วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์
ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน ปี พ.ศ. 2569

แนวทางการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง จังหวัดนครนายก เพื่อยกระดับให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ELEVATING THE DEVELOPMENT OF THE PHU KRIENG LEARNING CENTER, NAKHON NAYOK PROVINCE, TOWARDS BECOMING AN INCENTIVE TOURISM DESTINATION: DEVELOPMENT GUIDELINES

กรัณย์ วรวิทย์วรรณ[1] พัทธมน คำนูเอนก[2] ภาณุมาศ เกตุแก้ว[3]
Karun Worrawitwan[1] Pattamon Kumnuanek[2] and Panumart Kedkeaw[3]

[1-3] อาจารย์ประจำสาขาวิชาการผลิตและการจัดการอีเว้นท์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[1-3] Lecturer, Event Production and Management, University of the Thai Chamber of Commerce
E-mail [1]karun_wor@utcc.ac.th [2]pattamon_kum@utcc.ac.th [3]panumart_ked@utcc.ac.th

Received December 01,2025
Revised April 17,2026
Accepted April 21,2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง จังหวัดนครนายก สู่การเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อดึงดูดบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ (DMC) โดยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการเสวนากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก 4 ท่าน ในช่วงเดือนสิงหาคม 2568 ถึงมกราคม 2569 ผ่านการเสวนาเชิงลึกและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) โดยประยุกต์ใช้เกณฑ์การให้คะแนนเชิงคุณภาพ 3 ระดับ เทียบกับเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ 5 ด้าน และแนวคิด 4C Model

ผลการศึกษาพบว่าความพร้อมด้านกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง (2 คะแนน) แต่ยังมีช่องว่างสำคัญ ในระดับที่ต้องเร่งปรับปรุง (1 คะแนน) ในมิติกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ที่ขาดความต่อเนื่อง มิติคุณภาพบริการที่ขาดมัคคุเทศก์มืออาชีพ และมิติความปลอดภัยที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางเชิงยุทธศาสตร์ที่เน้นการสร้างประสบการณ์ร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้มาเยือน และยกระดับการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (ESG) เพื่อดึงดูดกลุ่มตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างยั่งยืน การศึกษานี้ช่วยปิดช่องว่างองค์ความรู้ด้านการพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมสำหรับแหล่งเรียนรู้ที่ตอบโจทย์มาตรฐานธุรกิจไมซ์โดยเฉพาะ และมีความสำคัญต่อการปรับตัวของแหล่งท่องเที่ยวขนาดเล็กเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ

กิจกรรมเพื่อสังคม ศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล บริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์

ABSTRACT

This research aims to explore development guidelines for the Phu Krieng Learning Center in Nakhon Nayok Province to elevate it as an incentive travel destination to attract Destination Management Companies (DMC). The study involved a review of relevant literature and qualitative research conducted through focus group discussions with four key stakeholders between August 2025 and January 2026, utilizing in-depth discussions. Data were analyzed using content analysis and gap analysis, applying a three-point qualitative rating scale measured against five MICE industry standards and the 4C Model.

The findings revealed that physical readiness was at a moderate level (2 points), while critical gaps requiring urgent improvement (1 point) were identified in Corporate Social Responsibility (CSR) activities lacking continuity, service quality lacking professional guides, and non-standardized safety. Consequently, the study proposes strategic guidelines emphasizing the co-creation of travel experiences between the community and visitors, along with upgrading management practices to align with Environmental, Social, and Governance (ESG) standards to sustainably attract the incentive travel market. This research fills a knowledge gap regarding CSR development specifically for learning centers that meet MICE business standards and holds significant practical value for the integration of small-scale attractions into the MICE industry supply chain.

Keywords

Corporate Social Responsibility (CSR), Phu Krieng Learning Center, Incentive Travel Destination, Destination Management Company (DMC)

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและกระตุ้นเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ สามารถสร้างแรงกระตุ้นและแรงจูงใจให้กับพนักงานในองค์กรด้วยการมอบประสบการณ์พิเศษ โดยมีการคาดการณ์ว่าจะขยายตัวจากมูลค่า 58.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2025 ไปสู่ 180.4 พันล้านดอลลาร์ในปี 2035 (Future Market Insights, 2025) อีกทั้งยังมีความต้องการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใหม่ที่ไม่เคยไปมาก่อนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 70 และเลือกจุดหมายที่อยู่ใกล้ต้นทางมากขึ้นถึงร้อยละ 40 (Incentive Research Foundation, 2024) ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นมีโอกาสขยายตลาด สร้างงาน และสร้างรายได้เพิ่มขึ้น (Mice Intelligence Team, 2024) ซึ่งแหล่งเรียนรู้อย่างศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง จังหวัดนครนายก ที่อยู่ไม่ไกลจากศูนย์กลางการเดินทางอย่างกรุงเทพมหานคร กลายเป็นทางเลือกที่น่าสนใจเพราะเป็นสถานที่ที่มีศักยภาพสูงทั้งในด้านการ

เดินทาง กิจกรรมเกษตรผสมผสานเพื่อการท่องเที่ยว และมีความพร้อมในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR)(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก, ม.ป.ป.) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในภาคขององค์กรต่าง ๆ เน้นให้ผู้เดินทางได้มีโอกาสตอบแทนสังคมในระหว่างการเดินทาง (Gapp Group, 2024)

บริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ (Destination Management Company: DMC) จึงมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้เชี่ยวชาญในการมอบการบริการด้านการวางแผน การออกแบบ และบริหารจัดการประสบการณ์การเดินทางเฉพาะกลุ่มให้กับลูกค้าองค์กร (SiteMinder, 2025) รวมถึงออกแบบกิจกรรมเพื่อสังคม (Sembark, 2025) ที่ต้องมีความคุ้มค่า แก้ปัญหาขององค์กรได้ทั้งในแง่ของการรักษาพนักงาน ตอบโจทย์แรงจูงใจ (Moser, 2024) และต้องสะท้อนเจตนารมณ์ขององค์กรในการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของชุมชน เพื่อสร้างความผูกพันของพนักงาน ดึงดูดคนรุ่นใหม่ และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กร (Krungsricard, ม.ป.ป.)

