโยชน์ที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในห่วงโซ่ทั้งหมด แต่มีการปรับเปลี่ยนบางอย่างให้เหมาะสมในการประยุกต์ใช้รูปแบบของห่วงโซ่คุณค่าแบบเดิมมาเป็นห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยว (Christie, 2010) โดยปรับเปลี่ยนจากภาคการผลิตให้มาเป็นภาคบริการ และพบว่า ห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความสามารถในการสร้างและการจัดการภาคส่วนต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ จะประกอบไปด้วย (1) การช่วยเหลือและสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ใน

การผลักดันให้เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง (Corigliano, 2012) และ (2) การดำเนินงานร่วมกันเพื่อสร้างคุณค่าในทุกๆ กระบวนการให้สามารถส่งมอบสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวแก่ลูกค้าได้อย่างน่าพึงพอใจของบุคคล องค์กร หรือบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า (Bititci Y. Y., 2006; Romero and Tejada, 2011) ซึ่งการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีกระบวนการในการดำเนินงานไปจนถึงการส่งมอบบริการไปยังนักท่องเที่ยวอยู่ 3 กระบวนการ อันได้แก่ กระบวนการต้นน้ำ ที่เป็นการกล่าวถึงการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการบริหารจัดการวัตถุดิบในห่วงโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน กระบวนการกลางน้ำ ที่เป็นการกล่าวถึงการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างการสร้างสินค้าและบริการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน และกระบวนการปลายน้ำ ที่เป็นการกล่าวถึงการร่วมสร้างสรรค์คุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างที่สินค้าหรือบริการนั้น ไปถึงมือผู้บริโภค ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่กระบวนการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชนตั้งแต่ต้นจนจบนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

จากวิวัฒนาการของการศึกษาครั้งนี้ ที่ใช้แนวทางการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการมุ่งเน้นในการศึกษากระบวนการสร้างคุณค่าในห่วงโซ่คุณค่า M-I-T เพื่อชุมชน ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยจิตบริการแบบไทย ที่พบว่า มีกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำแนกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชุมชน องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน องค์กรภาคการศึกษา และกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ที่เป็นกระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทยทั้ง 4 รูปแบบ อันได้แก่ การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting) การผูกมิตร (Congeniality) การไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant) และการใช้วิถีถิ่น (Local Culture) โดยกระบวนการสามารถสร้างคุณค่าได้มากมายในรูปแบบต่างได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากครอบคลุมคุณค่าทั้ง 3 ลักษณะคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการศึกษาต่อไปอาจแยกศึกษาในบริบทของการท่องเที่ยวชุมชนประเภทอื่น เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน เพื่อจะได้ทราบถึงรูปแบบในการดำเนินงาน และกระบวนการที่แตกต่างออกไป อีกทั้งอาจจะเป็นการเสริมแนวคิดด้านกระบวนการสร้างคุณค่า โดยการใช้มุมมองอื่นนอกจากห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเป็นเครื่องมือในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะทำให้ได้ผล

การศึกษาในรูปแบบอื่นๆที่น่าสนใจได้ รวมไปถึงการศึกษาและทดลองใช้ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน ที่ได้จากการศึกษาคั้งนี้ ในชุมชนที่มีความพร้อมในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อจักได้ทราบถึงผลลัพธ์ของปัจจัยดังกล่าวอย่างแท้จริงว่าจะสามารถใช้ในการเป็นเครื่องมือในการสร้างความสำเร็จให้กับชุมชนอื่นๆต่อไปในอนาคตหรือไม่ อีกทั้งยังสามารถใช้เครื่องมืออื่นอันนอกเหนือจาก M-I-T เพื่อทำการศึกษาว่าชุมชนสามารถประยุกต์ใช้และนำมาพัฒนา ร่วมกับการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวหรือไม่ในอนาคตอีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 หน่วยงานภาครัฐ

1) หน่วยงานภาครัฐสามารถนำรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยชุมชน ด้วยการประยุกต์ใช้ห่วงโซ่คุณค่าและจิตบริการไปปรับใช้กับชุมชนอื่นๆได้ เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนรูปแบบใหม่

2) หน่วยงานภาครัฐได้ทราบถึงสภาพปัญหาของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งระบบ เพื่อนำไปเป็นเป้าหมายในการดำเนินการแก้ไขและการพัฒนาอย่างตรงจุด

3) หน่วยงานภาครัฐได้ทราบถึงความต้องการของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชน

2.2 หน่วยงานภาคเอกชน

1) ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทในการร่วมพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ด้วยการเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยวในชุมชน

2) ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสามารถใช้การท่องเที่ยวในชุมชนเป็นแหล่งดึงดูด นักท่องเที่ยวได้สร้างการพัฒนาด้านเศรษฐกิจให้แก่ผู้ประกอบการที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมด

3. ภาคประชาชน

1) ชุมชนเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน อันจะสร้างให้เกิดความรัก ห่วงแหน และร่วมกันอนุรักษ์ไว้ตลอดไป

2) คนในชุมชนมีงานทำเพิ่มขึ้นอย่างเพียงพอ เหมาะสมและยั่งยืน ส่งผลให้เกิดการลดอัตราการย้ายถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพในเมืองหลวง

3) ชาวบ้านในชุมชนมีรายได้จากการดำเนินธุรกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นจนปราศจากความยากจน

4) ผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นจากกิจกรรมการเพิ่มคุณค่าในโซ่คุณค่า ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มมากขึ้นในฐานะผู้ผลิตอาหารรายเล็กและผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่ปลอดภัยปราศจากความหิวโหย

4. ภาควิชาการ

1) ได้ใช้ข้อมูลเพื่อต่อยอดการวิจัยหรือใช้เป็นกรณีศึกษา รวมถึงเป็นฐานข้อมูลเพื่อการอ้างอิงใน กระบวนการพัฒนางานวิจัยในอนาคตต่อไป

2) หน่วยงานการศึกษาทางด้านการท่องเที่ยว และการตลาดการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาเนื้อหาการเรียนการสอนในด้านการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน และการจัดการ MICE ในชุมชน รวมไปถึงมาตรฐานการบริการด้วยจิตบริการแบบไทย อีกทั้งนิสิตนักศึกษาในสถาบันต่างๆ สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการศึกษาต่อไป

สรุป

บทนี้ได้อภิปรายถึงแนวคิดด้านโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน ที่นำมาสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยจิตบริการแบบไทย โดยผลจากการอภิปรายครั้งนี้ทำให้ทราบและยืนยันการศึกษาที่ผ่านมา ว่าลักษณะของการสร้างคุณค่าผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยจิตบริการแบบไทยมีลักษณะตรงตามวรรณกรรมที่ผ่านมา โดยได้พบแนวทางจากการศึกษานี้ได้แก่ 1) องค์ประกอบและบทบาทด้านโซ่คุณค่า M-I-T ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยจิตบริการแบบไทย 2) รูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยจิตบริการแบบไทย และ 3) ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน เพื่อ ประโยชน์เชิงนโยบายสำหรับใช้ในการวางแผนการตลาดสำหรับแหล่งท่องเที่ยวแสวงบุญ และเป็นแนวทางสำหรับวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สำหรับผู้เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 - 2564 ของกรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). *OTOP นวัตกรรม คืออะไร*. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (28 มกราคม 2562). *วีระศักดิ์ ชูผลงาน 1 ปี นทท.- รายได้ โตตาม เป้าย้ำเดินหน้า ส่งเสริม "ท่องเที่ยวเมืองรอง" เน้นตลาดคุณภาพ สร้างมาตรฐาน "สะดวก สะอาด ปลอดภัย ได้เอกลักษณ์ และยั่งยืน"*. เข้าถึงได้จาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา: <https://www.mots.go.th/News-view.php?nid=11277>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). *Localism & Staycation ที่สุดของการท่องเที่ยวท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ครุบ้านนอกดอทคอม. (17 ตุลาคม 2551). *ที่มาสำนวนไทย "เลี้ยงดูปู่เลี้ยง"*. เข้าถึงได้จาก ครุบ้านนอกดอทคอม: <https://www.kroobannok.com/3141>
- จักรีศรีจารุเมธีญาณ และพระถนัด วทฒโน. (2561). *ภาวะผู้นำกับการพัฒนาชุมชน*. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์*, 527-538.
- จากรุวรรณ แดงบุผา. (2017). *การพัฒนาจิตบริการแบบไทยเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ชิตาวีร์ สุขคร. (2019). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย*. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 1-7.
- ธรรมรงค์ ใจสมคม. (2562). *สาระความรู้ เรื่อง เทคนิคการสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีในการทำงาน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2561). *ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลการจัดประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้า*. กรุงเทพฯ: หจก. เฟิร์นข้าหลวง.
- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2021). *ประเทศไทยกับความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล*. *SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL*, 100-114.
- ประพนธ์ เล็กสุมา และ นรินทร์ สังข์รักษา. (2021). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม*. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University*, 92-110.

- ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิตติ และสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา (2546) ใน เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- พัฒนา พรหมณี, ศรีสุรางค์ เอี่ยมสะอาด, และ ปณิธาน กระสังข์. (2560). แนวคิดการสร้างและพัฒนาารูปแบบเพื่อใช้ในการดำเนินงานด้านการสาธารณสุขสำหรับนักสาธารณสุข. *สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 128-135.
- เพชรศรี นนทศิริ. (2563). การพัฒนากระบวนการบริการด้วยจิตบริการแบบไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและจิตบริการ. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 148-164.
- พระธรรมโกศาจารย์ (พุทธทาสภิกขุ). (2525). พุทธศาสนากับคนรุ่นใหม่และสังคมไทยในอนาคต . กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.
- พิชญาพร ศรีบุญเรือง และ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2564). การพัฒนาคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 1-13.
- ไพฑูริย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร.(2542). คู่มืออบรมมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: คณะอักษรศาสตร์และโครงการศึกษาต่อเนื่องจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพวรรณ นังคลาภวัฒน์. (2017). การให้บริการด้วยความเป็นไทยในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว. *EAU HERITAGE JOURNAL Social Science and Humanity*, 52-60.
- ยุรพร ศุภรัตน์. (2552). องค์การเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนภรณ์ ศรีพยัคฆ์. (2553). *เทคนิคการประสานงาน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย.
- ศรีัญญา ศรีทอง, ชัชชญา ยอดสุวรรณ อาทิตยา ปาทาน. (2565). การสำรวจความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ชาวไทยและความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่อกิจกรรมไมซ์โดยชุมชน. *มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 230-275.
- ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2562). *ท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีสู่ความยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน.
- สมเด็จพระธีรญาณมุนี (สنيธ เขมจารีมหาเถร). (2531). *วาทะสมเด็จพระธีร*. กรุงเทพฯ: สหมิตรออฟเซท.
- สมเด็จพระมหาธีรราชเจ้า (พิมพ์ ธรรมธโร). (2541). *ธรรมะสร้างเยาวชน*. กรุงเทพฯ: มหามกุฏราชวิทยาลัย.

- สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตโต). (2561). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 40. กรุงเทพฯ: ธรรมทานกุศลจิต.
- สำนักงานการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2562). *โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2561*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2560). *รายงานงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2560*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2561). *ไมซ์เพื่อชุมชน ชวนชาวไมซ์ ส่งเสริมชุมชนทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- สุกานดา ภูมิศิลปธรรม. (2000). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมชนบทของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: NIDA.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2561). *เที่ยวนี้เพื่อใคร*. กรุงเทพฯ: บริษัท โคคูน แอนด์ โค จำกัด
- อรุณศรี นามชุย และแสงแข บุญศิริ. (2559). เรื่องแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE อย่างยั่งยืนในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 12(2), 137-147.
- A. B. Danurdara and N. Hidayah. (2016). Creating Customer Value and Its Implication To Customer Loyalty: An Empirical Study at Star Hotels in West Java, Indonesia. *International Journal of Management and Business Research*, 732-742.
- A. Jusoh, and Z. Khalifah K. S. Ying. (2016). A Conceptual Model of Tourist Satisfactor. *Pertanika Journal of Social Science and Humanities*, 505-518.
- A. Sharma and I. T. Christie. (2010). Performance assessment using value-chain analysis in Mozambique. *Int. J. Contemp. Manag*, 282-299.

- A., & Wall, G Mathieson. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. New York: Longman.
- A. Yahya. (22 March 2017). *Kemenpar Menuju Customer-Centric Organization*. เข้าถึงได้จาก JPNN.COM: <https://www.jpnn.com/news/kemenpar-menuju-customer-centric-organization>
- Abdul Razak & K. Vattikoti. (2018). Critical Evaluation of Value Chain Analysis for Assessing Competitive Advantage-A Study on Select Companies of E-Tailing Industry. *Academy of Strategic Management Journal*.
- Alastair M. Morrison Christie Mill. (1985). *The Tourism System*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Alisha Ali, and Kelly Galaski Rachel Dodds. (2016). Mobilising Knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing Community Based Tourism. *Current Issues in Tourism*, 1547-1568.
- Alvarez S., Sachs S. (2021). Where do stakeholders come from? *Academy of Management Review*. <https://doi.org/10.5465/amr.2019.0077>
- Andrea Giampiccoli & Oliver Mtapuri Oliver. (2017). *Beyond community-based tourism. Towards a new tourism sector classification system*. South Africa: Gazeta de Antropologia.
- Andriof, J., Waddock, S., Husted, B., & Rahman, S. S. (2002). *Unfolding Stakeholder Thinking: Theory, Responsibility and Engagement*, E-book: 2017, Routledge, New York.
- Anna Fyrberg Yngfalk & Rein Jüriado. (2009). What about interaction? Networks and brands as integrators within service-dominant logic. *Journal of Service Management* , 420-432.
- Arenas D., Lozano J. M., Albareda L. (2009). The role of NGOs in CSR: Mutual perceptions among stakeholders. *Journal of Business Ethics*, 88, 175–197.
- Arianna O’Dell. (10 August 2016). *Empathy is the secret to hospitality customer service – and sales*. เข้าถึงได้จาก Ehotelier:

<https://insights.ehotelier.com/insights/2016/08/10/empathy-secret-hospitality-customer-service-sales/>

- B. Joseph Pine & James H. Gilmore. (1999). *The experience economy: past, present and future*. Edward Elgar.
- B. Mete and E. Acuner. (2014). A Value Chain Analysis of Turkish Tourism Sector. *Int. J. Bus. Manag. Stud*, 499–506.
- B. Shamir. (1990). Calculations, values, and identities: The sources of collectivistic work motivation . *Human Relations*, 313–332.
- Baltazar Herrera M. E. (2016). Social innovation for bridging societal divides: Process or leader? A qualitative comparative analysis. *Journal of Business Research*, 69, 5241–5247.
- Banerjee S. B., Bonnefous A. M. (2011). Stakeholder management and sustainability strategies in the French nuclear industry. *Business Strategy and the Environment*, 20, 124–140.
- Bendell B. L., Huvaj M. N. (2020). Does stakeholder engagement through corporate social and environmental behaviors affect innovation? *Journal of Business Research*, 119, 685–696.
- Barthes, R.: Rhetoric of the Image. In: Barthes, R.: *Image Music Text*. Fontana Press, London (1977)
- Bessant, J., R. Kaplinsky, R. Lamming, A. Ross and R. Vaughan (1999), “Using Supply Chains to Transfer Learning about Best Practice”, Report to UK Dept.of Trade and Industry, Brighton: Centre for Research in Innovation Management, University of Brighton.
- Bridoux, F., & Stoelhorst, J. W. (2016). Stakeholder Relationships and Social Welfare: A Behavioral Theory of Contributions to Joint Value Creation, *The Academy of Management Review*, 41(2), 229-251

- Bundy, J., Shropshire, C., & Buchholtz, A. K. (2013). Strategic cognition and issue salience: Toward an explanation of firm responsiveness to stakeholder concerns. *Academy of Management Review*, **38**(3), 352–376.
- C.A., Bona, M. & Ribeiro, F. Cioce. (2007). Community tourism: montanha beijaflor dourado pilot project (microbasin of the sagrado river, Morretes, Paraná). *Turismo-Visao e Açao*, 249-266.
- C. Mottironi and M. A. Corigliano. (2012). Tourist Destination Competitiveness : The Role Of Cooperation. *Riv. Ital. di Econ.*
- C. Tosun. (2002). Host perceptions of impacts: A com-parative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 231–253.
- C., Wieseke, J. and Bornemann, T. Homburg. (2009). Implementing the Marketing Concept at Employee Customer Interface. *Journal of Marketing*, 64–81.
- Camila Rodrigues, Marcos Martins Barbara Emanuel. (2015). Rhetoric of Interaction: analysis of pathos. *International Conference of Design, User Experience, and Usability*, 417–427.
- CARBONE L.P., HAECKEL S.H. BERRY L.L. (2002). Managing the total customer experience. *M-I-T Sloan Management Review*, 85-89.
- Castelló I., Etter M., Årup Nielsen F. (2016). Strategies of legitimacy through social media: The networked strategy. *Journal of Management Studies*, 53, 402–432.
- Chris Drew. (21 มกราคม 2023). *18 Compromise Examples*. เข้าถึงได้จาก helpfulprofessor.com site logo that links to homepage: <https://helpfulprofessor.com/compromise-examples/>
- Christian Grönroos. (2007). *SERVICE MANAGEMENT AND MARKETING*. UK.: John Wiley & Sons Ltd.
- Coltman , Michael M. (1989). *Tourism Marketing*. New York: Van Nostrand Reinhold.

- Community Tourism Subcommittee. (2017). Sustainable Tourism by community. Retrieved August 19, 2023, from: <https://tatreviewmagazine.com/article/cbt-thailand/>.
- Conrad Lashley. (2008). Studying Hospitality: Insights from Social SciencesFootnote1. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* , 69-84.
- COVA B. & CARÙ A. (2007). *Consuming Experience*., London: Routledge.
- D. and Varey, R.J. Ballantyne. (2006). Creating Value-in-use through Marketing Interaction: The Exchange Logic of Relating, Communicating and Knowing. *Marketing Theory*, 335-348.
- D. Ballantyne. (2004). Dialogue and its Role in the Development of Relationship Specific Knowledge. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 114-123.
- D. BUHALIS. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 97-116.
- D. Palacios-Marques, M. Guijarro, and A. Carrilero,. (2016) “The use of customer-centric philosophy in hotels to improve customer loyalty,” *J. Bus. Ind. Mark.*, vol. 31, no. 3, pp. 339– 348.
- Daniel, D.R. (1961) Management Information Crisis. *Harvard Business Review*, Sept.-Oct., US.
- Desai V. M. (2018). Collaborative stakeholder engagement: An integration between theories of organizational legitimacy and learning. *Academy of Management Journal*, 61, 220–244.
- Dobele A. R., Westberg K., Steel M., Flowers K. (2014). An examination of corporate social responsibility implementation and stakeholder engagement: A case study in the Australian mining industry. *Business Strategy and the Environment*, 23(3), 145–159.

- Douglas A. Bosse & Robert A. Phillips Jeffrey S. Harrison. (2010). Managing for Stakeholders, Stakeholder Utility Functions and Competitive Advantage. *Strategic Management Journal* , 58-74.
- Edgar H. Schein. (1970). *Organizational Psychology*. United States: Prentice-Hall.
- Elise Truly Sautter & Brigit Leisen. (1999). Managing stakeholders a Tourism Planning Model. *Annals of Tourism Research*, 312-328.
- Elizabeth Perry. (30 June 2022). *What's integrity in the workplace and why is it important? (with examples)*. เข้าถึงได้จาก BetterUp: <https://www.betterup.com/blog/integrity-in-the-workplace#:~:text=Workplace%20integrity%20can%20be%20exemplified,core%20values%20top%20of%20mind>.
- Esteban Ruiz-Ballesteros. (2011). Social-ecological resilience and community-based tourism: An approach from Agua Blanca, Ecuador. *Tourism Management*, 655-666.
- et al J. Robert Mitchell. (2022). Stakeholder Engagement, Knowledge Problems and Ethical Challenges. *Journal of Business Ethics*, 75-94.
- et al Randi Dalgaard. (2007). LCA of soybean meal. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 240-254.
- F. J., & Hoy, D. R. Belisle. (1980). The perceived impact of tourism by residents: A case study of Santa Marta, Columbia. *Annals of Tourism Research*, 83-101.
- Florian Lüdeke-Freund & Stefan Schaltegger Birte Freudenreich. (2020). A Stakeholder Theory Perspective on Business Models: Value Creation for Sustainability. *Journal of Business Ethics*, 3-18.
- G. and Mathieson, A. Wall. (2006). *Tourism: Change, Impacts, and Opportunities*. London: Pearson Education.
- Geoffrey Manyara and Eleri Jones. (2007). Community-based Tourism Enterprises Development in Kenya: An Exploration of Their Potential as Avenues of Poverty Reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 628-644.
- Gerald Corey. (2008). *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy*. Cengage Learning.

