รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

นวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

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

โดย

ดร. พรรณี พิมาพันธุ์ศรี และ คณะ

บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

สิงหาคม 2561

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

คณะนักวิจัยขอขอบคุณ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.อนุชา เล็กสกุลดิลก ดร.เบญจวรรณ สร่างนิทร คุณสุเทพ เกื้อสังข์ คุณดวงกมล จันสุริยวงศ์ และคุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล รวมถึงการสนับสนุนการดำเนินโครงการอย่างใกล้ชิดจากผู้ประสานงานโครงการ

ขอขอบคุณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ จังหวัดบุรีรัมย์ (Young Entrepreneur Chamber of Commerce Buriram: YEC) ชุมชนบ้านสนวนนอก ชุมชนบ้านเจริญสุข บริษัท ประชารัฐ รักสามัคคี จำกัด (จังหวัดบุรีรัมย์) เทศบาลเมืองกระบี่ กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ จังหวัดกระบี่ (Young Entrepreneur Chamber of Commerce Krabi: YEC) และชุมชนบ้านหนองทะเล สำหรับความเอื้อเฟื้อและการร่วมโครงการวิจัยนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จ

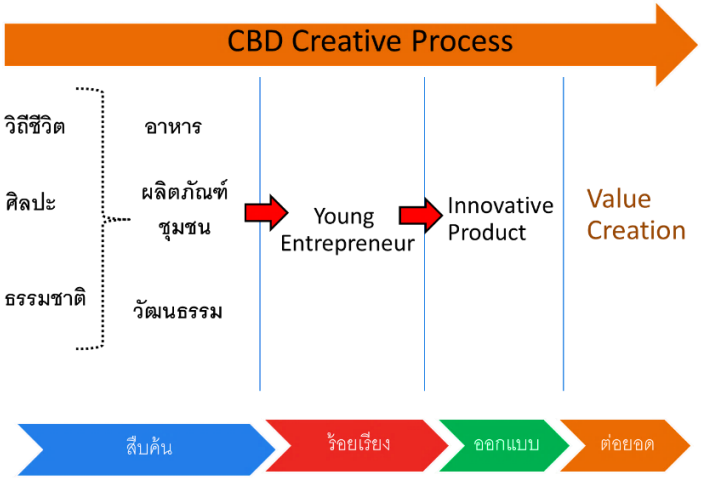
คณะนักวิจัย

บทสรุปผู้บริหาร

ในโครงการวิจัยนี้ นอกจากการต่อยอดงานวิจัยเดิม ในแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (จุฑามาศ วิศาลสิงห์และคณะ 2559) จึงมีการศึกษาเพื่อการเพิ่มนวัตกรรมงานศิลปะสร้างสรรค์ที่มาจากความสร้างสรรค์โดยมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ท้องถิ่น ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จากภายนอก และผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ โดยการร่วมมือเพื่อศึกษา วิถีชีวิต ศิลปะ และ ธรรมชาติของชุมชน ในรูปแบบของ อาหาร ผลิตภัณฑ์ และวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อให้เกิดเครื่องมือให้ผู้ประกอบการเพื่อการสรรค์สร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มจนนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า ซึ่งสอดคล้องตามวัตถุประสงค์งานวิจัย

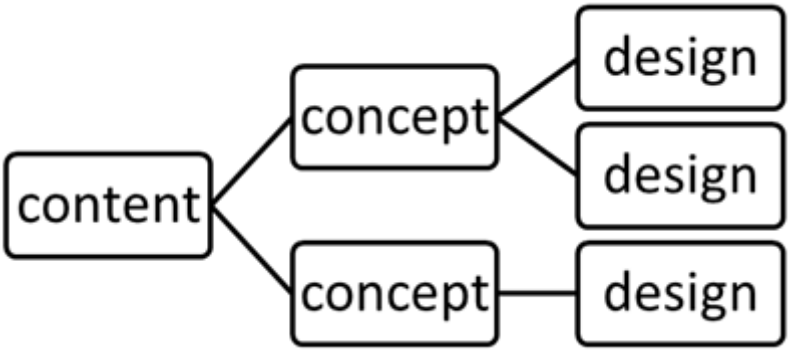
1. เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผ่านการขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยการสร้างยุวนักวิจัยต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. เพื่อศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนในพื้นที่ เพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า
3. เพื่อศึกษาแนวคิดในการสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการสร้างนวัตกรรมร่วมกับเยาวชนต้นแบบในท้องถิ่น

โดยมีกรอบแนวคิดแผนงาน แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการขับเคลื่อนโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก โดยใช้กระบวนการ (Community Based Design Creative Process)



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

เพื่อขับเคลื่อนการนำอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทย ที่สะท้อนในวิถีชีวิต ศิลปะ ธรรมชาติ ของผู้คนในชุมชน มาสอดประสานในกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากของดีของเด่นในชุมชน ด้วยกระบวนการสืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบ และต่อยอด



แผนภาพที่ 2 แนวทางการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย

การสืบค้น (Content) หมายถึงการศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยใช้กรอบความคิดในการศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ภายใต้ 3 กลุ่มความคิดหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การสืบค้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่สามารถเปิดวงพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น

2) การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึง ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด อาจประกอบด้วย นักวิจัย นักออกแบบ ศิลปิน พ่อครัว หรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่อย่างเปิดกว้าง

แล้วจึงรวมเป็นการสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed) การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อม และบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยนเพิ่มพูน และเติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ และเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

การร้อยเรียง (Concept) เป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบ การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

1) การร้อยเรียงเรื่อง ราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated) เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้น สามารถเป็นเรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้ง อาจเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อพื้นที่ นั้น ๆ ได้

2) การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related) เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้นอาจมีรายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

การออกแบบ (Design) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่าการออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting) นอกเหนือจากนี้ยังต้องมี ลีลา (Sophistication) ซึ่งหมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอโดยมีการใช้ Tourism - Community based Design เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนให้เกิดการกระจายประโยชน์ สามด้าน คือ ด้านที่ 1 การกระจายเวลาในการท่องเที่ยวและการจัดการฤดูกาลท่องเที่ยว (Distribution of time) ด้านที่ 2 การเดินทางกระจายไปในเมืองหลัก เมืองรองได้ทั่วถึง (Distribution of Place) และ ด้านที่ 3 การท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์กับภาคส่วนและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและไม่เกี่ยวข้องโดยตรง (Distribution to other sectors)

โครงการวิจัยนี้เป็นการขยายผลทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประเด็นเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มาทำให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นจากงานวิจัยที่ผ่านมา พัฒนาเป็นทฤษฎีที่จะนำไปเป็นกรอบแนวทางในการเสริมสร้างการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่าง ๆ สามารถนำมาคิดให้มีความเชื่อมต่อกับระบบการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น โดยมีการกำหนดเกณฑ์เพื่อนำมาพิจารณาเลือกพื้นที่ในการศึกษาจากแนวทางการเลือกพื้นที่ตามแบบการใช้กรณีศึกษา (Case Study) ไม่ได้มุ่งให้เกิดตัวแทน (Representation) ของพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทย จึงมิได้มุ่งเน้นปริมาณจำนวนที่เป็นตัวแทนพื้นที่ แต่เป็นการเลือกให้เกิดตัวแทนของหัวข้อ แนวทางทฤษฎีที่กำลังเป็นโจทย์การศึกษาวิจัย (Theory)

โดยได้คัดเลือกมาทั้งหมด 2 พื้นที่ เบื้องต้นพิจารณาเลือกพื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการครบมิติ มีคุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่โดดเด่น และเป็นพื้นที่ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ผ่านมา โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ศึกษานำร่องที่เหมาะสม โดยเป็นพื้นที่ที่ 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ

นานาชาติ (International Tourist Destination) 2) มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญ 3) มีฐานทรัพยากรทางศิลปะและวัฒนธรรมที่หลากหลาย 4) มีต้นทุนเป็นวัตถุดิบที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน 5) เป็นเมืองที่มีการนำเอาศิลปะและวัฒนธรรมมาเป็นกรอบในการพัฒนาเมืองด้านการท่องเที่ยว 6) การเดินทางเข้าถึง 7) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เน้น การยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า 8) ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เน้นการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า 9) ฐานความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน 10) มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สนใจเข้าร่วมในกระบวนการวิจัย 11) ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษางานวิจัย ซึ่งเกณฑ์ที่จำเป็นที่สุดในการเลือกพื้นที่คือความร่วมมือของภาคีเครือข่าย และการสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบาย และการนำไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับชุมชน ในกรณีนี้ โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ และ นายกเทศมนตรีเมืองกระบี่ จึงได้คัดเลือกมาทั้งหมด 2 พื้นที่ ดังนี้

1) ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 2 ชุมชน
   ก. ชุมชนบ้านเจริญสุข
   ข. ชุมชนบ้านสนวนนอก
2) ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ จำนวน 15 ชุมชน
   ก. 14 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่
   ข. ชุมชนบ้านหนองทะเล

กรอบแนวคิดการวิจัย เป็นการต่อยอดกลุ่มเฉพาะ (Stakeholder Specific) จากการออกแบบ Stakeholder Matrix ที่ได้จากการผลการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยที่ 1 ที่จะนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ที่เหมาะสมและตามความเกี่ยวข้องและความรอบรู้ในเนื้อหาเฉพาะด้าน กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยกลุ่มคน 3 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มกระบวนกรและนักวิจัย เพื่อดำเนินการออกแบบกิจกรรม เก็บข้อมูลและร่วมกิจกรรมเพื่อสังเกตการณ์
2) กลุ่มชุมชน หมายถึง สมาชิกครัวเรือนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ไม่จำกัดอายุ
3) กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หมายถึง คนรุ่นใหม่ที่ดำเนินธุรกิจและเป็นสมาชิกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ Young Entrepreneur Club สังกัดอยู่ภายใต้การดูแลของหอการค้าไทยในพื้นที่ และสามารถพัฒนาให้มีทักษะเป็นนักวิจัย สามารถสืบค้น เข้าใจทรัพยากรของชุมชน ตามรูปแบบของยุวนักวิจัยของโครงการ
4) นักออกแบบรุ่นใหม่ หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาด้าน Product Design, Fashion Design, Graphic Design (Communication Art)
5) กลุ่มนักออกแบบมืออาชีพ เป็นผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบท้องถิ่นใส่ใจชีวิตและวิถีชุมชน มีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชน

การรวบรวมข้อมูลในโครงการนี้แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

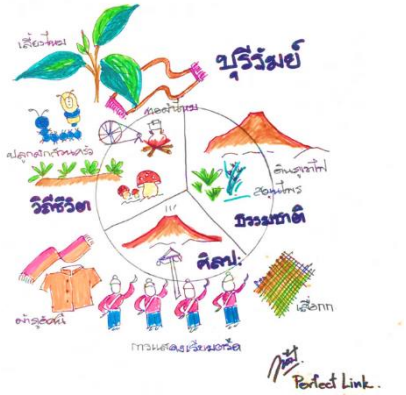
ขั้นตอนที่ 1 เป็นการสืบค้น โดยการการทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษารวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร ด้านศิลปะวัฒนธรรม อัตลักษณ์ล้านนาและรูปแบบศิลปะเฉพาะในแต่ละพื้นที่ เอกสารกรรมวิธีการผลิตหัตถกรรมทั้ง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลแนวโน้มด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท เอกสารการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย เอกสารผ่านทางอินเตอร์เน็ตเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของจังหวัดทั้ง 2 จังหวัดและเอกสารงานวิจัย อาหารท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง

หลังจากนั้นเป็นการลงพื้นที่เพื่อสืบค้นหาของดีของเด่นในพื้นที่เป้าหมาย โดยมุ่งเน้นที่ธรรมชาติ ศิลปะ และวิถีชีวิตของชุมชนซึ่งอยู่บนพื้นฐานภาคการเกษตร ตามแผนการรวบรวมข้อมูล ทีมวิจัยพร้อมด้วยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งประกอบด้วย เยาวชนที่นับเป็นยุวนักวิจัย ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่กำหนดเพื่องานวิจัยและการทดลอง ในกรณีนี้คือ การขอความร่วมมือจาก คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ งานออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบแฟชั่น และงานนิเทศ จำนวน 5 คน Artisan chef 2 คน นักออกแบบอาหาร คน นักออกแบบ / คน ได้แก่ Designer จาก Cher Z Brand และ Brand Voravaj Bangkok สมาชิกชุมชนและปราชญ์ชุมชน และ นักธุรกิจรุ่นใหม่ของจังหวัด ได้ร่วมสืบค้นวัตถุประสงค์ในการลงพื้นที่เพื่อการสืบค้นมีดังนี้

1. ระดมความคิดเห็นเพื่อสืบค้นและร้อยเรียง
2. ค้นหาเมนูอาหาร + ส่วนประกอบ/เครื่องปรุง + เรื่องราวของอาหาร
3. ค้นหาสรุปเรื่องศิลปะของชุมชน ประกอบด้วยแขนงใดบ้าง เช่น การออกแบบเสื้อผ้า การละเล่น เครื่องดนตรีพื้นบ้าน การรำหรือการแสดงพื้นบ้าน
4. ค้นหาสินค้า OTOP เด่น ๆ ของชุมชนคณะนักวิจัยได้มีการประสานงานกับชุมชนเบื้องต้นเพื่อขอให้ชุมชนต้องเตรียมตัวเพื่อการประสิทธิภาพในการลงพื้นที่ ดังนี้
    - 4.1. เตรียมเมนูอาหารเที่ยงที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่สามารถแสดงถึงวิถีชีวิตของชุมชนหรือมีเรื่องราวของวัฒนธรรมในชุมชน และสามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ภายในชุมชน
    - 4.2. เชิญปราชญ์ หรือศิลปินในชุมชน ในแขนงต่าง ๆ เพื่อพบปะกับ
    - 4.3. ผลิตภัณฑ์ ของฝากของที่ระลึกประจำท้องถิ่น ของชุมชน
    - 4.4. สถานที่ท่องเที่ยวที่เชิดหน้าชูตา ของชุมชน

โดยลงพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ระหว่างวันที่ 26 – 29 สิงหาคม2560 และลงพื้นที่จังหวัดกระบี่ ระหว่างวันที่ 21 – 22 กันยายน 2560

ผลจากการลงพื้นที่ นำมาซึ่ง Community Asset Board (CAB) ซึ่งรวบรวมของดีของเด่นของพื้นที่ (แสดงรายละเอียดในบทที่ 4) เพื่อใช้ในการทดลองในขั้นตอนที่ 2 ต่อไป



รูปภาพที่ 1

รูปภาพที่ 2

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการสืบค้น โดยการจัดกิจกรรมระดมสมองจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อจัดทำกระบวนการนวัตกรรมและค้นหาแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอาศัยกระบวนการ Social Lab หรือการคิดค้นทางออกเชิงสังคมอย่างสร้างสรรค์และมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน รวมถึงการบูรณาการกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า

ขั้นตอนที่ 3 เป็นการทดลองนำไปปฏิบัติออกแบบสร้างสรรค์งานตามแนวคิดวิถีไทยและติดตามจัดทำแนวคิด โดยการจัดค่ายสัมมนาเชิงปฏิบัติการ นำผลที่สังเคราะห์และผลงานตัวอย่าง จัดทำเป็นข้อมูลประกอบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ระหว่างกลุ่มหัตถกรรมร่วมกับนักออกแบบ นักศึกษา ภายใต้การดูแลของหัวหน้าโครงการวิจัยและผู้ร่วมวิจัย ทดลองฝึกปฏิบัติ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยการกำหนดโจทย์ให้ผู้ร่วมทดลอง

1) ร่วมออกแบบตามกระบวนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของผลการสร้างสรรค์ เพื่อพร้อมนำไปทดสอบประเมินความพร้อมก่อนสู่ตลาดต่อไป (Commercialized Process)
2) บันทึกกระบวนการการเก็บข้อมูล วิธีวิจัยในรูปแบบ Film Documentary นำมาประกอบเป็นเครื่องมือการวิจัยแบบสร้างสรรค์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการเรียนรู้ในหลักสูตรการศึกษา มุ่งหวังให้เกิดการถอดกระบวนวิธีวิจัยมาเป็นวิธีการเรียนการสอนจากกระบวนการตัวอย่างเป็นรูปแบบในการเรียนรู้สำหรับประเทศไทยต่อไป รวมถึงเพื่อใช้ในการสื่อสารด้านการตลาด

3) เก็บข้อมูลผลการวิจัยเพื่อจัดทำเครื่องมือให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Community-based Design)

จากขั้นตอนที่ 2 และ 3 ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ที่พัฒนามาจากของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ ดังที่แสดงไว้ในบทที่ 4 จำนวน 8 ชิ้นงาน ได้แก่

1) ไอซครีมรสเผ็ดสมุนไพร ยี่ห้อ Tajae

2) เสื้อผ้าไทยยี่ห้อ PUKA ซึ่งได้แรงบันดาลใจจากผ้าภูอัคนีของบุรีรัมย์

3) เสื้อผ้าไหมที่มีการตัดเย็บแบบสวมสบายเหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย โดยประยุกต์การ “เข้ายา” สิ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านในการนำสมุนไพรมาร่วมกันแล้วมัด มาเป็นลายปักบนเสื้อผ้าไหม ยี่ห้อ UNISILK

4) กระเป๋าและผ้าปาเต๊ะ จากชุมชนเมืองเก่าพัฒนา และ เครื่องประดับมุกจากชุมชนร่วมจิตร่วมใจ สามารถเปลี่ยนรูปแบบได้ตามแรงบันดาลใจในแต่ละช่วงฤดูและดอกไม้ที่ขึ้นตามธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ ยี่ห้อ FLOTIC

5) กล่องข้าวชุมชน เป็นการทำอาหารชุมชนใส่ลงในกล่องแบบพกพาได้ โดยต้องใช้วัตถุดิบจากชุมชนตามฤดูกาล และระบุที่มาของวัตถุดิบว่ามาจากชุมชนไหน ยี่ห้อ CHAN-CE

7) เรือแพ ใช้ในการนำนักท่องเที่ยวล่องเรือชมพระอาทิตย์ขึ้นที่หนองทะเล ชมวิถีชีวิตท้องถิ่น ยี่ห้อ AFZ RAFTING

8) กระดาษที่สามารถนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ ต้องแต่งบ้านและ Backdrop ในงาน event ต่าง ๆ ซึ่งพัฒนามาจากผลิตภัณฑ์กระดาษใยสับปะรด ยี่ห้อ YEUYAI เยื่อใย

ซึ่งหนึ่งในผลิตภัณฑ์ต้นแบบ PUKA ได้ถูกนำไปต่อยอด สู่การนำออกสู่ตลาดใน ยี่ห้อ POUKA โดยนักออกแบบของ Voraraj Bangkok ซึ่งเป็นนักออกแบบเสื้อผ้าที่ได้สร้าง Prototype และนำผ้าภูอัคนีของชุมชนบ้านสนวนนอกไปตัดเย็บ และขายได้จริงหลังจากการเข้าร่วมการทดลอง นอกจากนี้ยังได้มีการติดต่อกับกลุ่มทอผ้าชุมชนบ้านเจริญสุข เพื่อให้ชุมชนผลิตกี่ทอผ้าที่สามารถทอผ้าหน้ากว้างขึ้นจากที่เคยทำมาเพื่อสามารถนำไปตัดเย็บเพื่อการพาณิชย์ได้ เป็นการต่อยอด Brand POUKA เพื่อทำ Collection Fall 2018-19 "From mountain to millennial" เพื่อส่งออกสู่ตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า “คนในพื้นที่” เป็นพื้นฐานที่สำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาให้มีทักษะที่สัมพันธ์กับแนวทางการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งจากการทดลองพบว่า แนวทางการเพิ่มทักษะเหล่านี้ จำเป็นต้องมีตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ทำหน้าที่เป็นผู้กระตุ้นและเร่งเร้าให้ชุมชนสามารถ ค้นพบและเพิ่มบทบาทของตนเองได้ ซึ่งตัวเร่งปฏิกิริยาดังกล่าว อาจมีคนในพื้นที่ (Insider) ได้แก่ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของพื้นที่นั้น หรือคนจากภายนอก (Outsider) เข้ามาเป็นผู้กระตุ้นทำให้เกิดทักษะและนำไปสู่ชุมชมสามารถเพิ่มบทบาทได้ หากมีตัวเร่งปฏิกิริยา ซึ่งหมายถึงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ทั้งที่เป็นนักออกแบบรุ่นใหม่

และนักออกแบบมืออาชีพ ตัวอย่างเช่น Artisan chef นักออกแบบอาหาร นักออกแบบแฟชั่น นักออกแบบผลิตภัณฑ์ นักออกแบบการสื่อสาร แต่การทำงานระหว่างคนสองกลุ่มนี้จำเป็นต้องมีผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวประสาน (Convener) เป็นคนกลางในการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกัน เพื่อการลดช่องว่างในการสื่อสาร (Communication Gap) และสามารถกระตุ้นให้เกิดความคิดร่วมและทำให้การทำงานง่ายขึ้น ทั้งยังสามารถสร้างการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนกับคนภายนอกเพื่อประโยชน์ร่วมกันตามแนวคิด Co creation เป็นความร่วมมือที่แตกต่างจากการทำงานเพื่อชุมชนในอดีตที่ คนภายนอกเข้ามาบอกให้ชุมชนทำ หรือคนภายนอกที่เข้ามาเพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งจากชุมชนแต่ฝ่ายเดียว เมื่องานสำเร็จลุล่วงแล้วมักปล่อยให้ชุมชนทำงานต่อเอง ซึ่งหลายชุมชนไม่สามารถไปต่อได้

ในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรของชุมชนนั้น การเข้ามามีส่วนร่วมของคนภายนอกชุมชน เพื่อจะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดและสร้างสรรค์ มีการแสดงออกถึงแนวทางการดำเนินงานที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ (Win-Win Situation) เป็นการสร้าง “คุณค่า” เหนือ “คุณค่า” เป็นวิวัฒนาการของนวัตกรรมในระดับที่ 4 คือ การทำ“พร้อม” ชุมชน ซึ่งเป็นการทำงานที่ชุมชนและกลุ่มคนจากภาพนอกต่างรับผิดชอบทำงานในส่วนของตน ชุมชนได้ประโยชน์จากการที่สินค้าของชุมชน เช่น ผ้าภูอัคนี ได้เป็นที่ยอมรับ และได้รับการพัฒนาต่อยอดโดยนักออกแบบมืออาชีพ ส่วนผู้ประกอบการก็ได้รับประโยชน์จากการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพและยังสามารถช่วยเหลือชุมชนได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย

บทคัดย่อ

ในโครงการวิจัยนี้ศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการขับเคลื่อนโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก โดยใช้กระบวนการ (Community Based Design Creative Process) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนในพื้นที่ เพื่อให้ได้แนวคิดในการสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้า เพื่อขับเคลื่อนการนำอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทย ที่สะท้อนในวิถีชีวิต ศิลปะ ธรรมชาติของผู้คนในชุมชน มาสอดประสานในกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากของดีของเด่นในชุมชนด้วยกระบวนการสืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบ และต่อยอด

โดยได้คัดเลือกมาทั้งหมด 2 พื้นที่ คือ ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 2 ชุมชน ได้แก่ชุมชนเจริญสุขและสนวนนอก และ ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ ได้แก่ 14 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่ และชุมชนบ้านหนองทะเล นักวิจัยการลงพื้นที่เพื่อสืบค้นหาของดีของเด่นในพื้นที่เป้าหมาย พร้อมด้วย กลุ่มเยาวชนในพื้นที่ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่กำหนด นักออกแบบมืออาชีพ สมาชิกชุมชนและปราชญ์ชุมชน และ นักธุรกิจรุ่นใหม่ของจังหวัด ทำให้ได้ Community Asset Board (CAB) ซึ่งรวบรวมของดีของเด่นของพื้นที่ เพื่อใช้ในการทดลองนำไปปฏิบัติออกแบบสร้างสรรค์งานตามแนวคิดวิถีไทยและติดตามจัดทำแนวคิด โดยการจัดค่ายสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ภายใต้การดูแลของหัวหน้าโครงการวิจัยและผู้ร่วมวิจัย ทดลองฝึกปฏิบัติ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยการกำหนดโจทย์ให้ผู้ร่วมทดลอง ร่วมออกแบบตามกระบวนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของผลการสร้างสรรค์ เพื่อพร้อมนำไปทดสอบประเมินความพร้อมก่อนสู่ตลาดต่อไป (Commercialized Process) ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ที่พัฒนามาจากของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ จำนวน 8 ชิ้นงาน และหนึ่งในผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 1 ชิ้นได้ถูกนำไปต่อยอด สู่การนำออกสู่ตลาดใน ยี่ห้อ POUKA โดยนักออกแบบของ Voraraj Bangkok

จากการทดลองพบว่า ในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรของชุมชนนั้น การเข้ามามีส่วนร่วมของคนภายนอกชุมชนในโครงการนี้ทำหน้าที่เป็น ตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) เพื่อจะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดและสร้างสรรค์ มีการแสดงออกถึงแนวทางการดำเนินงานที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ โดยที่ชุมชนได้ประโยชน์จากการที่สินค้าของชุมชน ผู้ประกอบการก็ได้รับประโยชน์จากการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพและยังสามารถช่วยเหลือชุมชนได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย

คำหลัก การท่องเที่ยวโดยชุมชน เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า เยาวชนและนวัตกรรม

Abstract

This research project explores model for increasing the value of tourism-related products and services, driven by community stakeholders and external experts using community based design creative process. Another objective is to design and develop value-creation innovative process and creative ideas from the young generation. The aim is to suggest a tool to create value creating products presenting the Thai identity in each community.

