

การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของชุมชนแห่งหนึ่งใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่

ฐานรินทร์ หาญเกียรติวงศ์¹
รุจิกาญจน์ สานนท์²

Received 22 January 2021

Revised 17 April 2021

Accepted 22 April 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เครือข่ายทางสังคมของชุมชน 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน และ 4) การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก กับสมาชิกของชุมชน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 7 คน เครื่องมือในการวิจัย แบบบันทึกการสังเกตและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) เครือข่ายทางสังคมชุมชน ประกอบด้วย ระดับของความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มในพื้นที่ ระดับความสัมพันธ์ของสังคม และระดับความสัมพันธ์ของโลก 2) การพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว การเข้าถึงชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่มีให้ทำในชุมชน และบริการเสริมอื่น ๆ 3) ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม ความเป็นเจ้าของทรัพยากรและความรับผิดชอบ นวัตกรรม ทรัพยากรและผลประโยชน์ ผู้นำ และพันธมิตร และ 4) การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านเครือข่ายทางสังคมของชุมชน องค์ประกอบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และองค์ประกอบด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน โดยทำการบูรณาการการทำงานร่วมกัน

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวชุมชน เครือข่ายความร่วมมือ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

¹ สมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่ 2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
อีเมล: thanarin.h@gmail.com

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เลขที่ 39 หมู่ 1 ถนนรังสิต นครนายก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110
อีเมล: rung_ja@hotmail.com

DEVELOPING THE POTENTIAL OF SUSTAINABLE TOURISM COMMUNITY COOPERATION NETWORK OF A COMMUNITY IN HUAY KAEW DISTRICT, MAE ON SUB-DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE

Thanarin Harnkiattiwong¹

Rujikarn Sanont²

Abstract

The objectives of this research are to study 1) community social network, 2) tourism development, 3) success factors for sustainable tourism, and 4) capacity development of community sustainable tourism cooperation network of anonymous community in Huay Keaw District, Mae On Sub-District, Chiang Mai Province. This is a qualitative research using participatory and non-participatory observation and In-depth interviews techniques to collect the data from the members of a community. Research instruments are observation forms and semi-structured interviews.

The study found that 1) community social network consisting of individual relations, group and organizational relations, societal relations and global relations; 2) tourism development consisting of attractions, accessibility, amenities, activities and ancillary services; 3) success factors for sustainable tourism consisting of participation, owner and responsibility, innovation, resource and benefit, leader and partner; and 4) the capacity development of community sustainable tourism cooperation network consists of community social networking, community tourism development and successive factors including stakeholder's integrated collaboration for sustainable community tourism.

Keywords: Potential Development, Community tourism, Cooperation Network, Sustainable Tourism

¹ Doctor of Philosophy in Social Sciences Association, Ramkhamhaeng University, 2086 Thachai Building (4th Floor), Ramkhamhaeng University, Huamark, Bangkok, Bangkok 10240, E-mail: thanarin.h@gmail.com

² Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi 39 Moo 1 Rangsit Nakorn Nayok Road, Thanyaburi, Pathum Thani 12110, E-mail: rung_ja@hotmail.com

บทนำ

ธรรมชาติมากล้น ผู้คนน้ำใจดี มากมีดอกเอื้องดิน สู่ถิ่นเมี่ยงชาและกาแฟ มียาแก้สมุนไพรรักษาโรค น้ำตกเย็น เห็นวิวทิวเขาสวย รื่นรมด้วยสวนสนบนม่อนล้าน (เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่, 2563) นี่เป็นคำขวัญของชุมชนแห่งหนึ่งที่โด่งดังไปทั่วโลกเรื่องการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งมีธรรมชาติที่งดงาม ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับพื้นที่จากธรรมชาติที่สวยงาม ประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ไม่เหมือนใคร ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการทางการท่องเที่ยวเชิงรูปธรรมและนามธรรม (Richard & Wilson, 2006)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ใหญ่จนเกินไป ไม่ว่าจะเป็นจำนวนคน การเดินทาง มลภาวะต่าง ๆ อาจส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว การเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติส่งผลให้ผู้คนในชุมชนมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ผ่านการพูดคุยส่งต่อประสบการณ์กับนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่เพียงช่วยรักษาวรรณกรรมที่มี แต่ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายคุณค่าของพื้นที่ (สุดแดนวิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2558) ซึ่งความเจริญและการขยายตัวของการท่องเที่ยวเหล่านี้มีทั้งแง่บวกและลบต่อชุมชน ดังนั้นการท่องเที่ยวตามสภาพความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแห่งความยั่งยืนที่แท้จริง การท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ได้รับการนิยมนอกจากภาครัฐและเอกชน และภาคส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องที่เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการพัฒนาในประเทศไทย (Nitikasetsoontorn, Suthamma, 2015)

ชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนเก่าแก่มียุกว่า 100 ปี ชาวบ้านส่วนใหญ่อพยพมาจากอำเภอดอยสะเก็ด อยู่สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,300 เมตร และอยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 50 กิโลเมตรเศษ ตั้งบ้านเรียงรายในหุบเขาสองฝั่งของลำห้วย ซึ่งรายล้อมด้วยภูเขา ไร่ชา กาแฟ น้ำตก และป่าที่อุดมสมบูรณ์ (ดอนม่อนล้าน) (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่, 2563) ลักษณะทั่วไปของชุมชนมีบรรยากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปี ค่อนข้างหนาวในช่วงฤดูหนาว ชาติพันธุ์เป็นไทยวน (คนเมืองล้านนา) และมีอายุชุมชนกว่า 130 ปี อาชีพหลักเก็บเมี่ยงกาแฟ (เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่, 2563)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อต้องการทราบว่าปัจจุบันมีรูปแบบเครือข่ายทางสังคมของชุมชนเป็นอย่างไร และมีการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างไร อีกทั้งมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างไร และมีแนวทางการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในเพื่อให้เป็นแนวทางการจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเครือข่ายทางสังคมชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

4. เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

ประโยชน์ต่อการนำไปใช้

1. เพื่อให้ทราบแนวทางการพัฒนาความร่วมมือของเครือข่ายทางสังคมของชุมชนในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อให้ทราบพัฒนาการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
3. เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาวจากปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
4. เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ทางวิชาการ

1. เพื่อเป็นองค์ความรู้ให้แก่ผู้ที่มีความสนใจ สามารถนำไปต่อยอดการศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือของชุมชนทั้งภายในชุมชนและระหว่างชุมชน
2. ผลจากการวิจัย สามารถนำไปเป็นฐานความรู้ต่อการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือในชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง การนำเอาความสามารถที่ซ่อนเร้นภายในจิตใจหรือร่างกายมาให้ปรากฏและออกมา เพื่อใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างมีกระบวนการซึ่งประกอบด้วยความรู้ ความสามารถ และพลัง/กำลังที่แฝงอยู่ ด้วยการเปลี่ยนแปลงตนเอง กลุ่มของตน และสังคมที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมเพื่อสนองความต้องการและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

เครือข่ายความร่วมมือ หมายถึง ความพยายามและการดำเนินงานของบุคคล กลุ่ม หน่วยงาน ฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบและรูปธรรม โดยมีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกันทั้งระหว่างปัจเจกบุคคล กลุ่ม องค์กรประเภทเดียวกัน หรือเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มองค์กรต่างประเภทกันในหลากหลายระดับ

การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องครอบคลุมด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ ซึ่งมีการวางแผน ทำงานร่วมกัน จัดการ กำหนดเป้าหมาย มีความช่วยเหลือ และมุ่งเน้นการสร้างรายได้เพื่อความยั่งยืน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Development)

ในการวิจัยครั้งนี้พิจารณา Dodds, R., Ali, A., and Galaski, K. (2018) ประกอบด้วย 1) การวางแผนแบบมีส่วนร่วมและเสริมสร้างศักยภาพ เพื่อเสริมสร้างทักษะการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน 2) การทำงาน

ร่วมกันและความร่วมมือที่อำนวยความสะดวกในการเชื่อมโยงไปยังตลาด เพื่อให้แน่ใจว่ามีความสามารถทางการเงิน 3) การจัดการท้องถิ่น/การเสริมสร้างพลังของสมาชิกในชุมชน 4) การกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม/ชุมชน เพื่อให้แน่ใจว่าผลลัพธ์สอดคล้องกับค่านิยมของชุมชน 5) ความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการ (รัฐบาลสถาบันทุนและภาคเอกชน) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงระบบเศรษฐกิจ และ 6) มุ่งเน้นการสร้างรายได้เสริมเพื่อความยั่งยืนของชุมชนในระยะยาว ทั้งนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องครอบคลุม 5 ด้าน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ (วีระพล ทองมา, 2560)

นอกจากนี้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นพบว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในการวิเคราะห์นั้น Buhalis, D. (2000) ได้อธิบายถึงกรอบทั้ง 6 สำหรับการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยว (Six As Framework for the Analysis of Tourism Destinations) ประกอบด้วย 1) สถานที่ท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูด (Attractions) ประกอบด้วย ธรรมชาติ มนุษย์สร้างขึ้น สิ่งประดิษฐ์ สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นมรดกและกิจกรรมพิเศษ 2) การเข้าถึง (Accessibility) ประกอบด้วย ระบบขนส่งทั้งหมด เส้นทางอาคารผู้โดยสาร และยานพาหนะ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ประกอบด้วย ที่พักและสถานที่จัดเลี้ยง การค้าปลีก การบริการนักท่องเที่ยวอื่น ๆ 4) แพคเกจที่พร้อมใช้งาน (Available Packages) ประกอบด้วยแพคเกจที่จัดเตรียมไว้ล่วงหน้าโดยคนกลางและผู้บริหาร 5) กิจกรรม (Activities) ประกอบด้วย กิจกรรมทั้งหมดมีให้ที่ปลายทางและสิ่งที่ผู้บริโภคมักจะทำในช่วงนั้น และ 6) บริการเสริม (ancillary services) ประกอบด้วย บริการที่นักท่องเที่ยวใช้ เช่น ธนาคาร โทรคมนาคม ไปรษณีย์ เป็นต้น

เครือข่ายทางสังคม

เครือข่ายทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล โดยมีการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน (Boissevain, J., 1974) ทั้งนี้ กองส่งเสริมและพัฒนาเครือข่าย (2547) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายไว้ว่า เป็นการร่วมมือระหว่างปัจเจกบุคคล กลุ่ม องค์กรประเภทเดียวกัน หรือเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มองค์กรต่างประเภทกัน ซึ่งมีหลายระดับตั้งแต่การเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกต่อปัจเจก การเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกกับกลุ่ม การเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มต่อกลุ่มโดยดำเนินงานภายใต้เป้าหมายและวิธีการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ เครือข่ายทางสังคมนั้นเป็นระบบทางสังคมที่มีความเชื่อมโยงกันด้วยความสัมพันธ์เป็นกลุ่มของบุคคลหรือตัวแสดง ทั้งที่เป็น Individual หรือ Actor ที่มีความสัมพันธ์กัน 3 องค์ประกอบ คือ 1) กลุ่มของบุคคลหรือตัวแสดง 2) แต่ละบุคคลมีกลุ่มแอตทริบิวต์ที่อธิบายคุณลักษณะ และ 3) กลุ่มของจุดเชื่อมโยงของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Wasserman, S., Faust, K., & Faust, K., 1994) ทั้งนี้ แนวคิดด้านองค์กรเครือข่ายนั้น อาศัยสารสนเทศเป็นฐานสร้างความสัมพันธ์ด้านราคา อำนาจหน้าที่ และความไว้วางใจ โครงสร้างแบบเครือข่าย มีลักษณะไม่มีชั้นการบังคับบัญชา มีความยืดหยุ่นสูง สามารถควบคุมโดยใช้กลไกการตลาดมากกว่ากระบวนการทางการบริหาร และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้ความสามารถหลักขององค์กร การได้รับทรัพยากรมาจากพันธมิตรภายนอก และการให้บุคคลภายนอกเข้ามาทำงานร่วมกันกับองค์กร (Miles, R. E., & Snow, C. C., 1995) โดยระดับของเครือข่ายทางสังคมนั้นมีทุกระดับจำแนกได้ 4 ระดับ (Dijk, J.V. (2006) ประกอบด้วย 1) ระดับความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล (Individual Relations) โดยแต่ละคนจะสร้างจุดเชื่อมกับสมาชิกในครอบครัว เพื่อน คนคุ้นเคย เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายของสื่อและอินเทอร์เน็ต 2) ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มและองค์กร (Group and Organizational