- Ginger MacDonald Lawrence M. Brammer. (1999). *The helping relationship : process and skills*.
- Goetz, J. L., Keltner, D., & Simon-Thomas, E. (2010). Compassion: An evolutionary analysis and empirical review. *Psychological Bulletin*, 136(3), 351–374
- Good, C.V. 1973. *Dictionary of Education* (3 rded.). New York: McGraw-Hill.
- Goodwin, H. and Santilli, R. (2009) Community-Based Tourism: A Success? ICRT Occasional Paper, 11, 1-37.
- Goodman J., Korsunova A., Halme M. (2017). Our collaborative future: Activities and roles of stakeholders in sustainability-oriented innovation. *Business Strategy and the Environment*, 26, 731–753.
- H.-C. Liang. (2008). *Impact of Logistics Service Performance on Tourist Satisfaction and Loyalty*. Melbourne, Australia: RM-I-T University.
- Halberg, Niels (2004) How may quality assurance systems in food chains include environmental aspects based on life cycle methodology? In: Halberg, Niels (Ed.) *Life Cycle Assessment in the Agri-food sector*, DIAS report, Animal Husbandry, no. 61, pp. 168-181.
- HEATHER APSE. (4 January 2023). *When Kindness is King: Why and How Your Hospitality Business Can Use Empathy to Make a Positive Impact*. เข้าถึงได้จาก Triple Seat: <https://tripleseat.com/blog/when-kindness-is-king-why-and-how-your-hospitality-business-can-use-empathy-to-make-a-positive-impact/#:~:text=Empathy%20in%20hospitality%20strategies&text=Read%20nonverbal%20cues%2C%20including%20facial,and%20deliver%20positiv>
- Henri C. Dekker. (2003). Value Chain Analysis in Interfirm Relationships: A Field Study. *Management Accounting Research* , 1-23.
- Hershcovis, M. S., & Bhatnagar, N. (2017). When fellow customers behave badly: Witness reactions to employee mistreatment by customers. *Journal of Applied Psychology*, 102(11), 1528–1544.

- HwanSuk ChrisChoia and Ercan Sirakaya. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 1274-1289.
- I. M. S. Amerta. (2017). Community based tourism development. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 97-107.
- I., and P. Tejada Romero. (2011). A Multi-Level Approach to the Study of Production Chains in the Tourism Sector. *Tourism Management*, 297-306.
- Ian Robson Jane Robson. (1996). From shareholders to stakeholders: critical issues for tourism marketers. *Tourism Management*, 533-540.
- Institute for Sustainable Futures. (2010). *Effective Community Based Tourism : A Best Practice Manual for Peru*. Sydney: University of Technology Sydney.
- J. A. G, Baiquni, M., Widodo, T., & Fandeli, C. Djou. (2017). Symbolic participation in community-based tourism in Kelimutu National Park, Ende, East Nusa Tenggara. *Journal of Business and Management*, 15-20.
- J. C., & Var, T. Liu. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 193-214.
- J. Swarbrooke. (2001). *Sustainable tourism management*. London: CAB International.
- James A. Schmitz Jr., 2005. **"What Determines Productivity? Lessons from the Dramatic Recovery of the U.S. and Canadian Iron Ore Industries Following Their Early 1980s Crisis,"** *Journal of Political Economy*, University of Chicago Press, vol. 113(3), pages 582-625, June.
- James H. Brown. (1984). *On the Relationship between Abundance and Distribution of Species*. Chicago: The University of Chicago Press.
- James Noland & Robert A. Phillips. (2010). Stakeholder Engagement, Discourse Ethics and Strategic Management. *International Journal of Management Reviews*, 39-49.
- Jeffrey K. Pinto & Dennis P. Slevin. (1987). Critical Factors in Successful Project Implementation. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 22*27.
- Jeffrey S. Harrison & Andrew Wicks. (2013). Stakeholder Theory, Value, and Firm Performance. *Business Ethics Quarterly*, 97-125.

- Jennings, G., and Nickerson, N. P. (2006). Quality tourism experiences. In G. Jennings and B. Weiler (Eds.), *Mediating meaning: Perspectives on brokering quality tourist experiences.*, pp. 294-310 Burlington, MA: Elsevier Butterworth Heinemann.
- John Hummel & René van der Duim. (2012). Tourism and Development at Work: 15 Years of Tourism and Poverty Reduction within the SNV Netherlands Development Organisation. *Journal of Sustainable Tourism*, 319-338.
- John Swarbrooke and Susan Horner. (2001). *Business Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Julia Anna Rebutin. (21 Sep 2009). Social enterprise and tourism, the key to a better integration of indigenous populations. *HAL*.
- K. Latiff and N. S. Imm. (2015). The Impact of Tourism Service Quality on Satisfactio. *International Journal of Management and Economics*, 67-94.
- Karina Fernandez-Stark, Ghada Ahmed and Gary Gereff Michelle Christian. (2011). The Tourism Global Value Chain: Economic Upgrading and Workforce Development. ใน Karina Fernandez-Stark and Phil Psilos Gary Geref, *SKILLS FOR UPGRADING: Workforce Development and Global Value Chains in Developing Countries* (หน้า 190-238). Durham: Duke University.
- Kenneth Amaeshi & Andrew Crane. (2005). Stakeholder Engagement: A Mechanism for Sustainable Aviation. *SRN Electronic Journal*.
- Kemal Surji. (2015). Understanding Leadership and Factors that Influence Leaders' Effectiveness. *European Journal of Business and Management*, 154-167.
- KESAVAN R., BERNACCHI M. MASCARENHAS O.A. (2006). Lasting customer loyalty: a total customer experience approach. *Journal of Consumer Marketing*, 397-405.
- Khiawlie, J. (2017). Leadership and Community Leadership for Development. Retrieved: December 12, 2019, from: <https://www.l3nr.org/posts/448872>

- Kirsty Blackstock. (2005). A critical look at community based tourism. *Community Development Journal*, 39-49.
- Korea National Tourism Organization. (2016). *The Economic Impact of Korea MICE Industry Report; Korea Mice Industry Outlook 2019 and Beyond*. Seoul, Korea: Korea National Tourism Organization.
- Kujala J. Sachs S. (2021b). Stakeholder engagement in management studies: Current and future debates. *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*, 1-29.
- LARRY ALTON. (21 พฤศจิกายน 2017). *7 Secrets for Better Compromises in the Workplace*. เข้าถึงได้จาก INDEPENDENT BUSINESS CONSULTANT: <https://www.inc.com/larry-alton/7-secrets-for-better-compromises-in-workplace.html>
- LEE M.Y. KIM H.Y. (2010). Emotional loyalty and share of wallet: a contingency approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 333-339.
- LEMON K.N., PARASURAMAN A., ROGGEVEEN A., TSIROS M., SCHLESINGER L.A. VERHOEF P.C. (2009). Customer experience creation: determinants, dynamics and management strategies. *Journal of Retailing*, 31-41.
- Lesego Senyana Stone and Tibabo Moren Stone. (2011). Community-based tourism enterprises: challenges and prospects for community participation; Khama Rhino Sanctuary Trust, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 97-114.
- Lindgreen A., Swaen V. (2010). Corporate social responsibility. *International Journal of Management Reviews*, 12, 1-7.
- Louise Boronyak. (2010). *Effective Community Based Tourism: A best practice manual*. Sydney: University of Technology Sydney.
- M.E. Porter. (1985). *Competitive Advantage*. New York: The Free Press.

- M. S. Nikolova. (2008). Towards a Travel Experience Value Chain as a Tourism Destination Management Tool. (หน้า 401-425). The Travel and Tourism Research Association.
- Manuela Liliana Muresan & Puiu Nistoreanu. (2017). MICE – The Valorization Vector of Local Communities’ Resources Case Study - ROMANIA. *Management International Conference*, (หน้า 417-429). Monastier di Treviso(Venice), Italy.
- Manuela Priesemuth. (2013). *Stand Up and Speak Up: Employees’ Prosocial Reactions to Observed Abusive Supervision*. Manuela Priesemuth: University of Central Florida.
- Marek Ćwiklicki, Pierpaolo Magliocca, Barbara Pawełek Rossella Canestrino. (2020). Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, 132-143.
- Mark Aakhus & Michael Bzdak. (2015). Stakeholder engagement as communication design practice: Stakeholder engagement. *Journal of Public Affairs*.
- McKinsey Global Institute. (1998). *Productivity - The key to Accelerate Development Path for Brazil*. Brazil: McKinsey Global Institute.
- MICE Capabilities Development Department. (2563). *แนวปฏิบัติด้านสุขอนามัยสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์*. กรุงเทพฯ: MICE Capabilities Development Department.
- Michelle Greenwood. (2007). Stakeholder Engagement: Beyond the Myth of Corporate Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 315-327.
- Mintzberg, H. (1990) Strategy Formation: Schools of Thought. In: Frederickson, J., Ed., *Perspectives on Strategic Management*, Harper Business, New York, 105-237.
- Mitchell J. R., Mitchell R. K., Hunt R. A., Townsend D. M., Lee J. H. (2022). Stakeholder engagement, knowledge problems and ethical challenges. *Journal of Business Ethics*, 175(1), 75–94.
- Mitchell R. K., Van Buren H. J. III, Greenwood M., Freeman R. E. (2015). Stakeholder inclusion and accounting for stakeholders. *Journal of Management Studies*, 52, 851-877.

- Muhammad Baiquni, Tri Widodo and Chafid Fandeli Josef Alfonsius Gadi Djou. (2017). Symbolic participation in community-based tourism in Kelimutu National Park, Ende, East Nusa Tenggara. *IOSR Journal of Business and Management*, 15-20.
- Muhammed Kürşad Özlen & Nereida Hadziahmetovic. (2013). Customer Relationship Management and Supply Chain Management. *World Applied Programming*, 126-132.
- N. Subramaniam, and P. L. K. Palaniappan P. Chithambaranathan. (2015). An innovative framework for performance analysis of members of supply chains. *Benchmarking An International Journal*, 309-334.
- National Reform Council. (2015). Development Agenda 1: Tourism Development. Retrieved August 19, 2023, from: https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/download/parcy/063.pdf
- Noland J., Phillips R. (2010). Stakeholder engagement, discourse ethics and strategic management. *International Journal of Management Reviews*, 12, 39–49.
- OKUMUS F., WANG Y., JOON-WUK KWUN D. WALLS A. (2011). Understanding the consumer experience: an exploratory study of luxury hotels. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 166-197.
- Oliver Mtapuri & Andrea Giampiccoli. (2017). A conceptual coalescence: towards luxury community based tourism. *African Journal of Hospitality Tourism and Leisure*, 1-14.
- P Healey. (1996). The Communicative Turn in Planning Theory and its Implications for Spatial Strategy Formation. *Environment and Planning*, 217-234.
- P.F. Donald. (2004). Biodiversity Impacts of Some Agricultural Commodity Production Systems. *Issue in international Conservation*.
- Pablo Zoghbi-Manrique-de-Lara & Jyh-Ming Ting Ding. (2017). Employees' justice perceptions as a factor influencing successful outsourcing in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1619-1637.

- Patrícia Oom do Valle, Maria Manuela Guerreiro and João Albino Silva Júlio da Costa Mendes. (2010). The tourist experience: Exploring the relationship between tourist satisfaction and destination loyalty. *ORIGINAL SCIENTIFIC PAPER*, 111-126.
- Pauline J. Sheldon, Turgut Var Juanita C. Liu. (1987). Resident perception of the environmental impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 17-37.
- Perreault, W.D. , Dorden, D.K. , and Dordon, W.R. , (1979). A Psychological classification of vacation lifestyles. *Journal of Leisure Research*, 9(1). 208-24.menu-read-web-etatjournal?catid=0&id=621.
- Peters M. Brunner & Sperdin A. (2009). What influences guests' emotions? The case of high-quality hotels. *International Journal of Tourism Research*, 171-183.
- Phillipson J., Lowe P., Proctor A., Ruto E. (2012). Stakeholder engagement and knowledge exchange in environmental research. *Journal of Environmental Management*, 95, 56–65.
- Prescott C. Ensign. (2001). Value Chain Analysis and Competitive Advantage. *Journal of General Management* , 18-42.
- R. and Morris, M Kaplinsky. (2001). *A Handbook for Value Chain Research*. Institute of Development Studies. Brighton, UK.: Univeristy of Sussex.
- R. Geoffrey Lacher & Sanjay Nepal. (2010). From Leakages to Linkages: Local-Level Strategies for Capturing Tourism Revenue in Northern Thailand. *Tourism Geographies*, 77-99.
- R. J. Brown, H. Tajfel J. C. Turner. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favouritism. *European Journal of Social Psychology*, 187-204.
- R. Prentice. (1993). Community-driven tourism planning and residents' preferences. *Tourism Management*, 218-227.
- R.E. Freeman. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- R.E. Freeman. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

- R. E. Freeman. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- R.F. Lusch S.L. Vargo. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1-17.
- R.W., Goeldner, C.R. and Ritchie, J.R.B. McIntosh. (1995). Pleasure Travel Motivation. In: *Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 7th Edition*, 167-190.
- RAMASWAMY V PRAHALAD C.K. (2004). *The Future of Competition: Co-creating Unique Value with Customers*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Ramus T., Vaccaro A. (2017). Stakeholders matter: How social enterprises address mission drift. *Journal of Business Ethics*, 143, 307–322.
- Rasheed F.A., Abadi M.F. Impact of service quality, trust and perceived value on customer loyalty in Malaysia services industries. *Procedia – Soc. Behav. Sci.* 2014; 164:298–304.
- Redor Bruce. (2016). IQM for MICE Destinations: A Key to Success. *the UNWTO International Conference on Integrated Quality Management in Tourism Destinations: A Key to Competitiveness*. Bucharest, Romania.
- Rory T Devine, Keri K. Wong and Claire Hughes Zhenlin Wang. (2006). Theory of mind and executive function during middle childhood across cultures. *Journal of Experimental Child Psychology*, 1-17.
- ROSENGREN S. PREBENSEN N.K. (2016). Experience value as a function of hedonic and utilitarian dominant services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 113-135.
- S. and Crompton, J.L. Um. (1990). Attitude Determinants in Tourism Destination Choice. *Annals of Tourism Research*, 432-448.
- S. Edwards LM. Scherl. (2007). Tourism, indigenous and local communities and protected areas in developing nations. In Paul F. J. Eagles Robyn Bushell, *Tourism and Protected Areas: Benefits Beyond Boundaries : the Vth IUCN*

- World Parks Congress* (หน้า 71-110). United Kingdom: Wallingford: CABI International.
- S. Štetiš. (2011). *Poslovni turizam*. LI: Beograd.
- S. V., & Howard, D. R. Lankford. (1994). Developing a Tourism Impact Attitude Scale. *Annals of Tourism Research*, 121-139.
- S. Vijayanand. (2013). Stakeholders and public private partnerships role in tourism management. *International Journal of Scientific & Engineering Research*.
- Sandra Sánchez-Cañizares and Víctor Pavón Tomás López-Guzmán. (2011). Community - based tourism in developing countries: A case study. *an International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 69-84.
- Scuotto V., Garcia-Perez A., Cillo V., Giacosa E. (2020). Do stakeholder capabilities promote sustainable business innovation in small and medium-sized enterprises? Evidence from Italy. *Journal of Business Research*, 119, 131–141.
- SEO S. HWANG J. (2016). A critical review of research on customer experience management Theoretical, methodological and cultural perspectives. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2218-2246.
- Setthachot sombut, N. (2018). Active Learning Effect to Thai Students Learning Outcomes, 19th International Conference on Innovative Trend in Social Sciences, Business and Management Studies, Tokyo, Japan, Vol. 3, No.18. pp. 12-16.
- Shank, J.K. and Govindarajan, V. (1992b), “Strategic cost management: the value chain perspective”, *Journal of Management Accounting Research*, Fall, pp. 179-198.
- Shinew, K. J., & Backman, S. J. (1995). Incentive travel: An attractive option. *Tourism Management*, 16, 285-293.
- Shostack, G.L. (1982) How to Design a Service. *European Journal of Marketing*, 16, 49-63.

- Siripen Dabphet. (2020). A SEARCH FOR THAI HOSPITALITY DIMENSIONS IN HOSPITALITY AND TOURISM INDUSTRY. *Journal of Community Development Research*, 42-54.
- Steers, M. R. et al. (1985) . Organization Effectiveness: A Behavioral View. Santa Monica, Cliff: Good Year Publishing.
- Sybille Sachs & Johanna Kujala. (2019). The Practice of Stakeholder Engagement. ใน J.B., Freemann, R.E., Harrison, J.S., Phillips, R.A. Barney, *Handbook of Stakeholder Theory* (หน้า 227-242). Cambridge: Cambridge University Press.
- T. Rogers. (2008). *Conferences and conventions: a global industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- T.C. Mills. (1990). *Time Series Techniques for Economists*. Cambridge: Cambridge University Press .
- Tan Wee Liang, Tan Teck Meng, Ben Chan B.C Ghosh. (2001). The Key Success Factors, Distinctive Capabilities, and Strategic Thrusts of Top SMEs in Singapore. *Journal of Business Research*, 209-221.
- Tasci, A.D., Semrad, K.J. and Yilmaz, S.S. 2013. Community Based Tourism Finding the Equilibrium in the COMCEC Context Setting the Pathway for the Future. Ankara: COMCEC Coordination Office.
- TCEB. (2563). *Thailand 7 MICE Magnificent Themes*. กรุงเทพฯ: TCEB.
- Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2018). Thailand MICE posts 13% growth with signals of strong market confidence. Retrieved May 15, 2019, from <https://www.prnewswire.com/news-releases/thailand-mice-posts-gains300671379.html>
- The Association of Southeast Asian Nations. (2016). *ASEAN Community Based Tourism Standard*. Jakarta: The ASEAN Secretariat.
- The Global Sustainable Tourism Council. (2023). *Development of the Global Sustainable Tourism Council (GSTC) MICE Criteria*. The Global Sustainable Tourism Council.

- United Nations. Economic Commission for Africa. (2014). *Economic Report on Africa 2014: Dynamic Industrial Policy in Africa*. Africa: United Nations. Economic Commission for Africa.
- Vijay Govindarajan John K. Shank. (1993). *Strategic Cost Management: The New Tool for Competitive Advantage*. New York: The Free Press.
- Vinnie Jauhari. (2006). Competencies for a career in the hospitality industry: an Indian perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Wall G, Mathieson A (2006) *Tourism: change, impacts, opportunities*, 2nd edn. Pearson Education M.U.A, GB
- Wang Jian Ping. (2009). *Community-Based Ecotourism Development in Northern Thailand*. เข้าถึงได้จาก http://www.asianscholarship.org/asf/ejournal/articles/jianping_w.pdf
- Watson R., Wilson H. N., Macdonald E. K. (2020). Business-nonprofit engagement in sustainability-oriented innovation: What works for whom and why? *Journal of Business Research*, 119, 87–98.
- WTO. (2012). *Exploring the Full Economic Impact of Tourism for Policy Making*. Spain: World Tourism Organization. เข้าถึงได้จาก https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/48302/unwto_paper_t20_france.pdf
- WWF International. (2001). *Guidelines for community-based ecotourism development*. Washington, DC: WWF International.
- Y. Yilmaz and U. Bititci. (2006). Performance measurement in the value chain: manufacturing v. tourism. *Int. J. Product. Perform. Manag*, 371–389.
- Yunita Ismail, Grace Amin, Togar Simatupang, Dwi Larso, and Norfaridatul Akmaliah Othman Filda Rahmiati. (2019). Tourism Value Chain Activities Model for Competitive Advantage Measurement. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 43-47.
- Z. B. H., Yusay, R. M. S., & Valdez, S. Briones. (2017). Enhancing community based tourism programs of Gawad Kalinga Enchanted Farm towards sustainable

tourism development. *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance and Marketing*, 51-60.