Communities in Burirum and Krabi provinces were selected for the dedicated team consisting of community members, young entrepreneur, young designers and professional designers to conduct an experimental research. Community Asset Boards (CAB) were used in the creative workshops aimed to develop value creation prototypes of products and brands that are ready for commercialized process. One of the prototype products have been put into the commercialized process and launched as POUKA brand by the designer of Vorarаj Bangkok Brand.

The research outcome indicated that the stakeholders should work together to create the shared value between the insiders (community members) and the outsiders (young entrepreneur, young designers and professional designers). However, these stakeholders could work independently as they had their own goals and interests. Community based Design approach allows these products could to perfectly present the community's identity since the designers understood the context shared by community. That makes the designed products authentically represent the value and sense of the community.

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

สารบัญ

กิตติกรรมประกาศ.....ก
บทสรุปผู้บริหาร.....ข
บทคัดย่อ.....ญ
Abstract.....ฎ
บทที่ 1 บทนำ..... 1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการย่อย..... 3
1.3. กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย..... 3
1.4 นิยามศัพท์..... 5
1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย 5
1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล..... 14
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 14
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 15
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 15
2.2 มูลค่าและคุณค่าการท่องเที่ยววิธีไทย.....26
2.3 รูปแบบและวิธีการในการสร้างความร่วมมือ ฯ 30
2.4 นวัตกรรม การเพิ่มมูลค่าและคุณค่า.....34
2.5 การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ.....35
2.6 แนวทางการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย.....40
2.7 แนวคิดเรื่องออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม.....42
2.8 ทฤษฎีการมีส่วนร่วม.....47
2.9 แนวคิดเรื่องการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม.....49
2.10 ทฤษฎี ยู (Theory U).....50
2.11 แนวความคิดของอิทธิพล (Influence).....52

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย 55
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 55
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 58
3.3 การเก็บรวยรวมข้อมูล 60
3.4 การวิเคราะห์และกาตรวจสอบข้อมูล 64
3.5 การแปลผลข้อมูล: เกณฑ์และการใช้ความหมาย 66
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย 69
4.1 ผลการวิจัยจากการลงพื้นที่เพื่อสืบค้น 69
4.2 ผลการวิจัยจากการลงพื้นที่เพื่อการร้อยเรียงและออกแบบ 107
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 122
5.1 สรุปผลการวิจัย 122
5.2 อภิปรายผล 123
5.3 ข้อเสนอแนะ 135
5.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย 136
บรรณานุกรม 137
ภาคผนวก .....
เอกสารแนบที่ 1 เอกสารตอบรับความร่วมมือ 139
เอกสารแนบที่ 2 กำหนดการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่องานวิจัยในพื้นที่ 140
เอกสารแนบที่ 3 ภาพกิจกรรมลงพื้นที่วิจัย 147
เอกสารแนบที่ 4 ใบสมัครผู้ประกอบการเพื่อชุมชน คนรุ่นใหม่ 150
เอกสารแนบที่ 5 โครงการค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน 154
เอกสารแนบที่ 6 คู่มือผู้ร่วมค่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 158
เอกสารแนบที่ 7 ภาพกิจกรรมค่ายเยาวชนสร้างสรรค์ 170
เอกสารแนบที่ 8 แบบประเมินค่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 173

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย ..... ค
แผนภาพที่ 2 แนวทางการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย ..... ง
แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดวิจัย 4
แผนภาพที่ 4 แนวทางการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย 9
แผนภาพที่ 5 แนวคิด 3 C DASTA 17
แผนภาพที่ 6 แนวคิดการออกแบบสร้างสรรค์ 19
แผนภาพที่ 7 องค์ประกอบวัฒนธรรม 24
แผนภาพที่ 8 กรอบแนวคิดวิถีไทย 25
แผนภาพที่ 9 แนวคิดพลวัตวิถีไทย 26
แผนภาพที่ 10 รูปแบบและวิธีการในการสร้างความร่วมมือของเยาวชนฯ 32
แผนภาพที่ 11 กระบวนการขับเคลื่อนการนำวิถีไทยเพื่อสร้างมูลค่าฯ 34
แผนภาพที่ 12 ประสบการณ์เชิงกลยุทธ์ 5 ด้าน 37
แผนภาพที่ 13 แนวทางการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย 40
แผนภาพที่ 14 กรอบของการสร้างสรรค์จากกระบวนการสร้างสรรค์ฯ 46
แผนภาพที่ 15 ทฤษฎี ยู 51
แผนภาพที่ 16 A Model of the Behavioral Change influence 53
แผนภาพที่ 17 เกณฑ์การคัดเลือกตัวกระตุ้น 60
แผนภาพที่ 18 แนวทางการแปลผลข้อมูล 66
แผนภาพที่ 20 ผ้าภูอัคนี ย้อมดินภูเขาไฟ 71
แผนภาพที่ 21 การย้อมผ้าภูอัคนี 72
แผนภาพที่ 22 3S Model 109
แผนภาพที่ 23 การประสานการทำงานระหว่างชุมชนและคนจากภายนอก 124
แผนภาพที่ 24 แนวทางการสืบค้นวิถีไทยเพื่อเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า 125
แผนภาพที่ 25 รูปแบบการสร้างพลังความเข้มแข็ง 126
แผนภาพที่ 26 วิวัฒนาการของแนวทางการทำงานในระดับชุมชน 126
แผนภาพที่ 27 กรอบแนวคิดวิถีไทย 127
แผนภาพที่ 28 กรอบแนวคิดวิถีไทย 128

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่ 1 ..... ซ
รูปภาพที่ 2 ..... ซ
รูปภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ภาชนะใส่อาหารจากแนวคิดวัฒนธรรมพืชพื้นบ้านไทย..... 44
รูปภาพที่ 4 ผ้าภูอัคนี ย้อมดินภูเขาไฟ..... 71
รูปภาพที่ 5 การย้อมผ้าภูอัคนี..... 72
รูปภาพที่ 6 การทอผ้าภูอัคนี..... 73
รูปภาพที่ 7 วัดเขาพระอังคาร 75
รูปภาพที่ 8 กิจกรรมเที่ยวป่า..... 75
รูปภาพที่ 9 อาหารจากวัตถุดิบในชุมชน..... 76
รูปภาพที่ 10 ชุมชนสนวนนอก..... 90
รูปภาพที่ 11 ใบหม่อนในชุมชนสนวนนอก..... 90
รูปภาพที่ 12 อาหารพื้นบ้านชุมชนสนวนนอก..... 91
รูปภาพที่ 13 การเลี้ยงไหม..... 92
รูปภาพที่ 14 ผลิตภัณฑ์จากชุมชน 92
รูปภาพที่ 15 การดึงเส้นไหม..... 93
รูปภาพที่ 16 ดักแด้ที่เหลือจากการสาวไหม 94
รูปภาพที่ 17 ผ้าหางกระรอก 95
รูปภาพที่ 18 การละเล่นเรือมตรด 97
รูปภาพที่ 19 ตลาดโบราณบ้านสนวนนอก 98
รูปภาพที่ 20 ภาพรวมของดีของเด่นจากบุรีรัมย์ 99
รูปภาพที่ 21 ของดีของเด่นจาก 14 ชุมชนเทศบาลเมือง..... 101
รูปภาพที่ 22 หนองทะเล 102
รูปภาพที่ 23 กิจกรรมล่องเรือบ้านหนองทะเล 104
รูปภาพที่ 24 เรือทำเองชุมชนบ้านหนองทะเล 105
รูปภาพที่ 25 ดอกจิกน้ำ..... 105
รูปภาพที่ 26 ดอกจิกน้ำที่บ้านหนองทะเล..... 106
รูปภาพที่ 27 กระดาษใยสับปะรด..... 106
รูปภาพที่ 28 ภาพรวมของดีของเด่นจากกระบี่ 107

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูปภาพที่ 29 115
รูปภาพที่ 30 ตัวอย่างผลงานการออกแบบที่นำไปผลิตจริง Brand PUOKA..... 132
รูปภาพที่ 31 POUKA : Fall 2018-19 "From mountain to millennial..... 133
รูปภาพที่ 32 POUKA : Fall 2018-19 "From mountain to millennial" Fashion Show..... 134

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 สรุปขั้นตอนการดำเนินการ 6
ตารางที่ 2 เกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ศึกษานำร่อง 12
ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างและคุณสมบัติ 13
ตารางที่ 4 เครื่องมือในการวิจัย 59
ตารางที่ 5 แผนขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล 63
ตารางที่ 6 สรุปขั้นตอนการดำเนินการ 68
ตารางที่ 7 วัตถุดิบจากธรรมชาติบนเขาพระอังคาร 77
ตารางที่ 8 ประเพณีของชุมชนเจริญสุข 88
ตารางที่ 9 ของดีของเด่น จาก 14 ชุมชนในเทศบาลเมือง 100
ตารางที่ 10 ผลิตภัณฑ์จากของดีของเด่นบุรีรัมย์ ผลงานจากค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจชุมชน 109
ตารางที่ 11 ผลิตภัณฑ์จากของดีของเด่นกระบี่ ผลงานจากค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจชุมชน 111
ตารางที่ 12 แบรนด์จังหวัดกระบี่ ผลงานจากค่ายเยาวชน 114
ตารางที่ 13 ผลจากการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมกิจกรรมค่าย พื้นที่จังหวัด บุรีรัมย์ 116
ตารางที่ 14 ผลจากการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมกิจกรรมค่าย พื้นที่จังหวัด กระบี่ 118
ตารางที่ 15 ผลจากการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมกิจกรรมค่าย ทั้ง 2 พื้นที่ 120

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงการวิจัยนี้เริ่มมาจากแนวคิดจากงานวิจัยเรื่องนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อการท่องเที่ยววิถีไทย โดย พรรณี พิมาพันธุ์ศรี และคณะ ที่ดำเนินการในปี พ.ศ. 2559 โดยแนวคิดบนหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน ที่นำวิถีไทยจากรากความเป็นชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่ม คงไว้ซึ่งความเป็นไทย โดยการมีส่วนร่วมของเยาวชนคนรุ่นใหม่และการทำงานร่วมกันของทั้งฝ่ายพัฒนา อนุรักษ์ และฝ่ายสร้างสรรค์เพื่อการตลาดที่สร้างอัตลักษณ์ความเป็นไทยได้จากความเป็นของแท้ (Authenticity) ตามพลวัตของเวลา งานวิจัยนั้นได้สร้างยุวนักวิจัย ต้นแบบ ในการสืบสานวิถีไทยและสร้างสรรค์นวัตกรรมด้วยศิลปะพื้นบ้านในการนำเสนอเรื่องราว ตามแนวคิด “เสน่ห์ กิน ถิ่น ไทย” โดยได้เปิดรับสมัครนักวิจัยที่เป็นเยาวชนซึ่งในงานวิจัยนี้เรียกว่า ยุวนักวิจัย ร่วมในการทดลองทำและนำเสนอต้นแบบการแสดงศิลปะไทยในการสื่อความหมายวิถีไทยและเรื่องราววัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เสนอแนะต้นแบบตัวอย่างการออกแบบรูปแบบและกระบวนการท่องเที่ยวโดยเยาวชน ซึ่งผลการวิจัยจากการวิจัยเชิงทดลอง สังเกตการและการสัมภาษณ์เยาวชนและยุวนักวิจัยสามารถสรุปกระบวนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยที่มีมูลค่าเพิ่มโดยการที่มีเยาวชนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ โดยมีความช่วยเหลือจากผู้ใหญ่ในชุมชนและนอกชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ถ่ายทอดภูมิความรู้และวิถีชุมชนในด้าน ศิลปะ ธรรมชาติ ทำให้เยาวชนกลุ่มนี้กลายเป็นเยาวชนที่สามารถพาคนท่องเที่ยวในชุมชนนั้นได้ในงานวิจัยนี้เรียกว่า “เด็กพาเที่ยว” เมื่อมีเยาวชนกลุ่มที่สองที่เรียกว่า “เด็กไปเที่ยว” เข้ามาเที่ยวในชุมชน ด้วยความที่ทั้งสองฝ่ายเป็นเยาวชนจึงทำให้เด็กไปเที่ยวสามารถ “เปิดใจ” ที่จะรู้ได้ง่ายเพราะมีการสื่อสารที่เป็นภาษาเดียวกัน (การสื่อสารในวัยใกล้เคียงกัน) และจะเริ่มมี การ “แบ่งปัน” ความรู้ โดยที่เด็กไปเที่ยวก็จะแบ่งปันความรู้เรื่องนอกชุมชนให้เด็กพาเที่ยวฟัง เด็กพาเที่ยวนั้นจะสามารถเล่าเรื่องราวของชุมชนผ่าน ศิลปะ ธรรมชาติ และชีวิตให้เด็กไปเที่ยวฟังได้ทำให้เกิดกระบวนการ “เรียนรู้” โดยจุดเน้นของ “เด็กพาเด็กเที่ยว” นี้ เกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชนและต่อยอดโดยเยาวชนสู่นักท่องเที่ยว สร้างให้เกิดความร่วมมือของเยาวชนในกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยในชุมชนต่าง ๆ อย่างกว้างขวางนั้น จะต้องอาศัยความร่วมมือกันจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องนั้นจะต้องร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมปฏิบัติ (Co-creation) ซึ่งทั้งหมดนั้นเริ่มจากคนในชุมชนก่อนเป็นอันดับแรก ชุมชนต้องมีผู้นำที่เข้มแข็ง สามารถเป็นผู้นำทางความคิด และทางการปฏิบัติได้ จึงจะสามารถก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนได้

โครงการวิจัยนี้จึงนำผลจากการค้นพบจากแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยมาพัฒนาให้เกิดการกระจายขยายผลโดยได้มุ่งให้เกิดผลต่อความตื่นตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงาน เช่นชุมชน และเยาวชนทั้งที่อยู่ในพื้นที่และที่มาจากภายนอก โดยชี้ให้เห็นถึงศักยภาพร่วมในการสืบค้นวิถีไทยจากความหลากหลายของที่มาของรากทางวัฒนธรรมนำมาร้อยเรียงและออกแบบ โดยให้ทุก

ภาคส่วนร่วมเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริงในการพัฒนาความคิดทั้งกระบวนการ และสามารถนำวิถีไทยมานำเสนอเป็นสินค้าที่จะนำมาซึ่งคุณค่าทางการท่องเที่ยว กำลังสำคัญนี้จะนำประเทศไปสู่การเปลี่ยนผ่านสู่การเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากฐานราก (Thailand 4.0- value based economy) งานวิจัยนี้จึงนำแนวทางที่ได้มาขยายผลให้เกิดการประสานทำงานร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชนและคนรุ่นใหม่ เน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามแบบ Community-based Design Model คือ การคิดจากความเป็นชุมชน จากความเป็นท้องถิ่นนำมาออกแบบสร้างสรรค์ให้ทันยุคตามแนวทางคนรุ่นใหม่ที่เห็นคุณค่าของความเป็นไทยอย่างลึกซึ้งโดยมุ่งหวังเพื่อค้นหาแนวทางในการต่อยอดการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น การเพิ่มคุณค่าของอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ขับเคลื่อนโดยการสร้างและพัฒนายุวนักวิจัย ทั้งในและนอกท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ออกแบบสรรค์สร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยว ให้สามารถแสดงออกผ่านศิลปะได้ การสืบค้นเกิดจากกรอบแนวคิด 3 เสาหลักของวิถีไทย ความเป็นไทย คือ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ ซึ่งถือเป็นกรอบแนวคิดวิจัยจากผลการศึกษากรณีศึกษาใน 3 พื้นที่ของแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยที่ผ่านมา โครงการวิจัยนี้ค้นพบกระบวนการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community-based Design) ซึ่งประกอบด้วย การสืบค้น (Content) ร้อยเรียง (Concept) และออกแบบ (Design) เป็นแนวทางเชิงยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนวิถีไทยและสอดประสานในสินค้าและบริการท่องเที่ยว

เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-driven Economy) กับทิศทางของประเทศ Thailand 4.0 คือเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นคุณค่าของสินค้า นำมาเป็นปัจจัยในการกำหนดราคา ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายแพงกว่าเพื่อให้ได้สินค้าที่ถูกใจและมีคุณค่า ใช้ประโยชน์ได้มากกว่า ซึ่งมาจากนวัตกรรมที่ใช้ในการออกแบบให้เห็นความสวยงามจากใจ มีคุณลักษณะที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดึงดูดให้เห็นถึงการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ของท้องถิ่นอย่างหลากหลาย การสร้างการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยมุ่งเป้าสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creativity-based Economy) เป็นหนึ่งในความสามารถที่เป็นจุดเด่นของคนไทยอันจะเห็นได้จากผลงานของคนไทยที่ได้สร้างชื่อเสียงระดับโลกมากมายโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นการทำการ์ตูนแอนิเมชัน ภาพยนตร์ การออกแบบสินค้าแฟชั่นและผลิตภัณฑ์ ซึ่งควรได้รับการสนับสนุนให้เข้าใจ การนำเสนอความโดดเด่นของความเป็นไทยและต่อยอดขึ้นไปจากรากวัฒนธรรม จากความเข้าใจที่มาของภูมิปัญญาท้องถิ่นและนำรากนี้ไปสร้างสรรค์สู่การพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางของตลาดสื่อดิจิตอล (Digital Marketing Hub) การพัฒนาศูนย์กลางการออกแบบสินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Product Design Center) การพัฒนาอุตสาหกรรมการออกแบบแฟชัน (Fashion Design Industry) การพัฒนาตลาดให้สินค้า OTOP และสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นต่อไป

หากเยาวชนเห็นคุณค่าของรากวัฒนธรรมสามารถเป็นหนึ่งแกนสำคัญในการสร้างสรรค์งานจากฐานรากที่นำมาใช้เพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวไทยได้ และเยาวชนสามารถเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจลักษณะดังกล่าวข้างต้น ห่วงโซ่คุณค่าที่สามารถพัฒนาได้จากความคิดของเยาวชนจะมีความร่วมสมัย เข้าถึงได้มากขึ้นจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ และสามารถนำมาชูให้เกิดความเป็นเลิศจากมิติการท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้นและมีองค์ประกอบที่สามารถสร้างนวัตกรรมได้ในสาขาที่เกี่ยวข้องได้อย่างหลากหลาย การวางแผนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืนโดยมีเยาวชนเป็นศูนย์กลางแห่งการคิด

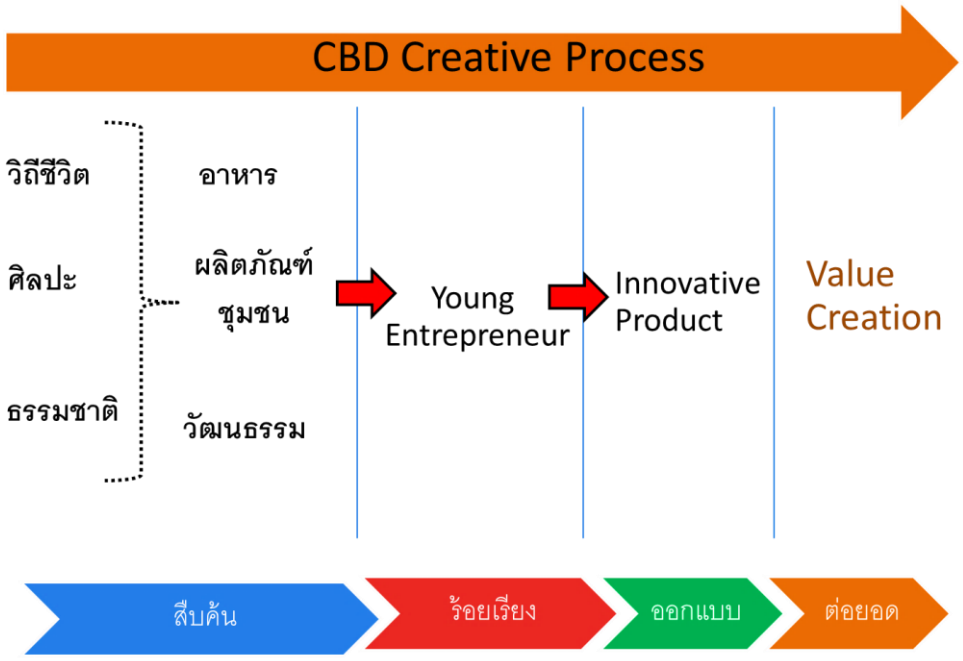
สร้างสรรค์นี้ ควรอยู่บนฐานที่เข้มแข็งของการพัฒนาศักยภาพการทำงานร่วมกัน และควรมาจากการเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นจากฐานรากอย่างแท้จริง และนำความเข้าใจเหล่านั้นมาสร้างสรรค์งานเพื่อใช้ในการเพิ่มคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวที่มาจากความเป็นของแท้ตามแบบวิถีถิ่น วิถีไทย และควรมุ่งเน้นให้เกิดการกระจายรายได้และประโยชน์อย่างสูงสุดและทั่วถึงทั้งในเชิงพื้นที่และในการสร้างความมั่งคั่งให้กับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาคการเกษตร และอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดย่อม (SMEs) การทำงานอย่างมีส่วนร่วมของเยาวชนนี้จะเป็นต้นแบบให้การพัฒนาประเทศไทยที่มีแนวคิดใหม่และนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน และมีเจตจำนงแน่วแน่ที่จะให้เยาวชนคงไว้ในเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อให้เกิดผลทางบวกต่อสภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของคนในชาติ การก้าวสู่การพัฒนาประเทศไทยตามแบบแนวทางเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่าจะเห็นผลได้จากการนำมาประยุกต์ให้เกิดเป็นตัวอย่างในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการย่อย

1. เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยการสร้างยุวนักวิจัยต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. เพื่อศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนในพื้นที่เพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า
3. เพื่อศึกษาแนวคิดในการสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการสร้างนวัตกรรมร่วมกับเยาวชนต้นแบบในท้องถิ่น

1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

ในโครงการวิจัยย่อยนี้ นอกจากการต่อยอดงานวิจัยเดิม ในแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (จุฑามาศ วิศาลสิงห์และคณะ 2559) งานวิจัยในโครงการย่อยนี้จึงมีการศึกษาเพื่อการเพิ่มนวัตกรรมงานศิลปะสร้างสรรค์ที่มาจากความ co creation ของชุมชน ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ท้องถิ่น ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จากภายนอก และผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ โดยการร่วมมือเพื่อศึกษา วิถีชีวิต ศิลปะ และ ธรรมชาติของชุมชน ในรูปแบบของ อาหาร ผลิตภัณฑ์ และวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อให้เกิดเครื่องมือให้ผู้ประกอบการเพื่อการสรรค์สร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มจนนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า ซึ่งสอดคล้องตามวัตถุประสงค์งานวิจัย



แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดวิจัย

พื้นที่ในการศึกษาและพัฒนาในงานวิจัยเล่มนี้ ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดกระบี่

จังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญน่าเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งโบราณสถานศิลปะแบบขอมโบราณที่มีอยู่มากมายกระจายอยู่ในพื้นที่ทั้งจังหวัด อีกทั้งยังเป็นที่รู้จักในฐานะเมืองเกษตรกรรมและหัตถกรรม เพราะเป็นแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพดี และเป็นแหล่งทอผ้าไหมที่สวยงามและมีชื่อเสียง นอกจากนี้ด้วยสภาพพื้นที่ตั้งมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน จึงทำให้มีความหลากหลายของเชื้อชาติซึ่งก่อให้เกิดความหลากหลายของประเพณีวัฒนธรรม จนทำให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปดังคำขวัญของจังหวัดที่ว่า “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม” จึงจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมที่สำคัญได้แห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จังหวัดกระบี่

จังหวัดกระบี่ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ของประเทศไทย ที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งทางธรรมชาติ เช่น หาดทรายขาว น้ำทะเลใส ปะการัง ถ้ำ และหมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า 100 เกาะ สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปของจังหวัดกระบี่ เป็นเทือกเขายาว ภูเขาสูง ๆ ต่ำ ๆ สลับกันไป และเป็นพื้นที่ชายฝั่ง อีกทั้งมีหมู่เกาะน้อยใหญ่ประมาณ 130 เกาะ รวมอยู่ในจังหวัด ที่สำคัญบริเวณตัวเมืองมีแม่น้ำกระบี่ ยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ไหลผ่านลงสู่ทะเลอันดามัน ที่ตำบลปากน้ำ นอกจากนี้ยังมีคลองปกาสัย คลองกระบี่ใหญ่ และคลองกระบี่น้อย ซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากเทือกเขาพนมเบญจา ในการที่ผู้คนในจังหวัดกระบี่อาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่

ยังอุดมสมบูรณ์ มีวิถีชีวิตอิงธรรมชาติ ทำให้คนกระบี่มีจิตใจดี ดังคำขวัญ “กระบี่เมืองน่าอยู่ ผู้คนน่ารัก” จึงจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่น่าค้นหาและเดินทางไปรู้จักเป็นอย่างยิ่ง

1.4 นิยามศัพท์

ยุวนักวิจัย กลุ่มเยาวชนที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่กำหนดเพื่องานวิจัยและการทดลอง ที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อเข้าร่วมโครงการวิจัย

เยาวชนท้องถิ่น กลุ่มเยาวชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนที่กำลังศึกษา แต่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงและเยาวชนที่อยู่ในชุมชน ไม่จำกัดอายุหรือคุณสมบัติ