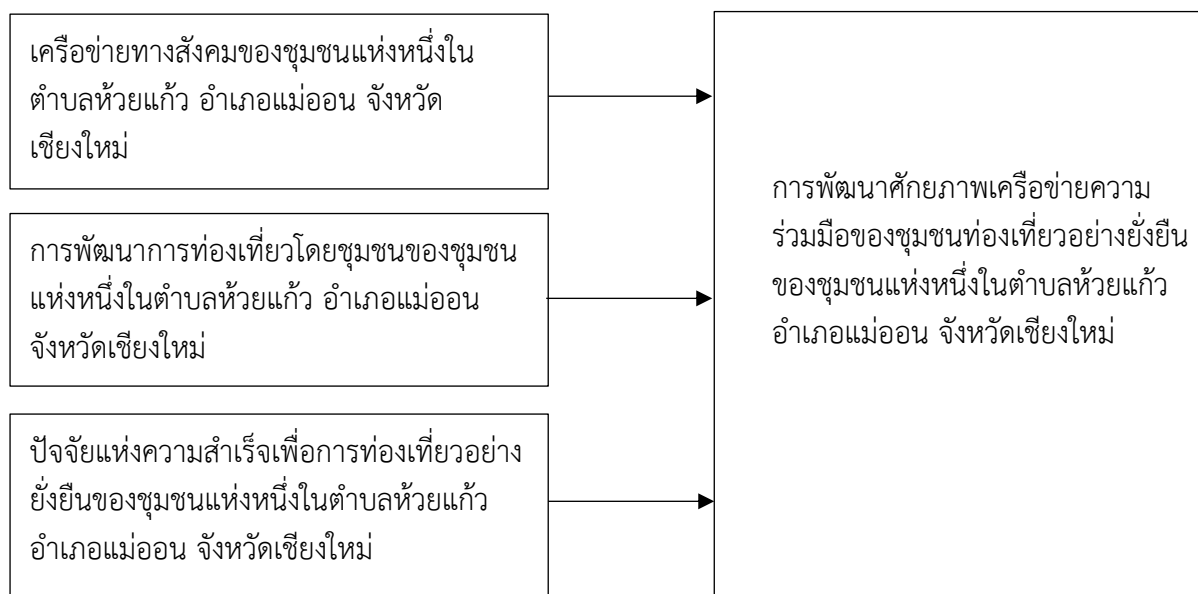
Relations) เป็นความเชื่อมโยงของกลุ่มถาวรและชั่วคราวโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม 3) ระดับความสัมพันธ์ของสังคม (Societal Relations) เป็นระดับความสัมพันธ์ระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กรที่ทำให้เกิดสังคมที่มีการเชื่อมโยงโดยใช้เครือข่ายของสื่อ ทำให้เกิดเศรษฐกิจเครือข่าย และ 4) ระดับความสัมพันธ์ของโลก (Global Relations) เป็นระดับความสัมพันธ์สังคมทั่วโลกเป็นองค์กรระหว่างประเทศ

สำหรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นลักษณะของเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ปัจเจกบุคคลสามารถกระทำสิ่งต่าง ๆ ได้ คือ การสร้างข้อมูลส่วนตัว เชื่อมต่อข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่มผู้ใช้งาน และแสดงผลรายชื่อและการเข้าถึงรายชื่อต่าง ๆ ภายใต้ขอบเขตของระบบเหล่านั้นอนุญาต (Boyd & Ellison, 2007)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของชุมชนการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของชุมชนการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย 11 ปัจจัย (Nitikasetsoontorn, Suthamma, 2015) ได้แก่ 1) ความสำเร็จ (Success) การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จ 2) การมีส่วนร่วม (Participation) การมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ 3) ความเป็นเจ้าของ (Owner) ความเป็นเจ้าของท้องถิ่น 4) นวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมท้องถิ่น 5) ความรับผิดชอบ (Responsibility) ความรับผิดชอบต่อส่วนรวม 6) ทรัพยากร (Resource) การแบ่งปันทรัพยากร 7) ผลประโยชน์ (Benefit) การแบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างสมาชิก 8) ผู้นำ (Leader) ความเป็นผู้นำและการจัดการ 9) พันธมิตร (Partner) ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภายนอก 10) ความถูกต้อง (Authenticity) การบรรลุความถูกต้อง และ 11) ความแตกต่าง (Distinction) การบรรลุความแตกต่าง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิควิธีการวิจัยคือการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง คือ มีการกำหนดคำถามหลัก ในการสัมภาษณ์ผู้ข้อมูลสำคัญ รวมถึงทบทวนหรือการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ คือการตรวจสอบข้อมูลจากเอกสาร โดยเลือกสัมภาษณ์แบบ