ZHANG T.C., BILGIHAN A. KANDAMPULLY J. (2015). Customer loyalty: a review and future directions with a special focus on the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 379-414.





ภาคผนวก

ภาคผนวก 1 คำสัมภาษณ์

องค์ประกอบของโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

ผู้นำชุมชน

“หลังจากประสบปัญหาหลายปีผู้นำกลุ่มก็ได้้นำแนวทางในการพัฒนาการปลูกพืชแบบผสมผสานหรือแบบเศรษฐกิจพอเพียง เช่น การปลูกพุดรา กระท้อน ไม้ สตรอเบอร์รี่ ให้แก่สมาชิกในกลุ่มเพื่อสร้างรายได้ให้มากขึ้นและมีความยั่งยืนแทนการปลูกพืชเชิงเดี่ยว” (IK-1)

“ผู้นำกลุ่มนี้จะเป็นที่รักและเคารพของชาวบ้านมากๆ เพราะจะเป็นคนที่น่าพาให้ชาวบ้านทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ และทำงานสำเร็จ สร้างอาชีพให้ชาวบ้านจนถึงทุกวันนี้ แล้วก็เป็นผู้ดึงหน่วยงานต่างๆ ให้เข้ามาให้การสนับสนุน จนเกิดโฮมสเตย์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยว ศูนย์เรียนรู้ต่างๆ” (I-3)

“ซึ่งจะมีผู้ที่เป็นผู้นำของเครือข่าย 2 ท่าน ที่มีบทบาทหน้าที่ในการติดตามข่าวสารและการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นการอบรมสัมมนาด้านอาชีพ การเข้ารับการประเมินด้านการท่องเที่ยว (โฮมสเตย์ แหล่งท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ชุมชน)” (IP-13)

“ซึ่งจากข้อมูลพบว่าชุมชนแห่งนี้มีผู้นำที่เข้มแข็งเป็นอย่างมาก โดยได้รับรางวัลแหวนทองคำถึง 2 ปีซ้อน อีกทั้งยังเป็นผู้ที่ทำให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงได้มีการสนับสนุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวและเริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้นในปี พ.ศ. 2561” (IP-16)

“โดยผู้นำกลุ่มถือเป็นผู้มีส่วนในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ได้ผันตัวจากบัณฑิตปริญญาตรี เพื่อมาอุทิศตนให้แก่การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านชุมพู่อย่างเต็มตัว เสียสละที่ดินเพื่อสร้างเตาคาร์บอนเพื่อเป็นสาธารณประโยชน์ใช้งานในชุมชน อีกทั้งยังเสียสละทุนทรัพย์ส่วนตัวในการจัดซื้อเตาคาร์บอนกว่า 280,000 บาท” (IP-17)

“แต่เดิมชุมชนบ้านมุงยังไม่มีนักท่องเที่ยวรู้จัก จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2558 มีเจ้าของเพจเฟซบุ๊กได้นำรูปภาพบรรยากาศของบ้านมุงที่ล้อมรอบไปด้วยภูเขาหินปูน มีหมอกขึ้นในช่วงเช้า และบรรดาค่างควาที่บินออกมาหาอาหารในช่วงพลบค่ำ ก็เริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว” (IP-13)

“ผู้นำด้านการสื่อความหมายของชุมชนจะมีความเชี่ยวชาญและรู้ในเรื่องของประวัติศาสตร์เป็นอย่างดี โดยท่านเป็นปลัดอำเภอเก่า ท่านต้องการที่จะมีการรวบรวมเรื่องราวเหล่านี้ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรให้คงอยู่สืบไปด้วย” (FK-2)

กลุ่มอนุรักษ์

“ชาวบ้านในชุมชนได้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรขึ้น มีชื่อว่า กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล ในปีพ.ศ. 2543 (...) โดยมีภารกิจในการกันไฟป่า การปลูกป่าเขาสลักได ปลูกป่าเขาวง ปลูกป่าเขาแคบ ปลูกป่าเขามูลหลง และภารกิจการดูแลทรัพยากรต้นไม้และสัตว์ป่า” (IK-1)

“ชุมชนมีกฎระเบียบว่าหากนำขยะไปในผืนป่าชุมชน จะต้องนำออกมาให้ครบ แต่ก็ยังมีคนที่ลักลอบเข้าไปโดยไม่ผ่านกลุ่ม และไม่รักษากฎ โดยทิ้งขยะไว้เกลื่อนป่า ชุมชนก็จะจัดกิจกรรมเครือข่ายเยาวชนคนต้นน้ำ เข้าไปทำความสะอาดผืนป่า และเก็บขยะให้สะอาด” (IP-17)

“ที่บ้านชมพูเค้ามีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์มากๆ มีถ้ำที่ยาวที่สุดในประเทศด้วยนะ ช้างในถ้ำก็มีปลาตาบอดที่หาไม่ได้ทั่วไปนะ ชาวบ้านเค้ารักและหวงแหนของเค้ามากๆนะ แต่ได้ยินข่าวว่าจะมีคนมาสร้างเขื่อน ชาวบ้านเค้าก็ไม่ยอมสิ เพราะว่ามันจะทำให้ทรัพยากรเหล่านี้ถูกทำลายไป” (IP-41)

กลุ่มโฮมสเตย์

“ชุมชนแห่งนี้มีรายได้จากบ้านพักโฮมสเตย์ถึงหลังละ 30,000 บาท โดยยังไม่รวมค่าน้ำดื่ม ค่าอาหาร ค่าการแสดง และอื่นๆ ทำให้ชาวบ้านในชุมชนมีความกระตือรือร้นและต้องการที่จะเข้ามาเป็นสมาชิกในกลุ่มท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จนสุดท้ายมีจำนวนบ้านพักโฮมสเตย์ทั้งสิ้น 32 หลัง” (IK-2)

“กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านบุไทรโฮมสเตย์จะรับหน้าที่ในการดูแลกลุ่มที่พัก โดยการจัดสรรบ้านพักให้นักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนั้น เลขานุการและประชาสัมพันธ์จะประสานงานกันเพื่อรับรายการจากนักท่องเที่ยว ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและจำนวนวันที่ประสงค์จะเข้าพัก” (IK-3)

“เหรียญกฐินจะมีหน้าที่ในการดำเนินงานในด้านการเงินและการบัญชีของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับการดำเนินงานด้านการเงินนั้น จะมีการหัก 10% จากรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้าส่วนกลาง เพื่อใช้สำหรับการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะเกิดขึ้น” (IK-4)

“ต้นแบบโฮมสเตย์บ้านมุงเหนือมีทั้งหมด 5 หลัง (เข้าร่วมโครงการบ้านตัวอย่างของสถาบันทางการเงิน โดยได้ให้งบประมาณมาปรับปรุงและยกระดับบ้านพักโฮมสเตย์ให้มีสไตล์มากขึ้น โดยได้รับคำแนะนำของสถาปนิกที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย) แต่หากมีนักท่องเที่ยวประสงค์เข้ามาพักก็สามารถรองรับได้ทั้งสิ้น 10 หลัง และในปัจจุบันกำลังกระตุ้นให้ครัวเรือนอื่นๆเข้ามาร่วมด้วย” (FP-2)

“แต่เดิมในชุมชนแห่งนี้มีโฮมสเตย์ทั้งสิ้น 15 หลัง แต่ภายหลังสามารถเปิดให้บริการได้ 8 หลัง ในการเข้าพักโฮมสเตย์ของชุมชนแห่งนี้ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะทราบจากเพจเนนิมะปราง บ้านชมพูเหนือ และติดต่อจองเข้ามา” (IP-17)

“ทั้งที่บ้านพักโฮมสเตย์แต่ละหลังมีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับดี กล่าวคือมีความพร้อมทั้งสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งบ้านพักโฮมสเตย์ของบ้านมุงและบ้านผารังหมียังได้รับรางวัลกินรีอีกด้วย” (IK-13)

กลุ่มผู้ผลิต

“นอกจากนั้นแล้ว แรงงานที่มาทำงานในศูนย์เรียนรู้การปลูกเห็ดก็ยังเป็นกลุ่มชาวบ้านในชุมชนทั้งหมด เพื่อเป็นการสร้างรายได้และลดการย้ายถิ่นฐานไปทำงานนอกชุมชนอีกด้วย” (IK-2)

“ขนมลูกตุย คือการนำเอาวัตถุดิบที่ชาวบ้านปลูกกันเยอะจนล้นตลาด มาแปรรูปให้เป็นอาหารโบราณดั้งเดิมของชุมชน ที่มีรสชาติอร่อยและหาทานยาก หากนักท่องเที่ยวสนใจอยากทานขนมลูกตุย ต้องมาทำและมาทานที่บ้านโคกเท่านั้น” (FP-1)

“ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มจะจัดหาอาหารกลางวันและเครื่องดื่ม และอาหารเบรคให้แก่ผู้มาเยือน โดยจะเน้นไปที่อาหารว่างที่จัดทำจากวัตถุดิบที่มีมากในชุมชน เช่น ซาลาเปาไส้มะม่วงกวน น้ำมะม่วง ข้าวแตงกา (แตกแปลว่าดำ) ขนมไส้มะม่วง จานใบมะม่วงสำหรับใส่อาหารว่าง เป็นต้น” (IP-13)

กลุ่มกิจกรรม M-I-T เพื่อชุมชน

“ในการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนบ้านบุไทร จะมีการจัดกิจกรรมให้แก่นักท่องเที่ยวได้เดินทางขึ้นเขาเพื่อไปส่องสัตว์ โดยนักท่องเที่ยวจะต้องแจ้งความประสงค์ต่อผู้รับจองที่พักหรือเจ้าบ้านว่าต้องการส่องสัตว์ เลขานุการก็จะจัดดำเนินการประสานงานไปยังหัวหน้าฝ่ายนำเที่ยวเพื่อจัดสรรลูกหาบให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว” (IK-1)

“อีกทั้งยังเปิดให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาศึกษาเรียนรู้ได้ เนื่องจากมีการเป็นศูนย์เรียนรู้การเพาะเห็ดในชุมชนแห่งนี้ และเป็นหนึ่งในกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนบ้านบุไทรอีกด้วย” (IK-2)

“ในปัจจุบันชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ให้บริการบ้านพักโฮมสเตย์และเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจด้านการเกษตร โดยชุมชนบ้านบุไทรเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักดีของนักท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้มากมาย” (IK-11)

“ในการประกอบอาหารเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจะมีแม่ครัว 2 กลุ่ม ได้แก่ แม่ครัว ส่วนกลาง และแม่ครัวประจำครัวเรือนโฮมสเตย์ โดยแม่ครัวส่วนกลางจะมีหน้าที่ในการประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังชุมชนเป็นหมู่คณะ (...) ส่วนแม่ครัวประจำครัวเรือนโฮมสเตย์ ก็จะเป็นเจ้าบ้านของโฮมสเตย์แต่ละหลัง ที่จะมีหน้าที่ในการประกอบอาหารเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักในโฮมสเตย์ของตน” (IK-7)

“การจัดหาวัตถุดิบนั้นจะเน้นไปที่การรับวัตถุดิบจากชาวบ้านในชุมชน ซึ่งชาวบ้านในชุมชนที่ปลูกผักและวัตถุดิบสำหรับการประกอบอาหารก็จะมีหน้าที่ในการจัดส่งให้แก่ครัวเรือนที่จัดทำบ้านพักโฮมสเตย์เพื่อประกอบอาหารเช้าและอาหารเย็นเพื่อรับรองนักท่องเที่ยวที่มาพัก กลุ่มแม่ครัวส่วนกลางของกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อประกอบอาหารสำหรับต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่มาเยี่ยมชมชุมชนและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้ห้องประชุมของชุมชนในการศึกษาดูงานในศูนย์ฝึกอาชีพในชุมชน ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารส่วนใหญ่จะมาจากชุมชนทั้งสิ้น ยกเว้นเนื้อสัตว์ (เนื้อหมู เนื้อวัว) ที่ต้องไปซื้อมาจากพ่อค้าคนกลางในตลาด” (IK-8)

“แต่เดิมชุมชนบ้านมุงยังไม่มีนักท่องเที่ยวรู้จัก จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2558 มีเจ้าของเพจเฟซบุ๊กได้นำรูปภาพบรรยากาศของบ้านมุงที่ล้อมรอบไปด้วยภูเขาหินปูน มีหมอกขึ้นในช่วงเช้า และบรรดาค่างควาที่บินออกมาหาอาหารในช่วงพลบค่ำ ก็เริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ประกอบกับในปี พ.ศ. 2561 ได้มีโครงการ OTOP นวัตกรรมเข้ามาพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ทำให้บ้านมุงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น” (IP-13)

“ชาวบ้านในชุมชนจึงต้องการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนด้วยการเข้าร่วมกิจกรรมปีนเขาแก้งหันลมเง้าหนอง ด้วยมีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อดำเนินการรับนักท่องเที่ยว มีการแบ่งหน้าที่และบริหารจัดการรายได้อย่างเท่าเทียมกันและเป็นสัดส่วน แบ่งเป็นกลุ่มพรวาน กลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม กลุ่มบริการที่จอดรถ ห้องน้ำ” (IP-20)

“ด้านศูนย์เรียนรู้ของชุมชนจะมีชาลาเปาไ้ส้มม่วง น้ำมะม่วงพร้อมดื่ม ส้ม เข็นฝ้าย (ไม่มีผู้สืบทอด) ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนแห่งเคยให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ และนักท่องเที่ยวนานาชาติ 19 ประเทศ ที่เข้ามาศึกษาดูงานในศูนย์เรียนรู้ของชุมชนผ่านทางหน่วยงานภาครัฐของอำเภอเนินมะปราง และ หน่วยงานส่วนภูมิภาค” (IP-19)

“แต่ในภายหลังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นชาลาเปาไส้มะม่วง (กวน) จำหน่ายลูกละ 10 บาท และมีชุมชนใกล้เคียงมาชักชวนให้นำผลิตภัณฑ์เหล่านี้มาทำเป็นอาหารว่างสำหรับให้บริการในการจัดประชุม” (IP-19)

“ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่อยู่นั้น ฝ่ายปฎิคมจะดูแลในเรื่องของการจัดสถานที่ ตั้งแต่สถานที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว สถานที่สำหรับการจัดประชุม สถานที่สำหรับการรับประทานอาหาร รวมถึงรับหน้าที่ในการให้บริการในกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเสิร์ฟอาหาร การอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมประชุม” (IK-1)

“บ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย จังหวัดพิษณุโลก เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นศูนย์เรียนรู้ทางการเกษตรให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีความสนใจในการเรียนรู้ทางการเกษตร เช่น เกษตรแปลงใหญ่ ศูนย์สาธิตโรงสีข้าว เริ่มต้นชุมชนแห่งนี้เป็นเพียงศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรเท่านั้น แต่ภายหลัง ในปี พ.ศ. 2557 ได้นำเอาการท่องเที่ยวเข้ามาผนวกกับศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตร ซึ่งประกอบไปด้วย การเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน การทำการเกษตร การฝึกอบรม การเข้าพักที่โฮมสเตย์ในชุมชน รับประทานอาหารพื้นถิ่น ห้องประชุมสัมมนา รถรำนำเที่ยว” (I-16)

“รถนำเที่ยวของเรามีทั้งหมด 12 คัน ประธานกลุ่มก็จะเวียนรถให้ตามคิว รถ 12 คันก็จะมีรถกระบะ อันนี้เอาไว้ขึ้นเขา เพราะมันจะชัน เอารถอีแต่นขึ้นไม่ได้เลย เช่น ผาเก็บตะวัน เขาเรด้า ไปชมกระทิงเขาแผงม้า จะมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,000 บาท สำหรับราคาค่าใช้จ่ายนี้เกิดจากการหารือและตกลงร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งอ้างอิงจากความคุ้มทุนและเหมาะสมต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว แล้วก็จะมีคนนำเที่ยวด้วย คนนี้จะต้องพานักท่องเที่ยวไปตามที่ต่างๆ ดูแลนักท่องเที่ยว คนนำเที่ยวเลยต้องเป็นคนที่เกี่ยวข้องหาเส้นทางขึ้นเขา ไม่งั้นไปไม่ถูกแล้วก็อันตรายด้วย นอกจากรถกระบะก็จะมีรถอีแต่น แล้วก็รถไถพ่วง อันนี้จะเอารถที่ใช้ในการเกษตรเรานี้แหละมาทำ พาเที่ยวในชุมชนแล้วก็สถานที่ใกล้เคียง ที่เป็นพื้นราบไม่ชัน โดยค่าใช้จ่ายสำหรับรถนำเที่ยวภายในชุมชนจะอยู่ที่ 500 บาท” (I-9)

“ในบางชุมชนพยายามสืบค้นจุดเด่นด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเองขึ้นมาเพื่อเป็นอีกหนึ่งสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและเป็นการสืบสานวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนตนเองให้คงอยู่สืบไป เช่น บ้านโคก ได้สืบค้นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านในชุมชนในอดีตว่าเป็นมาอย่างไร จนได้มีการพูดคุยกับคนเฒ่าคนแก่ภายในชุมชน ว่าแต่ละท่านมีการแสดงหรือศิลปะใดๆติดตัวมาบ้าง จนได้พบว่ามียกุ่มชาวไทยทรงดำ หรือลาวโซ่ง” (FP-1)

ชาวบ้านในชุมชน

“หากมีการจัดงานต่างๆ บ้านมุงไม่มีปัญหาด้านที่พัก เนื่องจากเคยมีการจัดงานหลายรายการ ยกตัวอย่างเช่น ฮ่องเต้ไบค์ มีผู้เข้าร่วมงาน 5,000 กว่าคน มีพักในเมืองเนินมะปรางทั่วทั้งอำเภอ จังหวัดพิจิตรก็ได้านิสง ชาวบ้านก็ให้ความร่วมมือในการเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวเข้าพักร่วมด้วย เรื่องที่นอน นักท่องเที่ยวไม่ค่อยกังวล เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการที่พักที่อยู่ใกล้ และสะดวกสบาย ในการเดินทางมาลงทะเลเบียนแต่เช้ามีตมมากกว่า” (FP-2)

“พวกเราช่วยกันดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวกัน เพราะว่าพวกเราเชื่อว่า หากการท่องเที่ยว มีการพัฒนาและสร้างรายได้ อีกทั้งมีนักท่องเที่ยวรู้จักบ้านเราเยอะๆ ก็จะทำให้ไม่มีการสร้างเขื่อน เพราะชาวบ้านในชุมชนทุกคนไม่ต้องการให้มีการสร้างเขื่อนในบ้านเรา บ้านเรามีทรัพยากรมากมาย ไม่ว่าจะเป็นถ้ำภูเขา น้ำตก แล้วภายในชุมชนมีศูนย์เรียนรู้ด้านชีววิทยา เกี่ยวกับพันธุ์สัตว์หายากที่อยู่ในพื้นที่ชุมชน เนื่องจากชุมชนแห่งนี้อยู่ใกล้กับถ้ำพระวังแดง ที่เป็นถ้ำที่ยาวที่สุดในประเทศไทยที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ แต่ถ้ามีเขื่อนก็จะทำให้ทรัพยากรทั้งหมดนี้ถูกทำลายไป ชาวบ้านเลยเห็นด้วยการทำให้บ้านเราเป็นแหล่งท่องเที่ยว” (IP-28)

“ที่บ้านชมพูเค้ามีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์มากๆ มีถ้ำที่ยาวที่สุดในประเทศด้วยนะ ช้าง ในถ้ำก็มีปลาตาบอดที่หาไม่ได้ทั่วไปนะ ชาวบ้านเค้ารักและหวงแหนของเค้ามากๆนะ แต่ได้ยินข่าวว่าจะมีคนมาสร้างเขื่อน ชาวบ้านเค้าก็ไม่ยอมสิ เพราะว่ามันจะทำให้ทรัพยากรเหล่านี้ถูกทำลายไป พี่ก็หวงนะ เพราะว่าพี่มาที่ไรพี่ก็ไปเข้าถ้ำทุกครั้ง ไปดูดอกศิลาจารี ไปเที่ยววน้ำตก พี่ก็จะไม่ยอมให้เค้ามาทำเขื่อนเหมือนกัน พี่เลยช่วยชาวบ้านประชาสัมพันธ์ไปเยอะๆเลย ชวนเพื่อนชวนคนรู้จักมาเที่ยวเยอะๆ พี่เชื่อว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเกราะป้องกันสิ่งที่จะมาทำลายทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนได้ อยากเก็บทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามพวกนี้ ไว้ให้ลูกให้หลานเราได้ดูด้วย” (IP-41)