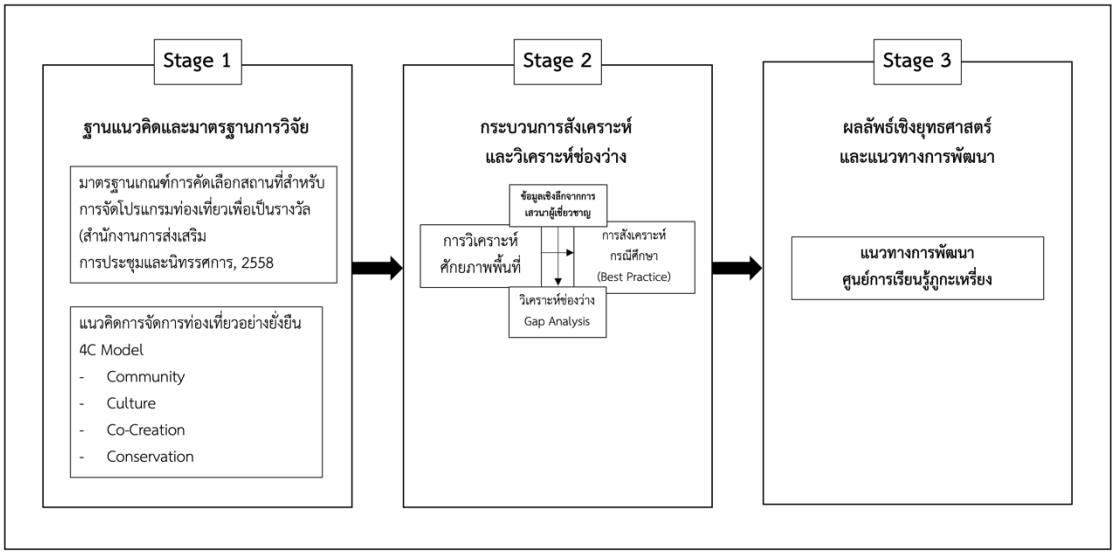
แม้ในปัจจุบันศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยงจะมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ลูกค้ากลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลส่วนใหญ่มักตัดสินใจเดินทางโดยพิจารณาจากบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์เป็นหลัก ซึ่งที่ผ่านมาแม้จะมีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในหลายมิติ เช่น การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (อังสุมาลิน จำนงชอบ, ล่ำสัน เลิศตระกูลประหยัด และกมลวรรณ คารมปราชญ์คล้ายแก้ว, 2559) และการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ภาณุมาศ เกตุแก้ว และคณะ, 2566; รัศมี อัจฉริยไพศาลกุล, ภาณุมาศ เกตุแก้ว และรุจิภาส บุญสำเร็จ, 2566) แต่ยังพบช่องว่างองค์ความรู้ที่ขาดความลุ่มลึกในการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคม และศักยภาพพื้นที่ให้เหมาะสมกับเกณฑ์มาตรฐานของธุรกิจรับจัดการธุรกิจไมซ์อย่างเป็นรูปธรรม ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาแนวทางการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยงเพื่อยกระดับให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีศักยภาพในการดึงดูดบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ โดยเน้นการออกแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่ตอบสนองความต้องการขององค์กรยุคใหม่ พร้อมทั้งเพิ่มขีดความสามารถของพื้นที่ในการมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ต่อเนื่องและยั่งยืน เพื่อให้ได้แนวทางที่เป็นรูปธรรมในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ชุมชนสู่มาตรฐานระดับสากล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่และกิจกรรมการเรียนรู้ของศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง จังหวัดนครนายก ตามเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกสถานที่ของบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์
2. เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างระหว่างศักยภาพปัจจุบันของศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยงกับความต้องการของกลุ่มตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ที่ตอบสนองเกณฑ์การคัดเลือกสถานที่ของบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์อย่างเป็นรูปธรรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้มีการศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมและศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง ให้มีศักยภาพในการดึงดูดการเลือกใช้เป็นจุดหมายปลายทางโดยบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง ที่มีประสบการณ์ในด้านการพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ การจัดกิจกรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน และมีบทบาทในการเป็นเจ้าของพื้นที่และผู้ให้การต้อนรับของศูนย์การเรียนรู้ และวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อหาข้อค้นพบ เพื่อสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง จังหวัดนครนายก เพื่อยกระดับให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และมีศักยภาพในการดึงดูดบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ ในการเลือกใช้เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก คือ

1) ขั้นที่ 1 การสังเคราะห์เกณฑ์มาตรฐานไมซ์บูรณาการร่วมกับแนวคิดการจัดการอย่างยั่งยืนผ่าน 4C Model

2) ขั้นที่ 2 การประเมินศักยภาพพื้นที่และ วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) โดยใช้ข้อมูลเชิงลึกจากการ เสวนาผู้เชี่ยวชาญ และการสังเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จจากกรณีศึกษาต้นแบบ

3) ขั้นที่ 3 การนำเสนอแนวทางการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง เพื่อยกระดับสู่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีศักยภาพและดึงดูดบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์อย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและบทบาทของกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR)

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างแรงจูงใจและส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรผ่านการมอบประสบการณ์การเดินทางที่พิเศษและมีคุณค่า (ปิลันธนา ชมพูพันธ์, 2551) ปัจจุบันในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก พนักงานให้คุณค่ากับรางวัลในรูปแบบประสบการณ์การเดินทางมากกว่าตัวเงินหรือสิ่งของ เนื่องจากช่วยสร้างความรู้สึกถึง

ความสำเร็จและการยกระดับคุณค่าในตนเอง (SITE Foundation, 2025; Mair, 2015) ขณะเดียวกันแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้ถูกนำมาบูรณาการเข้ากับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างแพร่หลาย โดยเปลี่ยนผ่านจากการทำกิจกรรมเพื่อการบริจาคไปสู่การสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (European Commission, 2001; Kotler & Lee, 2005) ในบริบทของไทย กิจกรรมเพื่อสังคมมักถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความผูกพันของพนักงานและเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร โดยเน้นการตอบโจทย์ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเหมาะสม (สถาบันไทยพัฒน์, 2553; อุไรรัตน์ อภิวัฒนกุล และจินตวีร์ เกษมศุข, 2565) ที่สำคัญแนวโน้มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในปี 2026 มุ่งเน้นไปที่การเดินด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้มาตรฐานการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (ESG) ซึ่งต้องรายงานผลการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนได้จริง และเน้นการส่งเสริมจุดหมายปลายทางในเมืองรอง เพื่อลดปัญหาความแออัดจากการท่องเที่ยวล้นเมือง ตลอดจนการจัดโปรแกรมการเดินทางที่ให้น้ำหนักไปทางสุขภาวะและดิจิทัลดีท็อกซ์มากขึ้น (Liberty International Tourism Group, 2026)

บริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ (DMC)

บริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ (Destination Management Company: DMC) คือ องค์กรวิชาชีพที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการวางแผนและบริหารจัดการกิจกรรมไมซ์ (MICE) แบบครบวงจร โดยเฉพาะการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ที่ต้องอาศัยการออกแบบโปรแกรมการเดินทางเชิงสร้างสรรค์และการจัดการการเดินทางที่แม่นยำ (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558) บทบาทหลักของบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ คือการเป็นตัวกลางที่เชื่อมโยงความต้องการขององค์กรเข้ากับศักยภาพของพื้นที่ ผ่านการคัดเลือกจุดหมายปลายทางที่มีมาตรฐานและการประสานงานกับเครือข่ายท้องถิ่นเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ตอบโจทย์เฉพาะกลุ่ม ปัจจุบันบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการบูรณาการกิจกรรมเพื่อสังคม และกิจกรรมสร้างทีม ที่เน้นการเรียนรู้และปฏิสัมพันธ์กับชุมชน ซึ่งไม่เพียงช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร แต่ยังขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวโน้มในปี 2025-2026 ที่บริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ส่วนใหญ่มุ่งแสวงหาจุดหมายปลายทางที่มีความแปลกใหม่และมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว (Incentive Travel Index, 2025) ปรากฏการณ์นี้จึงเป็นโอกาสสำคัญของศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยงในการพัฒนาขีดความสามารถเชิงพื้นที่เพื่อยกระดับสู่การเป็นจุดหมายปลายทางใหม่ที่รองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มาตรฐานการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและเกณฑ์การคัดเลือกสถานที่

การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีเป้าหมายเพื่อสร้างแรงจูงใจและตอบแทนบุคลากรที่มีผลงานโดดเด่น ความสำเร็จของโปรแกรมขึ้นอยู่กับการออกแบบการเดินทางที่สร้างสรรค์และสอดคล้องกับบริบทพื้นที่โดยอาศัยความเชี่ยวชาญของบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ ในการคัดเลือกจุดหมายปลายทางที่มีความพร้อมสูงและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558) โดยปัจจัยสำคัญที่บริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ ใช้พิจารณาประกอบด้วยความโดดเด่นของสถานที่ คุณภาพของเครือข่ายบริการในท้องถิ่น และความเชี่ยวชาญ

ของมัคคุเทศก์ที่เป็นมืออาชีพ นอกจากนี้ โปรแกรมการเดินทางในปัจจุบันต้องให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจชุมชน

เพื่อให้การประเมินศักยภาพพื้นที่ศึกษาเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ผู้วิจัยจึงใช้เกณฑ์การคัดเลือกสถานที่สำหรับการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลตามมาตรฐานของสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (2558) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกสถานที่สำหรับการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

		เกณฑ์ในการคัดเลือกสถานที่
1	ศักยภาพและความพร้อมของสถานที่	1) ความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ 2) ข้อมูลพื้นฐานของสถานที่ที่ชัดเจน 3) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่
2	กิจกรรมการเรียนรู้และประสบการณ์	1) รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ 2) การมีปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับชุมชน 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการเรียนรู้ภายในพื้นที่
3	คุณภาพการบริการ	1) บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาต 2) มาตรฐานการให้บริการด้านอาหารและที่พัก
4	ความปลอดภัยและสุขอนามัย	1) มาตรฐานความปลอดภัยในพื้นที่กิจกรรม 2) ความพร้อมของระบบการจัดการเหตุฉุกเฉิน
5	ความรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมของชุมชน	1) มีการจ้างงานคนในท้องถิ่น 2) มีการจัดการพื้นที่แบบเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากร 3) มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบกระจายรายได้

ที่มา: ปรับปรุงจากสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558

ดังนั้นการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐานที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยยกระดับความน่าดึงดูดใจต่อบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ ในการพิจารณาคัดเลือกเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งการดำเนินงานที่สอดคล้องกับมาตรฐานอุตสาหกรรมไม่เพียงแต่จะเพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดระดับสากล แต่ยังเป็นดัชนีชี้วัดที่สะท้อนถึงคุณภาพและความยั่งยืนของพื้นที่ ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นรากฐานสำคัญในการเตรียมความพร้อมของพื้นที่เพื่อรองรับกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยมุ่งเน้นการรักษาสมดุลระหว่างทรัพยากร วัฒนธรรม และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ความสำเร็จของการจัดการในพื้นที่ขึ้นอยู่กับการวางรากฐานโครงสร้างพื้นฐานที่ปลอดภัยและการออกแบบกิจกรรมที่มีคุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด 4C Model for Sustainable Cultural Tourism ของ อภิวัฒน์ โลกนุเคราะห์ และโชติ บดีรัฐ (2568) ที่เน้นการยึดโยงกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่าน 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

ด้านชุมชน (Community) โดยการให้ชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมบริหารจัดการ ด้านวัฒนธรรม (Culture) เน้นการรักษาและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม ด้านการสรรค์สร้างร่วมกัน (Co-creation) เพื่อการออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้มาเยือน และด้านการอนุรักษ์ (Conservation) หรือที่เน้นการจัดการทรัพยากรในพื้นที่อย่างยั่งยืน

แนวคิดดังกล่าวถือเป็นกรอบสำคัญในการแปลงวิถีชีวิตชุมชนให้เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมที่มีความหมายซึ่งเป็นสิ่งที่บริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ และองค์กรยุคใหม่ให้ความสำคัญในการเลือกจุดหมายปลายทาง

กรณีศึกษาต้นแบบการพัฒนาจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

เพื่อให้เห็นภาพรวมของการจัดการพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จในการรองรับกลุ่มไมซ์และกิจกรรมเพื่อสังคม ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จจากกรณีศึกษาต้นแบบในประเทศไทย ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จจากกรณีศึกษาต้นแบบการพัฒนาจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