เฉพาะเจาะจง (Purposive) กับสมาชิกชุมชนในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 7 คน หลักเกณฑ์ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวของชุมชนโดยมีอำนาจและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นทางการ รวมถึงเป็นบุคคลที่ได้รับการอ้างอิง (Snowball Sampling) จากประชาชนในพื้นที่จากการลงพื้นที่ภาคสนาม

ขอบเขตในการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาเครือข่ายในชุมชน ได้แก่ การเชื่อมโยง การมีส่วนร่วมของบุคคล กลุ่ม องค์กร และการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบทั้งหมด 6 ด้าน คือ การวางแผนแบบมีส่วนร่วมและเสริมสร้างศักยภาพ การทำงานร่วมกันและความร่วมมือ การจัดการท้องถิ่น การกำหนดเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม การช่วยเหลือจากหน่วยงาน องค์กร และการมุ่งเน้นการสร้างรายได้เสริมเพื่อความยั่งยืนของชุมชนในระยะยาว

ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ พื้นที่ชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาค้นคว้าการศึกษาสมาชิกของชุมชนในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนบ้าน 244 หลังคาเรือน จำนวนประชากรชาย 211 คน จำนวนประชากรหญิง 196 คน และจำนวนประชากรทั้งหมด 407 คน ณ ปี 2562 ข้อมูลจากสำนักบริหารการทะเบียน (กรมการปกครอง, 2563)

ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลในช่วง เดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาเครือข่ายทางสังคมของชุมชนแห่งหนึ่งใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า เครือข่ายทางสังคมของชุมชน ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญคือ กลุ่มบุคคลหรือผู้ที่ทำหน้าที่ในการสร้างความเชื่อมโยงกันภายในเครือข่าย และระหว่างเครือข่ายทางสังคมอื่น ได้แก่ ผู้นำชุมชน และสมาชิกรายอื่น ๆ ที่อยู่ในชุมชนทุกคนมีหน้าที่ เช่น ผู้ที่เป็นหัวหน้าครอบครัว ผู้เฒ่า ผู้แก่ เด็กเล็ก หรือเยาวชนที่อยู่ในชุมชนล้วนแต่เป็นกลุ่มบุคคลสำคัญที่ทำให้ชุมชนเติบโต ซึ่งแต่ละบุคคลมีหน้าที่ ความรับผิดชอบแตกต่างกัน โดยมีจุด (Node) เชื่อมโยงความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างบุคคล คือ การเป็นสมาชิกของชุมชน เกิด เติบโต และดำรงชีวิตอยู่ในชุมชน ใช้ทรัพยากรร่วมกันและเชื่อมโยงกันในมิติของสังคมแบบพึ่งพาอาศัยกันทั้งเรื่องการใช้แหล่งน้ำร่วมกัน การใช้ถนนร่วมกัน การจำกัดการเผาและทำลายขยะร่วมกัน การจัดสรรการเข้าพักอาศัย การเดินทางภายในหมู่บ้าน และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวร่วมกัน โดยยึดถือความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนและวิถีการดำเนินชีวิตในแบบของชุมชนดั้งเดิม

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ระดับความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางสังคมของชุมชนมีความแตกต่างจากชุมชนอื่น กล่าวคือเป็นชุมชนที่มีความเหนียวแน่น ซึ่งเป็นความทับซ้อนทางสังคมที่เกิดจากความสัมพันธ์ในระดับบุคคล (Individual Relations) นั่นคือ การเป็นเครือญาติ เป็นเพื่อน เพื่อนร่วมงาน คือการทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น ไร่ชา กาแฟ ปลูกพืชต่าง ๆ และความเชื่อมโยงอีกระดับคือ ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มในพื้นที่ (Group and Organizational Relations) ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผู้ประกอบการบ้านพักแรมซึ่งเป็นสมาชิกในชุมชน ผันตัวเองมาปลูกชา กาแฟ ทำร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟภายในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงกันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ค หรือการเชื่อมโยงกันด้วยการประชุมหารือ