พ่อครัวอาร์ติชั่น (Artisan Chef) พ่อครัวที่สร้างสรรค์อาหารอาร์ติชั่น (Artisan food) อาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ปลอดสารพิษ และมีขั้นตอนวิธีการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมให้ออกมาเป็นอาหารรูปแบบใหม่ที่มีสีสันของอาหารและรสชาติในแบบฉบับของตนเอง

ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้ของชาวบ้าน ซึ่งเรียนรู้มาจากพ่อแม่ ปู่ย่าตายาย ญาติพี่น้อง หรือผู้มีความรู้ในหมู่บ้านในท้องถิ่นต่าง ๆ ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาเป็นความรู้ที่มีคุณธรรม สอนให้คนเป็นคนดี สอนให้คนเคารพธรรมชาติ รู้จักพึ่งพาอาศัยธรรมชาติโดยไม่ทำลาย ให้เคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และคนที่ล่วงลับไปแล้ว

Smart Farmer เกษตรกรผู้ใช้รูปแบบการทำเกษตรแบบใหม่โดยนำเอาแนวคิดเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการดูแลการเพาะปลูก รวมไปถึงกระบวนการผลิต

งานศิลป์ ศิลปะและหัตถกรรมที่มีความงามความเรียบง่ายจากฝีมือของชาวบ้านทั่วๆ ไปสร้างสรรค์ผลงานอันมีคุณค่าทางด้านความงาม และประโยชน์ใช้สอยตามสภาพของท้องถิ่น

1.5 วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยใช้ข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ (Secondary and Primary Data) โดยมีวิธีการสำรวจเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกเพื่อให้ได้ผลที่มีความน่าเชื่อถือและดีที่สุด การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินไปพร้อม ๆ กันเพื่อให้ทุกประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้งมีการยืนยันและบูรณาการได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์ (Cross-check/Data triangulation) โดยได้ออกแบบโครงการให้สอดคล้องและให้ได้ความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรง (Validity and reliability) ไว้และได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามตารางสรุปดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สรุปขั้นตอนการดำเนินการ

Research Methodologies	Inter-generational model for innovation (valuing diversity and inclusion)
Action research (Process oriented, Conceptual model generation, theoretical foundation)	เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างการมีส่วนร่วมของเยาวชน เห็นคุณค่าของความคิดต่างที่หลากหลาย นำสู่นวัตกรรมที่มีมูลค่า
Literature review	Working model
Key Informants Stakeholder Matrix	ต่อยอดกลุ่มเฉพาะ Stakeholder Specific
Brainstorm Elicitation (Homogenous V.S. Heterogeneous)	จัดระดมความคิดเห็นใช้กระบวนการ ทฤษฎี ยู และบันทึกข้อมูล บันทึกกระบวนการไว้ในรูปแบบ Film Documentary
Focus group and depth interviews	ร่วมเรียนรู้ สืบค้น รากเพื่อคุณค่า นำเสนอเพื่อมูลค่า
Content Analysis and Sentiment Analysis technique	วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจาก ข้อมูลและกระบวนการ โดยให้เห็น senses จับประเด็นมาเป็น patterns และ Model ในการเรียนรู้

การศึกษาระยะที่ 1 การสังเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่ผ่านมา ก่อนการลงพื้นที่ คณะศึกษานำวรรณกรรมที่ทบทวนและเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมามาสรุป สังเคราะห์และจัดสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการใช้ออกแบบเครื่องมือสำหรับงานวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเอกสาร การศึกษาวิเคราะห์เบื้องต้นเป็นการดำเนินการทบทวนแนวคิดและสำรวจข้อมูลจากเอกสารเว็บไซต์และรายงานผลการศึกษาวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้มาซึ่งหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนที่จะนำมาเป็นพื้นที่ในการศึกษา โดยรวบรวมรายชื่อชุมชนที่มีความเป็นไปได้ในการเป็นพื้นที่โครงการศึกษา และลงพื้นที่เพื่อสำรวจศักยภาพและความพร้อมของชุมชน และเยาวชนในพื้นที่ และดำเนินการวิเคราะห์ ประเมินศักยภาพเพื่อกำหนดพื้นที่ที่เป็นโครงการนำร่อง (Pilot Area) เพื่อระบุประเด็นการศึกษาของพื้นที่ที่คัดเลือก รวมทั้งศึกษาข้อมูลเอกสารที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและวิถีของชุมชน และการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ในมิติการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างความยั่งยืนในชุมชน เพื่อชุมชน และออกแบบเครื่องมือเพื่อสำรวจข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 สร้างกรอบแนวคิดการวิจัย เป็นการต่อยอดกลุ่มเฉพาะ (Stakeholder Specific) จากการออกแบบ Stakeholder Matrix ที่ได้จากการผลการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยที่ 1ที่จะนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล โดยกำหนดกลุ่มเยาวชนที่เหมาะสมและตามความเกี่ยวข้องและความรอบรู้ในเนื้อหาเฉพาะด้านต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบเครื่องมือสำหรับงานวิจัยเพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ครบถ้วนของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือ วิธีการดำเนินการและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะใช้การจัดระดมความคิดเห็น และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) เพื่อหาวิถีดั้งเดิมชุมขนเพื่อนำมาเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวและความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการติดตามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และ Focus Group โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อสืบค้นวิถีดั้งเดิมของชุมชน

การศึกษาระยะที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่ โดยการจัดกิจกรรมระดมสมอง และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อทดลองใช้ (Experiment) ตามเครื่องมืองานวิจัยที่ได้ออกแบบ เพื่อให้ได้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการสร้างความร่วมมือของชุมชนในกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 กิจกรรมระดมสมองจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อจัดทำกระบวนการนวัตกรรมและค้นหาแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอาศัยกระบวนการ Social Lab หรือการคิดค้นทางออกเชิงสังคมอย่างสร้างสรรค์และมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน รวมถึงการบูรณาการกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า

การศึกษาระยะที่ 3 การทดลองนำไปปฏิบัติออกแบบสร้างสรรค์งานตามแนวคิดวิถีไทยและติดตามจัดทำแนวคิด โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการระดมสมองออกแบบนวัตกรรมที่นำเสนอวิถีไทยเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น (เช่น การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ในการนำเสนออาหาร เรื่องราว และการนำเสนออาหารโดยใช้ศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์) เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะกระบวนการในการนำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนจากการพัฒนาให้การเกิดมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมที่จะช่วยออกแบบการสื่อความหมายภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการท่องเที่ยววิถีไทย

1) ร่วมออกแบบตามกระบวนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของผลการสร้างสรรค์ เพื่อพร้อมนำไปทดสอบประเมินความพร้อมก่อนสู่ตลาดต่อไป (Commercialised Process)

2) ร่วมสร้างออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ (Travel Route) รูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (New/responsible forms of tourism) ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายเชิงคุณค่า (Tourism Products/ Innovations/Interpretations) พร้อมสำหรับนำเสนอในงาน WTM ITB เป็นต้น

3) บันทึกกระบวนการการเก็บข้อมูล วิธีวิจัยในรูปแบบ Film Documentary นำมาประกอบเป็นเครื่องมือการวิจัยแบบสร้างสรรค์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการเรียนรู้ในหลักสูตรการศึกษา มุ่งหวังให้เกิดการถอดกระบวนวิธีวิจัยมาเป็นวิธีการเรียนการสอนจากกระบวนการตัวอย่างเป็นรูปแบบในการเรียนรู้สำหรับประเทศไทยต่อไป รวมถึงเพื่อใช้ในการสื่อสารด้านการตลาด
4) เก็บข้อมูลผลการวิจัยเพื่อจัดทำเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Community based Design)

ขั้นตอนที่ 5 ติดตามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อยืนยันความถูกต้องสมบูรณ์ในทุกประเด็นที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในระหว่างการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยมีประเด็นคำถามการวิจัยเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทย เพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน ชุมชน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายสำหรับงานที่สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อสร้างคุณค่าจากทรัพยากรด้านวัฒนธรรมและวิถีชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าต่อไป

การศึกษาระยะที่ 4 การสรุป สังเคราะห์ผลและการจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ หลังจากการลงพื้นที่และการจัดกิจกรรมในพื้นที่ที่เลือกศึกษา คณะศึกษานำผลการศึกษาที่ได้ตามวัตถุประสงค์มาสรุป วิเคราะห์ สังเคราะห์ผล และจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยแล้วเสร็จในระดับ 100% โดยมีขั้นตอนดังนี้

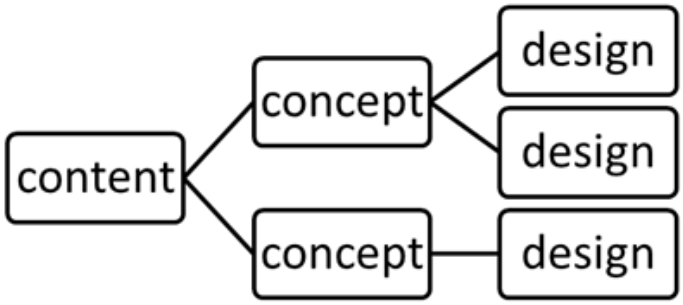
ขั้นตอนที่ 6 ประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้จากการระดมสมอง และการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตระหว่างกิจกรรมที่ได้จัดขึ้นจะนำมาวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหา (Content Analysis) โดยการนับคำซ้ำ ๆ ในผลที่ได้ เพื่อหาแก่นเรื่อง (Themes) ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์กล่าวถึงเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของการท่องเที่ยววิถีไทยอย่างมีส่วนร่วม

ขั้นตอนที่ 7 จัดรายงานฉบับสมบูรณ์ สรุปผลงานวิจัยและเผยแพร่ นำผลการศึกษาจัดพิมพ์รูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยในระดับประเทศ และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นทางการต่อไป

1.5.1 ด้านเนื้อหา

แนวทางการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย

จากผลการวิจัยแผนงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยด้วยการการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมขับเคลื่อนการนำอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยมาสอดประสานในอาหารไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมโดยชุมชน หรือการสร้างสรรค์การนำเสนออาหารในรูปแบบใหม่ ล้วนแล้วแต่มีแนวทางที่สอดคล้องกัน 3 ขั้นตอนโดยจะนำมาขยายผลในงานวิจัยนี้ต่อไปดังนี้



แผนภาพที่ 4 แนวทางการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย

การสืบค้น (Content)

การศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยใช้กรอบความคิดในการศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ภายใต้ 3 กลุ่มความคิดหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การสืบค้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่สามารถเปิดวงพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น

การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึง ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด อาจประกอบด้วย นักวิจัย นักออกแบบ ศิลปิน พ่อครัว หรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่อย่างเปิดกว้าง

การสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed) การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อม และบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยน เพิ่มพูนและเติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ และเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

การร้อยเรียง (Concept)

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบจากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated) เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้น สามารถเป็นเรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้ง อาจเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้

การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related) เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้น อาจมีรายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของเรื่องราวต่างๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

การออกแบบ (Design)

การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอ

ถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting) นอกเหนือจากนี้ยังต้องมี ลีลา (Sophistication) ซึ่งหมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอโดยมีการใช้ Tourism - Community based Design เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนให้เกิดการกระจายประโยชน์ สามด้าน คือ ด้านที่ 1 การกระจายเวลาในการท่องเที่ยวและการจัดการฤดูกาลท่องเที่ยว (Distribution of time) ด้านที่ 2 การเดินทางกระจายไปในเมืองหลัก เมืองรองได้ทั่วถึง (Distribution of Place) และ ด้านที่ 3 การท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์กับภาคส่วนและอุตสาหกรรมอื่นๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและไม่เกี่ยวข้องโดยตรง (Distribution to other sectors)

การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ

กรอบแนวคิดแผนงาน แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยการต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อศึกษาและสร้างต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmer และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่า Laurence G. Boldt (2009) (อ้างถึงใน พรชัย จิตติวสุรัตน์, 2558.) ได้แบ่งระดับของระบบคุณค่า (Value System) เป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. คุณค่าระดับสากล เป็นระดับที่เปิดเผยถึงธาตุแท้ของความเป็นมนุษย์ เช่น ความรัก ความสงบ ความเป็นเอกภาพ เป็นต้น ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของบุคคลแต่ละบุคคลได้ ดังนั้นจึงไม่มีสิ่งใดที่จะเป็นอุปสรรคในการให้คุณค่า ไม่ว่าจะเป็นภาษา วัฒนธรรม เวลาหรือสถานที่ก็ไม่อาจเป็นอุปสรรคได้ การให้คุณค่าในระดับสากลนี้เป็นการที่เราให้ตระหนักรู้ว่าสิ่งนั้นเหนือกว่าตัวเรา เราให้ความเคารพสิ่งนั้นและสิ่งนั้นก็จะอยู่ในในใจเรา
2. คุณค่าทางวัฒนธรรม มีหน้าที่ในการสร้างและดรงกฎระเบียบของสังคมไว้ ไม่ว่าจะเป็นจริยธรรม ธรรมเนียมประเพณี ความถูกผิด ดีเลวในสังคม ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับและยึดถืออยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง โดยจะสะท้อนออกมาจากความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการต่อต้านหรือยอมรับ ซึ่งเมื่อเวลาเปลี่ยนไปก็อาจเปลี่ยนแปลงได้ซึ่งหากต้องการเข้าใจวัฒนธรรมใด ๆ ก็จำเป็นต้องเรียนรู้ในวัฒนธรรมนั้น ๆ

3. คุณค่าส่วนบุคคล เป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นจากอุปนิสัยและประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละคน ประสบการณ์ที่ต่างกันจึงทำให้เกิดคุณค่าที่ต่างกัน นำมาสู่พลังและความอ่อนแอที่เกิดขึ้นในบริบทต่างกัน สะท้อนออกมาในเป้าหมายของชีวิตที่ต่างกัน และทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตต่างกันด้วย

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

สินค้าหรือบริการในปัจจุบันนั้นมีให้เลือกอยู่มากมายจึงส่งผลให้มีการแข่งขันเกิดขึ้นสูง สินค้าหรือบริการต่าง ๆที่จะต้องแข่งขันด้วยคุณสมบัติและคุณภาพของสินค้าและบริการเอง แต่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการนั้นกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สินค้าหรือบริการต่าง ๆ เหล่านั้นประสบความสำเร็จได้มากขึ้นและง่ายขึ้น การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าให้ดีขึ้นโดยเพิ่มคุณภาพการผลิตหรือบริการที่ดีกว่าซึ่งจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า นำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจและเพื่อการสร้างความแตกต่างและเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (ปัทมา เลาหสินณรงค์, 2555) นอกจากนี้ Nilson (1992) ยังได้ให้ความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ว่าเป็นการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้มีความพึงพอใจอย่างสูงสุด และเกินความคาดหมาย นอกจากนี้มูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งที่นอกเหนือไปจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดไว้ว่าจะได้รับ

ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (พินพัสนีย์ พรหมศิริ, 2547.) (อ้างถึงใน ปัทมา เลาหสินณรงค์, 2555.) ดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่มากกว่าคู่แข่ง จะสามารถตอบสนองความต้องการและเพิ่มความพอใจให้ผู้บริโภคได้มากขึ้น
2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุด
3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่วยให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้และได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.5.2 ด้านพื้นที่

แผนงานวิจัยนี้เป็นการขยายผลทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประเด็นเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มาทำให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นจากงานวิจัยที่ผ่านมา พัฒนาเป็นทฤษฎีที่จะนำไปเป็นกรอบแนวทางในการเสริมสร้างการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่าง ๆ สามารถนำมาคิดให้มีความเชื่อมต่อกับระบบการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เช่น การเกษตร งานหัตถกรรมพื้นบ้าน งานศิลปะการแสดง และการออกแบบ เป็นต้น การกำหนดเกณฑ์เพื่อนำมาพิจารณาเลือกพื้นที่ในการศึกษาได้กำหนดจากแนวทางการเลือกพื้นที่ตามแบบการใช้กรณีศึกษา (Case Study) ไม่ได้มุ่งให้เกิดตัวแทน (Representation) ของพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทย จึงไม่จำเป็นต้องมุ่งเน้นปริมาณจำนวนที่เป็นตัวแทนพื้นที่ แต่เป็นการเลือกให้เกิดตัวแทนของหัวข้อ แนวทางทฤษฎีที่กำลังเป็นโจทย์การศึกษาวิจัย (Theory) โดยได้คัดเลือกมาทั้งหมด 2 พื้นที่ เบื้องต้นพิจารณาเลือกพื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการครบมิติ มีคุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเป็นพื้นที่ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ผ่านมา โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ศึกษานำร่องที่เหมาะสม ดังนี้

ตารางที่ 2 เกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่ศึกษานำร่อง

พื้นที่ 1	พื้นที่ 2
การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับนานาชาติ (International Tourist Destination)	การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับประเทศ (Domestic Tourist destination)
มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญ	มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญ
ฐานทรัพยากรทางศิลปะและวัฒนธรรมที่หลากหลาย	ฐานทรัพยากรทางศิลปะและวัฒนธรรมที่หลากหลาย
มีต้นทุนเป็นวัตถุดิบที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน	มีต้นทุนเป็นวัตถุดิบที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน
เมืองที่มีการนำเอาศิลปะและวัฒนธรรมมาเป็นกรอบในการพัฒนาเมืองด้านการท่องเที่ยว	เมืองที่มีการนำเอาศิลปะและวัฒนธรรมมาเป็นกรอบในการพัฒนาเมืองด้านการท่องเที่ยว
การเข้าถึง (การเดินทาง)	การเข้าถึง (การเดินทาง)
ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เน้นการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า	ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เน้นการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า
ฐานความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน	ฐานความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน
มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สนใจเข้าร่วมในกระบวนการวิจัย	มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สนใจเข้าร่วมในกระบวนการวิจัย
ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษางานวิจัย	ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษางานวิจัย
มีชุมชนที่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง	มีชุมชนอยู่นอกเขตเทศบาลเมือง
พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้คือ ชุมชนในจังหวัดกระบี่ (ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่ และบ้านหนองทะเล)	พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้คือ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ (หมู่บ้านเจริญสุข และหมู่บ้านสนวนนอก)

การดำเนินงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาจากข้อมูลเชิงลึกของพื้นที่วิจัย มักมีข้อจำกัดหากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ไม่ให้ความร่วมมือมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานร่วมกันตั้งแต่ต้นจนจบโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยนี้เป็นการทดลองปฏิบัติจริง (Experimental Study) ที่มีงบประมาณและเวลาที่จำกัด ดังนั้นในกรณีของการเลือกพื้นที่วิจัยจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากพื้นที่ แม้ว่าการกำหนดเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นจะมีพื้นที่ที่เข้าเกณฑ์จำนวนมาก แต่เกณฑ์ที่จำเป็นที่สุดในการเลือกพื้นที่คือความร่วมมือของภาคีเครือข่ายและการสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบายและการนำไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับชุมชน ซึ่งในกรณีนี้ โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ และนายกเทศมนตรีเมืองกระบี่ (ตามเอกสารแนบท้าย) ตามลำดับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของโครงการวิจัยนี้

1.5.3 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ศึกษาแนวทางการสร้างและการทำงานร่วมกันของ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในท้องถิ่น และ แขกรับเชิญ ทำงานร่วมกันกับ พ่อครัว แม่ครัวในชุมชนพื้นที่ศึกษา โดยมีคุณสมบัติตามรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างและคุณสมบัติ

กลุ่มตัวอย่าง	คุณสมบัติ
ชุมชน	สมาชิกครัวเรือนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ไม่จำกัดอายุ
ผู้ประกอบการรุ่นใหม่	• คนรุ่นใหม่ที่สามารถพัฒนาให้มีทักษะเป็นนักวิจัย สามารถสืบค้น เข้าใจทรัพยากรของชุมชน ตามรูปแบบของยุวนักวิจัยของโครงการ (ชื่อ) • คนรุ่นใหม่ที่ดำเนินธุรกิจและเป็นสมาชิกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ YEC สังกัดอยู่ภายใต้การดูแลของหอการค้าไทยในพื้นที่
นักออกแบบรุ่นใหม่	เป็นคนรุ่นใหม่ กำลังศึกษาด้าน Product Design, Fashion Design, Graphic Design (Communication Art)
นักออกแบบอาชีพในสายงานอาหารและแฟชั่น (ในการศึกษาวิจัยชิ้นนี้เลือกนักออกแบบอาชีพตามกรณีศึกษาของงานวิจัยนี้)	เป็นผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบท้องถิ่น ใส่ใจชีวิตและวิถีชุมชน มีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชน

1.5.4 ด้านระยะเวลา

การดำเนินงานเป็น 2 ระยะ ๆ ละ 12 เดือน คือ เดือนมิถุนายน 2560 ถึง เดือนพฤษภาคม 2561

- ระยะที่หนึ่ง การศึกษา สืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบ (Community based Design Model)
- ระยะที่สอง การพัฒนาต้นแบบ (Prototyping)การนำต้นแบบมาทดสอบ ปรับปรุง เพื่อพร้อมนำเสนอสู่ตลาด (Prototype Testing and Commercialize Products/Innovation) การสร้างเครื่องมือขยายผลสู่ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและระดับสา(Internationalization and Best Practices)

1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล

ยุวนักวิจัย กลุ่มเยาวชนที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่กำหนดเพื่องานวิจัยและการทดลอง ที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อเข้าร่วมโครงการวิจัย

เยาวชนท้องถิ่น กลุ่มเยาวชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนที่กำลังศึกษา แต่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงและเยาวชนที่อยู่ในชุมชน ไม่จำกัดอายุหรือคุณสมบัติ

ชุมชน หมายถึง สมาชิกครัวเรือนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ไม่จำกัดอายุ

ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หมายถึง คนรุ่นใหม่ที่ดำเนินธุรกิจและเป็นสมาชิกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ YEC สังกัดอยู่ภายใต้การดูแลของหอการค้าไทยในพื้นที่ และที่สามารถพัฒนาให้มีทักษะเป็นนักวิจัย สามารถสืบค้นเข้าใจทรัพยากรของชุมชน ตามรูปแบบของยุวนักวิจัยของโครงการ

นักออกแบบรุ่นใหม่ หมายถึง คนรุ่นใหม่ ที่กำลังศึกษาด้าน Product Design, Fashion Design, Graphic Design และ Communication Art ในกรณีนี้คือ การขอความร่วมมือจาก คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ งานออกแบบผลิตภัณฑ์ งาน graphic งานดนตรีและนาฏศิลป์

นักออกแบบอาชีพ หมายถึง นักออกแบบอาหาร นักออกแบบผลิตภัณฑ์ และนักออกแบบแฟชั่นเป็นผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบท้องถิ่น ใส่ใจชีวิตและวิถีชุมชน มีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชน

Catalyst หมายถึง ตัวเร่งปฏิกิริยา เป็นผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพที่มาจากนอกพื้นที่เพื่อเข้าร่วมในกระบวนการทดลอง ได้แก่ นักออกแบบแฟชั่น นักออกแบบอาหาร และนักออกแบบผลิตภัณฑ์

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางหรือรูปแบบการสร้างพลังขับเคลื่อนผ่านยุวนักวิจัยวิถีไทย และเพิ่มจำนวนยุวนักวิจัยในพื้นที่
2. แนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์ การสร้างนวัตกรรมสู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า
3. ได้แนวคิดในการสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกับเยาวชนในท้องถิ่น (Community based Design) ภายใต้ theme Thailand Destination of Gastronomy พร้อมรวบรวมผลจากการศึกษานำเสนอเป็น Gastronomic trail/art of food/ Food technology/Sustainable Food Tourism ต่อไป

บทที่ 2
การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้นำผลจากการค้นพบจากแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยมาพัฒนาให้เกิดการกระจายขยายผลโดยได้มุ่งให้เกิดผลต่อความตื่นตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงาน เช่นชุมชน และเยาวชนทั้งที่อยู่ในพื้นที่และที่มาจากภายนอก โดยชี้ให้เห็นถึงศักยภาพร่วมในการสืบค้นวิถีไทยจากความหลากหลายของที่มาของรากทางวัฒนธรรมนำมาร้อยเรียงและออกแบบ โดยให้ทุกภาคส่วนร่วมเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริงในการพัฒนาความคิดทั้งกระบวนการ และสามารถนำวิถีไทยมานำเสนอเป็นสินค้าที่จะนำมาซึ่งคุณค่าทางการท่องเที่ยว

เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังต่อไปนี้

2.1 กรอบแนวคิดเรื่องชุมชน และการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน
2.2 มูลค่าและคุณค่าการท่องเที่ยววิถีไทย
2.3 รูปแบบและวิธีการในการสร้างความร่วมมือของเพื่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทย
2.4 นวัตกรรม การเพิ่มมูลค่าและคุณค่า
2.5 การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ
2.6 แนวทางการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย
2.7 แนวคิดเรื่องออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม
2.8 ทฤษฎีการมีส่วนร่วม
2.9 แนวคิดเรื่องการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
2.10 ทฤษฎี ยู (Theory U)
2.11 แนวความคิดของอิทธิพล (Influence)

2.1 กรอบแนวคิดเรื่องชุมชน และการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน

ความหมายของชุมชนสำหรับงานวิจัยนี้เปิดมิตินิยามชุมชนในมุมกว้าง โดยขออ้างอิงถึงการนิยามคำว่า “ชุมชน” โดย (Pauld et al., 2012) เพื่อเปิดมุมมองกรอบความคิดและครอบคลุมชุมชนทุกหมู่เหล่าในเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยววิถีไทย โดยมีการพูดถึงความหมายของชุมชนซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ชุมชนตามความหมายเชิงพื้นที่ (Area-based) ทั้งที่เป็นชุมชนในเมือง ชนบท หรือในบริบทต่าง ๆ ซึ่งหมายถึง กลุ่มคนที่มีถิ่นพำนักอาศัยในบริเวณเดียวกันหรือมีลักษณะคล้ายกัน