จุดหมายปลายทาง	อัตลักษณ์และจุดเด่น	รูปแบบกิจกรรมหลักและกิจกรรมเพื่อสังคม	ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	แหล่งอ้างอิง
หมู่บ้านออนใต้ จ.เชียงใหม่	หมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	การทำอาหารออร์แกนิก การทำผ้ามัดย้อม การทำวิถีเกษตรพอเพียงแบบลงมือปฏิบัติ	การผสมผสานทุนวัฒนธรรมเข้ากับความคิดสร้างสรรค์และผลิตภัณฑ์ชุมชน	Convention International (2018)
ชุมชนคลองชับรัง จ.พิษณุโลก	แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรมูลค่าสูง (มะม่วงคุณภาพดี)	กิจกรรมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อสร้างประสบการณ์เชิงบวก	การใช้ต้นทุนวัฒนธรรมด้านอาหารสร้างแรงจูงใจและมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรท้องถิ่น	BEAM Editorial (2022)
ศูนย์ฯ ห้วยฮ่องไคร้ จ.เชียงใหม่	ศูนย์การเรียนรู้ตามแนวพระราชดำริ (ป่าไม้และน้ำ)	กิจกรรม Team Building การเดินป่า การปั่นจักรยาน และการประกอบอาหารท้องถิ่น	การบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวและการออกแบบกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ในการทำงาน	Convention International (2018)
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มโฮมสเตย์บ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย	หมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนต้นแบบ ด้วยวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น	กิจกรรมโฮมสเตย์ชุมชน การเรียนรู้วิถีชีวิต การปั่นจักรยานชมทุ่งนา และการทำอาหารท้องถิ่น	ชูอัตลักษณ์ความเป็นวิถีชีวิต สร้างส่วนร่วมของชุมชน และเติบโตโดยไม่ทำลายวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ม.ป.ป.)
ชุมชนบ้านถ้ำเสือ จ.เพชรบุรี	แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและป่าไม้	ปลูกป่า (ยิงกระสุนเมล็ดพันธุ์ เพาะกล้าไม้) เรียนรู้ธนาคารต้นไม้ ล่องเรือยาง ศึกษาธรรมชาติ ทำอาหารและขนมท้องถิ่น	เชื่อมโยงธรรมชาติ สร้างการมีส่วนร่วมและร่วมกันพัฒนาอย่างยั่งยืน	กรุงเทพธุรกิจ (2568)

จากการทบทวนกรณีศึกษาเบื้องต้น สะท้อนให้เห็นว่าหัวใจสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสู่ตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือการยกระดับต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กลายเป็นประสบการณ์ที่มีความหมาย ผ่านกิจกรรมเชิงรุกที่เน้นการลงมือปฏิบัติ นอกจากนี้ปัจจัยความสำเร็จยังขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการพื้นที่ให้สอดคล้องกับมาตรฐานความต้องการขององค์กร ทั้งในมิติด้านความยั่งยืนและการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งองค์ความรู้และปัจจัยความสำเร็จเหล่านี้จะถูกนำมาใช้เป็น แนวทางมาตรฐานในการประเมินศักยภาพและกำหนดแนวทางการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นจุดหมายปลายทางที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากลในลำดับต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกใช้ยุทธศาสตร์การวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case Study) เพื่อมุ่งเน้นการทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับศักยภาพและแนวทางการพัฒนาพื้นที่ศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

พื้นที่ในการศึกษา

ผู้วิจัยคัดเลือกศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง ตำบลศรีนาวา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เป็นพื้นที่กรณีศึกษา เนื่องจากเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงเกษตรและวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นในการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาพื้นที่อย่างยั่งยืน (นครนายกทัวร์, 2567)

ศูนย์การเรียนรู้ฯ มีโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรในพื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงเกษตรที่ครบวงจร ประกอบด้วย แปลงนาสาธิต สวนผลไม้ บ่อปลา และพื้นที่เลี้ยงสัตว์ รวมถึงมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านรัตนจันที่จัดแสดงเครื่องมือทางการเกษตรและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวลาวเวียงในพื้นที่ ศูนย์การเรียนรู้ฯ มีศักยภาพในการรองรับกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ตั้งแต่บุคคลทั่วไป เยาวชน และกลุ่มศึกษาดูงาน โดยมีการจัดฐานการเรียนรู้ที่เน้นการลงมือปฏิบัติ เช่น การทำนา การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว และการใช้นวัตกรรมทางการเกษตร ที่สำคัญยังมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดกิจกรรมกลุ่ม ตั้งแต่ส่วนบริการอาหาร จุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และพื้นที่ส่วนกลางที่สามารถปรับใช้ในการจัดกิจกรรมเฉพาะกลุ่มหรือกิจกรรมการเรียนรู้ระดับองค์กรได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก., ม.ป.ป.; นครนายกทัวร์, 2567)

การคัดเลือกพื้นที่นี้จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ศักยภาพและการเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากรท้องถิ่นกับเกณฑ์มาตรฐานของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างชัดเจน โดยมีระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2568 ถึงเดือนมกราคม 2569

วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Analysis) ที่มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการและขับเคลื่อนกิจกรรมภายในศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง จำนวน 4 ท่าน ประกอบด้วย

1) P1 ผู้ก่อตั้งศูนย์การเรียนรู้ ผู้ให้ข้อมูลเชิงนโยบาย ทิศทาง และโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่

2) P2 ผู้ประกอบการชุมชน (กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร) ผู้แทนฝั่งการผลิตและอัตลักษณ์สินค้าชุมชน

3) P3 วิทยากรด้านเกษตรอินทรีย์ ผู้แทนฝั่งกิจกรรมการเรียนรู้และประสบการณ์เชิงเกษตร

4) P4 ผู้จัดการบริษัทประชารัฐรักสามัคคีฯ ผู้แทนฝั่งการบริหารจัดการเชิงธุรกิจสังคมและการเชื่อมโยงตลาด

โดยมีเกณฑ์ในการการคัดเข้า คือ ต้องเป็นผู้ที่อาศัยหรือดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ศึกษาอย่างต่อเนื่อง มีบทบาทหน้าที่ชัดเจนในการบริหารจัดการหรือเป็นวิทยากรหลักของกิจกรรม และมีความเข้าใจในศักยภาพของทรัพยากรท้องถิ่นเป็นอย่างดี