“ชาวบ้านในชุมชนบ้านโคก มีความแบ่งแยกออกเป็น 2 ฝั่ง ฝั่งหนึ่งคือเจ้าของวัฒนธรรมไทยทรงดำ มองเห็นว่าวัฒนธรรมของตน เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนบ้านโคก เนื่องจากตนเองก็เป็นคนบ้านโคกด้วย แต่อีกฝั่งหนึ่งที่ไม่ใช่คนไทยทรงดำ ก็มองว่าวัฒนธรรมไทยทรงดำ ไม่ใช่เป็นวัฒนธรรมของชุมชนบ้านโคก เนื่องจากบรรพบุรุษของชาวไทยทรงดำไม่ได้มีถิ่นฐานบ้านเกิดที่บ้านโคก” (FP-1)

“ชุมชนบ้านบุไทรก็ได้มีการหารือกันถึงปัญหาของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อด้านลบแก่ชาวบ้านในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเสียง เรื่องการจราจรที่ติดขัด และมลภาวะทางอากาศ ทำให้ได้ข้อสรุปว่าจำเป็นต้องย้ายจุดรับนักท่องเที่ยวไปให้ไกลจากชุมชนและมีสถานที่จอดรถที่

สะดวกสบาย ไม่รบกวนชาวบ้านที่พบอุปสรรคในการสัญจรในชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบุญไทรจึงได้ร่วมกันก่อสร้างศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวแห่งใหม่ขึ้นในปี พ.ศ. 2559” (IK-11)

องค์กรภาครัฐ

“นายกองค์การบริหารส่วนตำบล เกษตรอำเภอกศน. ก็เป็นหน่วยงานที่เข้ามาเป็นที่ปรึกษาหลักให้กับชุมชน เค้าวช่วยให้กลุ่มของเรามีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือแม้แต่การให้ความรู้เรื่องภาษา แล้วก็ให้ความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชนด้วย” (IK-10)

“กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบุญไทรจึงได้ร่วมกันก่อสร้างศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวแห่งใหม่ขึ้นในปี พ.ศ. 2559 โดยได้รับการสนับสนุนจากกรมเกษตรและสหกรณ์ในบางส่วน ทำให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้กว่า 200 คน และสามารถเป็นสถานที่สำหรับการประชุมและสัมมนาได้อย่างเหมาะสม” (IK-11)

“สำหรับการดำเนินงานด้านไมซ์ของจังหวัดนครราชสีมาได้มีการจัดตั้งซึ่งศูนย์ NCEC ซึ่งถือว่าเป็นศูนย์กลางในการให้บริการด้านไมซ์ของจังหวัดนครราชสีมา โดยศูนย์แห่งนี้ได้แบ่งนโยบายการขับเคลื่อนโคราช MICE City ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ (Product) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านบุคลากร (Staff) และด้านข้อมูล (Data Based)” (IK-6)

“โครงการ OTOP นวัตกรรม ถือเป็นโครงการที่จุดประกายความเป็นชุมชนท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทำให้แต่ละชุมชนตื่นตัวและได้กลับไปสืบค้นประวัติ ความเป็นมา ทรัพยากรต่างๆ หรือวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเองว่าเป็นอย่างไร และมีความน่าสนใจเพียงใด” (FP-1)

“หน่วยงานหลักๆที่มีส่วนในการสนับสนุนชุมชนก็คือ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ช่วยสนับสนุนในด้านงบประมาณบางส่วนและด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บุคลากร และความรู้ด้านต่างๆ” (IP-16)

“การจัดการขยะที่ต้นทาง ส่งเสริมให้แต่ละครอบครัวจัดการขยะของตนเอง การคัดแยกขยะเนื่องจากทางภาครัฐยังไม่มีบริการกำจัดขยะ แต่ทางภาครัฐจะมีการเข้าไปให้ความรู้กับวิธีการคัดแยกขยะและกำจัดขยะอย่างถูกวิธี หากมีการจัดการขยะอย่างถูกวิธีจะทำให้เหลือเศษขยะน้อยมาก ไม่สร้างมลภาวะและปัญหาให้กับชุมชน” (IP-20)

องค์กรภาคการศึกษา

“หลังจากนั้นได้มีองค์กรภาคการศึกษา เข้ามาให้ความรู้ในการปลูกเห็ด ดอกเบญจมาศ และ นำพาให้พัฒนาชุมชนเกษตรกรรมให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปี พ.ศ.2545 ในปีนั้นชุมชนแห่งนี้มีชื่อเสียงในเรื่องเห็ดหอมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้รายได้ส่วนใหญ่ของชุมชนมาจากการจำหน่ายเห็ดหอม และได้ก่อตั้งกลุ่มเห็ดหอมขึ้นมาเพื่อดูแลในด้านการปลูกและการจำหน่าย นอกจากการจำหน่ายเห็ดหอมแล้ว ชุมชนก็ได้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนควบคู่ไปด้วย จนชุมชนแห่งนี้ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ในปี พ.ศ. 2547 และ 2549 โดยได้รับการยกย่องให้เป็น 1 ใน 5 โฮมสเตย์ต้นแบบอีกด้วย” (IK-1)

“อาจารย์จากองค์กรภาคศึกษามาให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกเห็ด จึงทำให้สามารถสร้างอาชีพที่มีรายได้มากกว่าเดือนละ 100,000 บาท และในส่วนของผลิตภัณฑ์เห็ดนี้ใช้ในการประกอบอาหารเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนด้วย อีกทั้งยังมีการแปรรูปเพื่อเป็นการถนอมอาหารให้มีรสชาติดีขึ้นและอยู่ได้นานขึ้นด้วย” (IK-2)

“นายกองค์การบริหารส่วนตำบล เกษตรอำเภอ กศน. ก็เป็นหน่วยงานที่เข้ามาเป็นที่ปรึกษาหลักให้กับชุมชน เค้ช่วยให้กลุ่มของเรามีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือแม้แต่การให้ความรู้เรื่องภาษี แล้วก็ให้ความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชนด้วย” (IK-10)

“โดยการสนับสนุนจากองค์กรภาคการศึกษา เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน เช่น จานใบมะม่วง ลูกอมลูกทุเรียน ขนมลูกทุเรียน และสร้างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรต่างๆของชุมชน เช่น ฟ้าทะลายโจร โดยมีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาอาชีพร่วมกับ กศน. เพื่อสร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในชุมชนที่ต้องการจะย้ายถิ่นฐานเพื่อกลับมาอยู่ในถิ่นฐานบ้านเกิด” (FP-1)

“ยุวพัฒนารักถิ่น เกิดจากการสนับสนุนขององค์กรภาคการศึกษา เป็นกิจกรรมที่นำนักศึกษาเข้ามาดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาโฮมสเตย์ ด้านต่างๆให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น” (IP-17)

“ม.นเรศวร เข้ามาชักชวนให้แปรรูปมะม่วงสุกที่เหลือจากการจำหน่าย ให้เป็นน้ำมะม่วงเข้มข้น และซาลาเปาน้ำมะม่วง แต่ในภายหลังได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นซาลาเปาน้ำมะม่วง (กวน) จำหน่ายลูกละ 10 บาท และมีชุมชนใกล้เคียงมาชักชวนให้นำผลิตภัณฑ์เหล่านี้มาทำเป็นอาหารว่างสำหรับให้บริการในการจัดประชุม” (IP-19)

“องค์กรภาคการศึกษาเข้ามาช่วยสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและความรู้ให้แก่ชุมชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น งานใบมะม่วง ซาลาเปาไส้มะม่วง น้ำมะม่วง เป็นต้น” (IP-21)

องค์กรภาคเอกชน

“ร้านอาหารในชุมชนเข้ามาให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดทำต้นทุนกำไร ด้านการทำอาหาร แล้วก็การพัฒนาเมนูอาหารต่างๆ รวมไปถึงการแนะนำเรื่องวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารด้วย” (I-12)

“ปัญหาด้านขยะไม่ค่อยพบเนื่องจากมีการคัดแยกขยะ และมีเตาเผาขยะแบบควันน้อยไว้บริการแก่ชาวบ้านในชุมชน และหากบ้านหลังไหนต้องการเตาเผาควันน้อยไว้ส่วนตัว ทางชุมชนก็จะมีทุนสนับสนุนให้เครื่องหนึ่งของกลุ่มสตรีตำบล ส่วนที่เหลือก็ให้แต่ละหลังที่มีความต้องการรับผิดชอบเอง โดยเฉพาะบ้านไหนที่มีผู้ป่วยติดเตียงหรือเด็กเล็กที่ต้องใช้ผ้าอ้อมสำเร็จรูปที่ยากต่อการกำจัด โดยค่าใช้จ่ายต่อเครื่องจะอยู่ที่ 1,300 บาท กลุ่มสตรีตำบลสนับสนุนเงินจำนวน 800 บาท และเจ้าของบ้านชำระเพียง 500 บาทเท่านั้น ซึ่งเตาเผาขยะแบบควันน้อยนี้ได้รับการพัฒนาโดยหน่วยงานภาครัฐ” (IP-16)

“มีการประกวดโฮมสเตย์มีสไตล์ระดับประเทศ โดยได้รับรางวัลดีเด่นลำดับที่ 2 และในปี 2564 ได้รับรางวัลกินรี โดยมักจะได้รับการสนับสนุนจากสถาบันทางการเงิน ชุมชนบ้านมุงได้รับผลประโยชน์มากมายจากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ โดยชาวบ้านมีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีรายได้เพียงพอต่อการใช้จ่ายในครัวเรือนโดยไม่ต้องไปทำงานนอกพื้นที่ ด้านสังคมคือมีการสืบต่อวัฒนธรรมของชุมชน มีการสืบต่อตำนานถ้ำนางสิบสอง เป็นต้น ด้านสิ่งแวดล้อม คือเมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามา ทั้งชุมชน นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ผนึกกำลังกันวางแผนและปกป้องภาคเอกชนที่จะเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากภูเขาหินปูนด้วยการทำเป็นเหมืองแร่ เป็นต้น” (IP-13)

“ต้นแบบโฮมสเตย์บ้านมุงเหนือมีทั้งหมด 5 หลัง (เข้าร่วมโครงการบ้านตัวอย่างของสถาบันทางการเงิน โดยได้ให้งบประมาณมาปรับปรุงและยกระดับบ้านพักโฮมสเตย์ให้มีสไตล์มากขึ้น โดยได้รับคำแนะนำของสถาปนิกที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย) แต่หากมีนักท่องเที่ยวประสงค์เข้ามาพักก็สามารถรองรับได้ทั้งสิ้น 10 หลัง และในปัจจุบันกำลังกระตุ้นให้ครัวเรือนอื่นๆเข้าร่วมด้วย” (FP-2)

กลุ่มนักท่องเที่ยว

“ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มายังชุมชนแห่งนี้ส่วนใหญ่จะมาเป็นครอบครัวในช่วงไฮซีซั่น เพื่อพักผ่อน สูดอากาศบริสุทธิ์ และสัมผัสกับลมหนาวบนหุบเขาที่สวยงาม แต่ในช่วงโลซีซั่นจะเป็นนักท่องเที่ยวประเภทหมู่คณะ อยู่ในลักษณะองค์กรต่างๆ ที่จะเข้ามาพักผ่อน โหมสตั๊ดและศึกษาดูงานตามศูนย์การเรียนรู้ที่ได้จัดเอาไว้ให้ กลุ่มละประมาณ 150-200 คน”

“ชุมชนบ้านผาผึ้ง มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาประชุมสัมมนา แล้วก็นักท่องเที่ยวที่ติดตามเพจชุมชน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนจริงๆ (...) หากต้องการเข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะโทรมาก่อน เพื่อขอมาศึกษาดูงานตามฐานเรียนรู้ต่างๆ ซึ่งตรงนี้เป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นหลัก นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็ยังมาอุดหนุนซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนอีกด้วย หลังจากเสร็จสิ้นแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงจะเดินทางท่องเที่ยว เยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน โดยใช้ธรรมาของชุมชน” (I-16)

“ผมไปกางเต็นท์ที่เขาช่องเรือตาหมื่น ไปกัน 7 คน ชาวบ้านมานำทาง 3 คนครับ ผมรู้จักที่นี่เพราะตามมาจากเฟสบุ๊กในกลุ่ม ก็ลองเสิร์ชดู เอาจ่ายๆเลยนะ ช่วงนั้น ถ้าเจอที่ไหนที่ดูใจแล้วก็น่าสนใจ ก็อยากจะทำที่นั่นเลย แต่ถ้าติดต่อไปแล้วไม่มีคนตอบสักที มันก็ทำให้ความอยากเที่ยวของเราลดลงไปเยอะเลย บางทีอาจหาที่อื่นเที่ยวไปเลย แล้วที่ไปบ้านมุงนะ ผมก็ติดต่อไปที่เพจคนรักเนินมะพร้าว คำตอบไวมากนะ พอผมได้รู้รายละเอียดต่างๆ ผมก็ตัดสินใจจองที่พักทันทีเลย ผมจ่ายให้ชุมชนไป 1,600 บาทครับ ค่ะ” (I-31)

“มาเที่ยวที่บ้านมุงกับบ้านผาผึ้ง เพราะว่าพี่รู้ว่าเค้าได้รับรางวัลเยอะแยะเลย พี่เข้าไปเห็นในเพจบ้านผาผึ้งน่าอยู่ใจคะ เห็นบ้านเมืองเค้าสะอาดสะอาด สีน้ก็เออะ พี่มาเที่ยวนี้ก็ได้ของฝากกลับบ้านเต็มไปหมดเลย ทั้งผ้าไหม ผ้าขาวม้า ข้าวสาร เยอะแยะเลยคะ ซื้อมะม่วงเลย พอออกจากบ้านผาผึ้งก็มาบ้านมุงคะ บ้านนี้เค้าก็ขึ้นชื่อเนอะคะ เห็นว่าเค้ารางวัลกินรี แล้วก็เห็นจังหวัดเค้าส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ตลอดเลย พี่อ่านข่าวเจอคะ พี่ก็ชวนสามีกับลูกมาเลย ไม่ผิดหวังจริงๆคะ บ้านค่าน่าอยู่ น่าเที่ยว น่าอุดหนุนสินค้ามากคะ เพราะว่าสินค้าเค้าเนี้ยสวย แพคเกจเค้าก็สวย เอาไปเป็นของฝากก็เหมาะเลยคะ” (I-36)

“ผมมาเที่ยวกับเพื่อนๆหลายคนเลยครับ มาจากหมู่บ้านแถวนี้แหละครับ ทุกครั้งถ้ามาก็จะแวะซื้อขนมที่เขว่น แล้วก็ไปที่น้ำตกขุนห้วยเทิน ไปนั่งเล่นกันสักพักก็กลับบ้านครับ ไม่ค่อยได้ซื้อของ

ในชุมชนหรือครอบครัวเพราะว่าเตรียมเงินมาไม่พอ จะเตรียมมาแค่ค่าน้ำมันรถกับค่าขนมนิดๆหน่อยๆแค่นั้น” (I-29)

“ผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม คือการส่งเสียงรบกวนของกลุ่มวัยรุ่น ที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน แต่ไม่ได้สร้างรายได้ใดๆ มีเพียงการนำขยะมาจากนอกชุมชนและทิ้งไว้โดยไม่นำกลับไปด้วย สร้างปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมให้ชุมชนด้วย” (I-15)

“ส่วนตัวจะเลือกชุมชนที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการทำ CSR ของบริษัท โดยส่วนมากการลงไปในชุมชนจะเป็นในเรื่องของการทำ CSR มากกว่า แต่ก็มีบ้างที่พาพนักงานไปประชุมสัมมนา โดยมีเกณฑ์ในการเลือกชุมชนก็คือต้องมีห้องประชุมกว้างๆ บรรยากาศดี อากาศต้องไม่ร้อน มีที่จอดรถเยอะๆ รถเข้าถึงได้ง่ายด้วย ถ้าเป็นห้องประชุมของชุมชนก็ไม่ต้องมีแอร์ก็ได้ แต่ต้องไม่ร้อน มีลมพัดโกรก อากาศดี เช่นที่เลือกบ้านบุไทรก็เพราะว่าบรรยากาศดีมาก ไม่ไกลจากโคราช ขับรถแค่ไม่ถึง 2 ชั่วโมง ค่ามีห้องประชุมที่เป็นห้องโถงโล่ง ลมเย็นสบายมาก แล้วก็มิอูโมงไม้ไผ่ที่บรรยากาศเกินคำบรรยาย ปกติเราก็จะเปลี่ยนชุมชนไปเรื่อยๆ แต่พอได้มาที่บ้านบุไทรแล้วเราต้องมาซ้ำ จนกลายเป็นว่ามาบ่อยที่สุดแล้วค่ะ เพราะเวลาเรากลับจากการจัดการก็จะมีแบบประเมินแจกให้กับพนักงานทุกคน เราก็จะนำผลจากการประเมินนี้แหละมาคัดเลือกชุมชนในครั้งต่อไป” (I-25)

“ชุมชนบ้านผารังหมีไม่ได้พัฒนามาจากการท่องเที่ยว แต่เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่พัฒนามาจากศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของสถาบันทางการเงิน โดยจะมีการจัดการศึกษาเรียนรู้เดือนละ 4 ครั้ง ครั้งละ 100 คน”

กลุ่มผู้เชื่อมโยง

“ชุมชนบ้านผารังหมีไม่ได้พัฒนามาจากการท่องเที่ยว แต่เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่พัฒนามาจากศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของสถาบันทางการเงิน โดยจะมีการจัดการศึกษาเรียนรู้เดือนละ 4 ครั้ง ครั้งละ 100 คน” (IP-27)

“จนในปี พ.ศ. 2564 ชุมชนแห่งนี้ได้รับรางวัลกินรี และมักจะได้รับรับการสนับสนุนจากสถาบันทางการเงิน (...) หน่วยงานภาครัฐ ช่วยสนับสนุนในด้านงบประมาณบางส่วนและด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บุคลากร และความรู้ต่างๆ” (IP-16)

บทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

“กิจกรรมปลูกป่า โดยชาวบ้านและนักท่องเที่ยวจะมีการจัดกิจกรรมปลูกป่าร่วมกันทุกปี เป็นการปลูกต้นไม้ต้นใหม่เพื่อทดแทนต้นเก่าที่ได้ล้มตายหรือถูกทำลายไป เพื่อเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ให้คงอยู่สืบไป (...) กิจกรรมบวชป่า โดยเป็นการนิมนต์พระไปทำพิธีบวชน้ำผ้าใบมัดต้นไม้ เป็นกุศโลบายที่ทำให้ชาวบ้านเกรงกลัว ไม่กล้าตัดต้นไม้ทำลายป่า ซึ่งหลังจากมีกิจกรรมบวชป่าก็ไม่มีไฟไหม้มานานหลายปี (...) ภารกิจการกันไฟป่า การปลูกป่าเขาสลักไถ่ ปลูกป่าเขาวง ปลูกป่าเขาแคบ ปลูกป่าเขามูลหลง และภารกิจการดูแลทรัพยากรต้นไม้และสัตว์ป่า” (IK-1)

“เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนี้เกิดมาจากฐานรากของชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการดำเนินงานอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความเข้มแข็งและความรักต่อทรัพยากรในชุมชนตนเอง ซึ่งหากมีผู้ที่จะมาทำลายทรัพยากรของชุมชนก็จะมีคนต่อต้านและไม่เห็นด้วย หรือไม่ยอมให้ใครมาทำลายทรัพยากรของชุมชนตนเองอย่างเด็ดขาด” (IP-18)

“ภารกิจต่างๆเหล่านี้ส่งผลให้กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูลนี้เป็นกลุ่มชุมชนที่มีความเข้มแข็งและมีชื่อเสียง ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนยังคงอุดมสมบูรณ์อยู่ และนักท่องเที่ยวที่มาที่ขึ้นชอบและเรียกหมู่บ้านของเราว่าแหล่งโอโซนของประเทศไทยกันเลยทีเดียว” (IK-1)

“เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเนินมะปรางนี้เกิดมาจากฐานรากของชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการดำเนินงานอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีความเข้มแข็งและความรักต่อทรัพยากรในชุมชนตนเอง ซึ่งหากมีผู้ที่จะมาทำลายทรัพยากรของชุมชนก็จะมีคนต่อต้านและไม่เห็นด้วย หรือไม่ยอมให้ใครมาทำลายทรัพยากรของชุมชนตนเองอย่างเด็ดขาด จะทำให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวชุมชน” (IP-18)

“การทำงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อปกป้องทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ไม่ต้องการให้นำพื้นที่ป่าไปทำเป็นเขื่อน ชาวบ้านเชื่อว่าหากทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านในชุมชน ก็จะไม่ถูกนำไปสร้างประโยชน์ด้านอื่นที่ไม่เป็นผลดีต่อชาวบ้านในชุมชน ชาวบ้านไม่ต้องการเขื่อน” (IP-19)

“ที่บ้านชมพูเค้ามีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์มากๆ มีถ้ำที่ยาวที่สุดในประเทศด้วยนะ ช้างในถ้ำก็มีปลาตาบอดที่หาไม่ได้ทั่วไปนะ ชาวบ้านเค้ารักและหวงแหนของเค้ามากนะ แต่ได้ยินข่าวว่าจะมีคนมาสร้างเขื่อน ชาวบ้านเค้าก็ไม่ยอมสิ เพราะว่ามันจะทำให้ทรัพยากรเหล่านี้ถูกทำลายไป พี่ก็

หวงนะ เพราะว่าพี่มาที่ไรท์ก็ไปเข้าถ้าทุกครั้ง ไปดูดอกศิวาวารี ไปเที่ยวน้ำตก พี่ก็จะไม่ยอมให้เค้ามา ทำเขื่อนเหมือนกัน พี่เลยช่วยชาวบ้านประชาสัมพันธไปเยอะๆเลย ชวนเพื่อนชวนคนรู้จักมาเที่ยว เยอะๆ พี่เชื่อว่าการท่องเที่ยวจะเป็นเกราะป้องกันสิ่งที่จะมาทำลายทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนได้ อยากเก็บทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามพวกนี้ ไว้ให้ลูกให้หลานเราได้ดูด้วย” (IP-41)

การอนุรักษ์วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น

“ตัวอย่างของการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงคานยุคแรกๆ นักพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นคนในพื้นที่ และได้มีการทำสัญญาร่วมกับคนในชุมชนว่าไม่ให้มีการขายบ้านหรือปรับปรุงบ้านให้เปลี่ยนแปลงไปจากอัตลักษณ์เดิมๆ 10 ปี ก็เกิดการท่องเที่ยวจนมีชื่อเสียง พอครบ 10 ปี ชาวบ้านในชุมชนก็ขายบ้าน เนื่องจากนายทุนมีกำลังซื้อสูงและต้องการเข้าไปหาผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทำให้เชียงคานเปลี่ยนแปลงไปจนสูญเสียอัตลักษณ์และเสน่ห์ชุมชนไปมาก ชาวบ้านเนิ่นมะปรางจึงเกรงว่าหากมีผู้ประกอบการภายนอกเข้ามาจำนวนมาก และไม่มีการพูดคุยหรืออยู่ร่วมกันกับชุมชน จะเกิดเหตุการณ์ซ้ารอยเชียงคานได้” (FP-2)

“ส่วนใหญ่ที่มาก็มาเล่นน้ำตก แล้วก็ถ่ายรูปตามภูเขา แล้วก็ไปกินข้าวในชุมชนนั้นแหละ บรรยากาศดีมากๆเลยนะ แต่ต้องมาช่วงเช้าๆ หรือเย็นๆนะ ไม่งั้นร้อนมากเลย ชาวบ้านก็เป็นกันเอง ไปเที่ยวที่ไรท์ประทับใจทุกครั้ง ไปนั่งรถอีแต๊กเที่ยวนะ ลูกชอบมากๆ กระตือกระตือสุดๆเลย พलयทำให้เรามีความสุขไปด้วย” (IP-33) “ตัวอย่างของการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงคานยุคแรกๆ นักพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นคนในพื้นที่ และได้มีการทำสัญญาร่วมกับคนในชุมชนว่าไม่ให้มีการขายบ้านหรือปรับปรุงบ้านให้เปลี่ยนแปลงไปจากอัตลักษณ์เดิมๆ 10 ปี ก็เกิดการท่องเที่ยวจนมีชื่อเสียง พอครบ 10 ปี ชาวบ้านในชุมชนก็ขายบ้าน เนื่องจากนายทุนมีกำลังซื้อสูงและต้องการเข้าไปหาผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทำให้เชียงคานเปลี่ยนแปลงไปจนสูญเสียอัตลักษณ์และเสน่ห์ชุมชนไปมาก ชาวบ้านเนิ่นมะปรางจึงเกรงว่าหากมีผู้ประกอบการภายนอกเข้ามาจำนวนมาก และไม่มีการพูดคุยหรืออยู่ร่วมกันกับชุมชน จะเกิดเหตุการณ์ซ้ารอยเชียงคานได้” (FP-2)

“ส่วนใหญ่ที่มาก็มาเล่นน้ำตก แล้วก็ถ่ายรูปตามภูเขา แล้วก็ไปกินข้าวในชุมชนนั้นแหละ บรรยากาศดีมากๆเลยนะ แต่ต้องมาช่วงเช้าๆ หรือเย็นๆนะ ไม่งั้นร้อนมากเลย ชาวบ้านก็เป็นกันเอง ไปเที่ยวที่ไรท์ประทับใจทุกครั้ง ไปนั่งรถอีแต๊กเที่ยวนะ ลูกชอบมากๆ กระตือกระตือสุดๆเลย พलयทำให้เรามีความสุขไปด้วย” (IP-33)

คะ เหมือนมันยากมาก ต้องแข็งแรงมาก ๆ ถึงจะทำได้ หนูลองขอลุงเค้าสตาร์ทเครื่องด้วยนะคะ แต่ หนูไม่ไปเลย เป็นสิ่งที่ทำให้รู้สึกสนุกได้ชะอย่างนั้นคะ” (IP-33)

“ปกติรถอีแต่นจะใช้สำหรับการเกษตร แต่หากช่วงไหนมีนักท่องเที่ยวจอร์เจียมาเที่ยวมากก็ต้อง มีการทำความสะอาดอย่างดี พร้อมปูเสื่อเพื่อพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว” (IP-8)

“ในบางชุมชนพยายามสืบค้นจุดเด่นด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเองขึ้นมาเพื่อ เป็นอีกหนึ่งสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและเป็นการสืบสานวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนตนเองให้คงอยู่ สืบไป เช่น บ้านโคก ได้สืบค้นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวบ้านในชุมชนในอดีตว่าเป็นมาอย่างไร จน ได้มีการพูดคุยกับคนเฒ่าคนแก่ภายในชุมชน ว่าแต่ละท่านมีการแสดงหรือศิลปะใดๆติดตัวมาบ้าง จน ได้พบว่ามีกลุ่มชาวไทยทรงดำ หรือลาวโซ่ง ซึ่งท่านได้อพยพย้ายถิ่นฐานมาจากโรงวัว จังหวัดพิจิตร” (FP-1)

“ชุมชนยังไม่มี การนำประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าต่างๆมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว แต่ก็มีการ วางแผนว่าจะทำการรวบรวมเรื่องราวและประวัติศาสตร์ต่างๆ เพื่อทำเป็นหนังสือ และผนวกเข้ากับ การท่องเที่ยวชุมชนด้วยในอนาคต เป็นการตามรอยเรื่องเล่า เพื่อไปยังสถานที่จริงในชุมชน” (FP-2)

“โครงการ OTOP นวัตกรรม ถือเป็นโครงการที่จุดประกายความเป็นชุมชนท่องเที่ยวได้เป็น อย่างดี ทำให้แต่ละชุมชนตื่นตัวและได้กลับไปสืบค้นประวัติ ความเป็นมา ทรัพยากรต่างๆ หรือวิถีชีวิต ดั้งเดิมของตนเองว่าเป็นอย่างไร และมีความน่าสนใจเพียงใด” (FP-1)

ด้านการบริหารจัดการด้าน M-I-T เพื่อชุมชน

การบริหารจัดการรายได้

“ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวมาพักแรมอยู่ในชุมชนนั้น ก็จะมีการสับเปลี่ยนเวรยามเพื่อตรวจ ตราดูแลความเรียบร้อยในช่วงกลางวันและกลางคืน โดยกลุ่มผู้รักษาความปลอดภัยในแต่ละช่วงเวลาก็ จะได้รับค่าจ้างที่จัดสรรมาจากส่วนกลางของกองทุนด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่ทำการหักจากรายได้ที่ เกิดจากการท่องเที่ยวในชุมชนครั้งละ 10% นั่นเอง (...) ในการเดินทางเพื่อตรวจเยี่ยมบ้านพักจะใช้ รถยนต์ของประธานกลุ่ม ซึ่งจะมีการจัดสรรคั้งประมาณส่วนกลางของกลุ่มท่องเที่ยวหมู่บ้านให้ สำหรับค่าน้ำมันเพื่อเดินทางตรวจเยี่ยม” (IK-1)

“เจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์แต่ละหลังจะบริหารจัดการและรับนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยหากบ้านหลังใดมีรายได้ที่เกิดจากการรับนักท่องเที่ยวก็จะดำเนินการหักเงิน 10% เข้ากองกลางเพื่อใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเครือข่ายต่อไป” (IP-13)

การจัดสรรผลประโยชน์

“หลังจากนั้นก็จะมีแจ้งไปยังประธานกลุ่มและหัวหน้าฝ่ายบ้านพัก เพื่อดำเนินการจัดสรรบ้านพักให้แก่นักท่องเที่ยวตามลำดับ ยกเว้นเสียแต่ว่าจะเป็นการร้องขอระบุเจาะจงบ้านพักจากนักท่องเที่ยวเป็นกรณีพิเศษ (...) ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะมีการสอบถามความประสงค์จากนักท่องเที่ยวว่าต้องการผู้นำเที่ยวหรือไม่ หากต้องการผู้นำเที่ยวก็จะมีการจัดสรรผู้นำเที่ยวตามรอบหรือตามลำดับ” (IK-1)

“ช่องทางในการประชาสัมพันธ์และช่วยรับจองที่พักให้แก่นักท่องเที่ยว นั่นคือเพจคนรักเงินมะพร้าว ก็จะเป็นผู้ช่วยรับจองและจัดสรรที่พักให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงอีกหนึ่งช่องทาง” (IP-13)

“ส่วนใหญ่ผู้ท่องเที่ยวจะทราบจากเพจเงินมะพร้าวบ้านชมพูเหนือ และติดต่อจองเข้ามา หลังจากนั้นคณะกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนก็จะมีหน้าที่ในการจัดสรรบ้านพักโฮมสเตย์ให้ตามลำดับ” (IP-17)

การบริหารจัดการด้านบุคลากร

“ผู้นำกลุ่มได้กลับมาอยู่บ้านเพื่อพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านโคก โดยการสนับสนุนจากองค์กรภาคการศึกษา เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน เช่น งานใบมะม่วง ลูกอมเล็กบุหรี ขนมลูกต๋อย และสร้างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรต่างๆของชุมชน เช่น ฟ้าทะลายโจร โดยมีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาอาชีพร่วมกับ กศน. เพื่อสร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในชุมชน” (FP-1)

“ผู้นำด้านการสื่อความหมายของชุมชนจะมีความเชี่ยวชาญและรู้ในเรื่องของประวัติศาสตร์เป็นอย่างดี โดยท่านเป็นปลัดอำเภอเก่า ท่านต้องการที่จะมีการรวบรวมเรื่องราวเหล่านี้ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรให้คงอยู่สืบไปด้วย” (FP-2)

“โดยผู้นำกลุ่มถือเป็นผู้มีส่วนในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ได้ผันตัวจากบัณฑิตปริญญาตรี เพื่อมาอุทิศตนให้แก่การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านชมพูอย่างเต็มตัว เสียสละผืนที่ดินเพื่อสร้างเตาคาร์บอนเพื่อเป็นสาธารณะประโยชน์ใช้งานในชุมชน อีกทั้งยังเสียสละทุนทรัพย์ส่วนตัวในการจัดซื้อเตาคาร์บอนกว่า 280,000 บาท” (IP-17)

การตรวจสอบกระบวนการให้บริการ

“และในวันก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้าพัก ประธานกลุ่ม พร้อมด้วยเลขานุการและประชาสัมพันธ์จะเรียกสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนมาประชุมเพื่อเตรียมความพร้อม ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความปลอดภัย และความเหมาะสมของบ้านพัก ซึ่งจะต้องมีการตรวจตราความสะอาดและความปลอดภัยจากคณะกรรมการกลุ่มทุกครั้งก่อนรับรองนักท่องเที่ยว” (IK-1)

“หน่วยงานภาครัฐเชิญชวนให้ผู้ประกอบการและชุมชนต่างๆ ดำเนินการเพื่อรับการรับรองมาตรฐาน SHA+ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว ว่าสถานประกอบการหรือชุมชนนั้นๆ ได้มีการดำเนินการตามมาตรฐานความปลอดภัยของสาธารณสุข เช่น จะต้องมีการวัดไข้ ตรวจ ATK การเว้นระยะห่าง เป็นต้น ซึ่งหากผ่านมาตรฐาน SHA+ แล้ว สถานประกอบการหรือชุมชนจะได้รับโลโก้เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีความเอาใจใส่ต่อความปลอดภัยในสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ” (IP-23)

การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“จังหวัดนครราชสีมาก็ได้มอบเงินงบประมาณก้อนแรกให้แก่กลุ่มดำเนินงานด้าน MICE City เพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ โดยภารกิจแรกที่กลุ่ม MICE City ได้ดำเนินการไปแล้วคือการพัฒนาการเข้าถึง ทั้งการเดินทาง และเส้นทางสำหรับการสัญจรต่างๆ รวมไปถึงการสนับสนุนและผลักดันให้เกิดความร่วมมือต่างๆ” (IK-6)

“จากงบประมาณของโครงการนาแปลงใหญ่ ชุมชนได้รับการสนับสนุนสร้างลานตากข้าว รถตัก” (IP-16)

“การท่องเที่ยวและกีฬา ให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณ และอุปกรณ์ในการปีนเขา เช่น พุก การเจาะเขา อุปกรณ์ในการปีนเขา (...) ภาครัฐจะให้การอบรมด้านมาตรฐานโฮมสเตย์ให้กับชุมชนท่องเที่ยวที่มีความสนใจ ร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ โดยในปี 2565 จะมียกงบประมาณมาสนับสนุนในเรื่องการเป็นโฮมสเตย์ ในการอบรมทุกกระบวนการในการดำเนินงานโฮมสเตย์” (IP-22)

“ต้นแบบโฮมสเตย์บ้านมุงเหนือมีทั้งหมด 5 หลัง (เข้าร่วมโครงการบ้านตัวอย่างของสถาบันทางการเงิน โดยได้ให้งบประมาณมาปรับปรุงและยกระดับบ้านพักโฮมสเตย์ให้มีสไตล์มากขึ้น โดยได้รับคำแนะนำของสถาปนิกที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย)” (FP-2)

“องค์กรภาคการศึกษา เข้ามาช่วยสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและความรู้ให้แก่ชุมชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น งานใบมะม่วง ซาลาเปาไส้มะม่วง น้ำมะม่วง เป็นต้น”

“ชุมชนบ้านผาผึ้งไม่ได้พัฒนามาจากการท่องเที่ยว แต่เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่พัฒนามาจาก ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรของสถาบันทางการเงิน โดยจะมีการจัดการศึกษาเรียนรู้เดือนละ 4 ครั้ง ครั้งละ 100 คน” (IP-27)

“จนในปี พ.ศ. 2564 ชุมชนแห่งนี้ได้รับรางวัลกินรี และมักจะได้รับการสนับสนุนจากสถาบันทางการเงิน (...) หน่วยงานภาครัฐ ช่วยสนับสนุนในด้านงบประมาณบางส่วนและด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บุคลากร และความรู้ด้านต่างๆ” (IP-16)

การเพิ่มพูนสมรรถนะ

“องค์กรภาคการศึกษาเข้ามาให้ความรู้ในการปลูกเห็ด ดอกเบญจมาศ และนำพาให้พัฒนาชุมชนเกษตรกรรมให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปี พ.ศ.2545 ในปีนั้นชุมชนแห่งนี้มีชื่อเสียงในเรื่องเห็ดหอมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้รายได้ส่วนใหญ่ของชุมชนมาจากการจำหน่ายเห็ดหอม และได้ก่อตั้งกลุ่มเห็ดหอมขึ้นมาเพื่อดูแลในด้านการปลูกและการจำหน่าย นอกจากการจำหน่ายเห็ดหอมแล้ว ชุมชนก็ได้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนควบคู่ไปด้วย จนชุมชนแห่งนี้ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ในปี พ.ศ. 2547 และ 2549 โดยได้รับการยกย่องให้เป็น 1 ใน 5 โฮมสเตย์ต้นแบบอีกด้วย” (IK-1)

“กศน. ก็เป็นหน่วยงานที่เข้ามาเป็นที่ปรึกษาหลักให้กับชุมชน เค้าวช่วยให้กลุ่มของเรามีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือแม้แต่การให้ความรู้เรื่องภาษา แล้วก็ให้ความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชนด้วย” (IK-10)

“องค์กรภาคการศึกษาเข้ามาช่วยสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและความรู้ให้แก่ชุมชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น จานไบมะม่วง ซาลาเปาไส้มะม่วง น้ำมะม่วง เป็นต้น” (IP-21)

“ตั้งนั้นศูนย์ NCEC จึงจะจัดโครงการให้ความรู้ความเข้าใจและการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการอัปเดตข้อมูลต่างๆในเว็บไซต์ อีกทั้งจะมีโครงการในการให้ความรู้ผู้ประกอบการด้านไมซ์ที่ยังไม่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการอย่างถูกต้อง เพื่อเตรียมตัวในการขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องตามมาตรฐาน” (IK-6)

“หน่วยงานภาครัฐจะมีการเข้าไปให้ความรู้กับวิธีการคัดแยกขยะและกำจัดขยะอย่างถูกวิธี หากมีการจัดการขยะอย่างถูกวิธีจะทำให้เหลือเศษขยะน้อยมาก ไม่สร้างมลภาวะและปัญหาให้กับชุมชน (...) มีการฝึกอาชีพ ส่งเสริมผู้สูงอายุให้มาร่วมกิจกรรมทุกวันศุกร์ เช่น การให้ความรู้เรื่อง

โรคภัยไข้เจ็บ เรื่องสุขภาพ เรื่องอาชีพ เรื่องกฎหมายต่าง (...) นี่เป็นการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งโดยหน่วยงานสนับสนุน ซึ่งในท้ายที่สุด ความต้องการจากการพัฒนานี้ก็คือ ชุมชนสามารถดำเนินงานได้ด้วยตนเอง โดยมีหน่วยงานสนับสนุนเป็นเพียงพี่เลี้ยงคอยจับตาดูเท่านั้น” (IP-20)

“กิจกรรมปิ่นปิ่นปลูก เป็นกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ โดยมีหลายหน่วยงานไปให้การสนับสนุน ซึ่งจะมีผู้เชี่ยวชาญเข้ามาให้ความรู้แก่ชาวบ้านในชุมชน ในการช่วยดูแลความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาปิ่นหน้าผา” (IP-23)

“เจ้าบ้านรู้สึกถึงความภาคภูมิใจในการเป็นตัวแทนที่ได้ไปศึกษาเรียนรู้และนำความรู้ต่างๆเข้ามาพัฒนาชุมชนของตนเองให้ดียิ่งขึ้น” (IP-17)

การกำหนดนโยบายสนับสนุนการพัฒนา

“สำหรับการดำเนินงานด้านไมซ์ของจังหวัดนครราชสีมาได้มีการจัดตั้งซึ่งศูนย์ NSEC ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางในการให้บริการด้านไมซ์ของจังหวัดนครราชสีมา โดยศูนย์แห่งนี้ได้แบ่งนโยบายการขับเคลื่อนโคราช MICE City ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการ (Product) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านบุคลากร (Staff) และด้านข้อมูล (Data Based) (...) โดยในปี พ.ศ. 2564 จังหวัดนครราชสีมาก็ได้มอบเงินงบประมาณก้อนแรกให้แก่กลุ่มดำเนินงานด้าน MICE City เพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ โดยภารกิจแรกที่กลุ่ม MICE City ได้ดำเนินการไปแล้วคือการพัฒนาการเข้าถึง ทั้งการเดินทาง และเส้นทางสำหรับการสัญจรต่างๆ รวมไปถึงการสนับสนุนและผลักดันให้เกิดความร่วมมือต่างๆ เช่น การจัดทำ MOU ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างๆที่ดำเนินงานด้าน MICE จำนวน 41 หน่วยงาน” (FK-1)