ชุมชนตามความหมายของการเป็นกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์คล้ายคลึงกัน (Identity-based) เช่น เชื้อชาติ ภาษาที่ใช้ ชาติพันธุ์ เผ่าพันธุ์ ศาสนาและความเชื่อ เพศวิถี อายุ การใช้ชีวิต เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Diversity Inclusion ของประชาคมโลก

ชุมชนตามความหมายของการเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจคล้ายคลึงกัน (Self-interest) หมายถึง กลุ่มคนที่อยู่ในวิชาชีพ องค์กร หรือแวดวงเดียวกัน

ชุมชนตามความหมายของการเป็นกลุ่มคนที่ใช้วิธีการปฏิสัมพันธ์ (Mode of Interaction) เช่น ชุมชนออนไลน์

James et al. (2012) ได้สรุปว่า “ชุมชน” สามารถใช้ได้กับรูปแบบของการรวมกลุ่มกันของมนุษย์ (Form of human grouping) ซึ่งมีความหลากหลายตามบริบทต่าง ๆ ของโลก ในเชิงลึกการระบุลักษณะความสัมพันธ์ของมนุษย์ในชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. Grounded community relations หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นสถานที่ (place) หรือบุคคล (people) อย่างเฉพาะเจาะจงในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างบุคคล ซึ่งจัดเป็นประเภทที่มีขอบเขตอย่างชัดเจนทั้งในเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อม

2. Lifestyle community relations หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นลักษณะเฉพาะเจาะจง (particularities) ของสถานที่หรือบุคคล เช่น ความเชื่อมโยงของความเชื่อและกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ใช้ในการปฏิบัติร่วมกันที่กลุ่มบุคคลตกลงกันในการใช้ชีวิต (Moral-framed) ความเชื่อมโยงของแนวโน้มความสนใจหรือสุนทรีย์ (Interest-based) เป็นต้น

3. Projected community relations หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นการตระหนักรู้ในตัวตน ซึ่งก่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะที่ถูกสร้างขึ้นมา (created entity) ซึ่งสามารถเกิดได้จากความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ ที่หลากหลาย โดยไม่ผูกติดกับสถานที่และบุคคล ชุมชนที่มีลักษณะความสัมพันธ์นี้ครอบคลุมถึง กลุ่มอนุรักษ์นิยม กลุ่มคนหัวรุนแรง กลุ่มคนยุคใหม่ เป็นต้น

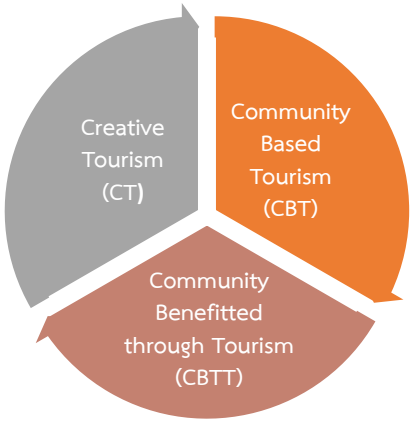
ดังนั้นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างมีส่วนร่วมโดยชุมชนและเพื่อชุมชน เป็นการค้นหารูปแบบและกระบวนการ การจัดการที่มุ่งเน้นการรับฟัง ร่วมคิด ร่วมวางแผนร่วมกำหนดทิศทาง และกำหนดอนาคตที่ชุมชนปรารถนาจะเห็น บนความเข้าใจที่มีในเรื่องนั้น ๆ การมีส่วนร่วมที่แท้จริง จึงมีแนวคิดเรื่องการออกเสียง (Voice heard) ชี้ให้เห็นการวิเคราะห์โครงสร้างการมีส่วนร่วม เข้าใจบริบท และบทบาทที่แตกต่างเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่เห็นผลสัมฤทธิ์มากขึ้น ชุมชนหรือกลุ่มคนที่หลากหลายที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เดียวกันหรือเป็นชุมชนที่มีลักษณะต่าง ๆ เช่น คนรุ่นเก่า รุ่นใหม่ บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ คุณลักษณะความเป็นผู้นำ ผู้ตาม ผู้ทำ จึงมีสิทธิในการออกเสียง ออกความคิดเห็น กำหนดทิศทางที่ควรจะเป็นให้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ เป็นต้น

ความซับซ้อนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มักเป็นเรื่องกระบวนการทำงานที่สร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมนี้ จากการถอดบทเรียนจากการดำเนินงานชุมชนต้นแบบและการทบทวนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชนพบว่า องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) กำหนดหลักการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน มีหลักการดังนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง

4. ยกระดับคุณภาพชีวิต
5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

หลักการดังกล่าวนี้ได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบการทำงานเป็นแนวคิด 3 C เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าและรักษาคุณค่าชุมชนไว้ดังแผนภาพประกอบที่ 5 แนวคิด DASTA 3 C MODEL



แผนภาพที่ 5 แนวคิด 3 C DASTA

CBT = Community Based Tourism

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นศูนย์กลาง โดยความหมายของชุมชน หมายรวมถึง ผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นผู้ที่เกิดที่นั้นหรือผู้ที่มาอาศัยอยู่จนใช้ชีวิตในวิถีที่ก่อเป็นชุมชนตามวิถีการดำรงชีวิตนั้นๆ มักมีการใช้คำว่าชุมชนในบริบทของชนบท พื้นที่นอกเมือง พื้นที่ที่ไม่มีความวุ่นวายของชีวิตเมืองใหญ่ ในที่นี้ คำว่าชุมชน ไม่ได้หมายความเฉพาะในบริบท ความเป็น Rural หรือ Urbanization แต่หมายถึง ชุมชน คนที่อาศัยในที่ที่การท่องเที่ยวส่งผลต่อชีวิต ความเป็นอยู่ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นศูนย์กลาง จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการจัดการ วางแผน อย่างเป็นระบบ

การท่องเที่ยวที่เกิดจากการที่ชุมชนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการวางแผน จัดการ ดูแล และกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวเอง โดยอาจจะมีหน่วยงานภายนอกที่เป็นเพียงผู้ให้การสนับสนุน คนในชุมชนถือเป็นเจ้าบ้านที่ส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการ และประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่ผู้มาเยือน โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ครอบคลุมถึง สิ่งแวดล้อม สังคม ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ และภูมิปัญญา ซึ่งจำเป็นต้องบริหารจัดการให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน เพื่อรองรับผู้มาเยือนอย่างมีประสิทธิภาพ ตามความต้องการที่มีร่วมกันระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนก่อให้เกิดการกระจายรายได้ลงสู่ชุมชนอย่างแท้จริง โดยสามารถทำนุบำรุงทรัพยากรต่าง ๆ

ของชุมชนให้ยั่งยืน นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นของตนเอง ความรักและหวงแหนในท้องถิ่นให้แก่คนในชุมชนอีกด้วย การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของซึ่งมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

การท่องเที่ยวในแหล่งชุมชนที่มีในประเทศไทยพบมีรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตแตกต่างกันไปตามลักษณะของภูมิศาสตร์เฉพาะท้องถิ่น จึงมีเสน่ห์ของวิถีการดำเนินชีวิต แสดงออกมาทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม การแต่งกาย อาหารการกิน ความเชื่อ การท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงเป็นการไปเยือนเพื่อพบเห็นความแตกต่างเหล่านี้ โดยมีคนในชุมชนเป็นผู้ส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวนี้ ดังนั้นการท่องเที่ยว “โดย” ชุมชน มีนัยยะ สำคัญของการที่ชุมชนเป็นประธาน (Subject) หรือผู้กระทำอยู่ ซึ่งหมายถึงการท่องเที่ยวที่ถูกบริหารจัดการโดยชุมชนเอง ชุมชนจัดการทรัพยากรธรรมชาติของเขาเอง ซึ่งถ้าจะทำให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับชุมชนจากฐานทรัพยากรของตนเอง สร้างกระบวนการพัฒนาคนในพื้นที่ เชื่อมโยงความสามัคคีให้รักใคร่กลมเกลียวกัน มีความภาคภูมิใจในชุมชน และสร้างเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ CBT ไม่ใช่การท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเยอะ ๆ แต่จัดเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มขนาดเล็ก (Small-scaled Niche Market) ที่ชุมชนสามารถบริหารจัดการได้ วางบนฐานขีดความสามารถในการรองรับได้ของแต่ละชุมชน รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวจัดเป็นรายได้เสริม ชุมชนอาจมีการทำการเกษตร การประมงอยู่เป็นอาชีพหลัก เพราะฉะนั้นหากไม่มีการท่องเที่ยว ชุมชนยังต้องสามารถยืนหยัดอยู่ได้ แต่หากชุมชนที่สามารถรักษาทั้งอาชีพหลักและการท่องเที่ยวเอาไว้ได้ทั้งสองอย่าง ก็ถือว่าเป็นชุมชนที่มีศักยภาพที่ทำได้สองทาง ในอนาคตซึ่งมีการผสานความสัมพันธ์และความร่วมมือกันกับประเทศเพื่อนบ้าน ขอบเขตทางภูมิศาสตร์จะมีความสำคัญลดลงไป สิ่งที่หลงเหลืออยู่ คือ ภูมิวัฒนธรรม ภูมิสังคม ชุมชนสามารถที่จะพัฒนาให้แข็งแกร่งผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในภูมิภาคมากขึ้น

CT = Creative Tourism

การท่องเที่ยวที่มีฐานมาจากวัฒนธรรม คุณค่าของรากเหง้า ความเป็นตัวตน ที่สืบค้นเป็น Spirit of the Place บนฐานความเป็นตัวตน ของแท้ การเพิ่มมูลค่าเกิดจากการตระหนักรู้ในคุณค่าของรากนี้ และนำมาสื่อความหมายได้อย่างสร้างสรรค์ มีการออกแบบให้เกิดประสบการณ์ที่มีการแลกเปลี่ยนระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน ได้เรียนรู้ ได้ลงมือทำ ได้ความทรงจำ ครบทุกมิติ รูป รส กลิ่น เสียง มิติการคิดเชิงสร้างสรรค์ และสรรสร้าง ให้มีความใหม่ เป็นการประยุกต์วัฒนธรรมมาเป็น กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเรื่องอาหาร การแต่งกาย การกิน อยู่ งานอีเว้นท์ กิจกรรมเหล่านี้ สร้างสรรค์หรือสรรสร้างต้องทำอย่างมีนวัตกรรมที่สามารถสร้างความเหมาะสม ระหว่าง ความคงอยู่ของ Spirit of the Place และ การออกแบบสร้างสรรค์ประสบการณ์เชิงพาณิชย์ ดังแผนภาพที่ 6 ต่อไปนี้

On the continuum…

Cultural Activities Cultural Tourism Creative Tourism (Advanced from Culture and localities)

Spirit of the Place: Authenticity

Preservation (Old)	Contemporary (Present)	Innovation & Design (New)

แผนภาพที่ 6 แนวคิดการออกแบบสร้างสรรค์

กระบวนการระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนที่กระตุ้นให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ การมีส่วนร่วมในการทดลองและลงมือทำ ความคิดสร้างสรรค์ และความสัมพันธ์ ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ยังคงอัตลักษณ์ความจริงแท้และจิตวิญญาณของสถานที่ท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จัดเป็นสื่อกลางในการนำเสนอทรัพยากรการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่มีคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ก่อให้เกิดประโยชน์ต่าง ๆ ต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสร้างงานและอาชีพ การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็ยังได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และเรียนรู้ให้เกิดความเข้าใจต่ออัตลักษณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย ทั้งนี้การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ถือเป็นเครื่องมือในการรักษาสมดุลของทรัพยากรต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนอีกด้วย

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมซึ่งช่วยให้เกิดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ร่วมกับเจ้าของกิจกรรมทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ กับเจ้าของบ้านหรือผู้มาเยือน การท่องเที่ยวความเป็นตัวตนที่แท้จริงของวัฒนธรรม เป็นวิถีชีวิตไม่ใช่ประเพณี เป็นการท่องเที่ยวที่มีการร่วมทำกิจกรรม เช่น การทอผ้า การทำอาหาร เป็นต้น โดยมีคำหลักอยู่ 3 คำ คือ ความจริงแท้ (Authenticity) โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเพียงของเดิม (Conformity) แต่อย่างใด แต่หากมีพลวัตของการเปลี่ยนแปลงตามเวลาเพื่อให้เกิดความร่วมสมัยและจริงแท้ตามกาลสมัยในห้วงเวลานั้นๆ การมีส่วนร่วม หรือการแลกเปลี่ยน (Participation) จิตวิญญาณของพื้นที่ (Spirit of Place) ที่สำคัญ คือ ไม่ใช่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นมาใหม่โดยไม่มีรากที่มา แต่เป็นของจริงแท้ที่ใหม่ได้หากสามารถสืบค้นที่มาและรากของเรื่องราว เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างประสบการณ์ให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวจากการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่นั้น ๆ สร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน อันเป็นผลให้เกิดความประทับใจจดจำพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นตลอดไป ในมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ การท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาวิถีชีวิตดั้งเดิมของท้องถิ่น รวมไปถึงเป็นการสร้างงานสร้างรายได้แก่ชุมชนและคนในท้องถิ่นอย่างยั่งยืนด้วย

ดังนั้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ เจ้าของแหล่งมีความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของแหล่ง ก่อให้เกิดความเข้าใจในสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ของพื้นที่นั้น ๆ การท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้ ลงมือทำ กับกิจกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน หรือสถานที่นั้นๆ ที่สะท้อนให้

เห็นความเป็นตัวตน รากเหง้า ความเป็นมา ของชุมชนหรือสถานที่นั้นๆ โดยเมื่อลงมือกิจกรรมนั้นๆแล้ว จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกไปจากเดิม ได้ลงมือทำและเข้าใจแก่นแท้ของวิถีชีวิตของชุมชน หรือ ผู้คน ที่ได้สร้างผลงานที่เป็น ศิลปะ วัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง

“การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชนที่มีการเพิ่มมูลค่าจากการนำภูมิสังคม ภูมิปัญญา ภูมิทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาต่อยอดเพื่อให้เกิดคุณค่า และมูลค่า และสร้างสรรค์ไม่ขัดแย้งและส่งผลกระทบทางลบต่อชุมชน โดยออกมาในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ให้ผู้มาเยือนได้มีส่วนร่วมในการลงมือทำผลงานทางวัฒนธรรมของชุมชนที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตหรืออัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นของเจ้าบ้าน โดยชุมชนเป็นผู้สอนและให้ความรู้ ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้มาเยือนและชุมชน และก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชน

CBTT = Community Benefitted through Tourism

การท่องเที่ยวที่มีฐานคิดมาจากการเห็นทั้งระบบ ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและไม่เกี่ยวข้องโดยตรง ทั้งระบบควรได้รับประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยว แนวคิดจากการพัฒนาอย่างยั่งยืน จากการที่การท่องเที่ยวใช้ทรัพยากรที่เป็นของส่วนร่วม (Public Goods) การสร้างผลกระทบไม่ว่าบวกหรือลบทำให้หลายหน่วยในโลกนี้ได้รับผลทางใดก็ทางหนึ่ง ดังนั้นจึงควรคำนึงถึง การกระจายผลดีให้ทั่วถึงมากที่สุด การคิดเรื่องห่วงโซ่ความเชื่อมโยงโดยให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการพัฒนา อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พัฒนาคน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานได้ อย่างทั่วถึงและกว้างขวาง ความเชื่อมโยงของผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยว หรือบุคคลที่ประกอบอาชีพอื่นในชุมชน เช่น อาหาร ที่พักแรม กิจกรรมท่องเที่ยว ของที่ระลึก การขนส่ง การนำชมสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนก่อให้เกิดการกระจายรายได้ซึ่งทำให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ และทำให้คนท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในขณะเดียวกันยังกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์ ทำนุบำรุงและสืบทอดทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ยั่งยืน

แนวคิดนี้เป็นกระบวนการเชื่อมโยงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปยังชุมชนซึ่งมีส่วนเป็นจิ๊กซอว์ในกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น อาหาร ที่พัก กิจกรรม ของที่ระลึก ฯลฯ ซึ่งแต่ละชุมชนไม่ต้องมีครบทุกอย่าง แต่มีกระบวนการเชื่อมโยงกันเพื่อเติมเต็มการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์ร่วมกันได้

สรุปแนวคิดเชื่อมต่อ 3 C (The Connectivity of the 3C)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน ถือเป็นฐานของกลไกการจัดการ (Management Mechanism) เพื่อเป็นพื้นที่ให้ชุมชนสามารถสร้างกลไกของตนเอง และนำเอาหลักการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาเสริมเติมแต่งทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่า (Value Creation) ให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวนี้ไม่ว่าจะเป็นในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ก็สามารถขยายผลและกระจายไปในวงกว้างได้อีกด้วย (Supply Chain Management) การทำให้สิ่งเหล่านี้ให้เกิดขึ้นได้จริง หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องร่วมมือ สื่อสาร และเชื่อมต่อระหว่างกันให้ขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายเดียวกัน (Collaborate – Communicate – Connect)

ความเข้าใจเรื่อง วิถีไทย (The Parameter of Cultural Assets and Our Thainess)

การทำความเข้าใจและหากรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทยมีความจำเป็นต้องทบทวนกรอบทฤษฎีเรื่ององค์ประกอบของวัฒนธรรม ซึ่งมีนิยามอยู่อย่างกว้างขว้าง จากการทบทวนงานวรรณกรรมในแนวกว้างนี้ พบว่า การถกประเด็นเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมมักให้คำจำกัดความไว้กว้างและครอบคลุมหลากหลายมิติ จากผลการศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมพฤติกรรมตามค่านิยมและวัฒนธรรมไทยอย่างยั่งยืนด้วยการสังเคราะห์งานวิจัยโดย ดร. นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุลและคณะ (2557) ได้รวบรวมความซับซ้อนเรื่องวัฒนธรรมไว้อย่างครบถ้วน กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรม (Culture) เป็นความคิดที่ถูกสร้างขึ้นในศตวรรษที่ 19 โดยมีรากมาจากคำว่า Cultivate ซึ่งหมายถึง การไถพรวนแผ่นดิน และยังหมายถึงการบ่มเพาะประณีต ดีงาม อุดมสมบูรณ์ การทำให้เสร็จสมบูรณ์ คำว่าวัฒนธรรมในภาษาอังกฤษใช้ในความหมายการบ่มเพาะจิตใจและกิริยามารยาท เมื่อมองคำว่า วัฒนธรรมในความหมายเชิงมานุษยวิทยาก็จะมีความหมายที่กว้างกว่า คือหมายถึงแบบแผนชีวิตร่วมของคนชาติต่างๆ หรือบางทีก็แคบลงมาเป็นวัฒนธรรมเฉพาะของกลุ่มต่างๆ รวมความถึง ความคิด แบบแผน ประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ ทุกอย่าง ไม่ใช่เฉพาะที่เป็นทางการหรือเป็นของสูงของสวยงามอย่างเดียว (อ้างถึง ธีรยุทธ บุญมี, 2546) โดย William (1977) เคยตั้งข้อสังเกตว่า ในบรรดาคำศัพท์ทางวิชาการทั้งหมด คำว่าวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในคำที่ซับซ้อน หลากหลาย และนิยามได้ยากที่สุดคำหนึ่งในวงวิชาการด้านสังคมศาสตร์

ในงานวิจัยเดียวกัน ดร. นำชัยยังสรุปไว้ด้วยว่า พระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ (2502/2525) ทรงนิพนธ์ไว้ว่า เมื่อแรกคำว่า Culture นั้นเป็นคำที่ยืมภาษาต่างประเทศมาใช้ แต่ดัดแปลงตัวสะกดให้เข้ากับลักษณะเด่นทางภาษาของไทย แปลตามรูปสันสกฤตคือ “พฤทธิธรรม” แต่ยังไม่เป็นที่พอใจเพราะคำนั้นหนักเกินไป และผู้อื่นที่ใช้ตามก็ยังไม่พอใจ ในเวลาต่อมาจึงได้เปลี่ยนไปใช้คำว่าวัฒนธรรมแทนเพราะความหมายของคำนั้น นอกจากคำนึงถึงความหมายตามมูลศัพท์แล้ว ยังมีความหมายนิยมใช้อีกด้วย ต่อมา พระยาอนุมานราชธน (2531) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า หมายถึง ธรรมอันเป็นความเจริญ เป็นวิถีหรือทางดำเนินแห่งชีวิตของชุมชนหมู่หนึ่ง ซึ่งอยู่รวมกันในที่หนึ่ง หรือประเทศหนึ่งโดยเฉพาะ เราจะทราบได้ว่าชนชาติใดมีความเป็นอยู่ หรือมีวัฒนธรรมอย่างไรก็อยู่ที่สิ่งต่าง ๆ ที่ชนชาตินั้นปรุงแต่งสร้างหรือทำขึ้น อันมีลักษณะปรากฏออกมาให้เห็นได้ในของชนชาตินั้น ได้แก่ ประเพณี ศิลปะวรรณคดี ศาสนา ความเชื่อถือ จรรยา การศึกษา กฎหมาย การปกครองเหล่านี้เป็นต้น แต่สิ่งเหล่านี้ก็เป็นเพียงสิ่งที่ปรากฏให้เห็นจากภายนอกมิใช่ตัวแท้ของวัฒนธรรม เพราะแท้ที่จริงแล้วตัววัฒนธรรมนั้นซ่อนอยู่ภายใน ไม่อาจมองเห็นได้โดยง่าย

จากหนังสือ Very Thai โดยนักเขียน Phillip Cornwell-Smith (2013) ได้สะท้อนความคิดเรื่อง ความเป็นไทยๆ ไว้สอดคล้องกันคือ ลักษณะวัฒนธรรมไทยต้องศึกษาให้เข้าใจลงลึกให้ทะลุผ่านเพียงแค่การเห็นจากการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ หรือที่เรียกว่า Bricolage (the science of bricolage “reads” objects as signs) การมองความเป็นไทยหรือวิถีไทยจากความเป็นปัจจุบันที่พบเห็นได้จากการดำเนินชีวิตต้องวิเคราะห์วัฒนธรรมที่ฝังในสิ่งที่พบเห็นได้ด้วยตา หากจะเข้าใจความเป็นไทยได้อย่างแท้จริงต้องเข้าใจที่มาความเชื่อ ประวัติศาสตร์ ประเพณี และอื่น ๆ ที่เป็นมวลสารอันเป็นที่มาของการแสดงออกต่าง ๆ นั้น ประเด็น

ที่ต้องให้ความสำคัญคือ ความร่วมสมัยของวัฒนธรรมเหล่านี้ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของความเป็นอยู่ด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดประเภทหรือรูปแบบวัฒนธรรมสำหรับคนชั้นสูงหรือที่เรียกว่า high/elite culture ในขณะซึ่งสิ่งที่พบเห็นได้ทั่วไปคนส่วนใหญ่เข้าถึงและใช้ชีวิตอยู่กับมันทุก ๆ วัน สิ่งเหล่านี้เรียกว่า popular culture คำว่า popular มาจาก population คือวัฒนธรรมหรือความเป็นอยู่วิถีของประชากร ระหว่างปี ค.ศ 1950 ได้มี pop culture เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายจนมี pop music pop art เป็นต้น วัฒนธรรมที่มีการสร้างสรรค์ให้เหมาะกับคนรุ่นใหม่ มีพลวัตตามกาลเวลา หากเปรียบเทียบในเชิงการสร้างสรรค์ ต่อยอด popular culture คือความเป็นปัจจุบันร่วมสมัย ในขณะที่ pop culture ข้ามผ่านพ้นความเป็นปัจจุบันมีการสร้างสรรค์ให้เห็นนวัตกรรมหรือการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัยบ้างแล้ว มีการตั้งข้อสังเกตเรื่อง การสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าวัฒนธรรมจากการสะท้อนจากมุมมองนักเขียนต่างชาติ (อ้างถึงใน Cornwell-Smith 2013) ว่าวัฒนธรรมไทยมีข้อจำกัดในการสร้างสรรค์ เนื่องจากเรามีวัฒนธรรมที่ต้อง ทำตามบรรทัดฐาน (Conformity) ทำให้การสร้างสรรค์วัฒนธรรมของเรามักมาจากการนำเข้า มากกว่าจะพัฒนาสร้างสรรค์จากความเป็นไทยของเราเอง

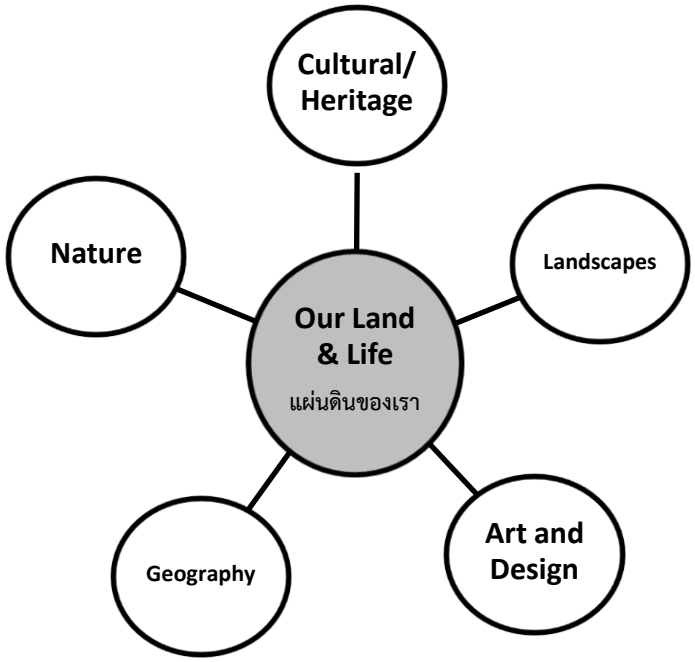
> *“…. because anything ahead of the curve tends to have been imported rather than created from within due to Thai social stricture against innovation and non-conformity” (ibid)*