แม้ผู้ให้ข้อมูลจะมีจำนวน 4 ท่าน แต่ถือเป็นผู้ถือครองข้อมูลหลัก (Key Holders of Information) ในแต่ละมิติเชิงยุทธศาสตร์ของพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลจากกลุ่มผู้ปฏิบัติการและบริหารระดับสูงในกรณีศึกษาเดียวกันนี้เริ่มมีแบบแผนที่ซ้ำกันและไม่มีประเด็นใหม่ที่แตกต่างเกิดขึ้นในการสนทนาเชิงลึก จึงถือว่าข้อมูลมีความอิ่มตัวและเพียงพอต่อการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือหลักคือ แบบเสวนาผู้เชี่ยวชาญแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Discussion Guide) ที่พัฒนาตามกรอบแนวคิดการวิจัย โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยเทคนิค Index of Item Objective Congruence (IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้องมากกว่า 0.5 ขึ้นไป เพื่อปรับปรุงโครงสร้างคำถามให้มีความเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านกระบวนการ เสวนากลุ่มผู้เกี่ยวข้องหลัก (Key Informant Panel Discussion) โดยจัดขึ้น ณ ศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง โดยใช้เวลารวมทั้งสิ้น 120 นาที และใช้กระบวนการการสัมภาษณ์กลุ่มขนาดเล็ก (Mini-Focus Group) เนื่องผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 ท่านมาจากกลุ่มภาคีขับเคลื่อนพื้นที่ ที่ทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด จึงเป็นกลุ่มที่มีเนื้อหาเดียวกัน ซึ่งช่วยลดข้อจำกัดเรื่องอำนาจภายในกลุ่ม ทำให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นไปอย่างอิสระและมีความน่าเชื่อถือ

โดยระหว่างการเสวนากลุ่มผู้วิจัยได้รับอนุญาตให้บันทึกเสียงและวิดีโอ ควบคู่กับการจดบันทึกประเด็นสำคัญ เพื่อนำมาถอดเทปคำต่อคำ ในการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์ข้อมูลและการวิเคราะห์ช่องว่าง

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผ่านกระบวนการถอดเทปคำต่อคำ (Verbatim) และใช้วิธีการสร้างรหัส (Coding) โดยเริ่มจากการกำหนดรหัสเบื้องต้น (Initial Coding) จากคำสำคัญในวงเสวนา จากนั้นจึงจัดกลุ่มรหัสที่มีความหมายสอดคล้องกันเป็นหมวดหมู่ (Categorizing) และสังเคราะห์จนเกิดเป็นประเด็นหลัก (Theme Development) ที่เชื่อมโยงกับเกณฑ์มาตรฐาน 5 ด้าน (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558) และแนวคิดการจัดการอย่างยั่งยืนด้วย 4C Model (อภิวัฒน์ โลกนุเคราะห์

และ โชติ บดีรัฐ, 2568) เพื่อให้การประเมินผลมีความเป็นรูปธรรมและลดความลำเอียง ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนเชิงคุณภาพ 3 ระดับ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดเกณฑ์การประเมิน (Evaluative Rubrics) ของ Patton (2015) เพื่อระบุระดับความพร้อมและส่วนต่างในแต่ละด้าน ดังนี้

1) 3 คะแนน (ดี) คือ มีสภาวะความพร้อมหรือมีการดำเนินการสอดคล้องตามมาตรฐานอย่างครบถ้วน

2) 2 คะแนน (ปานกลาง) คือ มีสภาวะความพร้อมหรือมีการดำเนินการบางส่วน แต่ยังขาดความต่อเนื่องหรือความชัดเจนเชิงยุทธศาสตร์

3) 1 คะแนน (ควรปรับปรุง) คือ ยังไม่มีความพร้อมหรือไม่มีการดำเนินการที่สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐาน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ทั้งในด้านแหล่งข้อมูลและด้านบุคคล เพื่อยืนยันความถูกต้องและเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการศึกษาให้เป็นที่ยอมรับตามหลักวิชาการ

การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลผ่านเทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้าทั้งด้านข้อมูล และทั้งด้านบุคคล โดยผู้วิจัยนำข้อมูลปฐมภูมิจากการเสวนากลุ่มไปเปรียบเทียบความสอดคล้องกับข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งประกอบด้วยเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558) และปัจจัยความสำเร็จจากกรณีศึกษาต้นแบบ 5 พื้นที่ เพื่อยืนยันว่าสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลเสนอนั้นสอดคล้องกับมาตรฐานสากล และถึงแม้ว่าการเสวนาจะเป็นการรวมเพียงกลุ่มเดียว แต่ผู้วิจัยเน้นการตรวจสอบความหลากหลายของข้อมูลจากกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทหน้าที่และประสบการณ์ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ประกอบด้วยผู้ก่อตั้งศูนย์ฯ (P1) ผู้ประกอบการ (P2) วิทยากร (P3) และผู้จัดการวิสาหกิจเพื่อสังคม (P4) โดยผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนมุมมองที่แตกต่างกันในแต่ละประเด็น

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปและกิจกรรมปัจจุบันของศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง

จากการศึกษาพบว่าศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยงมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายและสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ เช่น การปลูกต้นข้าวอ่อน การเก็บหม่อน กิจกรรมทำข้าวยาคู และกิจกรรมที่เน้นสุขภาพและการเกษตรอินทรีย์ อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกพบข้อจำกัดสำคัญในมิติของกิจกรรมเพื่อสังคม ที่ยังขาดการวางแผนและการออกแบบอย่างเป็นระบบ โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

1) ข้อจำกัดด้านความต่อเนื่อง เนื่องจากกิจกรรมส่วนใหญ่ผูกติดกับฤดูกาลทางการเกษตร ทำให้ไม่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี นอกจากนี้ P1 ยังระบุว่าพื้นที่บางส่วนยังอยู่ระหว่างการปิดปรับปรุงซึ่งส่งผลต่อความพร้อมในการให้บริการ

2) ความคลุมเครือในมิติกิจกรรมเพื่อสังคม เนื่องจากกิจกรรมที่มีอยู่มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมการเรียนรู้มากกว่าการสร้างผลกระทบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม โดย P4 ให้ความเห็นว่าในภาพใหญ่ยังไม่มีกิจกรรมที่ระบุได้ชัดเจนว่าเป็นกิจกรรมเพื่อสังคม

3) การออกแบบกิจกรรม หากต้องการให้ดึงดูดกลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์ได้ จำเป็นต้องมีการออกแบบกิจกรรมให้มีรูปแบบ เป้าหมาย และระบุผู้รับผลประโยชน์ทางสังคมที่ชัดเจน เพื่อให้องค์กรสามารถนำไปใช้สนับสนุนนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่

ศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยงมีศักยภาพในด้านทรัพยากรกายภาพเบื้องต้นที่สามารถรองรับกลุ่มศึกษาดูงานขนาดเล็กถึงกลางได้ดี มีจุดเด่นเรื่องความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติ มีร้านอาหารและระบบต้อนรับที่พร้อม อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดสำคัญที่ส่งผลต่อการยกระดับสู่ตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ดังนี้

1) บทบาทของชุมชนท้องถิ่น ชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างจริงจัง โดย P2 ระบุว่าคนในพื้นที่หลายคนยังไม่ทราบว่าตนเองจะเข้าร่วมในบทบาทใดได้บ้าง