ด้านการประเมินผลการดำเนินงาน

“ทางชุมชนจะมีสมุดตรวจเยี่ยมให้แก่นักท่องเที่ยวในการติชมและแสดงข้อคิดเห็นแก่การให้บริการของชุมชน เพื่อชุมชนจะนำไปปรับใช้และพัฒนาการให้บริการด้านการท่องเที่ยว” (IP-16)

“ชุมชนได้มีการนำเอาคำติชมจากนักท่องเที่ยวที่ได้จากไปติชมที่ได้เตรียมไว้ให้นักท่องเที่ยว ภายหลังจากการใช้บริการโฮมสเตย์เสร็จแล้ว มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการ เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ ที่นับถือศาสนาอิสลาม จะไม่ต้องการบ้านพักที่เลี้ยงสุนัข หรือปล่อยสุนัขออกมาเดินอยู่ภายในบริเวณบ้าน ชุมชนจึงต้องมีการหาบริเวณให้สุนัขอยู่อย่างเป็นสัดส่วนจากนักท่องเที่ยว หากมีนักท่องเที่ยวมาพักที่โฮมสเตย์ของตนเอง หรือนักท่องเที่ยวบางคนไม่ชื่นชอบให้มีสัตว์เลี้ยงมาเดินปะปนกับคนพัก ชุมชนก็จักต้องบริหารจัดการให้ได้ หรือบางครั้งมีการติชมการ

ให้บริการของเจ้าบ้าน เช่น เจ้าของบ้านไม่มีปฏิสัมพันธ์กับแขกผู้เข้าพัก ชุมชนจึงต้องมีการปรับปรุง การให้บริการส่วนนี้ด้วย เจ้าบ้านโฮมสเตย์ของชุมชนแห่งนี้จึงมีความตระหนักถึงความสำคัญในการมี ปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ นักท่องเที่ยวบางคนไม่ชอบให้มีรูปบรรพบุรุษที่เสียชีวิตไป แล้ว ซึ่งมีลักษณะเป็นสีขาวดำในบริเวณที่มองเห็นได้ ชุมชนก็ต้องมีการปรับปรุงให้ตรงตามความ ต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ เป็นต้น” (IK-1)

“และหลังจากที่นักท่องเที่ยวกลับไปแล้ว หน่วยงานของเราก็จะให้ความช่วยเหลือในการเก็บ ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และข้อมูลส่วนนี้ทางหน่วยงานของเราจะนำไปสะท้อนให้กับ ชุมชนได้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวหลังจากกลับไปแล้ว ว่าสิ่งไหนทำได้ดีแล้ว และสิ่ง ไหนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น” (IP-23)

บทบาทของการร่วมสร้างประสบการณ์

“นักท่องเที่ยวบางคนมีความต้องการที่จะเปิดประสบการณ์ใหม่ๆเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ของชุมชน ก็ได้เดินทางไปทำนา ทำไร่กับชาวบ้านในชุมชน เป็นการมอบประสบการณ์อันดีให้แก่ นักท่องเที่ยวอีกด้วย” (IK-1)

“นักท่องเที่ยวต่างชาติจึงจับลูกขนุนจนยางขนุนและมือของนักท่องเที่ยว เจ้าบ้านจึงพากลับ บ้านเพื่อนำข้าวสารมาลูที่มือจนยางขนุนออก นักท่องเที่ยวต่างชาติจึงรู้สึกประทับใจและประหลาดใจ กับวิธีการของเจ้าบ้านเป็นอย่างมาก กลายเป็นประสบการณ์ที่ติดตรึงใจทั้งเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว” (IK-3)

“โดยการสร้างปฏิสัมพันธ์ด้วยการนำวัฒนธรรมด้านภาษามาเผยแพร่แก่ผู้มาเยือนถือเป็นการ สร้างประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมใหม่ๆให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และระหว่างเดินทาง ท่องเที่ยวจะพานักท่องเที่ยวแวะตามจุดท่องเที่ยวที่สวยงามเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพเพื่อบันทึก ความทรงจำอันดีเอาไว้ด้วย” (IP-13)

“เนื่องด้วยชุมชนแห่งนี้มีประสบการณ์ในการเป็นศูนย์เรียนรู้มาแล้วมากมาย ทำให้ ความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและฝึกอบรมมีความเข้มแข็งกว่าชุมชนอื่น” (IP-16)

“การท่องเที่ยวของชุมชนบุไทรนี้ สมาชิกในกลุ่มต่างก็มีทัศนคติที่ตรงกันว่า การให้บริการ ด้านการท่องเที่ยวและที่พักโฮมสเตย์บ้านบุไทร มิได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเม็ดเงิน แต่เป็นการสร้าง เครือข่ายและประสบการณ์อันดีให้แก่เจ้าบ้านและผู้มาเยือน (.....) จากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อย่างเต็มใจและความสามารถ จึงทำให้เกิดความผูกพันและความเป็นห่วงเป็นใยต่อกัน และสิ่งนี้จึงทำ

ให้นักท่องเที่ยวรู้จักและบอกต่อไปยังเพื่อนฝูงและเครือญาติ อีกทั้งยังสร้างสัมพันธ์อันดีให้แก่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน” (IK-1)

กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย

การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting)

“พวกเราจะใช้วัตถุดิบสำหรับประกอบอาหารหรือการทำกิจกรรมต่างๆมาจากในพื้นที่ทั้งหมด ยกเว้น หมู ที่ต้องซื้อมาจากตลาด เพราะจะช่วยให้ชาวบ้านในชุมชนเกิดรายได้ ไม่ต้องย้ายถิ่นฐานไปทำงานที่อื่น” (IP-15)

“ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารส่วนใหญ่จะมาจากชุมชนทั้งสิ้น ยกเว้นเนื้อสัตว์ (เนื้อหมู เนื้อวัว) ที่ต้องไปซื้อมาจากพ่อค้าคนกลางในตลาด” (IK-8)

“มีการฝึกอาชีพ ส่งเสริมผู้สูงอายุให้มาร่วมกิจกรรมทุกวันศุกร์ เช่น การให้ความรู้เรื่องโรคภัยไข้เจ็บ เรื่องสุขภาพ เรื่องอาชีพ เรื่องกฎหมายต่างๆ การปรับปรุงบ้านเรือนให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายของผู้พิการและผู้สูงอายุ เช่น การปรับโถสุขภัณฑ์จากแบบนั่งยองให้เป็นแบบนั่งและมีที่จับ” (IP-20)

“แต่เดิมชุมชนแห่งนี้ยังไม่มีทางรถยนต์เข้าสู่หมู่บ้าน แต่ในปัจจุบันการเดินทางไปยังชุมชนบ้านบุไทรมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น โดยใช้เส้นทางสาย 304 แล้วแยกเข้าตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเส้นทางสาย 304 จะมีลักษณะเป็นทางลาดยาง 4 ช่องทางเดินรถพื้นผิวถนนมีความเรียบเสมอ ไม่ขรุขระ หลังจากเลี้ยวเข้าไปในเส้นทางตำบลไทยสามัคคีแล้ว ช่องทางเดินรถจะลดเหลือ 2 ช่องทาง แต่ก็ยังเป็นถนนลาดยางไม่ขรุขระเช่นเดิม ทางหน่วยงานภาครัฐก็เข้ามาพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ นักท่องเที่ยวก็เดินทางเข้ามาได้สะดวกสบาย” (IK-44)

“แต่เดิมทำงานอยู่ที่โรงงานปลากระป๋อง แต่รายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย และไม่มีเงินเก็บ ประกอบกับอาจารย์จากองค์การภาคการศึกษาทำให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกเห็ด จึงทำให้สามารถสร้างอาชีพที่มีรายได้มากกว่าเดือนละ 100,000 บาท” (IK-2)

“องค์การภาคการศึกษาเข้ามาช่วยสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและความรู้ให้แก่ชุมชนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น งานใบมะม่วง ซาลาเปาไส้มะม่วง น้ำมะม่วง เป็นต้น” (IP-21)

“องค์การภาครัฐ ได้เป็นผู้ขับเคลื่อนเพื่อสร้างการพัฒนาให้แก่คุณภาพชีวิตของชาวบ้านในอำเภอเนินมะปราง จนมีการอนุญาตให้พื้นที่ป่าสงวนในตำบลบ้านมุง 800 กว่าไร่ ได้รับการขึ้น

ทะเบียนเป็นพื้นที่ป่านันทนาการ ซึ่งชุมชนและหน่วยงานต่างๆสามารถเข้าไปใช้พื้นที่ในการจัดกิจกรรมต่างๆได้ เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกช่องทางหนึ่ง” (IP-20)

“องค์กรภาครัฐและภาคการศึกษา ก็เป็นหน่วยงานที่เข้ามาเป็นที่ปรึกษาหลักให้กับชุมชน คำช่วยให้อำเภอของเรามีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือแม้แต่การให้ความรู้เรื่องภาษี แล้วก็ให้ความช่วยเหลือในด้านการพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของชุมชนด้วย” (IK-10)

“ชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จะมีปัญหาในการขอเอกสารสิทธิ์ต่างๆ และการขอ อย. การขอเป็นสถานประกอบการ เนื่องจากพื้นที่ไม่ได้เป็นโฉนด จึงทำให้ขอเอกสารสิทธิ์เหล่านี้ไม่ได้ ม.นเรศวรจึงมีความมุ่งหวังที่จะให้การดำเนินงานท่องเที่ยวเป็นไปได้ด้วยดี ชาวบ้านสามารถปลดล็อคในส่วนนี้ได้ และมุ่งหวังที่จะมีการสนับสนุนกลุ่มมะม่วงพริเมียม จึงได้เข้ามาร่วมศึกษาเพื่อดำเนินการขอมาตรฐาน อย. ต่อไป” (IP-21)

“องค์กรภาคการศึกษาเข้ามาให้ความรู้ในการปลูกเห็ด (...) นอกจากการจำหน่ายเห็ดหอมแล้ว ชุมชนก็ได้ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนควบคู่ไปด้วย จนชุมชนแห่งนี้ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ในปี พ.ศ. 2547 และ 2549 โดยได้รับการยกย่องให้เป็น 1 ใน 5 โฮมสเตย์ต้นแบบอีกด้วย” (IK-1)

“การทำของใส่โทรศัพท์มือถือจากผ้าขาวม้า การทำอาสนะเพื่อใช้สำหรับการนั่งสมาธิจากเสื่อเป็นต้น ล้วนแล้วแต่มีแนวคิดสร้างสรรค์มาจากการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนทั้งสิ้น อีกทั้งการมีปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นก็ล้วนแล้วมาจากนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนเกิดรายได้เพิ่มมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความผูกพันกับชุมชน มาเยี่ยมเยือนชุมชนอยู่เป็นประจำ” (IP-13)

“การดำเนินงานด้านโฮมสเตย์ต้องเอาความมีน้ำใจต่อกัน เอาความสามัคคี ไม่เอาเปรียบกันเป็นตัวตั้ง หากเอาเงินเป็นตัวตั้งแล้วจะไปไม่รอด” (IK-26)

“ผู้นำชุมชนพยายามที่จะพัฒนาด้านต่างๆ มีความหวังเพียงให้ชาวบ้านในชุมชนมีรายได้ อยู่ดีกินดี ไม่ต้องย้ายถิ่นฐานไปหางานทำที่อื่น” (IP-16)

“จากการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเต็มใจและความสามารถ จึงทำให้เกิดความผูกพันและความเป็นห่วงเป็นใยต่อกัน และสิ่งนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและบอกต่อไปยังเพื่อนฝูงและเครือญาติ อีกทั้งยังสร้างสัมพันธ์อันดีให้แก่นักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน หลังจากการท่องเที่ยวสิ้นสุดลง แต่

ความสัมพันธ์ไม่มีการยุติ นักท่องเที่ยวยังคงติดต่อมาอย่างชุมชนอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการกลับมาเยี่ยมเยือน การมาร่วมงานบุญหรือเทศกาล ประเพณีต่างๆของชุมชน หรือการเข้าร่วมกิจกรรมช่วยเหลือชุมชน” (IK-1)

“หลังจากที่นักท่องเที่ยวกลับไป ก็มีการติดต่อหากันอยู่เสมอ กลายเป็นญาติสนิทที่ต้องคอยโทรศัพท์ถามสารทุกข์กัน ช่วงปี พ.ศ. 2554 น้ำท่วม เจ้าของบ้านโทรศัพท์เรียกให้มาพักที่บ้านโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย 1 เดือน จนน้ำแห้งจึงค่อยกลับไป เวลาว่างก็ช่วยเหลือกันอยู่เสมอ” (IK-4)

“มีกรณีนักท่องเที่ยวมีอาการคัน เล่าให้เจ้าบ้านฟัง เจ้าบ้านรู้สึกระวนระวาย จะต้องหาทางที่จะช่วยบรรเทาความทุกข์ของนักท่องเที่ยวให้ได้ เจ้าบ้านจึงไปหาคารามายมาทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ จนตอนที่เค้ากลับไปแล้วและกลับมาใหม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ซื้อผ้าถุงและเสื้อมาฝาก” (IK-3)

“และในการประกอบอาหารแต่ละมื้อจะต้องมีการสำรวมนักท่องเที่ยวก่อนว่ามีอาการแพ้ อาหารประเภทใดหรือไม่ หรือไม่สามารถรับประทานอาหารประเภทใดบ้าง โดยแม่ครัวจะต้องมีข้อมูลในส่วนนี้เพื่อประกอบการประกอบอาหารแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นอย่างเหมาะสมและปลอดภัย” (IK-7)

“สิ่งที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับคือ ประสบการณ์ใหม่ที่ไม่สามารถหาได้จากสถานที่อื่นๆ ได้รับความสุข ความเป็นพี่เป็นน้อง ความเป็นญาติมิตร” (IP-16)

“เจ้าบ้านอยากให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีๆกลับไปและกลับมาท่องเที่ยวอีกในภายหลังกอยากพัฒนาชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้นให้นักท่องเที่ยวได้เห็นแล้วรู้สึกว่าการที่ไหนไม่ได้” (IP-17)

“และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็พนักกำลังกันวางแผนและปกป้องภาคเอกชนที่จะเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากภูเขาหินปูนด้วยการทำเป็นเหมืองแร่ เป็นต้น” (IP-13)

“ชุมชนบ้านบุญไทรก็ได้มีการหารือกันถึงปัญหาของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อด้านลบแก่ชาวบ้านในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเสียง เรื่องการจราจรที่ติดขัด และมลภาวะทางอากาศ ทำให้ได้ข้อสรุปว่าจำเป็นต้องย้ายจุดรับนักท่องเที่ยวไปให้ไกลจากชุมชนและมีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบาย ไม่รบกวนชาวบ้านที่พบอุปสรรคในการสัญจรในชุมชน กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบุญไทรจึงได้ร่วมกันก่อสร้างศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวแห่งใหม่ขึ้นในปี พ.ศ. 2559” (IK-11)

“วันเสาร์จะมีการร่วมวิ่งออกกำลังกาย มีนักท่องเที่ยว และชาวบ้านในชุมชน รวมไปถึงผู้ประกอบการ ในระยะทาง 5 กิโลเมตร เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีร่วมกัน อีกทั้งยังเป็นการสร้างสุขภาพให้แข็งแรงอีกด้วย” (IP-22)

“ในการขอความช่วยเหลือจากสถานประกอบการจะไม่เป็นการร้องขอโดยตรง แต่จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และหากผู้ประกอบการมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ก็จะมีการยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือด้วยตนเอง” (IP-22)

“ร้านอาหารในชุมชนเข้ามาให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดทำต้นทุนกำไร ด้านการทำอาหาร แล้วก็การพัฒนาเมนูอาหารต่างๆ รวมไปถึงการแนะนำเรื่องวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารด้วย” (IK-12)

“วันเสาร์จะมีการร่วมวิ่งออกกำลังกาย มีนักท่องเที่ยว และชาวบ้านในชุมชน รวมไปถึงผู้ประกอบการ ในระยะทาง 5 กิโลเมตร เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีร่วมกัน อีกทั้งยังเป็นการสร้างสุขภาพให้แข็งแรงอีกด้วย” (IP-22)

“หน่วยงานของเราจะเข้าไปในชุมชนบ่อยครั้ง ไม่เพียงแต่ในช่วงที่มีการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชน” (IP-23)

“เจ้าบ้านเน้นการพูดคุยกับผู้มาเยือนอย่างเป็นกันเอง แต่บางคนก็ไม่ต้องการที่จะมีการปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน แค่ว่าจะเข้าห้อง ไม่มาพูดคุย เจ้าบ้านก็ต้องสังเกตภาษากายของนักท่องเที่ยวด้วย (...) ชาวบ้านอยากให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ ด้วยการให้บริการอย่างเต็มที่ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในทุกคำร้องขอ” (IP-18)

“ตอนเย็นก่อนนอนพี่ก็ถามป้านะว่าพรุ่งนี้เข้ามีอะไรให้ทาน ป้านุชก็บอกว่าปกติก็มีข้าวต้มกับกาแฟ เราก็เลยบอกว่าทานอะไรก็ได้ แต่จริงๆถ้าได้ทานแบบที่พวกป้าๆทานก็จะดีนะ เพราะไม่เคยทานมาก่อน สรุปรตอนเช้าพี่ได้ทานน้ำพริกกะปิ หนวดคางคางทอด ไข่ชะอม ผัดอะไรสักอย่างจำไม่ได้แล้วค่ะ แต่อร่อยมาก คือจริงๆไม่ได้คาดหวังว่าจะได้ทานนะ แค่ว่าเปรี้ยวให้ป่าฟังเฉยๆ” (IP-33)

“ในช่วงเย็นเค้าจะมีอาหารมาให้ แล้วช่วงเช้าก็จะมีมามากกับกาแฟให้ด้วยครับ อ้อ แล้วผมสั่งหมูกระทะไปกินด้วยครับ สั่งเพื่อให้คนนำทางด้วย ช่วงกลางคืนเค้าจะปล่อยให้เราเป็นส่วนตัวเลยครับ ไม่เข้ามาวุ่นวาย แต่เค้าก็จะนอนอยู่ใกล้ๆนะครับ ไม่ได้ปล่อยทิ้งไว้” (IP-31)

“นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ ที่นับถือศาสนาอิสลาม จะไม่ต้องการบ้านพักที่เลี้ยงสุนัข หรือปล่อยสุนัขออกมาเดินอยู่ภายในบริเวณบ้าน ชุมชนจึงต้องมีการหาบริเวณให้สุนัขอยู่อย่างเป็นสัดส่วน

จากนักท่องเที่ยว หากมีนักท่องเที่ยวมาพักที่โฮมสเตย์ของตนเอง หรือนักท่องเที่ยวบางคนไม่ชื่นชอบให้มีสัตว์เลี้ยงมาเดินปะปนกับคนพัก ชุมชนก็จำเป็นต้องบริหารจัดการให้ได้” (IK-26)

“ผู้มาเยือนมักจะพูดคุยถึงวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพของชาวบ้านในชุมชน และแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้มาเยือนให้แก่เจ้าบ้านฟังด้วย จากสถานการณ์นี้ชุมชนจะได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของผู้มาเยือนว่าจะทานข้าวช่วงเวลาไหน เข้านอนช่วงเวลาไหน และในการใช้ชีวิตของผู้มาเยือนแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะอย่างไร จากนั้นชุมชนจะสามารถนำมาปรับปรุงรูปแบบในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในกลุ่มถัดไป” (IP-13)

“ช่วงเวลาที่ส่งนักท่องเที่ยวกลับบ้าน ชาวบ้านก็จะกอดเพื่อเป็นการรำลา เนื่องจากเข้าใจความรู้สึกที่ว่ามาต่างบ้านต่างเมือง อาจจะรู้สึกหวาดกลัว จึงอยากกอดให้กำลังใจและสร้างความอบอุ่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวในฐานะลูกหลานและญาติมิตร ทำให้ต่างฝ่ายต่างร้องไห้ เพราะเกิดความปลื้มใจ สุขใจ และอบอุ่นใจ” (IK-3)