ร่วมกันในการจัดการของชุมชน นอกจากนี้ยังพบว่ายังมีระดับความสัมพันธ์ของสังคม (Societal Relations) ซึ่งเป็นระดับการเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคมระหว่างชุมชนแห่งนี้เข้ากับชุมชนอื่นในรูปแบบของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในมิติที่แตกต่างกันของทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น ชุมชนต่าง ๆ ที่เข้ามาดูงาน โดยการเชื่อมโยงของหน่วยงานราชการของจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนระดับความสัมพันธ์ของโลก (Global Relations) ซึ่งถือได้ว่าเป็นระดับความสัมพันธ์ที่ไม่น่าจะเกิดขึ้นได้ในชุมชนเล็ก ๆ แต่เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ของชุมชน ชีวิตความเป็นอยู่ที่ยืดหยุ่น ไม่แน่นอน การใช้ชีวิตอย่างช้า ๆ บรรยากาศธรรมชาติ ความเป็นมิตรของคนในชุมชน ทำให้สร้างเป็นความทรงจำที่ดีต่อนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากไม่สามารถหาได้จากในพื้นที่อื่นหรือมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นจึงกลายเป็นว่า เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ทำการเข้าพักแล้วเกิดความประทับใจจนกลายเป็นความรู้สึกผูกพัน ได้บรรยายเรื่องราวเหล่านี้ในโลกของสื่อสังคมออนไลน์ จากหนึ่งประเทศ สองประเทศ กลายเป็นหลายประเทศทั้งแถบทวีปยุโรป อเมริกา หรือแม้กระทั่งทวีปเอเชีย ก็กลับท่องเที่ยวในชุมชนอีก จึงกลายเป็นระดับความสัมพันธ์สังคมของเครือข่ายท่องเที่ยวระหว่างประเทศในสายธรรมชาติ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย แนวทางการพัฒนาที่สำคัญคือ 1) สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว (Attractions) ไม่ใช่แค่เพียงธรรมชาติที่สร้างสรรค์ขึ้นในชุมชนที่เป็นทรัพยากรเดิมที่มีอยู่แล้ว ยังรวมไปถึงสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น เช่น ไร่ชา ไร่กาแฟ กิจกรรมการแปรรูปเป็นเมี่ยง หรือแปรรูปกาแฟ เสื้อผ้า ของข้าวสวย เครื่องจักรสานงานหัตถกรรมพื้นบ้านของชาวบ้าน 2) การเข้าถึงชุมชน (Accessibility) ซึ่งเป็นรูปแบบของการจัดการร่วมกันระหว่างผู้ที่มีหน้าที่ขับรถในพื้นที่ชุมชน หรือรถบริหารท่องเที่ยวที่ได้จัดการขึ้นจากชุมชน เพราะชุมชนแห่งนี้เป็นชุมชนที่อนุญาตให้รถเข้าถึงจุดจอดรถ และหลังจากนั้นในพื้นที่ชุมชนสามารถใช้การเดินเท้า ปั่นจักรยาน และรถท้องถิ่นที่ได้รับอนุญาตขับขึ้นและจัดสรรเพื่อการท่องเที่ยวภายในชุมชนเท่านั้น 3) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยว (Amenities) ซึ่งประกอบไปด้วยที่พักที่สะอาด ปลอดภัย แม่บ้านพักของชาวบ้านไม่หรูหรา แต่สะอาด ปลอดภัย นอกจากนี้แม้จะมีความแตกต่างกันบ้าง เช่น ท่าเลที่ตั้งของบ้านชาวบ้านที่เปิดให้บริการเป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว แต่ภายในชุมชนได้มีการจัดการแบบองค์รวมให้มีองค์ประกอบที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทั้งเรื่องกายภาพ และทางด้านคุณภาพ เช่น การให้บริการความมีอัธยาศัยดีของชาวบ้านผู้เป็นเจ้าของที่พัก ซึ่งจะมีการรวมเรื่องอาหารพื้นบ้านไว้แล้ว และมีระบบการติดต่อรถฉุกเฉินเช่นเบอร์โทรศัพท์ สถานพยาบาลที่ดูแลเบื้องต้น เป็นต้น 4) กิจกรรมที่มีให้ทำในชุมชน (Activities) ประกอบด้วย การพาชมไร่ชา กาแฟ กิจกรรมทำเมี่ยงใบชา กระบวนการผลิตกาแฟ กิจกรรมท่องเที่ยวหน้าตก และการเดินหรือปั่นจักรยานชมวิถีชีวิตพื้นบ้าน การเดินป่า และกิจกรรมเรียนรู้หัตถกรรมพื้นบ้านและของข้าวสวยต่าง ๆ เป็นต้น และ 5) บริการเสริมอื่นๆ (Ancillary Services) เช่น ไปรษณีย์ หรือการเดินทางออกนอกพื้นที่และกิจกรรมต่อเนื่องกับนอกพื้นที่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ยังพบว่า จุดประสงค์สำคัญคือการสืบทอดวิถีชีวิตของดั้งเดิมของบ้านในชุมชนเอาไว้ ถ้าไม่มีชุมชนก็ไม่มีท่องเที่ยว ชุมชนเกิดก่อน การท่องเที่ยวมาทีหลัง ท่องเที่ยวไม่ได้ทำเพื่อท่องเที่ยวอย่างเดียว ต้องทำให้คนได้รู้จักว่าทำอะไรถึงจะอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน หากนักท่องเที่ยวเข้ามาก็ต้องมาร่วมทำกิจกรรมตามวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมของชุมชนให้ได้ ชุมชนทำอะไรคนมาเที่ยวก็ต้องทำอย่างนั้น เพื่อให้เอกลักษณ์ ของชุมชนยังคงดำรงอยู่ ซึ่งจะก่อให้เกิดยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนใน ตำบล ห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation) การมีส่วนร่วมในทุก ๆ ส่วนทั้งเรื่องการวางแผน การจัดการ การดำเนินการ การประเมินผลการจัดการ และกระบวนการตัดสินใจเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน 2) ความเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมกันและความรับผิดชอบร่วมกัน (Owner and Responsibility) ความเป็นเจ้าของท้องถิ่นทั้งเรื่องทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอยู่ในชุมชน ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย 3) นวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมท้องถิ่นทั้งเรื่องของหัตถกรรมที่ปรับให้มีความทันสมัยขึ้น การปรับบ้านของสมาชิกในชุมชนให้นักท่องเที่ยวสามารถรับได้ นวัตกรรมด้านการจัดการทั้งการจัดการชุมชนภายในและการจัดการจากนักท่องเที่ยวภายนอก และนวัตกรรมเรื่องการจัดการฐานข้อมูลของชุมชนร่วมกัน 4) ทรัพยากรและผลประโยชน์ (Resource and Benefit) การแบ่งปันการสร้าง ใช้ และรักษาทรัพยากรของชุมชน ที่มีเหมาะสมรวมถึงการร่วมแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมระหว่างสมาชิก 5) ผู้นำ (Leader) ความเป็นผู้นำและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ผู้นำในชุมชนไม่ได้หมายความว่าทุกคนหนึ่งไม่ว่าจะเป็นอดีตผู้ใหญ่บ้านหรือผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายในหน้าที่ใด ๆ ก็ตามเมื่อได้รับการมอบหมายก็หมายความว่าตนเองกลายเป็นผู้นำที่ต้องทำหน้าที่นั้นๆ ให้สำเร็จ และ 6) พันธมิตร (Partner) ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภายนอกทั้งหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน หน่วยงานภาคประชาสังคมอื่น ๆ ที่ต้องการให้ชุมชนกลายเป็นต้นแบบ ให้กับชุมชนอื่นที่เข้ามาเรียนรู้แลกเปลี่ยนซึ่งทางชุมชนก็ยินดี เพราะแต่ละชุมชนมีความเด่นที่แตกต่างกัน ถ้าชุมชนเข้มแข็ง มีอัตลักษณ์ของตนเอง ชุมชนรู้ว่าตนเองต้องการหรือไม่ต้องการอะไร ยืนหยัดได้ และมีความสุขต่อการท่องเที่ยวที่เข้ามา เมื่อชุมชนมองเห็นคุณค่าของธรรมชาติจะได้อยู่ร่วมกันรักษาธรรมชาติและธรรมชาติก็จะยั่งยืน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งใน ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ มีแนวทางการพัฒนาจาก 3 องค์ประกอบหลัก คือ องค์ประกอบด้านเครือข่ายทางสังคมของชุมชน องค์ประกอบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และองค์ประกอบด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน โดยทำการบูรณาการ

การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนต้องสร้างจากความเป็นชุมชน การระเบิดจากข้างในของชุมชน โดยการการสร้างจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ จุดเด่นของชุมชนที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาสู่ชุมชน ชุมชนแห่งนี้มีจุดขายคือบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว การติดต่อเข้ามาที่ชุมชนสะดวกทั้งทาง Offline และ Online ถือเป็นการเข้าถึงชุมชน สำหรับพวกสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีเท่าที่จำเป็นในการพักอยู่ที่ในพื้นที่เท่านั้น และสุดท้ายคือมีกิจกรรมต่าง ๆ และบริการเสริม ให้นักท่องเที่ยวทำ ในระหว่างเข้าพัก

จากนั้นก็ต้องพัฒนาศักยภาพในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญต่อการทำให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน คือ ต้องทำให้ทุกคนเห็นพ้องต้องกัน โดยทุกคนต้องมีส่วนร่วม ร่วมสร้าง ร่วมใช้ และร่วมพัฒนาชุมชนไปด้วยกันทั้งการจัดการ การแก้ไขปัญหา การป้องกันปัญหา ถึงขั้นตอนการร่วมตัดสินใจด้วยกันในการวางแผนทางการ

ดำเนินงานต่อไป เน้นเรื่องการใช้ทรัพยากรและความรับผิดชอบ ต่อมาคือต้องทำทุกอย่างใหม่ให้เป็นในรูปแบบของนวัตกรรม โดยนวัตกรรมนั้นต้องเข้ากับวิถีชีวิตของคนในชุมชน สำหรับทรัพยากรและผลประโยชน์เป็นสิ่งสำคัญ ชุมชนใช้วิธีการเก็บค่าธรรมเนียมค่าเข้าพักของนักท่องเที่ยวคนละ 50 บาท มาเป็นค่าจัดการและค่าบำรุงของส่วนกลางชุมชน เช่น ค่าบำรุงรักษา ค่าซ่อมแซม ค่าสวัสดิการบางส่วน ค่าจ้างพนักงานหรือคนในชุมชนซึ่งเป็นลูกหลานเรามาช่วยในวันหยุด หรือช่วงปิดเทอมเพื่อให้เขาได้มีประสบการณ์กับการให้บริการ นักท่องเที่ยวเป็นมักคุ้นเคยกันน้อยเป็นต้น การพัฒนาศักยภาพต่อไปคือศักยภาพของผู้นำต้องเข้มแข็งและมองการณ์ไกล และการสร้างพันธมิตรเรื่องเครือข่ายความร่วมมือได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเครือข่ายดังกล่าวก็ประกอบไปด้วยเครือข่ายที่เริ่มตั้งแต่เครือข่ายความร่วมมือระดับของความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล เครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มในพื้นที่ เครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของสังคม และเครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของโลก

อภิปรายผลการวิจัย

เครือข่ายทางสังคมของชุมชน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า เครือข่ายทางสังคมของชุมชน ประกอบด้วย เครือข่ายที่เริ่มตั้งแต่เครือข่ายความร่วมมือระดับของความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล (Individual Relations) เครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มในพื้นที่ (Group and Organizational Relations) เครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของสังคม (Societal Relations) และเครือข่ายความร่วมมือระดับความสัมพันธ์ของโลก (Global Relations) สอดคล้องกับ เครือข่ายทางสังคม จึงเป็นการรวมตัวของกลุ่มของสมาชิกของเครือข่าย (Nodes) ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันโดยมีความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เพื่อน ญาติ ผู้ร่วมงาน การพูดคุย ให้คำแนะนำ ให้ความไว้วางใจ แลกเปลี่ยนสารสนเทศ ติดต่อสื่อสารผ่านอีเมลและสื่อสังคมออนไลน์ และให้ความร่วมมือเป็นต้น (Marin, A. & Wellman, B., (2011) อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2560) พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมสนับสนุนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน นอกจากนี้ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) การแจ้งตรง การบอกต่อ การโทรศัพท์ การประชุมต่าง ๆ และปัจจัยด้านการเมืองท้องถิ่นประเด็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ นายกเทศมนตรีและประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งการจะพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือของชุมชนได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพนั้นต้องเริ่มตั้งแต่บุคคล พ่อแม่ พี่น้อง ญาติ เพื่อน จนกระทั่งถึงสังคมที่ใหญ่ขึ้นจนไปทั่วโลกในประเทศอื่น ๆ

สรุป เครือข่ายทางสังคมชุมชน ประกอบด้วย ระดับของความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มในพื้นที่ ระดับความสัมพันธ์ของสังคม และ ระดับความสัมพันธ์ของโลก