ในวงวิชาการการท่องเที่ยวมักไม่ถกเรื่องวัฒนธรรมนี้ในเชิงลึก แต่มุ่งให้ความสำคัญกับการนำเสนอวัฒนธรรมให้เกิดประโยชน์เพื่อการพัฒนาความแตกต่างที่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ ของการท่องเที่ยว ทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural assets) นี้ จากการทบทวนและวิพากษ์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนี้ พบว่าการเข้าใจ วิถีไทย จำเป็นต้องมีการคิดเรื่องวัฒนธรรมไทยในเชิงลึก และในที่นี้ วิถีไทยที่ใช้ทั่วไป ในทางวิชาการย่อมหมายถึง วัฒนธรรมที่มิใช่เพียงพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ แต่เป็นระบบความเชื่อและค่านิยมทางสังคม ซึ่งอยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของคนไทย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า วัฒนธรรม คือวิถีชีวิตของคนในสังคมไทย วัฒนธรรมเป็นวิถีที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นชาติ เป็นรากฐานความมั่นคงของชาติ เป็นสิ่งที่แสดงศักดิ์ศรี เกียรติภูมิ และความภาคภูมิใจชาติที่มีวัฒนธรรมอันดีงามสืบทอดความเป็นชาติอันยาวนาน จึงมีศิลปะวัฒนธรรมอันมากมายที่ต้องอนุรักษ์ฟื้นฟู และสืบทอดให้คงความเป็นมรดกคู่ชาติ เสฐียรโกเศศ (2524) กล่าวถึงวัฒนธรรมอย่างน่าฟังว่า

> *“วัฒนธรรมตามความหมายของวิชามานุษยวิทยา ได้แก่ สิ่งอันเป็นวิถีชีวิตของสังคม คนในส่วนรวมของสังคมจะคิดอย่างไร รู้สึกอย่างไร มีความเชื่ออย่างไร ก็แสดงออกให้ปรากฏเห็นเป็นรูปภาษา ประเพณี กิจการงาน การละเล่นการศาสนา เป็นต้น ตลอดจนเป็นสิ่งต่าง ๆ ที่คนในส่วนรวมสร้างขึ้น เช่น สิ่งอันจำเป็นแก่วิถีชีวิตและการครองชีพ มีเรื่องปัจจัยสี่ เครื่องมือเครื่องใช้ เป็นต้น ความคิด*

ความรู้สึก ความเชื่อที่สำแดงออกให้ปรากฏเป็นสิ่งต่าง ๆ แล้วถ่ายทอดสืบต่อกันมาหลายชั่วคน มีการเพิ่มเติมเสริมสร้างสิ่งใหม่ ปรับปรุงสิ่งเก่าให้เข้ากัน นี่คือ ความหมายของวัฒนธรรม”

จากที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่า วัฒนธรรม คือ พิมพ์เขียว (รูปแบบที่กำหนดไว้) สำหรับชีวิตความเป็นอยู่ที่สังคมมนุษย์ต้องมีส่วนร่วม ทั้งนี้รวมถึงเรื่องของสัญลักษณ์ ความรู้ ความเชื่อ และค่านิยม ประเภทของวัฒนธรรมในสังคมของมนุษย์อาจแบ่งวัฒนธรรมออกเป็น 2 ลักษณะ คือ วัฒนธรรมที่เป็นสัญลักษณ์จับต้องไม่ได้ เช่น ภาษาพูด ระบบความเชื่อ กิริยามารยาท ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมทางวัตถุ เช่น บ้านเรือน วัด ศิลปกรรม ตลอดจนเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันลักษณะของวัฒนธรรม ในสังคมมนุษย์หนึ่งๆ หากเป็นสังคมเล็กอาจประกอบไปด้วยกลุ่มชาติพันธุ์เดียว วัฒนธรรมเดียว มีวิถีชีวิตที่เหมือนกัน แต่ในสังคมใหญ่ย่อมมีความสลับซับซ้อนไปด้วยหลายชาติพันธุ์มีขนบธรรมเนียมประเพณีที่แตกต่างกัน วิถีชีวิตที่เป็นรูปแบบเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ของตน สังคมใดที่มีกลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มใหญ่เป็นเจ้าของพื้นที่ วัฒนธรรมของพวกเขาก็จัดว่าเป็นวัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีคนจำนวนน้อยหรือกลุ่มชาติพันธุ์ที่อพยพเข้ามาอยู่ใหม่ในถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ใหญ่วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้ก็จัดว่าเป็นอนุวัฒนธรรมหรือวัฒนธรรมรอง เช่น ประเทศไทยมีชาวไทยเป็นชนกลุ่มใหญ่เป็นเจ้าของประเทศ วัฒนธรรมของชนชาติไทยจึงจัดเป็นวัฒนธรรมหลัก ภาษาที่ใช้ในราชการ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตศิลปวัฒนธรรม จึงถือของชนชาติไทยเป็นหลัก ส่วนวัฒนธรรมจีน ชาวมุสลิม ชาวลาว เขมร กุย เป็นต้น ที่เข้ามาอาศัยอยู่ในผืนแผ่นดินไทย ล้วนถูกจัดเป็นวัฒนธรรมรองเนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์ดังกล่าวเป็นชนกลุ่มน้อยนั่นเอง แต่เนื่องด้วยชนกลุ่มน้อยที่เข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทยเป็นระยะเวลายาวนานและร่วมกันช่วยพัฒนาประเทศชาติ จึงทำให้เกิดวัฒนธรรมบางอย่างที่หลายกลุ่มชนหลายเชื้อชาติได้ยึดถือปฏิบัติร่วมกัน เช่น ภาษาที่ใช้ มารยาทในการเข้าสังคม การจัดงานร่วมกันของทางราชการ การปฏิบัติและข้อห้ามข้อควรทำต่าง ๆ ล้วนจัดว่าเป็นวัฒนธรรมสากลได้ ดังนั้นในสังคมขนาดใหญ่ วัฒนธรรมที่ประกอบกันอยู่นั่น คือ วัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมรอง และวัฒนธรรมสากล สำหรับงานวิจัยนี้ กรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทยมีองค์ประกอบที่สำคัญตามฐานคิดดังกล่าวข้างต้นและรวบยอดเป็นองค์ประกอบหลักดังแผนภาพที่ 7 ต่อไปนี้



แผนภาพที่ 7 องค์ประกอบวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่ง เพราะวัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงไปตามกระบวนการต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบการที่วัฒนธรรมจะเปลี่ยนแปลงไปในด้านใดก็ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ ว่าได้เปิดรับสิ่งแปลกใหม่ที่เข้ามากระทบได้มากน้อยเพียงไร หรือจะปิดกั้นไม่ยอมรับเลยแล้วปล่อยให้วัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปเองอย่างช้าๆ ในกรอบที่ขีดกั้นไว้ ซึ่งการจำกัดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงนั้นอาจออกกฎหรือการจำกัดด้วยข้อห้ามก็ได้ วัฒนธรรมยังหมายถึง ผลผลิตและสิ่งของด้วย วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่กว้างลึกครอบคลุมวิถีชีวิต บรรทัดฐาน คุณค่า จารีตประเพณี ความเชื่อระบบความคิดของสังคมมนุษย์ ดังนั้นการวิเคราะห์เรื่องวัฒนธรรม จึงจำต้องมุ่งไปในรายละเอียดทุกแง่ทุกมุม และต้องมองวัฒนธรรมแบบองค์รวม ทั้งนี้โดยไม่ลืมที่จะดูสิ่งแวดล้อมในสภาวะและสถานการณ์ของ ช่วงนั้น ๆ ว่ามีผลกระทบต่อวัฒนธรรมมากน้อยเพียงใด และทำให้วัฒนธรรมนั้น ๆ แปรเปลี่ยนไปในรูปใดทั้งนี้เพราะการจะเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจสังคมหนึ่งๆ อย่างถ่องแท้นั้น วัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญมาก ดังที่ Boasแห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ผู้วางรากฐานมานุษยวิทยาวัฒนธรรมได้ให้ความสำคัญทางด้านวัฒนธรรมไว้ โดยสามารถสรุปเป็นกรอบคิดเรื่องวิถีไทยจำเป็นต้องครอบคลุม 3 มิติหลัก คือ ชีวิต ธรรมชาติ และศิลปะ ดังแผนภาพที่ 8 นี้

แผนภาพที่ 8 กรอบแนวคิดวิถีไทย

การมองวิถีไทยผ่านแกนสามเสาหลักนี้ จะสามารถเห็นการเชื่อมต่อของวัฒนธรรมไทยที่มีความเฉพาะตามวิถีพื้นถิ่น การดำรงชีวิตจะขึ้นอยู่กับธรรมชาติที่คนท้องถิ่นต้องอยู่ร่วมกันได้ในสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่มี ที่เป็น การปรับตัวให้เข้ากับธรรมชาติจึงเป็นเรื่องราวของชีวิตความเป็นอยู่ที่มีและดำรงมา ดังตัวอย่างบ้านเรือนในรูปทรงที่ออกแบบให้เข้ากับลักษณะภูมิอากาศ ภูมิประเทศ การแต่งกายที่สะท้อนถึงสภาพความเป็นอยู่ของแต่ละท้องถิ่น ศิลปะที่มีในแต่ละท้องถิ่นจึงเป็นการแสดงออกให้เห็นถึง วิถีชีวิต และธรรมชาติที่คนอยู่กับธรรมชาติได้อย่างลงตัว ความหลากหลายทางชีวภาพ และความหลากหลายทางวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นจากความเข้าใจความหลากหลายที่มีใน ธรรมชาติ วิถีชีวิต และหลากหลายทางศิลปะเป็นการแสดงออกให้เห็นเรื่องราวเหล่านั้น กรอบแนวคิดนี้เป็นแกนหลักในการคิดเรื่อง การขับเคลื่อนวิถีไทย โดยกำหนดให้นิยามคำว่า วิถีไทย คือการสืบค้น เรื่องราว จากแกนหลักสามเสานี้

อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม หรือ วิถีไทยนี้ ย่อมเกิดไปตามกาลเวลา ไม่มีสังคมและวัฒนธรรมใดหยุดอยู่กับที่ โดยแท้จริงตลอดเวลามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเสมออันเป็นลักษณะธรรมดาของสังคมมนุษย์ เงื่อนเวลามีผลต่อการสืบทอด สืบสาน และที่สำคัญนวัตกรรมที่นำมาสอดแทรกในวัฒนธรรม งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมกับการเชื่อมต่อของเวลา อดีต ปัจจุบัน และอนาคต เพื่อให้เกิดความร่วมสมัยและการเพิ่มมูลค่าที่คนส่วนใหญ่เข้าถึงได้และในขณะเดียวกัน ตระหนักรู้ถึงคุณค่า โดยให้เยาวชนเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมต่อเรื่องราวรากของวิถีไทย นำสู่นวัตกรรม ตามแนวคิด คนเก่าสืบทอด คนใหม่สืบสาน ดังแผนภาพที่ 9 แนวคิด อดีต ปัจจุบัน อนาคต

แผนภาพที่ 9 แนวคิดพลวัตวิถีไทย

2.2 มูลค่าและคุณค่าการท่องเที่ยววิถีไทย

การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ประกาศว่ากระแสของการท่องเที่ยวของโลกกำลังหันกลับเข้าสู่การท่องเที่ยวแบบย้อนยุค คนเกิดความรู้สึกว่าโลกยุคปัจจุบันที่เขาอาศัยอยู่ คุณค่าถูกมองข้ามและกำลังจะถูกลดความสำคัญลง เนื่องมาจากระบบทุนนิยม จะเห็นได้ว่า เศรษฐกิจทุนนิยมหากเข้าไปในชุมชนใดมักทำให้ตัวตนของชุมชนค่อย ๆ เสื่อมสลายไป ความจำเป็นในการพึ่งพากันของคนในชุมชนค่อย ๆ เบาบางลง ยกตัวอย่าง ในช่วงปี 2540 เป็นช่วงที่เศรษฐกิจการเงินในเมืองไทยล้มลง ด้วยสภาวะเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง เหตุการณ์นี้ได้ทดสอบพลังของชุนชมในการดูดซับลูกจ้างกลับคืนสู่ชุมชน เพราะครอบครัวของคนเหล่านี้ยังมีที่ดินทำกิน ผ่านมาวันนี้ การสัมภาษณ์พบว่า โดยเฉพาะในพื้นที่แม่กลองการถือครองที่ดินของคนในพื้นที่เองมีน้อยลง เนื่องจากนายทุนเข้าไปซื้อที่ดิน ชุมชนเริ่มอ่อนแอ ตรงกับผลงานวิจัยของ Thailand Development Research Institute (TDRI) ในปีที่ผ่านมา พบว่าความอ่อนแอของโครงสร้างครัวเรือนกำลังทำให้เกิดปัญหามากขึ้น ครอบครัวที่มีเฉพาะผู้สูงอายุอยู่ตามลำพังเพิ่มจำนวนขึ้น คนหนุ่มสาวถูกดึงเข้าไปทำงานในเมือง ในวันที่เมือง อ่อนกำลังลง ไม่สามารถจัดแจกทรัพยากรได้อย่างเป็นธรรม ก่อเกิดชีวิตสังคมเมืองมากขึ้น (Urbanisation) โดยบริบทนี้พบได้ในพื้นที่เชียงใหม่ที่มีความเป็นชุมชนคนเมืองมากที่สุด

ปัจจุบัน กระบวนการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าจึงมาเร็วและแรงในหลายประเทศ รวมทั้งประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวคนชั้นกลาง ในมุมของผู้ให้บริการ คนเดินทางมาด้วยวัฒนธรรมที่แตกต่าง จากการสัมภาษณ์พบตรงกันว่า งานด้านการตลาดจึงจำเป็นต้องตีกรอบ สอน และพัฒนาให้นักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะเมื่อต้องเดินทางเข้าไปเรียนรู้ แลกเปลี่ยนกับชุมชน ควรมีความน้อมนอบ

ถ่อมตน มุ่งหมายจะเรียนรู้ ตามหลักวิชาการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างจากการให้บริการในภาคธุรกิจ ชุมชนมิได้มุ่งให้บริการ แต่เปิดตัวให้คนอื่นได้มาเรียนรู้ และชุมชนเองก็เต็มใจที่จะถ่ายทอด มิใช่เพื่อเงิน แต่เพื่อให้ชุมชนสืบทอดตัวเขาออกไปได้ ภายใต้ภาวะที่ผันผวนของระบบต่าง ๆ ในโลก จากสถานการณ์ดังกล่าว จากการสัมภาษณ์พบว่าภาคธุรกิจท่องเที่ยว กำลังเรียนรู้วิธีการของ 2 กระบวนการ คือ

1) กระบวนการกวักมือให้ถูกที่ ดึงลูกค้าให้ถูกแบบ โดยการทำ niche market คือ การค้นหาตลาดเฉพาะด้าน ดึงลูกค้าเป็นกลุ่มตามความสนใจของเขา เช่น กลุ่มที่สนใจด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสุขภาพ ด้านเกษตร ด้านอาหารเป็นต้น เพื่อให้ง่ายกับการสื่อสาร

2) กระบวนการเบรกกลุ่มที่ไม่ต้องการ โดยใช้ประบวนการด้านราคา คือ ดึงราคาให้แพงเพื่อกั้นคนประเภทหนึ่งออกไปอย่างไรก็ดีวิธีการนี้อาจตัดนักท่องเที่ยวคุณภาพไปด้วย ดังนั้นภาคการท่องเที่ยวจำเป็นต้องหาวิธีการในการหั่นกลุ่มที่ไม่ต้องการให้ได้ตรงเป้า

จากการสัมภาษณ์ในพื้นที่วิจัยทั้งสามพบเหมือนกันว่า ในขณะที่กระบวนการของชุมชนแตกต่างจากกระบวนการของภาคธุรกิจ เพราะชุมชนไม่ได้พึ่งพานักท่องเที่ยวเป็นหลัก แต่กำลังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้ กระบวนการล้มครืนของเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง เศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจแบบทุนนิยมหากสะดุดเมื่อใดจะมีคนได้รับผลกระทบเยอะมาก ทั้งสามพื้นที่เห็นตรงกันว่าวิธีที่จะอยู่อย่างยั่งยืนคือ ความพอเพียง ชุมชนอยู่ได้ทุกวันนี้เพราะความพอเพียง อันเป็นกระบวนการเดียวกันกับปรัชญาที่เป็นที่ยอมรับว่าชุมชนคือเศรษฐกิจฐานราก ประเทศจะมั่นคงฐานรากเหล่านี้ต้องมั่นคง ดังนั้นองค์ประกอบจากแนวคิดเรื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน ไม่ว่าจะเป็นขนาดใด หากดำเนินการโดยชุมชนเป็นเจ้าของจะทำให้การจัดการอยู่บนฐานทรัพยากรของชุมชนอย่างพอเพียง

กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากงานวิจัยนี้พบว่าการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยทำได้ในชุมชนเมื่อเราเข้าใจกลุ่มนักท่องเที่ยว ในอดีต มีเพียงคนชั้นนำเท่านั้นที่เดินทาง เพราะการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของความฟุ่มเฟือย การเดินทางท่องเที่ยวของคนชั้นนำเหล่านี้จะมองผ่านแว่นตาที่ชาวตะวันตกได้นำมาใส่ให้ คือ การเที่ยวแบบผ่อนคลาย (Leisure) เป็นการพักผ่อน เอาบรรยากาศ ไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียง จึงไม่ค่อยเห็นคนไทยออกไปท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชุมชน ปัจจุบัน จำนวนคนชั้นกลางกำลังเติบโต และเพิ่มบทบาทในภาคการท่องเที่ยวมากที่สุด คนชั้นกลาง ในที่นี่ หมายถึง คนที่เกิดมาแล้วเชื่อว่าถ้าได้ใส่การศึกษาเข้าไปให้สูงจะสามารถเปลี่ยนฐานะทางสังคมได้ ทำให้คนเหล่านี้ที่ลงทุนด้านการศึกษามากที่สุด รวมทั้งเชื่อว่าหากเปลี่ยนสถานทางเศรษฐกิจได้ก็จะสามารถเลื่อนฐานะทางสังคมได้ สองความเชื่อนี้นำมาซึ่งการค้นหาโอกาสในการเลื่อนฐานะของตนเอง การออกไปท่องเที่ยวถือว่าเป็นการหาโอกาสอย่างหนึ่ง เมื่อชนชั้นกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและกลับไปด้วยสำนึกใหม่ที่ว่ามีกลุ่มคนที่ใช้ชีวิตแตกต่างจากคนเมือง เป็นสังคมที่พึ่งพาอาศัยกัน มีความสุข และยั่งยืน ดังนั้น คนในชุมชนจึงถือว่าเป็น**หินลับมีดที่สำคัญ** ที่จะช่วยขัดสีฉวีวรรณให้คนชั้นกลางดำเนินชีวิตอย่างคมคายมากขึ้น

กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่กำลังเติบโตและเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอยากได้ ได้แก่ กลุ่มอาสาสมัคร คือ กลุ่มคนที่นอกจากจะเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว ยังมีบทบาทเป็นอาสาสมัครเพื่อร่วมในการทำประโยชน์แก่ชุมชน กลุ่มคนชั้นกลางที่หยุดการทำงานเพื่อพักผ่อน 1 - 2 เดือนต่อปี และกลุ่ม Gap Year คือ

กลุ่มเยาวชนที่จบการศึกษาระดับมัธยมปลายใช้เวลา 1-2 ปีในการเดินทางท่องเที่ยวก่อนกลับเข้าสู่การเรียนในระดับอุดมศึกษา

การท่องเที่ยวโดยชุมชนกำลังทำให้คนชั้นกลางเหล่านี้เกิดสำนึกและมุมมองใหม่ ความสำคัญจึงไม่ได้อยู่ที่การใช้เงินจ่ายเพื่อซื้อบริการ แต่เป็นเรื่องของคนในชุมชนกำลังทำหน้าที่เป็น “ครู” ให้นักท่องเที่ยวสามารถตั้งข้อสังเกตได้ว่า รายการการท่องเที่ยวในชุมชน สาระสำคัญไม่ได้อยู่ที่เวลา แต่เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวจากชุมชนเมืองได้ดำเนินชีวิตอย่างไม่รีบเร่ง ได้เห็นดวงดาวบนท้องฟ้า ได้ยินเสียงตัวเองหายใจ คุณค่าที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีให้กับสังคมในประเทศในช่วงเปลี่ยนผ่านจึงความสำคัญมาก เพราะมิได้พูดถึงเฉพาะลมหายใจที่ยาวขึ้นของชุมชน สิ่งแวดล้อมหรือสุขภาพที่ยั่งยืนของชุมชน แต่เป็นเรื่องของการสอนการใช้ชีวิตให้กับชนชั้นกลางในเมือง

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย มีหน่วยงานมากมายที่เข้ามาร่วมทางในฐานะต่างๆกันไป ชุมชนต่างๆ กล่าวไว้เหมือนกันคือ บทบาทของแต่ละหน่วยงานที่เข้ามาในชุมชน ควรมาร่วมเป็นเจ้าภาพที่มีความยืดหยุ่น มิใช่มาเพื่อเป็นเจ้าของ มาเพื่อเป็นนายผู้รู้ บางหน่วยงานอาจจำเป็นต้องเข้ามาเป็นผู้ดูแลบ้างเพียงในบางครั้ง เนื่องจากการดูแลตลอดเวลาจะทำให้ชุมชนไม่โต ทำให้ต้องพึ่งพาหน่วยงานต่างๆ ตลอด จากการวิจัยพบว่าองค์กรต่าง ๆ ทั้งรัฐและเอกชนควรทำหน้าที่ในการเป็นกาวเชื่อม 2 ลักษณะ ได้แก่

กาวเชื่อมที่ 1 คือ กระบวนการการบริหาร ที่เชื่อมส่วนต่าง ๆ ให้มาทำงานด้วยกัน มีการเจอกันอย่างสม่ำเสมอ โดยทั่วไป ในกระบวนการท่องเที่ยวโดยชุมชนประกอบไปด้วยองคาพยพ 4 ส่วน ได้แก่ ราชการส่วนกลาง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน และภาคธุรกิจ แม้จะมีเป้าหมายการทำงานต่างกัน แต่กระบวนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้ทั้งสี่ภาคส่วนต้องทำงานด้วยกัน โดยมีเป้าหมายคือให้ชุมชนดำเนินการต่อไปได้ มิใช่เป้าหมายเชิงมูลค่า

กาวเชื่อมที่ 2 คือ การนำวิชาการเข้ามา วิชาการนั้นสำคัญกว่าผลประโยชน์ เพราะสามารถแพร่ขยายได้ แต่จุดอ่อนของวิชาการไทยคือการใช้ภาษาวิชาการ จึงจำเป็นต้องแปลภาษาวิชาการให้เป็นภาษาที่ชาวบ้านเข้าใจง่าย

ในวันที่ คนชั้นกลางกำลังถวิลโหยหาที่จะท่องเที่ยวในชุมชน เพียงแต่ไม่รู้ว่าจะไปที่ไหน อดีตอาจจะต้องขึ้นป้ายโฆษณากลางแจ้ง แต่ปัจจุบันการพึ่งพาสื่อเหล่านี้น้อยลง เพราะใช้สื่ออิเลคทรอนิกส์มากขึ้น มีการแบ่งปันเรื่องราว ประสบการณ์ท่องเที่ยว ทำให้เกิดปรากฏการณ์ปากต่อปาก (Word of Mouth) ซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารที่มีพลังมาก ในอดีตอาจต้องไปฝากเรื่อง ฝากรายการท่องเที่ยวไว้กับไกด์ท้องถิ่นหรือบริษัทนำเที่ยว แต่ปัจจุบันการดึงดูดนักท่องเที่ยวจะมาจากนักท่องเที่ยวด้วยกันเอง ผ่านเครื่องมือสื่อสารสำหรับถ่ายทอดเรื่องราว จากการสัมภาษณ์เรื่องการสื่อสารมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันคือ สังคมไทยเป็นสังคมฟัง-พูด คนส่วนใหญ่เดินทางเพราะฟังด้วยหู จากการบอกเล่าของคนอื่นและฟังจากสื่ออิเลคทรอนิกส์ ต่างจากยุโรปที่เป็นสังคมอ่าน-เขียน เดินทางท่องเที่ยวเพราะอ่านจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ วางแผนการท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง 8-9 เดือน ในขณะที่นักท่องเที่ยวในชาติเอเชียส่วนใหญ่วางแผนไม่เกิน 2-3 เดือน หรือหากเป็นการเดินทางภายในประเทศอาจวางแผนเพียง 4-5 วัน