“บางครั้งช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเข้ามาหลายกลุ่ม มักจะพบปัญหาไฟฟ้าดับ นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความหวาดกลัวเนื่องจากความไม่เคยชินสถานที่ เจ้าของบ้านก็จะจุดเทียนมาให้และมานั่งเป็นเพื่อนพูดคุยเพื่อคลายความกลัวให้แก่นักท่องเที่ยว และในช่วงหลังก็จะมีการติดไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อเวลาฉุกเฉินด้วย” (IK-26)

“แล้วสิ่งที่พื้จำได้ไม่ลืม เพราะรู้สึกประทับใจมาก ๆ ก็คือที่บ้านบุไทรจะมีป้ายบอกทางน้อยมาก ๆ แล้วพื้ก็พานักศึกษาไปเป็นรถบัสเลยนะ เราก็กลัวว่าจะไปไม่ถูก แล้วก็กลัวรถบัสเข้าไม่ได้ เพราะเป็นครั้งแรกที่ไป แต่ยังไม่ทันได้มองหาป้ายบอกทางเลย ก็มองเห็นกลุ่มแม่ๆเค้าแต่งตัวสวยเลยนะ มายืนกันเต็มไปหมด ตรงป้ายทางเข้าหมู่บ้านนะ ติดถนนใหญ่เลย เห็นทีแรกนี่น้ำตาจะไหลเลย เรายุ่สึกว่าอบอุ่นนะ รู้สึกเหมือนเค้าเป็นญาติผู้ใหญ่ที่มารอลูกหลานกลับบ้าน ประทับใจจริงๆค่ะ” (IK-32)

“ชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งของการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนและความสามารถของผู้นำชุมชน จนสามารถสร้างชุมชนที่เข้มแข็งทั้งในด้านของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีโรงสีข้าวชุมชน ลานตากข้าว รถไถ รถเกี่ยวข้าว รถราง และอื่นๆ เพื่อให้บริการแก่ชาวบ้านในชุมชน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน รวมไปถึงสถาบันทางการเงิน ด้วย” (IP-16)

การผูกมิตร (Congeniality)

“การพูดคุยเพื่อหาข้อยุติหรือข้อตกลงระหว่างกันของผู้ นำ ต้องพูดอย่างถนอมน้ำใจสมาชิกทุกคน จะพูดตามใจตนเองไม่ได้ เพราะจะทำให้เกิดความบาดหมางและข้อพิพาทได้” (IK-26)

“ในบ้านของชาวบ้านจะมีการปลูกกล้วย มะขามหวานไว้จำนวนมาก หากนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจะไปเก็บมาให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานกัน บางกลุ่มก็จะไปเก็บกินเอง เกิดความรู้สึกสนุกสนานและเป็นกันเองเป็นอย่างมาก” (IK-4)

“นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาอย่างเป็นกันเอง เจ้าบ้านก็จะกล้าที่จะมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เจ้าบ้านจะสังเกตจากการพูดคุยของนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวคอยสอบถามเรื่องต่างๆ ก็แสดงว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มานั่งพูดคุยและมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน แต่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ประสงค์จะมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เจ้าบ้านก็จะสังเกตจากภาษากาย ก็จะถอยตัวออกมา ไม่เข้าไปวุ่นวาย” (IK-3)

“หากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักในชุมชนสามารถเดินเยี่ยมชมในชุมชนได้เลย สามารถเข้าไปขอร่วมกิจกรรมของชุมชนที่กำลังดำเนินอยู่ เช่น ทำขนมจีน ทำผ้าทอ เป็นต้น ให้ความรู้สึกเหมือนกับเดินเที่ยวบ้านที่ตัวเองอยู่” (IP-16)

“แล้วผู้นำกลุ่มแกก็น่ารักนะ แกเป็นคนบ้านๆเนาะ เวลาแกพูดจาก็ใช้ภาษาบ้านๆ พูดเหมือนญาติผู้ใหญ่เราเนี่ยแหละ พาเดินดูสวน พาไปคุยกับป้าสาย ป้าแฉล้ม เหมือนพาเราเที่ยวบ้านตัวเอง ไปเจอญาติผู้ใหญ่เราอะ” (IK-34)

“ด้านความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สิน ชุมชนยังไม่เคยประสบพบเจอกับเหตุการณ์ที่ร้ายแรงหรือรุนแรง เนื่องจากว่าชุมชนให้การดูแลนักท่องเที่ยวอย่างญาติมิตร เป็นห่วงเป็นใยและดูแลกันเป็นอย่างดี จนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกรัก ผูกพัน และเกรงอกเกรงใจ ไม่กระทำการใดๆที่เป็นอันตรายต่อตนเองและผู้อื่น ขโมยหรือโจรก็ไม่เคยมีในชุมชน ไม่เคยมีปัญหาของสูญหาย” (FP-2)

ความไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant)

“ซึ่งหากมีงานโฮมสเตย์เข้ามา เจ้าของบ้านก็จะแจ้งส่วนกลางเพื่อหักเงินเข้าส่วนกลางด้วยตนเอง จะไม่มีการกำกับติดตาม เพราะมีความไว้วางใจกัน ทั้งยังไม่เคยมีกรณีเจ้าของบ้านไม่แจ้งส่วนกลางเกิดขึ้นเลยสักครั้งเดียว” (IP-16)

“แกบอกตรงๆเลยนะว่าอาหารแต่ละมื้อนี่แกจัดเต็มเลย ไม่รู้ได้กำไรมั๊ย แต่แกทำให้กินแบบเต็มที่ ทำให้ลูกให้หลาน ผู้นำกลุ่มแกไม่มีเสแสร้งเลย พี่มองออกเลยว่าแกเป็นคนจริงใจ เราเลยเชื่อใจนะ เวลาแกพูดอะไร พี่รู้ได้เลยว่าแกจะไม่มาเอาเปรียบเรา” (IK-34)

“แต่ตอนนั้นผมได้มีโอกาสไปอบรมเรื่องผักปลอดสารพิษที่บ้านผู้นำกลุ่ม เพราะที่ผมตั้งใจจะเอามาปลูกที่บ้านตัวเอง ก็เลยได้มีโอกาสได้ทานอาหารอีสาน แกงหยวกกล้วย หมกเห็ด น้ำพริกปลา ร้า ผักสด ผักลวก รสชาติแซบมากๆครับ แต่ผมไม่ได้ยังหรือล้งเลเลยนะครับว่าจะเสาะท่องรีเปล่า เพราะได้ฟังที่ผู้นำกลุ่มเล่าถึงกรรมวิธีในการปลูกผักแล้วก็การประกอบอาหารไปแล้ว ผมก็ทานเต็มที่เลยครับ” (IK-35)

“เนื่องจากว่าชุมชนให้การดูแลนักท่องเที่ยวอย่างญาติมิตร เป็นห่วงเป็นใยและดูแลกันเป็นอย่างดี จนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผูกพัน และเกรงอกเกรงใจ ไม่กระทำการใดๆที่เป็นอันตรายต่อตนเองและผู้อื่น ขโมยหรือโจรก็ไม่เคยมีในชุมชน ไม่เคยมีปัญหาของสูญหาย” (FP-2)

วิถีถิ่น (Local Culture)

“โดยอัตลักษณ์ของบ้านพักโฮมสเตย์แห่งนี้คือการให้บริการด้วยจิตบริการแบบไทย มุ่งเน้นไปที่การถ่ายทอดวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหาร การนำเที่ยว การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น โดยชุมชนจะมีการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมลงมือประกอบอาหารด้วยตนเอง ซึ่งอาหารที่ชุมชนนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวก็เป็นอาหารพื้นถิ่น ไม่ว่าจะเป็อาหารจากเห็ดหน่อไม้ หรือผักชนิดต่างๆ” (IK-1)

“เรื่องเล่าที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบคือ เรื่องราวในอดีตของชุมชนและของเจ้าบ้าน เรื่องเล่าที่มีความเป็นวัฒนธรรมที่แตกต่างจากของนักท่องเที่ยว” (IK-4)

“จากนั้นจะมีการแสดงต้อนรับที่แสดงถึงวัฒนธรรมของชาวเนินมะปราง อันได้แก่ รำประกอบดนตรีม้งกละ การละเล่นนางดั่ง เป็นต้น โดยการนำเอาการแสดงและการละเล่นพื้นบ้านมาประกอบการต้อนรับผู้มาเยือนนั้น ชุมชนมีจุดมุ่งหมายเพื่อการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน และต้องการถ่ายทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมให้ไม่สูญหายไป ทั้งในรูปแบบของการถ่ายทอดไปยังผู้ชมและการถ่ายทอดไปยังผู้แสดงที่เป็นรุ่นเยาวชนและกลุ่มแม่บ้านชุมชนด้วย” (IP-13)

“ในขั้นตอนนี้จะมีคนขับรถและผู้นำเที่ยวทำหน้าที่ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว คนขับรถจะเน้นการให้บริการที่ปลอดภัย ขับด้วยความเร็วในระดับต่ำตลอดเส้นทาง และผู้นำเที่ยวจะทำหน้าที่ในการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม และลักษณะทางสังคมของชาวบ้านในชุมชนด้วยภาษาถิ่น ซึ่งแต่ละชุมชนจะมีลักษณะไม่เหมือนกันเนื่องจากแต่ละชุมชนจะมีบรรพบุรุษที่ย้ายถิ่นฐานมาจากต่างจังหวัด” (IP-13)

“ชาวบ้านจะสามารถพูดภาษาอีสาน และภาษาลาวหล่มได้ หากนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากภาคอีสาน ก็จะพูดคุยกับนักท่องเที่ยวในภาษาอีสาน เพื่อสร้างความเป็นกันเองและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว แต่หากนักท่องเที่ยวมาจากเพชรบูรณ์ ก็จะพูดภาษาลาวหล่มเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว” (IP-19)

ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าของ M-I-T เพื่อชุมชน

มีแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและเข้าถึงได้ง่าย (Entire Package)

“นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะตัดสินใจก่อนเดินทางท่องเที่ยวว่าจะไปทำไม จะทำอะไร จะใช้เงินเท่าไร จะใช้เวลากี่วัน เรียกว่าต้องนำเสนออย่างเป็น Step ยิ่งโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะต้องมีเงื่อนไขของเวลาเป็นตัวกำหนดอย่างแม่นยำ ไม่สามารถยืดหยุ่นหรือคลาดเคลื่อนได้เลย ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงจำเป็นที่จะต้องมีแพ็คเกจหรือตัวเลือกที่แน่นอนให้พวกเขา อีกทั้งยังสามารถที่จะช่วยในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนได้ด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะได้วางแผนหรือขยายเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแพ็คเกจที่ได้ถูกนำเสนออย่างครบถ้วน ทั้งเรื่องเวลา กิจกรรมท่องเที่ยว ระยะเวลา และสถานที่ท่องเที่ยว หรือเรียกง่ายๆว่า รู้ก่อน เลือกว่า ตัดสินใจได้นั่นเอง” (Expert-1)

“การมีแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจรและสามารถเข้าถึงได้ง่าย ถือเป็นความพร้อมอย่างหนึ่งที่ชุมชนควรมี ชุมชนสามารถนำไปเสนอขายให้กับกลุ่มลูกค้า และผู้ที่สนใจ หรืออาจทำการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย การมีแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครบวงจร สะท้อนถึงการดำเนินงาน ในลักษณะเครือข่ายที่เข้มแข็ง นักท่องเที่ยวสามารถประสานมายังจุดให้ข้อมูลส่วนกลาง โดยที่ไม่ต้องไปหาข้อมูลเพิ่มเติมจากที่อื่น เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มลูกค้า ที่มีความเป็นมืออาชีพอ่างมาก” (Expert-2)

มีผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง มีความเสียสละต่อชุมชนอย่างแท้จริง (Leadership)

“ชุมชนแห่งนี้มีผู้นำที่เข้มแข็งเป็นอย่างมาก โดยได้รับรางวัลแทนทองคำถึง 2 ปีซ้อน อีกทั้งยังเป็นผู้นำที่ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงได้มีการสนับสนุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวและเริ่มมีชื่อเสียงมากขึ้นในปี พ.ศ. 2561 (...) ชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งของการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนและความสามารถของผู้นำชุมชน จนสามารถสร้างชุมชนที่เข้มแข็งทั้งในด้านของ

เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีโรงสีข้าวชุมชน ลานตากข้าว รถไถ รถเกี่ยวข้าว รถราง และอื่นๆ เพื่อให้บริการแก่ชาวบ้านในชุมชน” (IP-16)

“ชุมชนแห่งนี้ก็ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิดเช่นกัน ในด้านโฮมสเตย์และงานประชุม ก็ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ ทางผู้นำชุมชนจึงพาชาวบ้านในชุมชนปรับตัวในการจำหน่ายสินค้าด้วยการไลฟ์สดจำหน่ายสินค้าชุมชนผ่านเพจเฟซบุ๊ก ทำให้สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนถึง 40,000 บาทต่อเดือน” (IP-27)

“ผู้นำกลุ่มก็ได้้นำแนวทางในการพัฒนาการปลูกพืชแบบผสมผสานหรือแบบเศรษฐกิจพอเพียง เช่น การปลูกพุดรา กระท้อน ไม้ สตรอเบอรี่ ให้แก่สมาชิกในกลุ่มเพื่อสร้างรายได้ให้มากขึ้นและมีความยั่งยืนแทนการปลูกพืชเชิงเดี่ยว” (IK-1)

“การเป็นผู้นำที่มีความเป็นผู้นำสูง เป็นบุคคลที่ทำเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง แต่ไม่ควรจำกัดเพียงแค่เป็นคนในท้องถิ่น เพราะคนที่มาจากภายนอกก็สามารถมีจิตใจรักชุมชนนั้นๆ และทุ่มเทอย่างจริงจังเพื่อคนในชุมชนและพื้นที่นั้นๆ ได้ หรือเรียกอีกอย่างว่าควรที่จะมองเป็นตัวบุคคลที่มีความเป็นผู้นำ มีจิตใจจริงที่จะทำงานเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง อีกทั้งยังต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอีกด้วย” (Expert-4)

“ผู้นำเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับการดำเนินงานท่องเที่ยวชุมชน หากมีผู้นำที่เข้มแข็ง จะสามารถ นำคนในชุมชนให้ดำเนินการไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม ทั้งนี้คุณลักษณะของผู้นำที่ดี นอกจากความฉลาดแล้ว ผู้นำควรมีความสามารถในการเจรจา ต่อรอง นำเสนอข้อมูลต่างๆ ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้นำควรเป็นคนที่อยู่ในท้องถิ่น จะได้เข้าใจปัญหา และมีความทุ่มเท ทำเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง” (Expert-3)

“การพูดคุยเพื่อหาข้อยุติหรือข้อตกลงระหว่างกันของผู้นำ ต้องพูดอย่างถนอมน้ำใจสมาชิกทุกคน จะพูดตามใจตนเองไม่ได้ เพราะจะทำให้เกิดความบาดหมางและข้อพิพาทได้” (IK-26)

มีการให้บริการเกินความคาดหวัง (Beyond Expectation)

“หากมีความ beyond expectation จะเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจได้เป็นอย่างมาก เพราะหากทำได้ดีแค่ตามที่นักท่องเที่ยวได้คาดหวังเอาไว้ สิ่งนั้นจะเรียกว่าความเสมอตัวเท่านั้น ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวบนในรถเดินทางกับครอบครัวที่มีผู้ให้บริการนั่งอยู่ด้วย ว่าน่าเสียดายจังที่เราจะมาเที่ยวไม่ตรงกับวันที่เค้าจัดงานแสดงดอกไม้ แต่พอกลับเข้าไปในโรงแรม ผู้ให้บริการนำเสนอว่า

จะมีการจัดแสดงเป็นพิเศษให้ได้ สิ่งนี้จึงสร้างความประทับใจและตราตรึงใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก” (Expert-5)

“การให้บริการถือเป็นหัวใจสำคัญในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ M-I-T ผู้ให้บริการทุกคนในชุมชนควรที่จะมีจิตบริการ ควรผ่านการอบรมเบื้องต้นในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับจิตบริการ เนื่องจากเวลาต้อนรับลูกค้า จะได้สามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้ ทั้งนี้การให้บริการอย่างเต็มที่และเต็มใจ สามารถดึงดูดให้ลูกค้า กลับมาใช้บริการซ้ำอีก แล้วไปบอกต่อกับลูกค้ากลุ่มอื่นๆ ต่อไป” (Expert-6)

“ผมก็เล่าให้ป่าแกฟังนะว่าผมอยากได้ไกด์ชุมชนด้วยนะ แต่เดี๋ยวผมหามาเอง ปรากฏว่าอีก 10 นาทีถัดมา ป้าพาไกด์มารายงานตัว บอกว่าพรั่งนี้พร้อมที่จะพาไปเที่ยวแล้ว ผมก็ตกใจนะ ผมยังไม่ได้บอกป้าว่าให้พาหาให้เลย ผมเกรงใจป้าไง ผมก็กะว่าจะหาในเพจ เพื่อมีใครแนะนำอะไรแบบนี้ แต่ผมไม่ต้องหาแล้ว ป้าพามาถึงบ้านเลย แล้วไกด์คนนี้ก็เค้าเก่งมากเลยนะ พาไปทุกที่ แล้วก็เล่ารายละเอียดได้ทุกอย่างเลย ผมประทับใจมากๆเลยครับ เหมือนป้ามานั่งในใจผมเลย” (IP-39)

มีความเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในโซ่คุณค่าด้าน M-I-T เพื่อชุมชน (Network)

“การทำงานเครือข่ายถือว่าเป็นส่วนสำคัญมากที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากชุมชนไม่ได้เกิดมาเพื่อเป็นชุมชนท่องเที่ยวและนักขายการท่องเที่ยว แต่ชุมชนจะต้องดำเนินวิถีชีวิตและสร้างความน่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ผู้ที่มีหน้าที่ในการดำเนินงานในขั้นตอนอื่นๆ ก็เป็นหน้าที่ของภาคส่วนอื่นๆ ที่เรียกว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่าวนั้นเอง เช่น บริษัททัวร์ โรงแรม DMC เป็นต้น” (Expert-7)

“ในแต่ละห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญเชื่อมโยงกัน หากขาดห่วงใดห่วงหนึ่ง ในแต่ละห่วงโซ่แล้ว การดำเนินงานด้านนั้นก็อาจจะไม่สมบูรณ์แบบร้อยเปอร์เซ็นต์ ดังนั้นการดำเนินการในลักษณะเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงโซ่คุณค่า จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำให้ธุรกิจด้าน M-I-T ประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะการดำเนินการเกี่ยวกับชุมชน เนื่องจากชุมชน มักจะขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการ จำเป็นที่จะต้องได้รับการต่อยอด โดยการเพิ่มพูนองค์ความรู้และทักษะต่างๆ การสร้างเครือข่ายที่ดีกับชุมชนอื่นๆ รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสมาคม โดยต้องดำเนินงานในลักษณะพันธมิตร ไม่ใช่คู่แข่ง เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน” (Expert-8)

“ปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ก็คือการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐภาคเอกชน และสมาคมต่างๆ โดยในการดำเนินงานจำเป็นที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในลักษณะเครือข่าย เพื่อต่อยอดองค์ความรู้ หรือเพิ่มทักษะในส่วนที่ชุมชนขาดอยู่ เพื่อที่จะสามารถทำงานได้อย่างเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ หน่วยงานต่างๆ ยังเป็นส่วนสำคัญในการหาลูกค้า ขยายฐานการตลาดไปยังกลุ่มใหม่ๆ ได้อีกด้วย” (Expert-11)

“บางชุมชนจะมีความสามารถที่จะดำเนินงานได้ด้วยตนเอง กล่าวคือหากพี่เลี้ยงที่ได้นำทางแล้ว ก็จะสามารถดำเนินการต่อและมีการต่อยอดได้ด้วยตนเอง แต่หากมีปัญหาเกิดขึ้นก็จะมี การติดตามและคอยเป็นที่ปรึกษาให้อยู่ตลอด ความต้องการของฝ่ายผู้สนับสนุนคืออยากให้ชุมชนมีความสามารถดูแลตนเอง และดำเนินงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง ไม่ต้องรอแต่หน่วยงานภาครัฐเข้าไปให้การช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา” (IP-21)