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึงชุมชน (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยว (Amenities) กิจกรรมที่มีให้ทำในชุมชน (Activities) และบริการเสริมอื่น ๆ (Ancillary Services) ซึ่งสอดคล้องกับ Nitikasetsontorn, Suthamma (2015) ที่พบว่า ความมีส่วนร่วมในการบวนการตัดสินใจ ความเป็นเจ้าของชุมชน ความรับผิดชอบร่วมกัน การแบ่งปันทรัพยากร ความเป็นผู้นำ และความสามารถในการจัดการ ความเป็นอัตลักษณ์ และความโดดเด่นจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นมีความสำคัญต่อ

ความสำเร็จ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวทางการบริหารจัดการและพัฒนาศักยภาพต่าง ๆ ของกลุ่ม ของ ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, วัชร พฤทธิกันนท์, พรทิพย์ เจริญวิทย์, สุขุม พันธุ์รงค์ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา (2554) ด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย 1) วิธีการบริหารจัดการ 2) วิสัยทัศน์ในการพัฒนาของผู้นำกลุ่ม 3) การบริหารงานของคณะกรรมการกลุ่ม 4) การดำเนินงานตามหน้าที่ของสมาชิก 5) ความสามัคคี ความซื่อสัตย์และการคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวม 6) ระดับการศึกษาและอายุของผู้นำและสมาชิก 7) การมีส่วนร่วม/สนับสนุนของภาครัฐ/หน่วยงานในท้องถิ่น และ 8) การจัดสวัสดิการอย่างเหมาะสม ด้านการผลิต ประกอบด้วย 1) วัตถุดิบ 2) จำนวนแรงงานและแหล่งงาน 3) ปริมาณการผลิต 4) ความพร้อมของอุปกรณ์/วัสดุ/สถานที่ 5) ใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม 6) คุณภาพ/ฝีมือ/รสชาติของผลิตภัณฑ์ และ 7) มาตรฐานรับรองด้านการตลาด ประกอบด้วย 1) ยอดขาย 2) รูปแบบการขาย 3) พื้นที่ขาย และ 4) การพึ่งพิงตลาดภาครัฐ ด้านการเงินและบัญชี ประกอบด้วย 1) การร่วมลงทุนของสมาชิก 2) หนี้สิน 3) การจ่ายเงินปันผล และ 4) การทำบัญชีที่เป็นปัจจุบัน และด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 1) ปริมาณการใช้สารเคมี และ 2) การจัดการของเสีย

สรุป การพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว การเข้าถึงชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่มีให้ทำในชุมชน และ บริการเสริมอื่นๆ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (Participation) 2) ความเป็นเจ้าของทรัพยากรร่วมกันและความรับผิดชอบร่วมกัน (Owner and Responsibility) 3) นวัตกรรม (Innovation) 4) ทรัพยากรและผลประโยชน์ (Resource and Benefit) 5) ผู้นำ (Leader) และ 6) พันธมิตร (Partner) ซึ่งสอดคล้องกับ ดวงพร อ่อนหวาน และคณะ (2547) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือ พบว่า ประกอบด้วยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ ด้านคณะกรรมการ ด้านสมาชิก ด้านผลตอบแทน ด้านความมีส่วนร่วมในปัญหา ด้านการจัดการ ด้านความรู้ใหม่ ๆ ด้านแรงงานในชุมชน ด้านปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับภายนอก และด้านเงินทุน ส่วนปัจจัยภายนอกที่ทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านพื้นฐานทางสังคม ด้านองค์กรภายนอก ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านคู่แข่ง และด้านสื่อมวลชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, วัชร พฤทธิกันนท์, พรทิพย์ เจริญวิทย์, สุขุม พันธุ์รงค์ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา (2554) ที่ระบุว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี และด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ที่ชุมชนได้มีการเก็บค่าส่วนกลาง 50 บาท เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งการเงินถือเป็นสิ่งสำคัญ ชุมชนบริหารจัดการกันเองไม่มีการพึ่งพาแหล่งเงินจากภายนอก มีเพียงการพึ่งพตามงบประมาณบริหารราชการแผ่นดินแบบปกติ ซึ่งอาจไม่เพียงพอ ดังนั้นผู้นำและทุกคนในชุมชนเห็นพ้องต้องกันที่จะต้องเก็บมาไว้เป็นกองกลางเพื่อบริหารจัดการ สอดคล้องกับอุปสรรคต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน Dodds, R., Ali, A. and Galaski, K. (2018) ประกอบด้วย 1) ความสามารถทางการเงิน ขาดเงินทุนและทักษะทางการเงิน 2) การตลาด มีการทำการตลาดโดยตรงเพียงเล็กน้อยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่พร้อมสำหรับตลาด 4) การสร้างขีดความสามารถ ขาดการเข้าถึงตลาด และ 5) การจัดการ / ธรรมชาติของชุมชน (หรือการปกครองแบบรวมศูนย์)

สรุป ปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม ความเป็นเจ้าของทรัพยากรและความรับผิดชอบ นวัตกรรม ทรัพยากรและผลประโยชน์ ผู้นำ และพันธมิตร

การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ นั้นมีความแตกต่างจากการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจ เช่น โรงแรม ที่พักทั่วไป หรือสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากชุมชนมีความเป็นชุมชนที่แข็งแกร่งจากภายในอย่างมาก การท่องเที่ยวคือการขายความจริงของชุมชน ถ้าไม่มีสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการก็บอกว่าไม่มี นักท่องเที่ยวจะได้ทำใจมาจากบ้าน ที่ไม่ได้นึกถึงรูปแบบของธุรกิจเข้ามาจนทำให้เสียความเป็นตัวตนของชุมชน

การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้วอำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการพัฒนาจากพื้นฐานของทรัพยากรชุมชนที่มีอยู่ พัฒนาให้เกิดความชัดเจนในสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวการเข้าถึงชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมต่าง ๆ และบริการเสริม ที่ทำให้ชุมชนแห่งนี้มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่และพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย นอกจากนี้ การพัฒนาศักยภาพต้องพัฒนาจากสิ่งที่ชุมชนมีความเหนียวแน่นมาก คือ การมีส่วนร่วม การสร้างความรู้สึกของความเป็นเจ้าของ และรับผิดชอบร่วมกัน มีการสร้างนวัตกรรมทางสังคมร่วมกันในระหว่างกลุ่มคนในแต่ละช่วงวัยและผสมผสานความใหม่และเก่าชีวิตวิถีใหม่และแบบดั้งเดิม มีการนำทรัพยากรและตอบแทนผลประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม มีผู้นำที่ดี และทุกคนถือได้ว่าเป็นผู้นำของชุมชน เพราะทุกคนมีหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีการสร้างพันธมิตร ภายใต้เครือข่ายระดับบุคคล กลุ่มในพื้นที่ สังคม และระดับโลก

สอดคล้องกับการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืน โดย สุดถนอม ตันเจริญ (2560) ระบุว่า ศักยภาพด้านองค์กรชุมชนและด้านการจัดการในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากที่สุด โดยเฉพาะการที่ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน ชุมชนสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ และการมีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญของศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับ การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของ จิราภรณ์ บุญยั้ง (2562) ได้เสนอให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม มีกระบวนการจัดการ ดังนี้ 1) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีเป้าหมายอยู่ที่การอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนภายใต้เงื่อนไขจากนโยบาย 2) การจัดการทรัพยากรควรมองที่ความเป็นชุมชน ทำให้เกิดเครือข่ายในการจัดการท่องเที่ยว 3) กระบวนการทำงานของโครงการโดยสร้างผลกระทบวิถีชีวิตรายได้เสริม หน่วยงานและบุคคลภายนอกเข้าใจวิถีชีวิต 4) ต้องมีแผนงานโดยเตรียมความพร้อมชุมชนงานสร้างเครือข่าย งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน วิธีการทำงาน เตรียมแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งต่าง ๆ จัดทัวร์นำร่อง จัดทัวร์ประเมินผล และ 5) สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวระหว่างหมู่บ้านองค์กรท้องถิ่นและภาคเอกชน

สรุป การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านเครือข่ายทางสังคมของชุมชน องค์ประกอบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ องค์ประกอบด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน โดยทำการบูรณาการทำงานร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาศักยภาพเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ เกิดจากการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน ควรคงความร่วมมือกันต่อไป เพื่อให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต่อไป

2. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแห่งหนึ่งในตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งในระดับเครือข่ายระดับบุคคล กลุ่มในพื้นที่ สังคม และระดับโลก ซึ่งในระดับโลกเกิดจากการใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร (Social Networks) ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ เป็นปรากฏการณ์ที่ยังใหม่ต่อคนในพื้นที่ จึงควรมีการกำหนดข้อควรปฏิบัติให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่ โดยต้องอธิบายให้ชัดเจนเนื่องจากสังคมโลกตะวันตกมีความแตกต่างจากเอเชียโดยเฉพาะประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง. (2563). **จำนวนประชากร, ส่วนบริหารและพัฒนาเทคโนโลยีการทะเบียน, สำนักบริหารการทะเบียน, กรมการปกครอง**. สืบค้นจาก

https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByYear.php

กองส่งเสริมและพัฒนาเครือข่าย. (2547). **รายงานการวิจัยสถานการณ์เครือข่ายด้านเด็ก เยาวชน**

ผู้ด้อยโอกาส คนพิการและผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก

เยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่. (2563). **หมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนและโฮมสเตย์**

แม่กำปอง, เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน,

มหาวิทยาลัยพายัพ, จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นจาก <http://cibtchiangmai.org/detail.php?id=4>

จิราภรณ์ บุญยั้ง. (2562). การส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจการท่องเที่ยวชุมชน

โดยแบบมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืนในจังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**, 21(1), 87-94.

ดวงพร อ่อนหวาน และคณะ. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือ. การ

ประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 42: สาขาศึกษาศาสตร์ สาขา

สังคมศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ สาขาคหกรรมศาสตร์

(น. 359-366). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วีระพล ทองมา. (2560). การท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่า

ไม้, มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่. สืบค้นจาก www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc

ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, วชิร พุกษิกานนท์, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, สุชุม พันธุ์ณรงค์ และพิมลพรณ บุญยะเสนา.

(2554). การวิจัยแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล

หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ยังไม่ได้เผยแพร่ในเขตภาคเหนือ. **CMU Journal ECON**, 15(2), 1-25.

ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการการมีส่วนร่วม

ของชุมชนต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน. **วารสารธรรมศาสตร์**, 36(1), 66-95.

สุดถนอม ตันเจริญ. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ

ชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**, 13(2), 1-24.

- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2558). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ Creative Tourism Thailand (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่. (2563). หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแม่กำปอง. สืบค้นจาก http://www.chiangmaipao.go.th/tourism/place_detail.php?id=167&area=41
- Boissevain, J. (1974). **Friends of friends: Networks, manipulators and coalitions**. St. Martin's Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of computer-mediated communication**, 13(1), 210-230.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. **Tourism management**, 21(1), 97-116.
- Dijk, J.V. (2006). **The network society**. London: SAGE Publications.
- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilizing knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. **Current Issues in Tourism**, 21(13), 1547-1568.
- Marin, A., & Wellman, B. (2011). Social network analysis: An introduction. **The SAGE handbook of social network analysis**, 11-25.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (1995). The new network firm: A spherical structure built on a human investment philosophy. **Organizational dynamics**, 23(4), 5-18.
- Nitikasetsoontorn, S. (2015). The success factors of community-based tourism in Thailand. **NIDA Development Journal**, 55(2), 24-58.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. **Tourism management**, 27(6), 1209-1223.
- Wasserman, S., Faust, K., & Faust, K. (1994). **Social Network Analysis**. Structural Analysis in the Social Sciences.