ความท้าทาย

ขณะที่นักท่องเที่ยวกำลังเพิ่มขึ้น สิ่งที่กำลังจะเป็นปัญหาและท้าทายชุมชน ทั้งการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการคงอยู่ของชุมชน ได้แก่ (1) การแย่งชิงทรัพยากร ในอดีตเรามีการแย่งชิงทรัพยากรไม้ เนื่องจากราชการเข้ามาและได้ประกาศเขตป่า ทรัพยากรของชุมชนหายไป ปัจจุบันทรัพยากรที่มีการแย่งชิงมากที่สุดคือทรัพยากรน้ำ เนื่องจากเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิโลก น้ำใต้ดินหดแห้งการที่ทรัพยากรหดหาย ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของคน ระลอกแรกจะเป็นการท่องเที่ยว ระลอกถัดไปจะเป็นการย้ายถิ่น และ (2) คนจะอยู่เมืองมากขึ้น ปัจจุบันคนอาศัยอยู่ในเขตเมือง 70 เปอร์เซ็นต์และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเป็น 75 – 80 เปอร์เซ็นต์ คนจากชนบทเดินทางเข้ามาในเมืองด้วยความจำเป็น ไม่ว่าจะหางานทำ ย้ายถิ่นฐาน หรือครอบครัวถูกนายทุนกว้านซื้อที่ดิน รวมทั้งเมืองขยายตัว

ในมิติด้านพื้นที่ จากการสัมภาษณ์มิติเชิงนโยบายพบประเด็นท้าทายที่คล้ายกันกล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมามากขึ้นสิ่งที่ควรคำนึงถึงคือความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) นักท่องเที่ยวของชุมชน ในขณะที่อาเซียนกำลังเปิดเชื่อม เส้นพรมแดนกำลังจางลง เรากำลังอยู่ในวัฒนธรรมใหม่ เป็นวัฒนธรรมของคนเพิ่งมีเงิน นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวจีนที่หลั่งไหลเข้ามาประเทศไทยอย่างมหาศาล เวียดนามเดินทางมาไทยด้วยเรือสำราญ อินโดนีเซียนั่งเครื่องมาซื้อของ และมาเลเซียขี่รถจักรยานยนต์บิ๊กไบท์เข้ามา หากเรื่องเล่าเหล่านี้มันกระจายออกไป ชุมชนจะรับมือกับจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างไร บางชุมชนอาจใช้ระบบการจองเพื่อเป็นการกลั่นกรอง (Screening) นักท่องเที่ยวในเบื้องต้น ในอดีต เราอาจต้องกวักมือเรียก แต่ปัจจุบันต้องใช้วิธี “เชิญถูกที่ เบรกถูกเวลา” เพื่อรักษาสมดุล ชุมชนในฐานะเจ้าของพื้นที่ควรทราบว่าพื้นที่ของตนรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท ได้แก่ นักท่องเที่ยว (ค้างคืน) นักทัศนาจร (ไม่ค้างคืน) เป็นจำนวนเท่าไร ดังนั้นนักวิชาการจึงเป็นกาวสำคัญที่จะช่วยหาคำตอบ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเองควรสนับสนุนเรื่องการบริหารจัดการมากขึ้น การทำงานร่วมกันของผู้รู้ ควรเน้นการทำหน้าที่เป็นหัวสมอง คอยสังเกตสัญญาเชิงบวก-เชิงลบ และบอกต่อไปยังชุมชน ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ ดูงาน ขยายงานวิจัยแปลภาษาวิชาการที่ยากไปเป็นภาษาที่ง่าย ชาวบ้านเข้าใจได้

ผู้นำของทั้งสามพื้นที่ให้ความเห็นตรงกันว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่จำเป็นต้องขยายตัว เพียงเพื่อเอาใจและรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่กำลังมา ในวันนี้ ชุมชนควรรู้จัก “ตัดใจ” เอาชุมชน ความสุขของคนในชุมชนเป็นที่ตั้งเพราะความสุขของชุมชนนี้คือคุณภาพของการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง กระบวนการเหล่านี้ซับซ้อนอ่อนไหว คนที่ลงไปทำงานเรื่องนี้บางครั้งอาจเกิดความท้อใจ เพราะอาการของแต่ละชุมชนไม่เหมือนกัน เขาอ่อนแอและแข็งแรงในจุดที่ไม่เหมือนกัน โครงสร้างของชุมชนไทยในปัจจุบันแตกต่างจากอดีต คนสูงวัยซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในพื้นที่กำลังอ่อนแรง คนรุ่นใหม่ยังไม่กลับมา คนชั้นกลางหันไปทำธุรกิจอย่างอื่น ทำให้วันนี้ชุมชนต้องมองว่าจะหาผู้สืบทอดเรื่องราวในชุมชนของตนอย่างไร เราไม่อาจปฏิเสธนวัตกรรมใหม่ได้ แต่ต้องนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับชุมชน ดูองค์ประกอบของชุมชนว่ายังมีความสุขหรือไม่ เสียงข้างมากมิได้แปลว่ามีความสุข แต่ต้องทำกระบวนการขัดเกลาเพื่อทำให้ทุกเสียงอยู่ร่วมกันได้ สิ่งที่คนชุมชนอยากได้คือ ฉันทามติ สามารถค้านหรือแย้งได้ ก่อนหาข้อสรุปร่วมกัน ทำอย่างไรให้คนที่ไม่ค่อยฟังได้ฟัง ทำอย่างไรทำให้คนที่ไม่ค่อยพูดได้บอก ทำอย่างไรให้คนที่เห็นต่างได้มีโอกาสนำเสนอ กระบวนการเหล่านี้เป็นการรักษา

ชุมชน มิใช่รักษากิจการ เทคนิคการหลอมรวมนี้แตกต่างไปแต่ละชุมชน นักวิชาการอาจนำวิธีการบริหารสมัยใหม่มาให้ชุมชน เพื่อเป็นทางเลือก แต่ส่วนหนึ่งต้องนำมาจากสำนึกภายในชุมชน

ผู้นำชุมชนในพื้นที่เห็นตรงกันด้วยว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนกำลังทำหน้าที่ในการช่วยแตกกิ่งขยายหน่อให้คนกลับไปยังพื้นที่ของเขา เป็นการสร้างชุมชนคืนกลับให้แก่ประเทศ นอกจากนี้ ชุมชนยังได้พยายามทำพื้นที่ของเขาให้เป็นชุมชนที่น่าอยู่และน่าเที่ยว เพราะกระบวนการชุมชน คือ การที่ชุมชนทำพื้นที่ของตนให้น่าอยู่ก่อน แล้วชักชวนให้คนมาเที่ยว กระบวนการการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นประเด็นที่ใหญ่กว่าประเด็นด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม เพราะเป็นการรวมการทำงานในส่วนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

งานวิจัยพบและสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงเรื่องการทำงานร่วมกัน โดยเฉพาะรูปแบบการทำงานและกระบวนการบริหารจัดการของรัฐกำลังเปลี่ยนไป จากการสัมภาษณ์พบว่า เมื่อสี่สิบปีที่แล้ว เรามีองค์กรของรัฐที่เป็นแบบ **“คุณพ่อรู้ดี”** ออกไปสอนคนให้ทำนั้นทำนี้ แต่องค์กรบริหารราชการส่วนกลางเหล่านี้ไม่เข้าใจชีวิตของคนในชุมชน ทำให้การดำเนินชีวิตของเขาไม่สามารถประคองต่อได้ ภาคอุตสาหกรรมดึงคนหนุ่มสาวไปทำงานในเมือง เหลือเพียงเด็กและผู้สูงอายุในครัวเรือน วันนี้ ผู้นำชุมชนกำลังนำประเทศไทย นำอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และที่สำคัญคือ นำสำนึกของคนไทยกลับเข้ามา ชุมชนที่เข้มแข็งด้านการจัดการการท่องเที่ยวในประเทศไทยกำลังเป็นตัวอย่างให้ชุมชนทั่วประเทศ เป็นการสร้างกำลังใจ เนื่องจากความรู้สึกที่ว่าชุมชนอ่อนแอลงทุกที ทำให้เกิดการทำงานร่วมที่ต้องดึงนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนลงไปให้ความรู้แก่คนในชุมชน พร้อมทั้งดูดซับความเป็นชุมชนกลับเข้ามาด้วย ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นมิติของการแบ่งปัน อันเป็นแต่สาระสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

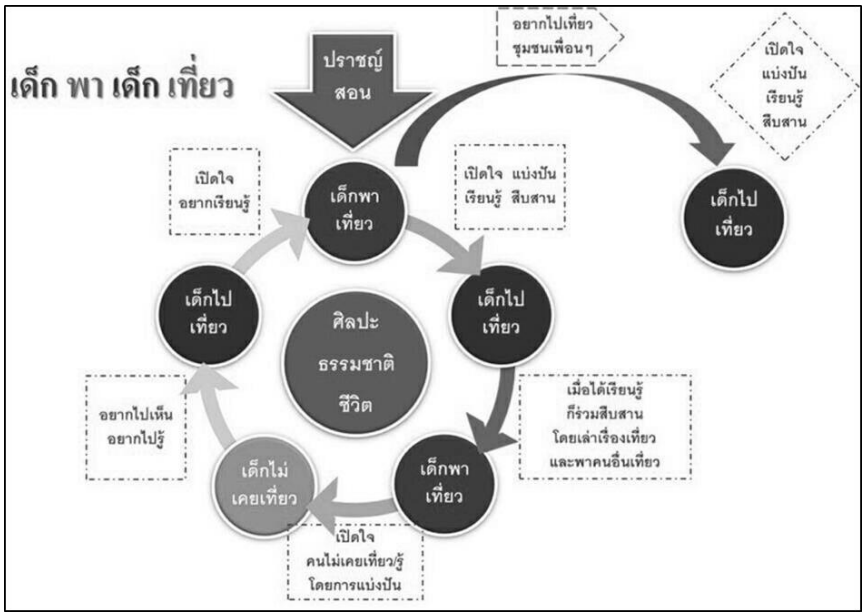
2.3 รูปแบบและวิธีการในการสร้างความร่วมมือของเพื่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทย

จากงานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อการท่องเที่ยววิถีไทย ของ พรรณี พิมาพันธุ์ศรีและคณะในปี 2559 ซึ่งได้ศึกษาถึงแนวคิดในการสร้างความมีส่วนร่วมของเยาวชนเพื่อการสืบสานวัฒนธรรมโดยมีการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ได้นำเสนอ แนวคิด “เด็กพาเด็กเที่ยว” โดยมีเยาวชนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ อาศัยความช่วยเหลือจากผู้ใหญ่ในชุมชนหรือในที่นี้จะขอเรียกว่า ปราชญ์ จากการศึกษาพบว่า เยาวชนสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยววิถีไทย โดยมีความช่วยเหลือจากผู้ใหญ่ในชุมชน หรือปราชญ์ เริ่มจากการที่มีเยาวชนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นเยาวชนในชุมชนหรือนอกชุมชน ได้รับการถ่ายทอดภูมิความรู้และวิถีชุมชนในด้าน ศิลปะ ธรรมชาติ และชีวิตจากปราชญ์ในชุมชน ทำให้เยาวชนกลุ่มนี้กลายเป็นเยาวชนที่สามารถพาคนท่องเที่ยวในชุมชนนั้นได้ในงานวิจัยนี้ขอเรียกว่า “เด็กพาเที่ยว” เมื่อมีเยาวชนกลุ่มที่สองที่เรียกว่า “เด็กไปเที่ยว” เข้ามาเที่ยวในชุมชน ด้วยความที่ทั้งสองฝ่ายเป็นเยาวชน จึงทำให้เด็กไปเที่ยวสามารถ “เปิดใจ” ที่จะรู้ได้ง่ายเพราะมีการสื่อสารที่เป็นภาษาเดียวกัน (การสื่อสารในวัยใกล้เคียงกัน) และจะเริ่มมีการ “แบ่งปัน” ความรู้ โดยที่เด็กไปเที่ยวก็จะแบ่งปันความรู้เรื่องนอกชุมชนให้เด็กพาเที่ยวฟัง เด็กพาเที่ยวนั้นจะสามารถเล่าเรื่องราวของชุมชนผ่าน ศิลปะ ธรรมชาติ และชีวิตให้เด็กไปเที่ยวฟังได้ทำให้เกิดกระบวนการ “เรียนรู้” เมื่อการท่องเที่ยวสิ้นสุดลงพร้อมความสนุกสนานและความประทับใจ เด็กไปเที่ยวก็จะเล่าต่อให้ผู้คนที่เขาได้พบ ในที่นี้ขอเรียกว่า “เด็กไม่เคยเที่ยว” ซึ่งหมายถึง

เยาวชนที่ยังไม่เคยได้มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เพื่อฟังถึงความประทับใจในการไปเที่ยวของพวกเขา เด็กไม่เคยเที่ยวก็จะได้รับการเปิดใจที่จะเข้าไปเที่ยวเพื่อเรียนรู้ ทำให้เกิดกระบวนการในการท่องเที่ยว

ในขณะเดียวกันเด็กจากชุมชนอื่นเมื่อเห็นตัวอย่างจากชุมชนที่ตนไปเยือนในฐานะนักท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจ ก็จะมีโอกาสที่จะตระหนักได้ถึงคุณค่าของชุมชนตนเอง และมีโอกาสที่พวกเขาเหล่านั้นจะไปพัฒนาชุมชนตนเองต่อไปและเป็นชุมชนที่สามารถเป็นสถานที่ท่องเที่ยววิถีไทยได้อีกด้วย จึงนับเป็นการพัฒนาต่อๆกันไป และนับเป็นโอกาสที่จะพัฒนาอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งยังจะสามารถกระตุ้นให้พวกเขาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึก เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบเพราะตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ชุมชนอื่นๆเช่นกัน ดังนั้นเมื่อต่างคนต่างมีความรับผิดชอบในการท่องเที่ยวชุมชนอื่น ร่วมกันอนุรักษ์ และสืบสานก็จะเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยในชุมชนอย่างกว้างขวาง ดังแผนภาพประกอบที่ 2-6

รูปแบบที่กล่าวถึงข้างต้นเป็นรูปแบบที่เหมาะสมในการสร้างความร่วมมือของเยาวชนในกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยในชุมชนต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง เนื่องจากเป็นรูปแบบที่มีการมุ่งเน้นการถ่ายทอดจากปราชญ์สู่ผู้ใหญ่และเด็กในชุมชน และถ่ายทอดสู่คนภายนอกชุมชนอื่น ๆ ต่อไปอย่างต่อเนื่อง วิธีการของรูปแบบนี้เกิดจากการเรียนรู้จากภายในชุมชนจากปราชญ์ของท้องถิ่นสู่เยาวชนคนรุ่นใหม่ เกิดความเข้าใจและตระหนักถึงคุณค่าของชุมชนและวิถีเรื่องราวของชุมชน โดยการปลูกฝังให้แบบต่อเนื่องทั้งด้วยการสอนและการปฏิบัติที่ทำสืบต่อกันในชุมชน ซึ่งก่อนให้เกิดความภูมิใจและพร้อมถ่ายทอดให้ผู้มาเยือน หรือที่เรียกว่านักท่องเที่ยว จึงเกิดการถ่ายทอด เล่าเรื่อง แลกเปลี่ยนประสบการณ์ของชุมชนสู่คนภายนอก และเกิดความประทับใจ และมุ่งไปสู่การถ่ายทอดสู่คนภายนอกอีกต่อไปและต่อไป เกิดการบอกต่อนอกชุมชน คนในชุมชนอื่นเกิดความสนใจและเข้ามาสัมผัส และเป็นผู้บอกต่อได้เช่นกัน ดังนั้นเมื่อมีการสื่อสารต่อกันจากในชุมชนสู่นอกชุมชนต่อไปในรูปแบบต่าง ๆ ก็จะเกิดความสนใจ ซึ่งจะนำมาสู่การพัฒนาชุมชนของตนเพื่อเตรียมต้อนรับผู้มาเยือนอย่างเหมาะสม สม่ำเสมอ จึงเกิดการพัฒนาชุมชนตนเองต่อไป และผู้คนในชุมชนที่เป็นแล่งท่องเที่ยวนั้นก็จะรักษาชุมชนตนเองและสามารถเปิดรับฟังความคิดของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวให้สามารถพัฒนาชุมชนนั้น ๆ ให้เป็นที่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว แต่ก็ยังไม่ทิ้งวิถีชีวิตเดิมของตนอีกด้วย



แผนภาพที่ 10 รูปแบบและวิธีการในการสร้างความร่วมมือของเยาวชนเพื่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนา

โดยจุดเน้นของ “จุดเน้นของเด็กพาเด็กเที่ยว” นี้ การสร้างความร่วมมือของคนในชุมชนและต่อยอดโดยเยาวชนสู่นักท่องเที่ยว ดังนั้นการที่จะสร้างให้เกิดความร่วมมือของเยาวชนในกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยในชุมชนต่าง ๆ อย่างกว้างขวางนั้น จะต้องอาศัยความร่วมมือกันจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องนั้นจะต้องร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมปฏิบัติ (Co-creation) ซึ่งทั้งหมดนั้นเริ่มจากคนในชุมชนก่อนเป็นอันดับแรก ชุมชนต้องมีผู้นำที่เข้มแข็ง สามารถเป็นผู้นำทางความคิด และทางการปฏิบัติได้ จึงจะสามารถก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนได้ เมื่อผู้นำเข้มแข็งและเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างชุมชนได้นั้น ทุกคนจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและตระหนักถึงความสำคัญร่วมกัน ทั้งยังยินดีที่จะพัฒนาชุมชนให้น่าอยู่ ซึ่งจะเกิดความยั่งยืน นอกจากนี้การที่ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนกับนักท่องเที่ยวเพื่อร่วมกันสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนานั้น ดังนั้นการร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมปฏิบัติที่เกิดขึ้นในทุกพื้นที่การวิจัยนั้นสามารถสร้างสรรค์ให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยในชุมชนขึ้นได้ และสามารถก่อให้เกิดได้อย่างกว้างขวางจากรูปแบบ “เด็กพาเด็กเที่ยว” อีกด้วย ดังภาพประกอบที่ 2-7

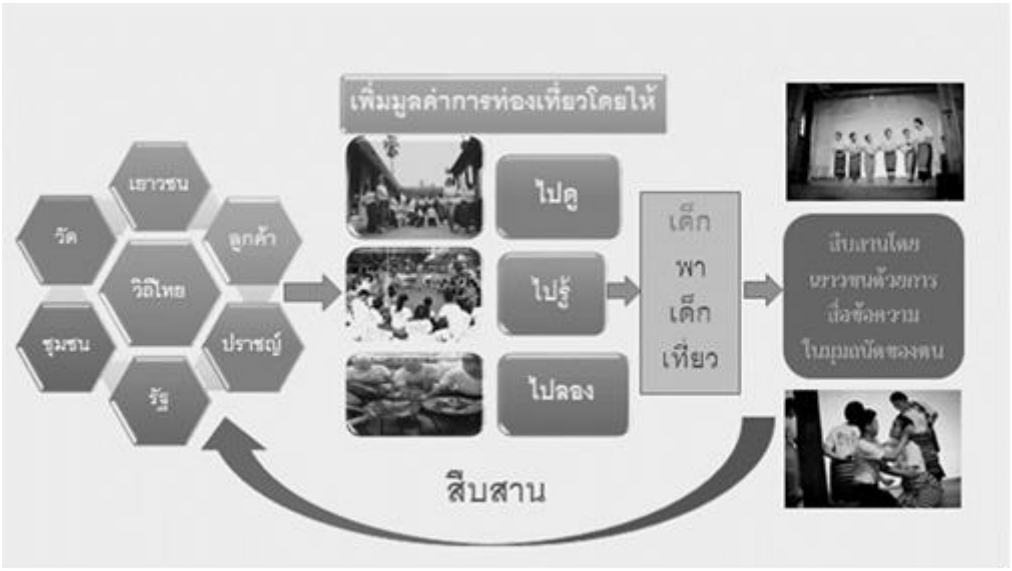
ผลการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการการสร้างชุมชนที่เข้มแข็งและเกิดการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยควรดำเนินการโดยส่งเสริมการวิจัยทุกที่โดยให้มีการดำเนินงานตามกระบวนการสืบค้นราก ร้อยเรียงเรื่องและออกแบบสินค้าและบริการ ตัวอย่างเช่น การสร้างเยาวชน ยุวนักวิจัยวิถีไทย ร่วมการวิจัยประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น องค์ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาในแต่ละท้องถิ่นของตน การสร้างพิพิธภัณฑ์ตำบล การบริโภค เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ในทุกพื้นที่ การยกย่องวีระบุรุษในท้องถิ่นของตน ในรูปแบบ เด็กพาเด็กเที่ยว ไปดู ไปลอง ไปจินตนาการ

1. ร่วมออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมและสินค้าชุมชนตามเรื่องราวที่สืบค้นอย่างสร้างสรรค์มีที่มา โดยนำเยาวชนมาเป็นหนึ่งในกำลังขับเคลื่อนออกแบบซึ่งอาจนำไปสู่

ธุรกิจ Start-up โดยคนรุ่นใหม่ที่เข้าใจรากตามแนวคิด Community based Design (CBD)

2. ส่งเสริม สัมมาชีพเต็มพื้นที่ ผ่านกระบวนการคิด เยาวชนวิถีไทย สืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบ ล้วงให้เห็นราก
3. จัดตั้งกองทุนที่เกี่ยวกับการวิจัยเรื่อง ศีลปะวัฒนธรรมในท้องถิ่น หรือในชุมชน นั้นๆ
4. ส่งเสริมให้เกิดการขยายผลสู่ ภาคส่วนอื่น ๆ เช่น การออกแบบผ้า การออกแบบการแปรรูปอาหาร การออกแบบโรงแรมที่พัก อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่มีฐานคิด สืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบ –CBD
5. กิจกรรมหรือธุรกิจขนาดกลาง เล็ก ที่เกิดจากวิถีไทยนี้ จะสามารถหมุนกลับมาเป็น สินค้าและบริการท่องเที่ยววิถีไทยได้ต่อไปอีกมากมาย
6. การพัฒนาเศรษฐกิจต้องสร้างความสำคัญในเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การทำการท่องเที่ยวให้ครบวงจร ตลอดจนดูแลสิ่งแวดล้อม จะไม่เกิดการสูญเสียสินค้าวัฒนธรรม ควรบริหารจัดการให้ดีโดยจุดแข็งของการท่องเที่ยวไทย คือ การสืบทอดทางวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชนและการเกษตรร่วมทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย
7. ร่วมส่งเสริมการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นให้มีคุณภาพสูง คือ สามารถที่จะนำคนในชุมชนมาเป็นมัคคุเทศก์ร่วมกันสื่อความหมายให้มีชีวิต ตามแนวทางที่พบจากงานวิจัยนี้
8. พื้นที่ต่าง ๆ มีบริบทที่ต่างกัน ควรส่งเสริมพัฒนาผู้นำตามแบบที่ค้นพบในงานวิจัยนี้ และควรมีการต่อยอดศึกษาหากพบให้บริบทอื่น ๆ อีกสามารถสร้างกรณีศึกษาใหม่เพิ่มเติมต่อไป

วิธีการสื่อสารการท่องเที่ยววิถีไทย ทำได้โดยชุมชน เพื่อประโยชน์ของชุมชน การศึกษานี้พบว่า ชุมชนกับวิถีของตนเป็นเรื่องใกล้ตัวจนอาจขาดจินตนาการ การสร้างจินตนาการนี้ควรทำอย่างไรให้มีประสิทธิภาพ จะสื่อให้ดี ชุมชนควรเรียนรู้ที่จะใช้จินตนาการ ซึ่งจินตนาการจะเกิดได้ ถ้าเรารู้สึกรักในสิ่งที่ทำ หรือ การนำคนนอกชุมชน เช่น นักออกแบบ เยาวชนที่เป็นศิลปิน จะเปิดมุมที่จะสร้างการเรียนรู้ที่จะคิดนอกกรอบได้ มองให้เห็นอะไรที่แตกต่าง



แผนภาพที่ 11 กระบวนการขับเคลื่อนการนำวิถีไทยเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่การท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของเยาวชน

2.4 นวัตกรรม การเพิ่มมูลค่าและคุณค่า (Value Creation and Innovation)

กระบวนการนวัตกรรมเป็นกระบวนแห่งการพัฒนาซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่ การค้นหา การเลือกสรร การนำไปปฏิบัติ จนถึงการเรียนรู้ โดยจุดเริ่มต้นของการเกิดนวัตกรรม เป็นการสำรวจสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก (วุทธิศักดิ์ โภชนุกูล, 2557) เพื่อดำเนินการเปลี่ยนแปลงจากแนวคิดที่รวบรวมขึ้นมาเพื่อเลือกสรรแนวคิดที่โดดเด่นไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด สำหรับการนำแนวคิดที่ได้รับการคัดสรรไปปฏิบัติยังประกอบด้วยขั้นตอนย่อย ๆ อีก 4 ขั้นตอน ได้แก่ การรับถ่ายทอดแนวคิดใหม่ การนำแนวคิดใหม่สู่การปฏิบัติ ซึ่งในระหว่างการปฏิบัติอาจจำเป็นต้องอาศัยทักษะการแก้ปัญหา (Problem-solving) เป็นเครื่องมือช่วยในการนำแนวคิดใหม่สู่การปฏิบัติ หลังจากนั้น จึงเป็นการนำเสนอแนวคิดใหม่ที่ได้นำไปทดลองปฏิบัติจริง และการรักษาสภาพการยอมรับนวัตกรรมให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการนวัตกรรม คือ การสรุปการเรียนรู้จากกระบวนการนวัตกรรมตลอดทั้งกระบวนการ เพื่อให้สามารถนำไปใช้พัฒนาวิธีการจัดการสำหรับกระบวนการนวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