“ผู้นำของแต่ละชุมชนในเครือข่ายจะติดต่อประสานงานกันอย่างต่อเนื่องเพื่อนำผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชนมาจำหน่ายในช่องทางร่วมกัน เช่น การไลฟ์สด หรือการจำหน่ายในงานแสดงสินค้า หรือทางออนไลน์ต่างๆ เป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมไปถึงการช่วยเหลือในการจัดหาวัตถุดิบมาผลิตสินค้า การเชื่อมโยงเครือข่ายจะทำให้มีช่องทางในการจัดหาวัตถุดิบได้ง่ายและราคาถูกยิ่งขึ้น” (IP-21)

“ผู้ประกอบการที่เป็นชาวบ้านในชุมชน ได้แก่ ฝาไถล้ง, บ้านไร่ภูตะวัน, บ้านมุงแคมป์, เขา น้อย 360 องศา แต่ผู้ประกอบการที่เป็นบุคคลภายนอกจะมีเพียงอีกเขาที่เดียว แต่ก็ถือว่าเป็นจุดรับแขกบ้านแขกเมือง และในปัจจุบันก็มีความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชนแล้ว มีการช่วยเหลือเกื้อกูลชุมชน อย่างดี” (IP-22)

มีการรักษามาตรฐานด้านการให้บริการ และมีการพัฒนาอยู่เสมอ (Maintain Standard)

“มาเที่ยวที่บ้านมุงกับบ้านผารังหมี เพราะว่าพี่รู้ว่าเค้าได้รับรางวัลเยอะแยะเลย พี่เข้าไปเห็นในเพจบ้านผารังหมีน่าอยู่โงะ เห็นบ้านเมืองเค้าสะอาดสะอาด สีน้ก็เยอะ พี่มาเที่ยวนี้ก็ได้ของฝากกลับบ้านเต็มไปหมดเลย ทั้งผ้าไหม ผ้าขาวม้า ข้าวสาร เยอะแยะเลยคะ ซอปปิ้งสนุกเลย พอออกจากบ้านผารังหมีพี่ก็มาบ้านมุงคะ บ้านนี้เค้าก็ขึ้นชื่อนะคะ เห็นว่าได้รางวัลกินรี แล้วก็เห็นจังหวัดเค้าส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ตลอดเลย พี่อ่านข่าวเจอคะ พี่ก็ชวนสามีกับลูกมาเลย ไม่ผิดหวังจริงๆคะ” (IP-36)

“การสร้างมาตรฐานที่ดีถือเป็นความท้าทายอย่างมากของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน โดยหากชุมชนมีมาตรฐานที่ดีในการให้บริการ การต้อนรับ การอำนวยความสะดวกในทุกๆ ด้าน การให้ข้อมูลเชิงลึก รวมไปถึงการทำงานอย่างมืออาชีพ สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้อย่างไรก็ดี การพัฒนาตนเองและชุมชนอยู่เสมอ ยิ่งช่วยให้ชุมชนสามารถขยายกลุ่มลูกค้า เพิ่มความน่าเชื่อถือ และสามารถรับกลุ่มลูกค้าระดับนานาชาติได้ในอนาคต” (Expert-4)

“ชุมชนจะต้องมีการเรียนรู้สิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นบนโลกนี้ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อจะได้รู้เท่าทันและจัดการให้บริการอย่างตรงตามความต้องการและเทรนด์ของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน อีกทั้งยังต้องพัฒนาตนเองให้ทันกับตลาดการแข่งขันอยู่เสมอ เช่นบางชุมชนที่พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และส่งชุมชนของตนเองเข้าประกวดอยู่เสมอ จนได้รับทั้งชื่อเสียง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักอย่างแพร่หลาย อีกทั้งยังได้เงินรางวัลมาเป็นทุนเพื่อใช้ในการพัฒนาชุมชน และสาธารณูปโภคต่างๆในชุมชนอย่างต่อเนื่องอีกด้วย รวมไปถึงสามารถเปรียบเทียบสถานะของตนเองและคู่แข่งว่าตนขาดสิ่งใดหรือได้เปรียบสิ่งใดอยู่ เพื่อจะได้ทำการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง” (Expert-11)

“ถ้าผมให้คะแนนนะครับ สถานที่ท่องเที่ยวให้เต็ม 10 คนนำทางให้ 8 ส่วนเรื่องความปลอดภัยให้ 5 ครับ ต้องฝึกอบรมคนนำทางเพิ่ม บางที่ทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่เองมันแต่เพลิดเพลินจนลืมเรื่องความปลอดภัย มาดูคลิปย้อนหลังถึงนึกได้” (IP-31)

ทรัพยากรด้าน M-I-T เพื่อชุมชนที่มีแก่นราก (Core Root)

“ชุมชนควรมีสถานที่จัดงาน มีกิจกรรมท่องเที่ยว และมีผลิตภัณฑ์หรือการขายสินค้า โดยต้องมองว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวของตนเป็นกลุ่มใด ก็พยายามสร้างสรรค์สิ่งเหล่านี้ให้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ถ้าอยากเพิ่มมูลค่าให้แก่สิ่งเหล่านี้ จะต้องนึกถึง ราก บวกการปรุงแต่งนิดหน่อย เพื่อให้มีความสวยงาม ทันสมัย และดูหรูหรา ให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและความคุ้มค่า เช่น ผ้าทอใส่กล่องสวยงาม หากชุมชนไหนไม่มีการปรุงแต่งใดๆเลย อาจจะถูกความเป็นธรรมชาติ แต่ในมุมมองของการขายแล้วนั้น จะยากต่อการดึงดูดและตัดสินใจซื้อของลูกค้า (Expert-10)”

“สถานที่จัดประชุม อาจต้องใช้เงินทุนในการก่อสร้างสูง ดังนั้น ชุมชนสามารถพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน หากไม่มีต้นทุนจำนวนมากนัก อาจเริ่มต้นจากการให้บริการสถานที่จัดประชุมที่มีความเป็นมิตรกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจริงๆ แล้วการจัดประชุมขนาดเล็ก สามารถจัดได้หลายรูปแบบ เช่น ใต้ต้นไม้ ชุมน กระโจม หรือเต็นท์ เป็นต้น แต่หากชุมชนไหนมีศักยภาพในการลงทุน อาจจัดทำเป็นห้องประชุม แบบถาวรได้ ซึ่งรูปแบบของห้องประชุม อาจมีความแตกต่าง แยก

ใหม่ โดยเน้นดึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเข้ามาเป็นแนวคิดในการออกแบบและตกแต่ง จะทำให้ห้องประชุมมีความน่าสนใจเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามหากชุมชนไม่สามารถมีห้องประชุมของตนเองได้ ก็อาจดำเนินการในลักษณะเครือข่าย เช่น ใช้บริการห้องประชุมของโรงแรมในพื้นที่ใกล้กับชุมชน แล้วเน้นขายกิจกรรมอื่นๆ เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาทำกิจกรรมในชุมชนได้” (Expert-9)

“ห้องประชุมเป็นสิ่งปลูกสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะถิ่น หากเป็นห้องประชุมธรรมดาแต่บริการดีเป็นเลิศก็ประทับใจมากกว่าห้องประชุมที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร” (Expert-8)

มีการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)

“หน่วยงานของเราคำนึงถึงศักยภาพและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆ ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานของเราจะไม่เชิญชวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าไปยังชุมชน แต่จะมุ่งเน้นที่จะจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปในชุมชน ด้วยการจองคิวก่อนเพื่อจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้ไม่มีจำนวนที่มากเกินไป” (IP-23)

“ชาวบ้านต้องการให้มีการจำกัดจำนวนผู้เข้ามาท่องเที่ยวและใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อเป็นการรักษาความสมดุลให้แก่ชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม (...) และผลักดันให้กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภท MASS น้อยลง และจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว” (IP-15)

“การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญ อย่าฝืน อย่าทำอะไรที่เกินความสามารถของตนเอง จะทำให้เกิดความประสบผลสำเร็จ เพราะหากทำเกินความสามารถก็จะสร้างความผิดหวัง และการบอกต่ออีกด้วย จงทำในสิ่งที่ตนเองมี ตนเองถนัด เพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่ตรงตามทรัพยากรของตนเอง ไม่ควรไขว่คว้า หรือสร้างสรรค์สิ่งใดๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ไม่ตรงตามสิ่งที่มีอยู่ เพียงเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น เพราะจะทำให้เกิดความผิดหวังและไม่ประทับใจ สร้างแต่ความเสียหายแก่ชุมชนนั้นๆ” (Expert-3)

“การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งที่ชุมชนควรกำหนดไว้ตั้งแต่เริ่มต้นในการดำเนินกิจกรรมด้าน M-I-T เนื่องจากชุมชนมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนัก ไม่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ หรือกลุ่ม mass ได้ อีกทั้งจำนวนบุคลากรในชุมชนก็มีจำกัด การที่จะรับนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่อาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในภาพรวม นักท่องเที่ยวอาจไม่ได้รับ

การบริการที่ดีเท่ากันทุกคน ดังนั้น ชุมชนควรประเมินศักยภาพในการรองรับได้ของชุมชนไว้ตั้งแต่ต้น จะทำให้ชุมชนสามารถกำหนดขอบเขตในการให้บริการ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว และจะได้ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนในอนาคต” (Expert-7)

“ควรมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสมดุลในการบริการของชุมชนและโอกาสในการผิดพลาดของนักท่องเที่ยวมีน้อยลง” (Expert-8)

มีการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย (Preserve)

“ชาวบ้านไทยทรงดำมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจมาศึกษาดูงานและฝึกอาชีพในชุมชนบ้านโคก หากใครต้องการมาชมการแสดงของชาวไทยทรงดำ จะต้องมาที่ชุมชนบ้านโคกเท่านั้น อีกทั้งยังมีการวางแผนเพื่อจัดตั้งให้เกิดศูนย์วัฒนธรรมโดยการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐในชุมชนบ้านโคก เพื่อรวบรวมวัฒนธรรมต่างๆของอำเภอเนินมะปรางไว้ด้วยกัน เช่น กลองยาว อังกะลุง ไทยทรงดำ สิ่งนี้จะทำให้การท่องเที่ยวของเนินมะปรางมีทั้งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” (FP-1)

“ชุมชนยังไม่มีมีการนำประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าต่างๆมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว แต่ก็มีการวางแผนว่าจะทำการรวบรวมเรื่องราวและประวัติศาสตร์ต่างๆ เพื่อทำเป็นหนังสือ และผนวกเข้ากับ การท่องเที่ยวชุมชนด้วยในอนาคต เป็นการตามรอยเรื่องเล่า เพื่อไปยังสถานที่จริงในชุมชน” (FP-2)

“การมีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการดำเนินงาน เพราะจะเป็นเหมือนแม่เหล็กในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจจัดงานประชุม มีความต้องการอยากเดินทางมาท่องเที่ยวหรือจัดกิจกรรมในชุมชน เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีพฤติกรรมที่อยากเปิดประสบการณ์แปลกใหม่ การเดินทางที่มีความพิเศษและมีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนกับโปรแกรมอื่นๆ หรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ” (Expert-2)

“นอกจากนี้ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว สินค้าด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณีที่มีอัตลักษณ์ ก็ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินงานด้าน M-I-T เพราะจะเป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาจัดงานประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนได้” (Expert-10)

“การคงอยู่ของวัฒนธรรมถือเป็น Unique selling point อยู่แล้ว เพราะแต่ละชุมชนก็ต้องมีแก่นของตนเอง ที่ได้ชื่อว่าหากพูดถึงสิ่งนี้แล้วก็จะนึกถึงชุมชนนี้ แต่การคงอยู่ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องคงอยู่ 100% จากในอดีตทั้งหมด แต่ควรที่จะแบ่งเป็น 2 มิติ” (Expert-1)

“ตัวอย่างของการท่องเที่ยวชุมชนในอำเภอเชียงคานยุคแรกๆ นักพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นคนในพื้นที่ และได้มีการทำสัญญาร่วมกับคนในชุมชนว่าไม่ให้มีการขายบ้านหรือปรับปรุงบ้านให้เปลี่ยนแปลงไปจากอัตลักษณ์เดิมๆ 10 ปี ก็เกิดการท่องเที่ยวจนมีชื่อเสียง พอครบ 10 ปี ชาวบ้านในชุมชนก็ขายบ้าน เนื่องจากนายทุนมีกำลังซื้อสูงและต้องการเข้าไปหาผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทำให้เชียงคานเปลี่ยนแปลงไปจนสูญเสียอัตลักษณ์และเสน่ห์ชุมชนไปมาก ชาวบ้านในชุมชนจึงเกรงว่าหากมีผู้ประกอบการภายนอกเข้ามาจำนวนมาก และไม่มีการพูดคุยหรืออยู่ร่วมกันกับชุมชน จะเกิดเหตุการณ์ซ้ารอยเชียงคานได้” (FP-2)

“แต่อีกมิติหนึ่งที่ไม่สามารถตัดทิ้งไปได้เลย นั่นคือมิติของการเป็นอยู่ของคนในสังคม นั้นหมายความว่าสังคมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง (transformation) อย่างเป็นปกติ ไม่มีใครที่จะสามารถใช้ชีวิตอยู่อย่างเดิมได้โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบันได้ ถึงเรียกว่าความเป็นคนต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและเงื่อนไข ดังนั้นในการรักษาสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นจึงควรมีความยืดหยุ่นให้กับมิติที่ 2 ด้วย” (Expert-1)

ภาคผนวก 2 ตารางการมีส่วนร่วมในกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยบริการแบบไทยของชุมชนบ้านบุญไทรและเครือข่าย
เชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว

การมีส่วนร่วมในกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยบริการแบบไทย (ชุมชนบ้านบุญไทร)

กระบวนการหรือวัตถุประสงค์ (ต้นน้ำ)	การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยบริการแบบไทย			
	ช่วยเหลือเกื้อกูล	ผูกมิตร	ไว้เนื้อเชื่อใจ	ใช้สลิ้น
กระบวนการบริหารจัดการระดับ (ต้นน้ำ)				
ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓			
องค์กรภาครัฐ, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, ชาวบ้านในชุมชน	✓			
องค์กรภาคการศึกษา, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, ชาวบ้านในชุมชน	✓			
กระบวนการสร้างสินค้าและบริการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน (กลางน้ำ)				
องค์กรภาครัฐ, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓			
องค์กรภาคการศึกษา, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓			
ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, ชาวบ้านในชุมชน	✓			
องค์กรภาคเอกชน, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน		✓		
ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓	✓		
นักท่องเที่ยว, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน				
กระบวนการส่งมอบสินค้าหรือบริการไปถึงมือผู้บริโภค (ปลายน้ำ)				
ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, นักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓

การมีส่วนร่วมในกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย (เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว)

กระบวนการบริหารจัดการวัตถุประสงค์ (ต้นน้ำ)	การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย			
	ช่วยเหลือเกื้อกูล	ผูกมิตร	ไว้เนื้อเชื่อใจ	ใช้สิทธิ์
ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓			
องค์กรภาครัฐ, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, ชาวบ้านในชุมชน	✓			
องค์กรภาคการศึกษา, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, ชาวบ้านในชุมชน	✓			
กระบวนการสร้างสินค้าและบริการเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน (กลางน้ำ)				
องค์กรภาครัฐ, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓	✓		
องค์กรภาคการศึกษา, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓			
ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, ชาวบ้านในชุมชน	✓			
องค์กรภาคเอกชน, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน		✓		
ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓		✓	
นักท่องเที่ยว, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓			
กลุ่มผู้เชื่อมโยง, ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน	✓			
กระบวนการส่งมอบสินค้าหรือบริการไปถึงมือผู้บริโภค (ปลายน้ำ)				
ผู้ดำเนินงานด้าน M-I-T เพื่อชุมชน, นักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓

การมีส่วนร่วมในกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย (ภาพรวม)

กระบวนการที่หวังใช้คุณค่า	การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยจิตบริการแบบไทย			
	ช่วยเหลือเกื้อกูล	ผูกมิตร	ไว้วางใจ	ใช้สิทธิ
กระบวนการบริหารวัตถุดิบ (ต้นน้ำ)				
ชุมชนบ้านบุไทร	✓			
เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว	✓			
กระบวนการสร้างสินค้าและบริการเพื่อรองรับ				
ผู้เข้าร่วมงาน M-I-T เพื่อชุมชน (กลางน้ำ)				
ชุมชนบ้านบุไทร	✓	✓		
เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว	✓	✓	✓	
กระบวนการส่งมอบสินค้าหรือบริการไปถึงมือ				
ผู้บริโภค (ปลายน้ำ)				
ชุมชนบ้านบุไทร	✓	✓	✓	✓
เครือข่ายเชื่อมโยงคนรักเงินมะพร้าว	✓	✓	✓	✓

ภาคผนวก 3 คุณลักษณะของจิตบริการแบบไทย

คุณลักษณะของจิตบริการแบบไทย	คุณลักษณะย่อยของจิตบริการแบบไทย	ลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์
การช่วยเหลือเกื้อกูล (Supporting)	<ul style="list-style-type: none"> - ความปรารถนาดี - มีน้ำใจ - ความห่วงใย - ความเข้าใจ - มีความใส่ใจ - ตอบสนองอย่างเต็มความสามารถ 	<p>เป็นการพูดหรือการกระทำ ที่มุ่งปฏิบัติให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งด้วยความปรารถนาให้ผู้อื่นได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ รวมไปถึงความไม่เห็นแก่เพียงตัวเองหรือเรื่องของตัวเอง แต่มีความเห็นอกเห็นใจ เห็นคุณค่าในตัวเพื่อนมนุษย์ มีความเอื้ออาทร เอาใจใส่ ให้ความสนใจในความทุกข์หรือสุขของผู้อื่น และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน</p> <p>มีความเข้าใจต่อความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง และตอบสนองด้วยการกระทำที่มุ่งหวังให้อีกฝ่ายหนึ่งมีความพึงพอใจอย่างเต็มความสามารถ</p>
การผูกมิตร (Congeniality)	<ul style="list-style-type: none"> - ความเป็นมิตร - ทำประโยชน์เกื้อกูลแก่กันและกัน - ความเป็นกันเอง - รู้จักพูดโน้มน้าวใจ - มีศิลปะในการใช้ถ้อยคำ - พูดจาไพเราะ 	<p>การแสดงออกให้เห็นถึงความเป็นมิตร หรือความหวังดี ไม่เป็นศัตรู ไม่ทำร้าย และพร้อมที่จะทำประโยชน์เกื้อกูลแก่กันและกัน การมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันด้วยการใช้วาทศิลป์ หรือศิลปะในการใช้ถ้อยคำให้อีกฝ่ายหนึ่งเกิดความประทับใจ และเพื่อโน้มน้าวใจให้มีความคิดเห็นที่ตรงกัน ลดความขัดแย้ง และความไม่ลงรอยกัน ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานร่วมกันเกิดความราบรื่นมากยิ่งขึ้น</p>
ความไว้เนื้อเชื่อใจ (Constant)	<ul style="list-style-type: none"> - มีความจริงใจ - มีความซื่อสัตย์ - มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ 	<p>การแสดงออกถึงความจริง ไม่เสแสร้งแกล้งทำ ไม่คดโกง มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่หลอกลวง ซึ่งจะให้อีกฝ่ายเกิดความไว้วางใจและเชื่อใจ ไม่ว่าจะทำอะไรสิ่งใดก็เกิดความน่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้แก่อีกฝ่าย</p>
ใช้วิถีถิ่น (Local Culture)	<ul style="list-style-type: none"> - แสดงออกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม - มีมารยาท - มีความสำรวมกาย วาจา ใจ - ถ่อมตัว - เป็นตัวของตัวเอง 	<p>การแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการกระทำ คำพูด หรือการผนวกเข้ากับสถานที่หรือกิจกรรมด้าน M-I-T เพื่อชุมชนก็ได้ โดยเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมให้อีกฝ่ายหนึ่งได้ซึมซับและเรียนรู้ รวมถึงการแสดงออกถึงมารยาทไทย รู้จักกาลเทศะและมีความสำรวมกาย วาจา ใจ</p>