2) การสื่อความหมายและเส้นทางท่องเที่ยวยังขาดการวางระบบเส้นทางที่ชัดเจนและขาดนักสื่อความหมาย ที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงลึกได้ โดย P3 ให้ข้อมูลว่าปัจจุบันมีผู้ที่สามารถเล่าเรื่องราวความเชื่อมโยงในพื้นที่ได้เพียงไม่กี่คน

3) ความยั่งยืนของการร่วมมือ ซึ่ง P4 ตั้งข้อสังเกตว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ที่ผ่านมามักเป็นลักษณะชั่วคราว ทำให้ชุมชนไม่ได้รู้สึกถึงความเป็นเจ้าของกิจกรรมเหล่านั้น

ผลการวิเคราะห์ช่องว่าง

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ช่องว่างโดยเปรียบเทียบสภาวะปัจจุบันกับเกณฑ์มาตรฐาน 5 ด้าน บูรณาการกับแนวคิด 4C Model และแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) โดยใช้เกณฑ์คะแนนเชิงคุณภาพ 1-3 (3=ดี, 2=ปานกลาง, 1=ควรปรับปรุง) ดังนี้

ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ช่องว่างศักยภาพและความพร้อมของศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยง

เกณฑ์มาตรฐาน 5 ด้าน	คะแนน	ลำดับความสำคัญในการพัฒนา	สิ่งที่ดำเนินการอยู่แล้ว	สิ่งที่ควรพัฒนาและแนวปฏิบัติที่ดี
1. ศักยภาพและความพร้อม	2	ปานกลาง	มีถนนทางเข้าสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกและร้านอาหารสะอาด	เนื่องจากเส้นทางท่องเที่ยวยังไม่ต่อเนื่อง จึงจำเป็นต้องบูรณาการเส้นทางเชื่อมโยงชุมชน ให้เกิดกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น
2. กิจกรรมการเรียนรู้	1	ควรปรับปรุง	มีกิจกรรมเกษตรและแปรรูปผลิตภัณฑ์เบื้องต้น	ขาดรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่ชัดเจนและวัดผลได้ จึงต้องออกแบบกิจกรรมเชิงรุกที่มีส่วนร่วมสูง เช่นการปลูกป่าแบบบ้านถ้ำเสือ
3. คุณภาพการบริการ	1	ควรปรับปรุง	มีวิทยากรประจำศูนย์ให้ข้อมูลและนำสาธิตกิจกรรม	ขาดมัคคุเทศก์ที่ได้รับใบอนุญาตและทักษะการเล่าเรื่อง จึงจำเป็นต้องอบรมทักษะการเล่าเรื่องเชิง

เกณฑ์มาตรฐาน 5 ด้าน	คะแนน	ลำดับความสำคัญในการพัฒนา	สิ่งที่ดำเนินการอยู่แล้ว	สิ่งที่ควรพัฒนาและแนวปฏิบัติที่ดี
				สร้างสรรค์ เพื่อให้เรื่องราวในพื้นที่มีความน่าสนใจมากขึ้น
4. ความปลอดภัยและสุขอนามัย	1	ควรปรับปรุง	มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน	ขาดระบบรักษาความปลอดภัยและจุดปฐมพยาบาล พื้นที่ต้องยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจแก่บริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์
5. ความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วม	2	ปานกลาง	มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และกระจายรายได้จากการกิจกรรม	ชุมชนมีบทบาทในการบริหารจัดการน้อย จึงต้องใช้โครงสร้างคณะกรรมการชุมชนบริหารจัดการร่วม เช่นเดียวกับหมู่บ้านออนใต้

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ผ่านมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีจำนวน 4 ท่าน แต่เป็นการคัดเลือกแบบเจาะจงที่เน้นผู้ถือครองข้อมูลเชิงลึก (Information-Rich Cases) ตามแนวคิดของ Patton (2015) ซึ่งมีความสามารถในการสะท้อนปัญหาเชิงโครงสร้างของพื้นที่ศึกษาได้อย่างครอบคลุม จนข้อมูลถึงจุดอิ่มตัว (Data Saturation) ในระดับที่เพียงพอต่อการสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยผลการศึกษาที่พบว่ามิติด้านความปลอดภัยและกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เป็นช่องว่างสำคัญที่ต้องเร่งพัฒนานั้น มีความสอดคล้องกับข้อค้นพบของ อังสุมาลิน จำนงชอบ, ล่ำสัน เลิศตระกูลประหยัด และกมลวรรณ คารมปราชญ์คล้ายแก้ว (2559) ที่ระบุว่าความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรฐานการจัดการความปลอดภัยเป็นปัจจัยตัดสินใจหลักของตลาดกลุ่มองค์กร อีกทั้งยังสอดรับกับแนวคิดของ ภาณุมาศ เกตุแก้ว และคณะ (2566) ที่ชี้ว่าการยกระดับกิจกรรมชุมชนให้มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวและสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายเป็นหัวใจสำคัญในการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างยั่งยืน

การยกระดับกิจกรรมจากวิถีเกษตรสู่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมปัจจุบันของศูนย์การเรียนรู้ภูกะเหรี่ยงยังคงติดอยู่ในรูปแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรเป็นหลัก ซึ่ง P4 ระบุชัดเจนว่า "ยังไม่มีกิจกรรมที่ชัดว่าเป็นกิจกรรมเพื่อสังคม" ประเด็นนี้สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างสำคัญในการตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายองค์กรสมัยใหม่ที่มองหาการท่องเที่ยวที่ขับเคลื่อนด้วยวัตถุประสงค์ (Purpose-Driven Incentives) ตามแนวโน้มอุตสาหกรรมปี 2025-2026 (Liberty International Tourism Group, 2026) ดังนั้น การปรับปรุงกิจกรรมตามแนวคิดของ Kotler & Lee (2005) เรื่องการอาสาช่วยเหลือชุมชน จึงไม่ใช่เพียงการเพิ่มกิจกรรมใหม่ แต่คือการออกแบบให้เกิดผลกระทบเชิงบวก (Positive Impact) ที่วัดผลได้จริง เช่น การคำนวณการกักเก็บคาร์บอนจากการปลูกข้าวอินทรีย์ตามมาตรฐาน Carbon Reporting ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แกองค์กรตามแนวทาง ESG ที่อุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญ

การสร้างประสบการณ์ร่วมผ่านกรอบแนวคิด 4C Model

ข้อค้นพบที่สำคัญจากการวิจัย คือ ความอ่อนแอในมิติด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน โดย P2 ให้ข้อมูลว่าคนในพื้นที่ยังไม่ทราบบทบาทหน้าที่ของตนเอง ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืน เมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับกรอบแนวคิด 4C Model พบว่าศูนย์ฯ จำเป็นต้องเร่งพัฒนาด้านการสรรค์สร้างร่วมกัน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการเปลี่ยนบทบาทของคนในชุมชนจากผู้สังเกตการณ์ให้เป็นผู้ร่วมสร้างประสบการณ์ เช่นเดียวกับกรณีศึกษาหมู่บ้านออนใต้ที่ประสบความสำเร็จในการบูรณาการทุนวัฒนธรรมเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งแนวทางการยกระดับที่เน้นกระบวนการการสรรค์สร้างร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้มาเยือนนี้ จะช่วยแก้ปัญหาที่กิจกรรมมักเป็นแบบชั่วคราว คนในพื้นที่ไม่รู้สึกผูกพัน โดยการให้ชุมชนมีส่วนร่วมออกแบบประสบการณ์ร่วมกับผู้มาเยือน จะช่วยให้เกิดความรู้สึกหวงแหน รับผิดชอบ และต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน นำไปสู่ความยั่งยืนในมิติของการอนุรักษ์ และความเข้มแข็งของชุมชนได้อย่างสมดุลตามโครงสร้างของ 4C Model (อภิวัฒน์ โลกนุเคราะห์ และโชติ บดีรัฐ, 2568) สอดคล้องกับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มุ่งเน้นความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

ความเชื่อมั่นต่อมาตรฐานสถานที่และการตัดสินใจของบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์

การที่ P3 ระบุว่าขาดนักเล่าเรื่อง (Storyteller) และผลการวิเคราะห์ช่องว่างที่ชี้ว่าขาดมาตรฐานความปลอดภัยที่ชัดเจน เป็นปัจจัยลบสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ ข้อมูลนี้สอดคล้องกับ เกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกสถานที่ 5 ด้าน (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558) ที่ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับคุณภาพการบริการและความปลอดภัย หากพิจารณาตามแนวโน้มของ Incentive Travel Index (2025) แม้บริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ จะมุ่งแสวงหาจุดหมายปลายทางเกิดใหม่เพื่อสร้างความแปลกใหม่ แต่ความน่าเชื่อถือในระบบการจัดการเหตุฉุกเฉินและคุณภาพของวิทยากรที่เป็นมัคคุเทศก์ถูกต้องตามกฎหมายยังคงเป็นเกณฑ์ตัดสินหลัก ดังนั้น การยกระดับวิทยากรจากเพียงผู้ให้ข้อมูลเกษตร (P3) สู่การเป็นนักสื่อความหมายเชิงจิตวิทยาตามแนวปฏิบัติที่ดีของ ศูนย์ฯ ห้วยฮ่องไคร้ จึงเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะเปลี่ยนช่องว่างให้เป็นจุดแข็งในการดึงดูดกลุ่มตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลระดับสูงในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

1.1 ระดับพื้นที่และชุมชน ควรนำผลการวิเคราะห์ช่องว่างไปพัฒนากิจกรรมให้มีความหลากหลายและไม่ยึดติดกับฤดูกาล เช่น การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรที่ทำได้ตลอดปี เพื่อความต่อเนื่องในการรองรับกลุ่มไมซ์ และอบรมวิทยากรท้องถิ่นให้เป็นนักเล่าเรื่อง (Storyteller) เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรชุมชน

1.2 หน่วยงานท้องถิ่นและภาครัฐ ควรวางแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงชุมชนใกล้เคียง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่หลากหลายและปลอดภัยตามมาตรฐาน

พร้อมทั้งใช้ฐานข้อมูลวิจัยไปพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อประชาสัมพันธ์จังหวัดนครนายกให้เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการทำกิจกรรมเพื่อสังคม

1.3 ระดับอุตสาหกรรม บริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ สามารถใช้ผลการประเมินศักยภาพนี้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกและตัดสินใจนำเสนอโปรแกรมให้กับลูกค้าองค์กร ขณะที่ สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการสามารถใช้เป็นแนวทางพัฒนาแหล่งเรียนรู้ให้ผ่านเกณฑ์คะแนนการตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) ในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจและผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระยะยาวของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

2.2 ควรศึกษาวิจัยเพื่อทำความเข้าใจในเชิงลึกถึงปัจจัยความคาดหวังเฉพาะเจาะจงของบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ ในมิติต่าง ๆ เพื่อให้ศูนย์การเรียนรู้สามารถพัฒนาข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิผล

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). **รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. สืบค้น 1 ธันวาคม 2568, จาก https://mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=12288.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครนายก. (ม.ป.ป.). **ภูกะเหรี่ยง ศูนย์เรียนรู้สำหรับบุคคลทั่วไป ภายใต้แนวคิด เกษตรแบบผสมผสานการท่องเที่ยว**. สืบค้น 8 สิงหาคม 2568, จาก https://shorturl.at/kw3Bh.

กรุงเทพธุรกิจ. (2568). **'ไบโอเนเจอร์ กรุ๊ป' ผนึก 'ชุมชนบ้านถ้ำเสือ' จัดกิจกรรม CSR อนุรักษ์ธรรมชาติ**. สืบค้น 1 ธันวาคม 2568, จาก https://www.bangkokbiznews.com/environment/1161354.

นครนายกทัวร์. (2567). **ภูกะเหรี่ยง นครนายก ศูนย์การเรียนรู้ วัฒนธรรม & นวัตกรรมเกษตร**. สืบค้น 11 กันยายน 2568 จาก https://nakhonnayok.tours/?p=2167.

ปิลันธนา ชมพูพันธ์. (2551). **การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่** (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาณุมาศ เกตุแก้ว, รัศมี อัจฉริยไพศาสกุล, รุจิภาส บุญสำเร็จ, เสาวลักษณ์ สุดประเสริฐ และจารวี กมลศิริพิชัยพร. (2566). การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในชุมชนบ้านถ้ำเสือ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 17(3), 17-33.

รัศมี อัจฉริยไพศาลกุล, ภาณุมาศ เกตุแก้ว และรุจิภาส บุญสำเร็จ. (2566). แนวทางการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. **วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี**, 19(4), 27-39.

สถาบันไทยพัฒน์. (2553). **6 ทิศทาง CSR ปี 2553**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์.

สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ. (2558). **คู่มืออบรมบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ภายในประเทศ**. สืบค้น 11 กันยายน 2568, จาก https://elibrary.tceb.or.th/getattachment/f3300f51-393d-43c4-9303-afd16660be1d/5798.aspx.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (ม.ป.ป.). **วิสาหกิจชุมชนกลุ่มโฮมสเตย์บ้านนาต้นจั่น**. สืบค้น 24 มีนาคม 2569, จาก https://cbtthailand.dasta.or.th/webapp/community/content/1311/.

อภิวัฒน์ โลกนุเคราะห์ และโชติ บดีรัฐ. (2568). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน. **วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์**, 8(2), 359–373.

อังสุมาลิน จำนงชอบ, ล่ำสัน เลิศกูลประหยัด และกมลวรรณ คารมปราชญ์คล้ายแก้ว. (2559). กลยุทธ์การเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดชลบุรีเพื่อดึงดูดกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**, 7(1), 153-172.

อุไรรัตน์ อภิวัฒนกุล และจินตวีร์ เกษมศุข. (2565). รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบสังคมกับความยั่งยืนของธุรกิจ กรณีศึกษา บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 14(3), 303-304.

BEAM Editorial. (2022). **Up-and-coming Thai cities for your next incentive travel experience**. Retrieved 6 September 2025, from https://beamexp.co/up-and-coming-thai-cities-for-your-next-incentive-travel-experience/.

Convention International. (2018). **TCEB pushes Chiang Mai into an international MICE City**. Retrieved 6 September 2025, from https://www.convention-net.de/tceb-pushes-chiang-mai-into-an-international-mice-city/.

European Commission. (2001). **Promoting a European framework for corporate social responsibility**. Brussels: European Commission.

Future Market Insights. (2025). **Incentive tourism industry analysis by incentive type, by business size, by end user, by region – Forecast for 2025 to 2035**. Retrieved 6 September 2025, from https://www.futuremarketinsights.com/reports/incentive-tourism-sector-overview-and-industry-roundup.

Gapp Group. (2024). **Top incentive travel trends for 2024 and beyond**. Retrieved 9 September 2025, from https://gappgroup.com/blog/incentive-travel-trends/.

Incentive Research Foundation. (2024). **Key insights and trends reported in 2024 incentive travel index**. Retrieved 6 September 2025, from

https://theirf.org/research_post/key-insights-and-trends-reported-in-2024-incentive-travel-index/.

Incentive Travel Index. (2025). **Incentive travel index 2025: Survey highlights**. Retrieved 24 March 2026, from https://te-symphony-public-docs.s3.us-east-1.amazonaws.com/clients/associations/incentive_travel_index/ITI+Survey+2025+-+Survey+Highlights.pdf.

Kotler, P., and Lee, N. (2005). **Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Company and Your Cause**. Hoboken, NJ: Wiley.

Krungsricard. (ม.ป.ป.). **“กิจกรรม CSR” กิจกรรมเพื่อสังคมที่สร้างประโยชน์ได้มากกว่าที่คุณคิด**. สืบค้น 11 กันยายน 2568, จาก https://www.krungsricard.com/th/article/csr.

Liberty International Tourism Group. (2026). **MICE travel trends 2026: The corporate planner’s strategic blueprint**. Retrieved 25 March 2026, from https://www.liberty-int.com/blog/mice-travel-trends-2026-corporate-planner-guide.

Mair, J. (2015). Incentive travel: A theoretical perspective. **Event Management**, 19(4), 543–552.

Mice Intelligence Team. (2024). **ทำความรู้จักการเดินทางเพื่อรางวัล ผ่านเลนส์มุมมองธุรกิจเครือข่าย**. สืบค้น 25 สิงหาคม 2568, จาก https://intelligence.businesseventsthailand.com/th/blog/Discover-Rewards-Through-Business-Network%20Incentives.

Moser, K. (2024). **6 incentive travel trends for 2025**. Retrieved 6 September 2025, from https://gogather.com/blog/incentive-travel-trends.

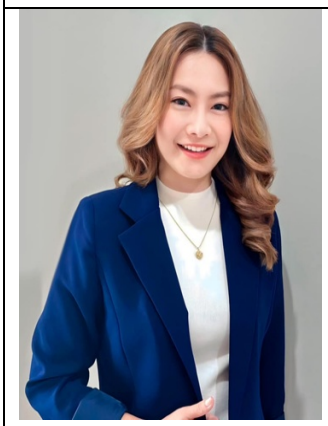
Patton, M. Q. (2015). **Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice (4th ed.)**. Thousand Oaks, CA: Sage.

Sembark. (2025). **DMC meaning in the modern travel industry: A complete guide**. Retrieved 24 August 2025, from https://sembark.com/blog/dmc-meaning-in-the-modern-travel-industry-a-complete-guide/.

SITE Foundation. (2025). **Report on incentive travel in Asia**. Retrieved 6 September 2025, from https://siteglobal.com/wp-content/uploads/2025/08/2732_SN_ITII_ASIA_Update_WEB_v6.pdf.

SiteMinder. (2025). **What is a destination management company (DMC)? Guide for hotels**. Retrieved 24 August 2025, from https://www.siteminder.com/r/destination-management-company/.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	**Name and Surname:** Karun Worrawitwan **Highest Education:** Master of Management (Integrated Tourism and Hospitality Management) **University or Agency:** University of the Thai Chamber of Commerce **Field of Expertise:** Event Management, Festival, Tourism Management **Address:** University of the Thai Chamber of Commerce, 11th Floor, Building 24, 126/1 Vibhavadi Rangsit Rd, Khwaeng Din Daeng, Din Daeng, Bangkok 10400
	**Name and Surname:** Pattamon Kumnuanek **Highest Education:** Master of Management (Integrated Tourism and Hospitality Management) **University or Agency:** University of the Thai Chamber of Commerce **Field of Expertise:** Personality Development and Service Psychology, Cross-Cultural Communication **Address:** University of the Thai Chamber of Commerce, 11th Floor, Building 24, 126/1 Vibhavadi Rangsit Rd, Khwaeng Din Daeng, Din Daeng, Bangkok 10400
	**Name and Surname:** Panumart Kedkaew **Highest Education:** Master of Management (Integrated Tourism and Hospitality Management) **University or Agency:** University of the Thai Chamber of Commerce **Field of Expertise:** Consumer behavior and cross-cultural communication for business events, Innovation and information technology for business events, Technology for event design and creation **Address:** University of the Thai Chamber of Commerce, 11th Floor, Building 24, 126/1 Vibhavadi Rangsit Rd, Khwaeng Din Daeng, Din Daeng, Bangkok 10400