นวัตกรรมหมายถึงการใช้ประโยชน์จากความแปลกใหม่เพื่อวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งหรือการปรับปรุงสถานะ การแข่งขันของบริษัท นวัตกรรมจะขึ้นอยู่กับผลของการใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ชุดใหม่ระบบนวัตกรรมอาจได้มาจากการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีเป้าหมายเพื่อการสร้างและการนำนวัตกรรมไปใช้ (Nordic Innovation Center, 2005) งานสร้างสรรค์ร่วมกัน (Co-creation) เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางสังคมบนพื้นฐานของการทำงานร่วมกันของผู้ผลิตและผู้บริโภค (Piller, Ihl & Vossen; 2010)เป็นทฤษฎีที่ได้รับการนำมาใช้เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณค่าทางการตลาดในหลายอุตสาหกรรม หนึ่งในนั้นคืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยการรับรู้ข้อมูลความต้องการทางการตลาดและรูปแบบการบริโภคของลูกค้า

2.5 การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ

จากแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่า ของ Laurence G. Boldt (2009) (อ้างถึงใน พรชัย จิตติวสุรัตน์, 2558.) ได้แบ่งระดับของระบบคุณค่า (Value System) เป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. คุณค่าระดับสากล เป็นระดับที่เปิดเผยถึงธาตุแท้ของความเป็นมนุษย์ เช่น ความรัก ความสงบ ความเป็นเอกภาพ เป็นต้น ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของบุคคลแต่ละบุคคลได้ ดังนั้นจึงไม่มีสิ่งใดที่จะเป็นอุปสรรคในการให้คุณค่า ไม่ว่าจะเป็นภาษา วัฒนธรรม เวลาหรือสถานที่ก็ไม่อาจเป็นอุปสรรคได้ การให้คุณค่าในระดับสากลนี้เป็นการที่เราให้ตระหนักรู้ว่าสิ่งนั้นเหนือกว่าตัวเรา เราให้ความเคารพสิ่งนั้นและสิ่งนั้นก็จะอยู่ในในจเรา
2. คุณค่าทางวัฒนธรรม มีหน้าที่ในการสร้างและดรงกฎระเบียบของสังคมไว้ ไม่ว่าจะเป็นจริยธรรม ธรรมเนียมประเพณี ความถูกผิด ดีเลวในสังคม ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับและยึดถืออยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง โดยจะสะท้อนออกมาจากความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการต่อต้านหรือยอมรับ ซึ่งเมื่อเวลาเปลี่ยนไปก็อาจเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งหากต้องการเข้าใจวัฒนธรรมใด ๆ ก็จำเป็นต้องเรียนรู้ในวัฒนธรรมนั้น ๆ
3. คุณค่าส่วนบุคคล เป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นจากอุปนิสัยและประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละคน ประสบการณ์ที่ต่างกันจึงทำให้เกิดคุณค่าที่ต่างกัน นำมาสู่พลังและความอ่อนแอที่เกิดขึ้นในบริบทต่างกัน สะท้อนออกมาในเป้าหมายของชีวิตที่ต่างกัน และทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตต่างกันด้วย

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

สินค้าหรือบริการในปัจจุบันนั้นมีให้เลือกอยู่มากมายจึงส่งผลให้มีการแข่งขันเกิดขึ้นสูง สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่จะต้องแข่งขันด้วยคุณสมบัติและคุณภาพของสินค้าและบริการเอง แต่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการนั้นกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สินค้าหรือบริการต่าง ๆ เหล่านั้นประสบความสำเร็จได้มากขึ้นและง่ายขึ้น การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าให้ดีขึ้นโดยเพิ่มคุณภาพการผลิต หรือบริการที่ดีกว่าซึ่งจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า นำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ และเพื่อการสร้างความแตกต่างและเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ (ปัทมา เลาหสินณรงค์, 2555) นอกจากนี้ Nilson (1992) ยังได้ให้ความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ว่าเป็นการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้มีความพึงพอใจอย่างสูงสุด และเกินความคาดหมาย นอกจากนี้มูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งที่นอกเหนือไปจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดไว้ว่าจะได้รับ

ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม

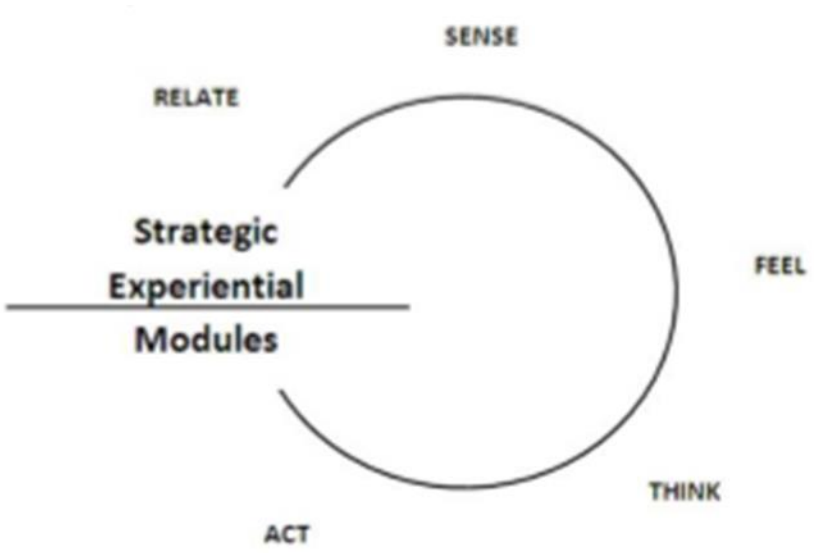
การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (พินพัสนีย์ พรหมศิริ, 2547.) (อ้างถึงใน ปัทมา เลาหสินณรงค์, 2555.) ดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่มากกว่าคู่แข่ง จะสามารถตอบสนองความต้องการและเพิ่มความพอใจให้ผู้บริโภคได้มากขึ้น

2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุด
3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่วยให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้และได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการสามารถทำได้ในหลายมุม เช่น การเพิ่มมูลค่าของซาลาเปา จากงานวิจัยของ ปัทมา เลาหสินณรงค์ (2555) เรื่อง “รูปแบบและปัจจัยด้านมูลค่าเพิ่มของบรรจุภัณฑ์ซาลาเปาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่รับประทานและตัดสินใจซื้อซาลาเปาจำนวน 385 คน พบว่า ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ปัจจัยด้านการเพิ่มมูลค่าของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ซาลาเปาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซาลาเปาของผู้บริโภค ส่วนงานวิจัยเรื่อง “คุณค่าที่สมดุลกับการเปลี่ยนแปลงเชิงสัณฐานของเรือนค้าขายพื้นถิ่น ในตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” ของ พรชัย จิตติวสุรัตน์ (2558) ได้วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงเชิงสัณฐานของเรือนค้าขายพื้นถิ่น ในตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม โดยเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจและการสังเกตการณ์อย่างไม่มีส่วนร่วม พบว่าลักษณะเชิงสัณฐานในสถานที่ดังกล่าวนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์ไปจากอดีตหลายประการ ซึ่งเป็นไปเพื่อรองรับกิจกรรมการค้าเชิงท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคุณค่าเชิง “ประโยชน์” เพียงประการเดียว โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณค่า ด้าน “ความงาม” และ “ความดี” ซึ่งมีข้อเสนอแนะว่าต้องประสานให้เกิดคุณค่าทั้ง 3 ประการ กล่าวคือ (1) คุณค่าเชิงประโยชน์ คือต้องสามารถรองรับการใช้งานได้เหมาะสมกับกิจกรรมการค้าในปัจจุบัน (2) คุณค่าเชิงความงาม ต้องรักษาเอกลักษณ์เชิงสัณฐานของอาคารได้ทุกองค์ประกอบ และ (3) คุณค่าเชิงความดี ต้องเกิดความตระหนักในการรักษาปกป้องเรือนค้าขายสู่คนรุ่นหลัง เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนภายใต้กระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันต่อไป

ทางการท่องเที่ยวนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายรวมถึง การสร้างประสบการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เป็นการจัดการประสบการณ์วิธีหนึ่ง เป็นการสร้างอารมณ์ ความรู้สึกให้กับลูกค้าโดยให้ลูกค้ารู้สึกว่าสินค้าหรือ บริการนั้นมีความโดดเด่นน่าสนใจและสัมผัสได้ เป็นการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ น่าจดจำ น่าประทับใจและมีเอกลักษณ์ซึ่งการจัดการ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ได้ ประยุกต์ใช้แนวคิดของ Schmitt (1999) ที่ สามารถสร้าง “องค์รวมแห่งประสบการณ์ (Total Experience)” ที่นำไปสู่การสร้างความประทับใจที่ ดีให้กับลูกค้าได้อย่างเป็นขั้นตอนดังแผนภาพที่ 12



แผนภาพที่ 12 ประสบการณ์เชิงกลยุทธ์ 5 ด้าน (ที่มา : Schmitt, 1999)

Schmitt ได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับชุดการจัดการ ประสบการณ์เชิงกลยุทธ์ 5 ด้าน ได้แก่ การรับ สัมผัส (SENSE) คือ ส่วนประกอบหนึ่งในกลยุทธ์ การจัดการประสบการณ์ ซึ่งการสัมผัสในความหมาย ของการตลาดเสริมสร้างประสบการณ์นี้มุ่งเน้น การรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสของนักท่องเที่ยวด้วย วิธีการสื่อสารด้วย ภาพ เสียง การสัมผัส จับต้อง กลิ่น และรสชาติในหลายรูปแบบที่ แตกต่างกัน เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีความสนใจและเปิดใจรับสิ่งที่นำเสนอ (ปราณี เอี่ยมละออภักดี, 2548) อารมณ์ความรู้สึก (FEEL) คือ การจัดการที่ มุ่งเน้นสร้างประสบการณ์ในด้านความรู้สึก และ อารมณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างทัศนคติด้าน บวก และความรู้สึกที่ดีต่อสินค้า นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจเมื่อได้ใช้บริการ เกิดความ ประทับใจและเผยแพร่กันไปแบบปากต่อปาก สู่ นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่และนักท่องเที่ยวเดิมกลับมา ใช้บริการซ้ำ การคิด (THINK) คือ การสร้างประสบการณ์เพื่อสร้างความคิดให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการหาความรู้และคำตอบ สามารถใช้การนำเสนอกลุ่มสินค้าและบริการเข้าสู่ ตลาดเป้าหมาย เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจใน สินค้า บริการ และองค์กร การกระทำ (ACT) คือ การส่งเสริมประสบการณ์การบริโภคสินค้าและการ บริการของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำเสนอทางเลือก ใหม่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การอ้างอิงและการสื่อสารผ่านบุคคลที่เป็นแบบอย่าง และเป็นที่ยอมรับของสังคม เช่น นักแสดง นักร้อง นักกีฬา นักธุรกิจ เป็นต้น อาจใช้เป็นหลักการ เหตุผลและแรงจูงใจที่ส่งผลให้ลูกค้าเปลี่ยนวิถีชีวิต และพฤติกรรมการบริโภคใหม่ได้ การเชื่อมโยง (RELATE) คือ การสร้างความสัมพันธ์จาก องค์ประกอบของประสบการณ์ 4 ด้าน คือ การรับ สัมผัส อารมณ์ความรู้สึก การคิด และการกระทำ โดยนำประสบการณ์เฉพาะด้านในแต่ละส่วน มา ผสานเกี่ยวโยงกันจนทำให้ประสบการณ์เฉพาะ บุคคลขยายผลสู่กลุ่มคนในระดับต่าง ๆ การ ท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ รับรู้และสร้างประสบการณ์ได้โดยผ่านประสาท สัมผัสทั้ง 5 ได้อย่างชัดเจนที่สุด นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการด้านการจัดการประสบการณ์ทางการ ท่องเที่ยว ได้ให้ความเห็นที่เกี่ยวข้องกับ การจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนี้ Kivela & Crotts (2006) กล่าวว่า “การทำอาหารและการ ชิมไวน์เป็นศิลปะอีก

รูปแบบหนึ่งที่มีผลต่อประสาท สัมผัสทั้งห้าของมนุษย์ ทั้งการมองเห็น ได้ยินเสียง ได้กลิ่น ได้ลิ้มรส และได้สัมผัส” Smith, et al. (2010) ได้กล่าวถึงประเทศไทยว่าเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีวัฒนธรรมการกินที่แปลก ใหม่ อาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยว มีความรู้สึกว่าเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น เนื่องจากอาหารสามารถบอกถึง เอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของ ท้องถิ่น ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยว ต้องการได้รับจากการมาท่องเที่ยวในแหล่งนั้น

โดยการสร้างมูลค่านั้น ควรคำนึงถึงเรื่องการสื่อความหมาย แม้ส่วนมากจะถูกใช้บ่อยในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น สวนพฤกษศาสตร์ ป่า พื้นที่สงวนรักษาพันธุ์พืชและสัตว์ สวนสัตว์ และอุทยานแห่งชาติ หรือพบในพิพิธภัณฑ์ แกลอรี่ ศูนย์วิทยาศาสตร์ แต่ในปัจจุบันมีการนำแนวคิดการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้มากในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ กลุ่มของงานมัคคุเทศก์ ผู้จัดรายการนำเที่ยว องค์กรอนุรักษ์ และกลุ่มประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

การสื่อความหมาย ถือเป็นกุญแจที่จะทำให้เข้าใจสิ่งที่กำลังศึกษา เป็นสิ่งที่แสดงถึงวิถีชีวิต ระบบ และโครงสร้าง การสื่อความหมายต้องเข้าใจความต้องการ ความสนใจของนักท่องเที่ยว และรู้วิธีการสื่อสารระหว่างคนกับสถานที่ อดีตกับปัจจุบัน คนกับคน และรู้วิธีตอบคำถามแก่ผู้มาเยือน โดยการสื่อความหมายมีประโยชน์เพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ที่มีความหมายและสนุกสนานแก่ผู้มาเยือน และช่วยให้ผู้มาเยือนระวัง ซาบซึ้งและเข้าใจประสบการณ์ที่ได้รับ ทฤษีทางการสื่อความหมายนั้น ในปี พ.ศ. 2500 ฟรีแมน ทิลเดน ได้เริ่มให้คำจำกัดความไว้ว่า คือ การสื่อความหมายมรดก คือ กิจกรรมการศึกษาซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะสะท้อนให้เห็นความหมายและความสัมพันธ์ผ่านการใช้วัตถุต้นแบบ โดยประสบการณ์ตรง โดยสื่อ ซึ่งจะสื่อสารได้เข้าใจง่ายกว่าข้อเท็จจริง เครือข่ายการสื่อความหมายสกอตได้ให้ความหมายเพิ่มเติมว่า การสื่อความหมายคือกระบวนการสื่อสารข้อความและเรื่องราวเกี่ยวกับมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติ ไปยังผู้ชมด้วยแรงบันดาลใจและการเข้าใจอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของชุมชน กล่าวโดยสรุป คือ การสื่อความหมาย คือ การเล่าเรื่อง เป็นสิ่งที่สำคัญ

อีกทั้ง การศึกษาครั้งนี้ได้ประมวลแนวคิด เกี่ยวกับการจัดการประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวโดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 มาสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร ให้สอดคล้องตามลักษณะของประสาทสัมผัสทั้ง 5 อย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

1. รูป หมายถึง รูปร่างลักษณะหน้าตา ของวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร หรืออาหารที่ ปรุงเสร็จเรียบร้อยแล้ว และนักท่องเที่ยวรับรู้ได้ จากการมองเห็น ไม่ว่าจะเป็นสีสันของอาหาร ความสดใหม่ มีควันขึ้นร้อน ๆ หรือแม้แต่การ ตกแต่งอาหารจานนั้น
2. รส หมายถึง รสชาติที่สัมผัสได้จากการ ชิมอาหาร เช่น เปรี้ยว หวาน มัน เค็ม เผ็ด หรือ ขม ของอาหารแต่ละประเภทที่มีความเป็น เอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหาร ไม่ว่าจะเป็นเอกลักษณ์จากเครื่องเทศหรือส่วนผสมอื่น ๆ ไม่ จำเป็นต้องเป็นรสใดรสหนึ่ง อาจจะเป็นรสชาติที่ กลมกล่อมหรือรสชาติเฉพาะของอาหารจานนั้นก็ ได้

3. กลิ่น หมายถึง กลิ่นของอาหารที่ นักท่องเที่ยวสัมผัสได้เป็นอันดับแรก เริ่มตั้งแต่การ ปรุงอาหาร การยกมาเสิร์ฟ กลิ่นของอาหารเป็น ส่วนหนึ่งที่สามารถดึงดูดและกระตุ้นให้เกิดความ ต้องการที่จะลองลิ้มชิมรสในทันที
4. เสียง หมายถึง กระบวนการในการ ปรุงอาหารเริ่มตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ การเตรียมเครื่องปรุง เสียงกระทบกันของครกกับสาก เขียงกับมีด กระทะกับตะหลิว แสดงถึงความทะมัดทะแมงของผู้ปรุงอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยว เกิดความรู้สึกกระหายที่จะลิ้มลองอาหารจานนั้น
5. สัมผัส หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้มี ส่วนร่วมในการประกอบอาหารจานนั้น อาจจะเริ่มต้นจากการเลือกวัตถุดิบ เตรียมวัตถุดิบ หรือ เพียงแค่ชมกรรมวิธีในการทำอาหารจานนั้น และเมื่อได้ชิมอาหารแล้วสิ่งที่ได้จากการชิมคือรสสัมผัส ของอาหาร ความพึงพอใจที่ได้ลิ้มรสอาหารที่ไม่ใช่ แค่เพียงความอร่อย ยังรวมถึงความรู้สึกภาคภูมิใจ ที่ได้ลิ้มลองอาหารจานพิเศษนั้นในแหล่งท่องเที่ยวจริง

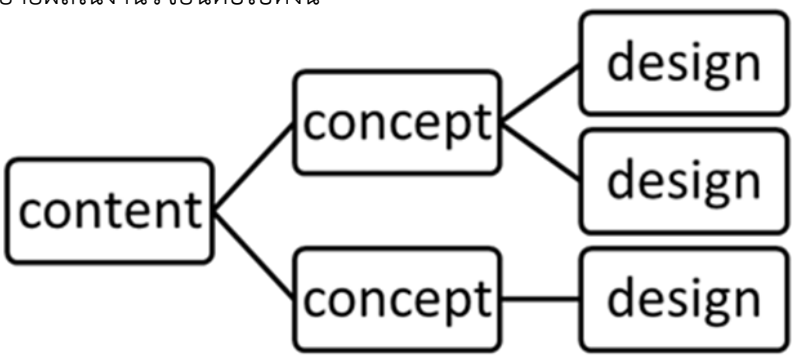
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัทมา เลาหสินณรงค์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบและปัจจัยด้านมูลค่าเพิ่มของบรรจุภัณฑ์ซาลาเปาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่รับประทานและตัดสินใจซื้อซาลาเปาจำนวน 385 คน พบว่า ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ปัจจัยด้านการเพิ่มมูลค่าของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ซาลาเปาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซาลาเปาของผู้บริโภค โดยภาพรวม แต่รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซาลาเปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม ยกเว้นองค์ประกอบในเรื่องวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซาลาเปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พรชัย จิตติวสุรัตน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณค่าที่สมดุลกับการเปลี่ยนแปลงเชิงสัณฐานของเรือนค้าขายพื้นถิ่น ในตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” ซึ่งได้วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงเชิงสัณฐานของเรือนค้าขายพื้นถิ่น ในตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม โดยเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจและการสังเกตการณ์อย่างไม่มีส่วนร่วม พบว่าลักษณะเชิงสัณฐานในสถานที่ดังกล่าวนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์ไปจากอดีตหลายประการ ซึ่งเป็นไปเพื่อรองรับกิจกรรมการค้าเชิงท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคุณค่าเชิง “ประโยชน์” เพียงประการเดียว โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณค่า ด้าน “ความงาม” และ “ความดี” ซึ่งมีข้อเสนอแนะว่าต้องประสานให้เกิดคุณค่าทั้ง 3 ประการ กล่าวคือ (1) คุณค่าเชิงประโยชน์ คือต้องสามารถรองรับการใช้งานได้เหมาะสมกับกิจกรรมการค้าในปัจจุบัน (2) คุณค่าเชิงความงาม ต้องรักษาเอกลักษณ์เชิงสัณฐานของอาคารได้ทุกองค์ประกอบ และ (3) คุณค่าเชิงความดี ต้องเกิดความตระหนักในการรักษาปกป้องเรือนค้าขายสู่คนรุ่นหลัง เพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนภายใต้กระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันต่อไป

2.6 แนวทางการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย

จากผลการวิจัยแผนงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยด้วยการการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม ขับเคลื่อนการนำอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยมาสอดประสานในอาหารไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมโดยชุมชน หรือการสร้างสรรค์การนำเสนออาหารในรูปแบบใหม่ ล้วนแล้วแต่มีแนวทางที่สอดคล้องกัน 3 ขั้นตอนโดยจะนำมาขยายผลในงานวิจัยนี้ต่อไปดังนี้



แผนภาพที่ 13 แนวทางการเพิ่มมูลค่าวิถีไทย

การสืบค้น (Content)

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

1. การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่สามารถเปิดวงพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกันและเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น
2. การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึงผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัดอาจประกอบด้วย นักวิจัย นักออกแบบ ศิลปิน พ่อครัวหรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่อย่างเปิดกว้าง

การสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed) การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อม และบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยน เพิ่มพูนและเติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ และ

เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

การร้อยเรียง (Concept)

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated) เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้น สามารถเป็นเรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้ง อาจเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้

การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related) เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้น อาจมีรายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

การออกแบบ (Design)

การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้

(1) เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง (2) อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting) นอกเหนือจากนี้ยังต้องมี (3) ลีลา (Sophistication) ซึ่งหมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอโดยมีการใช้ Tourism - Community based Design จึงควรใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนให้เกิดการกระจายประโยชน์ สามด้านดังต่อไปนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

1. การกระจายเวลาในการท่องเที่ยวและการจัดการฤดูกาลท่องเที่ยว (Distribution of time)
2. การเดินทางกระจายไปในเมืองหลัก เมืองรองได้ทั่วถึง (Distribution of Place)
3. การท่องเที่ยวทำให้เกิดประโยชน์กับภาคส่วนและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและไม่เกี่ยวข้องโดยตรง (Distribution to other sectors)

2.7 แนวคิดเรื่องออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม

คำว่า Design มาจากรากศัพท์ภาษาละตินคือคำว่า Designare หมายถึง กำหนดออกมากะหรือ ขีดหมายไว้ เป้าหมายที่จะแสดงออกซึ่งหมายถึงสิ่งที่อยู่ในอำนาจความคิด (Conscious) อันอาจเป็นโครงการ รูปแบบ หรือแผนผังที่ช่างหรือศิลปินกำหนดขึ้นด้วยการจัดท่าทาง ถ้อยคำ เส้น สี เสียง รูปแบบ โครงสร้าง และวัสดุต่าง ๆ โดยใช้หลักเกณฑ์ทางความงามหรือสุนทรียภาพ (Aesthetic Principle) ดังนั้น จะพบว่าสรรพสิ่งที่มนุษย์ประดิษฐ์ทำขึ้นนับจากสิ่งที่ง่ายที่สุดจนถึงสิ่งที่ยากสลับซับซ้อนไม่ว่าจะเป็นงานหัตถกรรม ศิลปกรรม จนถึงการออกแบบยานอวกาศ ล้วนต้องมีการออกแบบทั้งสิ้น ตามความหมายของการออกแบบจากแนวคิดของบุคคลหลายฝ่ายซึ่งพอสรุปได้ว่า การออกแบบเป็นกิจกรรมอันสำคัญประการหนึ่งของมนุษย์ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่มนุษย์ต้องการใช้การออกแบบทุกระยะเพื่อกำหนดการดำรงชีวิต เพราะการวางแบบแผนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นสุดท้ายของชีวิตในทุก ๆ ด้าน ย่อมขึ้นอยู่กับในวิธีการออกแบบทั้งสิ้น จะเห็นได้ว่ามนุษย์ใช้การออกแบบเป็นองค์ประกอบในการดำรงชีวิตในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม สิ่งที่ต้องนำมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม คือการนำหลักพื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ประกอบด้วยหลักการ 10 ข้อ มาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมให้มีรูปแบบที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งมีแนวทางการวิเคราะห์ดังนี้

1. ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (Functions)
2. ความปลอดภัยในการใช้งาน (Safety)
3. ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ (Durable)
4. ความสะดวกสบายหรือความถูกต้องตามหลักสรีระศาสตร์ (Ergonomics)
5. ความงามของผลิตภัณฑ์ (Aesthetic)
6. ราคา หรือต้นทุนในการผลิตกับการจำหน่าย (Cost)
7. การดูแลและบำรุงรักษาง่าย (Maintenance)
8. วัสดุ (Material)
9. กรรมวิธีการผลิต (Production)
10. การขนส่ง (Transportation)

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ 10 ข้อดังกล่าวถือเป็นหัวใจของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบวัฒนธรรมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคซึ่งนำมาใช้จะแตกต่างกันไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบ เช่น การออกแบบเครื่องประดับ ผู้ออกแบบมุ่งที่ประเด็นความงามเป็นสำคัญ หรือการออกแบบของเด็กเล่น ควรเน้นที่ความปลอดภัยของผู้เล่นเป็นประเด็นหลัก เป็นต้น ดังนั้นผู้เขียนจึงได้แสดงรายละเอียดของหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับการแสดงภาพประกอบและการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ จากทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นฐาน ตามลำดับหัวข้อเพื่อให้เข้าใจ ยิ่งขึ้น ในงานวิจัยนี้เช่นกัน

บทบาทของวัฒนธรรมกับความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญในการนำมาเป็นต้นแบบของความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากวัฒนธรรม

เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมอื่น ๆ ที่เป็นการแสดงออกของมนุษย์ หรืออาจเกี่ยวข้องกับสิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือผลิตขึ้นจากระบบค่านิยมขนบธรรมเนียมประเพณีและความเชื่อของมนุษย์ ในขณะเดียวกันการออกแบบผลิตภัณฑ์ก็เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคน สังคม สิ่งแวดล้อมหรือสิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลงปรับปรุง หรือผลิตขึ้นเช่นกัน โดยพิจารณาได้จากรูปแบบของการสร้างสรรค์ การบริการที่ตอบสนองความต้องการใช้สอยในชีวิตประจำวัน ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเป็นการออกแบบที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ให้สามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างสะดวกสบายและยังเป็นการออกแบบที่เน้นในเรื่องของการทำให้สิ่งนั้น ๆ มีความสวยงามร่วมด้วย ดังนั้นผู้เขียนจึงได้กล่าวถึงความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามหลักปัจจัย 4 เพื่อให้เข้าใจง่ายตามปัจจัยความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ซึ่งเมื่อนำปัจจัยดังกล่าวมาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์หรือพัฒนาตามกระบวนการของการพัฒนาวัฒนธรรมเป็นสินค้า สามารถสร้างสรรค์เป็นสินค้าวัฒนธรรมและสินค้าเชิงอุตสาหกรรมจากโครงสร้างด้านรูปแบบของมรดกทางวัฒนธรรมเอกลักษณ์ในการดำรงชีพต่าง ๆ ที่ต้องอาศัยปัจจัยหลายด้านร่วมกัน เช่น ปัจจัยสี่ การศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณี การศึกษาวิถีการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญา เป็นต้น โดยเฉพาะปัจจัยสี่ที่ประกอบด้วย อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค จัดเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สามารถทำให้เกิดโรงงานสินค้าทางวัฒนธรรมได้อย่างมหาศาล ซึ่งสามารถอธิบายแนวทางการสร้างสรรค์จากปัจจัยวัฒนธรรมดังกล่าวให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางวัฒนธรรมได้ ดังนี้

1. วัฒนธรรมที่มีส่วนสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

อาหารเป็นสิ่งบริโภคที่สำคัญที่สุดในการทำให้ร่างกายมนุษย์เจริญเติบโต โดยในประเด็นนี้วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องด้านอาหารได้เข้ามาเกี่ยวข้องในเรื่องของการผลิตและสร้างสรรค์องค์ประกอบร่วมของอาหาร เช่น ภาชนะ ใส่อาหาร บรรจุภัณฑ์อาหาร อุปกรณ์ทำอาหารต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งการปรุงอาหารเพื่อให้รสชาติสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละพื้นถิ่น ฯลฯ ดังนั้นองค์ประกอบต่าง ๆ ดังกล่าว จึงสามารถนำส่วนที่เป็นวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องได้โดยตลอด ซึ่งหากวัฒนธรรมใดเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวหรือคุ้นเคยกับผู้บริโภค ยิ่งทำให้การเข้าถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ง่ายขึ้น ในขณะเดียวกันนักออกแบบผลิตภัณฑ์ได้เข้ามามีบทบาทในส่วนที่ต้องคิดในขั้นตอนของการออกแบบองค์ประกอบของอาหารเหล่านั้น ทั้งในส่วนของภาชนะต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกในการห่อหุ้มหรือบรรจุภัณฑ์อาหาร ให้สามารถเก็บอาหารได้โดยปลอดภัยจากการเก็บเพื่อโชว์ หรือในบ้านพักอาศัย รวมทั้งเก็บเพื่อกันกระแทกในการเคลื่อนย้ายในระหว่างการขนส่งด้วย โดยสิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุภัณฑ์นั้นนั้นต้องสามารถแสดงตัวตนของผลิตภัณฑ์และป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ดี จึงจะแสดงถึงความมีประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ได้

นอกเหนือจากการปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในแล้ว บรรจุภัณฑ์ยังต้องสามารถกระตุ้นความรู้สึกให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการด้วยองค์ประกอบของความงามจากภายนอก และเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงกระตุ้นทางอารมณ์ให้ผู้คนเกิดความสนใจ เกิดความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ ที่สามารถดึงดูดใจ และน่าเชื่อถือต่อผู้ที่พบเห็นด้วย ในขณะเดียวกันหากเชื่อมโยงเนื้อหาวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารผสมผสานบรรจุภัณฑ์ด้วยยิ่งทำให้เกิดคุณค่าที่แสดงเอกลักษณ์ได้ดี ดังนั้นนักออกแบบจึงต้อง

คิดโจทย์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารเพื่อให้เป็นสิ่งปกป้อง แสดงความแตกต่าง แสดงความงามที่ซื้อเอกลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและมีความเหมาะสมกับการนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์อาหารแต่ละประเภทด้วย

ในประเด็นดังกล่าว ทำให้บรรจุภัณฑ์มีบทบาทที่สำคัญต่อผลิตภัณฑ์มากขึ้น จึงทำให้บรรจุภัณฑ์มีอัตราการเติบโตร่วมกับการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารและยังส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศด้วย โดยเฉพาะการมีบทบาทในการส่งเสริมด้านการตลาด กล่าวคือ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ยังสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาที่แสดงเอกลักษณ์ร่วมกับการแสดงเนื้อหาทางวัฒนธรรมให้กับสินค้าเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย ดังนั้น กระบวนการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์จึงต้องออกแบบให้สวยงามเหนือกว่าคู่แข่งอื่น ๆ จึงสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ อาจกล่าวได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์อาหารมีความเกี่ยวข้องกับภาชนะใส่อาหาร และบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ โดยรูปแบบของภาชนะบรรจุภัณฑ์มักมีความสัมพันธ์กับศิลปวัฒนธรรมของคนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีตัวอย่างให้เห็นจากบรรจุภัณฑ์ที่สื่อวัฒนธรรมพื้นถิ่นซึ่งอาจสื่อจากวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เช่นไม้ ไม้ไผ่ ใบตอง ใบกล้วย ใบบัว ฯลฯ หรือเรื่องราว และการผลิต โดยการทำบรรจุภัณฑ์เหล่านี้ นอกจากเพื่อปกป้องสินค้าแล้ว ยังจัดเป็นงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมวัฒนธรรมอีกประเภทหนึ่งที่แฝงไว้ด้วยเนื้อหาเชิงศิลปวัฒนธรรมที่ได้สืบทอดกันมานาน

การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับใส่อาหาร (ภาชนะใส่อาหาร) เป็นภาชนะออกแบบที่สื่อวัฒนธรรมบนตัวผลิตภัณฑ์โดยการนำรูปแบบใบบัว ใบกล้วย ที่เป็นวัฒนธรรมพืชพื้นบ้านของไทยมาเป็นแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ภาชนะใส่อาหารเพื่อแสดงเอกลักษณ์ร่วมกัน เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถสื่อวัฒนธรรมบนตัวผลิตภัณฑ์ด้วยรูปแบบของพืชพื้นบ้านไทย โดยเริ่มจากกำหนดแนวคิดของรูปแบบจากพืชพื้นบ้าน ร่างรูปแบบหลักเพื่อให้เกิดรูปทรงตามแนวคิด และกำหนดรายละเอียดของรูปทรง

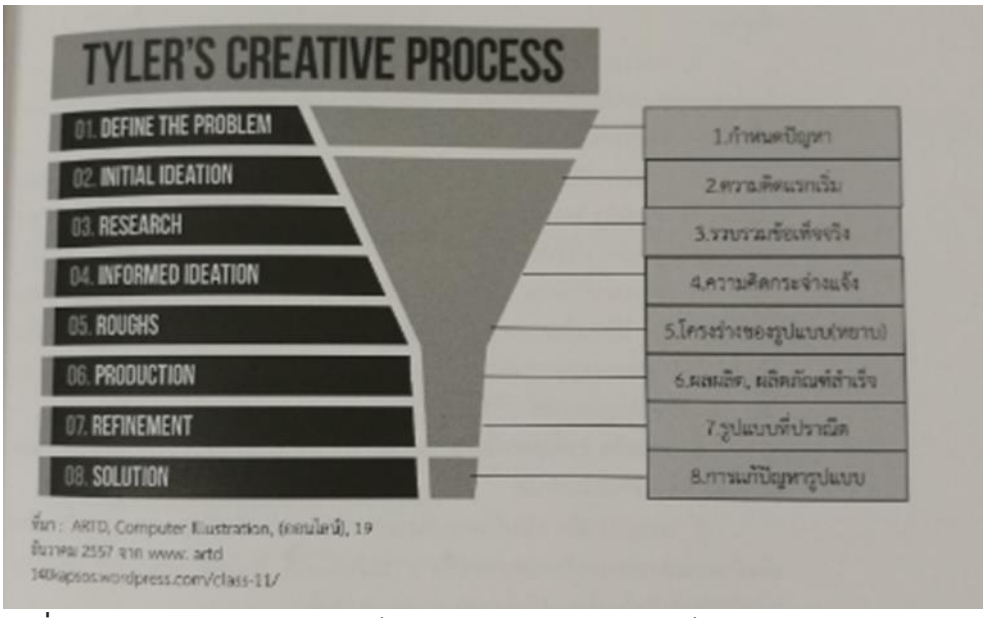
รูปภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ภาชนะใส่อาหารจากแนวคิดวัฒนธรรมพืชพื้นบ้านไทย
(ที่มา : B2Bthai.com)

2. วัฒนธรรมที่มีส่วนสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องนุ่งห่ม

เครื่องนุ่งห่มที่นำมาใช้ร่วมกับวัฒนธรรมเพื่ออธิบายถึงความสอดคล้องกัน ได้กำหนดจากประเภทเสื้อผ้า หรือ เครื่องแต่งกาย ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ โดยมีหน้าที่หลักคือการใช้สวมใส่เพื่อปกป้องร่างกายจากสภาวะอากาศ สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความสุข และเพื่อสะท้อนถึง

สังคม วัฒนธรรม รวมถึงรสนิยมเฉพาะบุคคลด้วย ซึ่งเมื่อมนุษย์มีความต้องการด้านเครื่องนุ่งห่มต่าง ๆ ที่ประกอบไปด้วย เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับที่เป็นองค์ประกอบร่วมรายการทำให้เกิดความสวยงาม ทำให้เกิดความสุขทางใจ และผลจากสิ่งเหล่านี้จึงทำให้มีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับความสวยงามความสุภาพในการสวมใส่ ซึ่งอาจพิจารณาได้จากการแต่งกายที่เหมาะสมกับสรีระของร่างกาย เหมาะสมกับโอกาส และสถานที่ เช่น การสวมใส่ที่ไม่รัดแน่นจนเกินไป หรือสวมกระโปรง กางเกงที่ไม่สั้นมากนัก หรือการเข้าไปในสถานที่ควรแก่การสักการะบูชา ได้แก่ ศาสนสถาน วัด โบสถ์ หรือสถานที่ราชการ สถานศึกษา ฯลฯ ดังนั้นการแต่งกายให้ถูกกาลเทศะจึงเป็นเรื่องสำคัญที่มนุษย์ทุกคนควรปฏิบัติให้ถูกต้องตามหลักขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นด้วย และในปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มกลายเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในโครงการของรัฐบาล จึงเป็นสิ่งยืนยันถึงการเพิ่มจำนวนของเสื้อผ้า และมีรูปแบบของเสื้อผ้าที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญของมนุษย์อีกประการหนึ่ง ดังนั้นคนในสังคมจึงต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อปฏิบัติที่เหมาะสมในการสวมใส่ เพื่อให้เกิดเป็นสังคมที่ดีงามต่อไป วัฒนธรรมการแต่งกายที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทยล้านนาและแสดงรสนิยมเฉพาะบุคคลโดยวัฒนธรรม การทอผ้าที่มีลวดลายต่าง ๆ ได้แสดงผ่านการนุ่งผ้าของสตรีและส่งผ่านวัฒนธรรมสู่ลายผ้าทอในปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรมล้านนาจากรูปแบบการแต่งกายและลวดลายของเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผ้าทอมือที่จัดเป็นศิลปะแห่งภูมิปัญญาพื้นถิ่นที่สร้างสรรค์จากองค์ความรู้ของคนสมัยก่อน ลวดลายต่าง ๆ มีความผูกพันเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ความเชื่อ และพิธีกรรมของไทย ดังนั้นทั้งศาสตร์และศิลป์แห่งการทอผ้าจึงได้รับการถ่ายทอดและสืบสานสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน จึงส่งผลให้เครื่องนุ่งห่มที่มาจากผ้าทอในหลายพื้นที่ยังคงรักษารูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนได้เป็นอย่างดี ผ้าทอจึงเป็นมรดกทางสังคมที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมาในอดีตและเชื่อมโยงเรื่องราวของลวดลาย รูปแบบการนุ่ง การประยุกต์เพื่อสวมใส่ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบันตามรูปแบบสมัยนิยม และยังมีการนำผ้าทอต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการเป็นภาพตกแต่งอาคารบ้านเรือน สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน ฯลฯ จึงจะเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมด้วยการผลิตงานวัฒนธรรม ซึ่งคล้ายกับกระบวนการเดียวกับการผลิตสินค้าที่มีองค์ประกอบหลายอย่างร่วมกัน ซึ่งวัฒนธรรมการแต่งกายเป็นเครื่องแสดงเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นถิ่น

กรอบของการสร้างสรรค์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในการสร้างสรรค์ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์นอกจากพิจารณาจากการออกแบบที่คำนึงตามสัดส่วนทองคำแล้วยังสามารถสร้างสรรค์ตามกรอบแนวคิดการสร้างสรรค์จากกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ที่มีผู้รู้ได้สร้างไว้เป็นแนวทางเพื่อให้ง่ายต่อการทำงานด้านอื่น ๆ ในขณะเดียวกันการสร้างสรรค์ คือการสร้างสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า ทั้งทางจิตใจและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสร้างสรรค์ ดังนั้นในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จึงเป็นลักษณะที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงสามารถประยุกต์ใช้แนวทางการสร้างสรรค์ตามแผนภูมิต่าง ๆ ที่มีผู้รู้ได้ศึกษาไว้ เพื่อใช้เป็นแบบอย่างในการคิดกระบวนการสร้างสรรค์งานให้ผลงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนี้



แผนภาพที่ 14 กรอบของการสร้างสรรค์จากกระบวนการสร้างสรรค์ใน Tyler's Creative Process (ที่มา :ASTD)

ซึ่งถือเป็นกรอบของการสร้างสรรค์เพื่อให้สามารถสร้างแนวความคิดเริ่มต้นและสามารถใช้กำหนดปัญหา ที่นำมาสู่การแก้ปัญหาได้ตรงประเด็น จากแผนภาพที่ 15 เป็นตัวอย่างของกรอบแนวคิดของกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบ " Tyler's Creative Process" ซึ่งได้นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบในงานวิจัยในครั้งนี้ ด้วยกระบวนการสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

1. การกำหนดปัญหา โดยในการสร้างสรรค์งานออกแบบต่าง ๆ ให้ระบุลักษณะและขอบเขตของปัญหาด้านต่าง ๆ ให้ชัดเจน โดยอาจจัดกลุ่มของปัญหา เป็นหัวข้อต่าง ๆ เพื่อจะได้สร้างสรรค์ตามแนวทางของปัญหาแต่ละด้านได้ง่ายขึ้น และยังสามารถลดระยะเวลาการสร้างสรรค์ให้สั้นลงด้วย
2. ความคิดแรกเริ่ม เกิดจากการที่ได้รับรู้ในปัญหานั้น ๆ แล้วกล่าวคือ ในขั้นตอนนี้ความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้โดยง่าย โดยสืบเนื่องจากการที่ได้รับรู้ปัญหาจากการที่ได้กำหนดกรอบของปัญหาเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจนไว้แล้ว จึงทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ผลงานได้ง่ายขึ้นด้วย
3. การรวบรวมข้อเท็จจริง โดยอาจทำในรูปแบบของการวิจัยทุกแง่มุมของปัญหา โดยในกระบวนการดังกล่าวอาจเริ่มจากการเริ่มค้นคว้าและดำเนินการในทุก ๆ ด้านอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงของปัญหาที่เกิดขึ้น
4. การมองเห็นปัญหา หรือการรับรู้ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเป็นขั้นตอนของความคิดที่มองเห็นแนวทางแล้วโดยเป็นการมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้ดำเนินการค้นคว้าหาสาเหตุของปัญหาต่าง ๆ ไว้แล้ว

5. กำหนดเค้าโครง ในขั้นตอนนี้จะสามารถกำหนดเค้าโครงของรูปแบบผลงานสร้างสรรค์ต่าง ๆ ได้ตามจินตนาการจากผลของการรับรู้ปัญหานั้น ๆ แล้ว โดยโครงร่างของรูปแบบเริ่มที่จะมีเค้าโครงของรูปแบบที่สามารถมองเห็นได้ และสามารถวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ ได้จากการที่ได้เห็นรูปแบบคร่าว ๆ แล้ว
6. การผลิต ในขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการที่ได้ดำเนินการในขั้นของกระบวนการการผลิตแล้วจึงมีผลิตภัณฑ์จริงให้เห็นได้
7. ความประณีต เป็นขั้นตอนที่สามารถเห็นรูปร่างที่แท้จริงของผลงานนั้น ๆ โดยเมื่อทำการผลิตออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ สัมผัสได้ จะทำให้เห็นปัญหาจากการที่ได้สัมผัสสิ่งนั้น ซึ่งจะทำให้เห็นปัญหาที่ชัดเจนยิ่งขึ้น
8. การแก้ปัญหา เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากได้เห็นรูปแบบที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์หรืองานสร้างสรรค์ต่าง ๆ แล้ว ซึ่งการได้เห็นปัญหาจากการใช้งานผลิตภัณฑ์จึงทำให้สามารถแก้ปัญหาได้ตรงประเด็น

ดังนั้นกระบวนการดังกล่าวจะมีการดำเนินไปตามกรอบแนวคิดของกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นปัญหาและนำมาแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้ได้ผลงานสร้างสรรค์ที่สมบูรณ์ นอกจากกรอบของการสร้างสรรค์จากกระบวนการสร้างสรรค์ดังกล่าวแล้ว ยังมีกรอบของการสร้างสรรค์จากกระบวนการสร้างสรรค์อีกหลายแนวทาง ทั้งรูปแบบที่เป็นการกำหนดกรอบแบบองค์รวมจากมุมมองของสิ่งใดสู่สิ่งเล็ก ที่สามารถส่งเสริมแนวคิด และนำมาใช้ในการพิจารณาแนวทางการสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี

2.8 ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

การสร้างสรรค์ที่จะสามารถส่งผลกระทบด้านบวกในวงกว้างนั้นไม่อาจเกิดขึ้นได้จากการสร้างสรรค์ของคนเพียงคนเดียว หรือกลุ่มคนเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนั้นๆจึงควรจะได้มีโอกาสร่วมสร้างสรรค์ด้วยเพื่อประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นร่วมกันและเกิดได้อย่างยั่งยืน

ร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ หรือที่เรียกว่า Co-creation เป็นแนวคิดทางการตลาดแนวใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมซึ่งเป็นแนวคิดที่มองเห็นว่าในปัจจุบันนั้นมีทางเลือกเกิดขึ้นมากมายให้ผู้คนในยุคปัจจุบันจับจ่ายใช้สอย เลือกกิน เลือกใช้ รวมถึงเลือกท่องเที่ยวได้อย่างมากมาย แต่ความมากมายเหล่านั้นก็ยังไม่สามารถสนองตอบความพึงพอใจของผู้บริโภคได้เป็นที่เพียงพอ ดังนั้นในฐานะผู้ประกอบการจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งหากกล่าวในมุมของการตลาดนั้นอาจมีส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ผลิต หรือฝ่ายเจ้าของกิจการ (company) และฝ่ายผู้บริโภค หรือฝ่ายลูกค้า (customer) ดังนั้นทางการตลาด เจ้าของกิจการจึงปรับกลยุทธ์ให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างความรู้สึกผูกพันกับสินค้าและเป็นการสร้างสรรค์ความพึงพอใจร่วมกันเพื่อเพิ่มยอดการขายให้มากขึ้นแต่อย่างไรก็ตาม หากมองฝ่ายผู้ผลิต หรือฝ่ายเจ้าของกิจการ ในมุมที่มากกว่าการขายสินค้าเพียงอย่างเดียวนั้น ผู้ที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องที่ควรได้รับการคำนึงถึงนั้นก็อาจจะมากกว่าเพียงแค่ฝ่ายผู้บริโภค หรือฝ่ายลูกค้าเพียงอย่างเดียวเช่นกัน จึงจำเป็นต้องหมายรวมถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องที่จะได้รับ

ประโยชน์จากการบริการ หรือจากสินค้า หรือจากสิ่งที่ผู้ผลิตแต่ละแห่งนั้นผลิตขึ้น ซึ่งสามารถเรียกฝ่ายต่าง ๆ เหล่านี้ได้ว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจการนั้น ๆ (Steak holder) ซึ่งก็หมายถึง ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและได้รับประโยชน์จากกิจการนั้น ๆ ในรูปแบบต่างกัน

ดังนั้น Co-creation หรือการร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบจึงน่าจะมีประโยชน์มากขึ้นหากสามารถมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในมุมที่กว้างขึ้น เพราะจะได้การสร้างสรรค์จากแนวคิดที่หลากหลายมากขึ้น คุณค่าที่เกิดจากการรังสรรค์ของหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องนั้นจะทำให้มูลค่าของการรังสรรค์นั้นมากขึ้นตามไปอีกด้วย ดังนั้นจึงเป็นการตอกย้ำว่าผู้สร้างสรรค์หรือรังสรรค์สิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการจึงไม่ใช่เพียงแค่หน้าที่ของผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว ผู้รับหน้าที่จึงต้องกลายเป็นของทุกส่วนที่เกี่ยวข้องร่วมกันเสนอความคิดเสนอความสร้างสรรค์เพื่อผลที่ออกมาจะพอใจทุกฝ่ายมากที่สุด ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนั้นไม่ใช่กระบวนการที่มองเพียงแค่ “ลูกค้าคือพระเจ้า” เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มุ่งเน้นไปถึง “การสร้างสรรค์คุณค่าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจร่วมกัน” ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเสียมากกว่า

เมื่อมองถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Steak holder) ของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นเป็นส่วนที่ค่อนข้างซับซ้อน เนื่องจากต้องมีสินค้าและบริการของหลายภาคส่วนที่เกิดขึ้นและนำมาประกอบกันขึ้นจึงเกิดเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ ดังนั้นการร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบจึงเป็นกระบวนการที่เหมาะอย่างยิ่งที่จะนำมาพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้มีการพัฒนา ซึ่งจะไม่เพียงพัฒนาเท่านั้นแต่จะยังพัฒนาอย่างยั่งยืน เพราะเป็นการสร้างความพอใจจากทุกฝ่ายและทุกฝ่ายจะเกิดความยินดีที่จะร่วมมือและพัฒนาไปพร้อมกัน

จากแนวคิดของ Prahalad & Ramaswamy (2004) ซึ่งกล่าวว่า Co-creation เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความร่วมมือ (joint) ในการเพิ่มคุณค่าโดยผู้ผลิตและผู้บริโภค มากกว่าการพยายามทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจอยู่เพียงฝ่ายเดียว เป็นการร่วมสร้างประสบการณ์ของกันและกันให้เหมาะกับบริบทของทุกฝ่าย ซึ่งเมื่อมีหลากหลายฝ่ายประสบการณ์ส่วนบุคคลของแต่ละคนท่ามารังสรรค์ร่วมกันนั้นก็จะทำให้ข้อมูลหลากหลายและมีประโยชน์ ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่แล้วนั้นยังเป็นการนิยามปัญหาและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอีกด้วย

ดังนั้นสิ่งที่สำคัญเมื่อทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการคิด ในการสร้างข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์แก่การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้วนั้น ก็จะนำมาซึ่งความยินดีที่จะร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบ เพราะความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งที่จะเกี่ยวข้องในเรื่องราวที่เกิดขึ้น (involve) ดังนั้นจึงเป็นแนวทางที่ดียิ่งหากนำแนวคิด Co-creation มาปรับใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณภาพท่องเที่ยวไทยให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งยังสามารถที่จะยังคงไว้ซึ่งสมดุลประโยชน์ 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมนั้น เนื่องจากสามารถให้บุคลกรที่เกี่ยวข้องใน 3 มิตินั้นเข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ซึ่งจะสามารถทำให้เกิดคุณภาพการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้โดยอาศัย5 แนวทาง คือ 1) เลิกเสีย ที "เที่ยวไทยเพราะราคาถูก"2) หยุด "รวยกระจุก จนกระจาย"3) เดินหน้าสู่ "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์" 4) ต้อง "พัฒนาคน" และ5) ต้อง "รับฟังกันมากขึ้น"

ดังที่กล่าวข้างต้นว่าทุกภาคส่วนต้องประสานความร่วมมือกันเพื่อเกิดเป็นการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นเป็นการบูรณาการจากการทำงานในทุกภาคส่วนดังนั้น การเชื่อมโยงความคิด เจตนารมณ์ จากความเกี่ยวข้องจึงเป็นส่วนสำคัญ ซึ่งแม้ท้ายที่สุดนั้นจะเป็นการตัดสินใจนำข้อมูลไปใช้โดยหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งแต่ก็ยังคงเป็นข้อมูลที่มาจากความพึงพอใจของทุกฝ่าย มิใช่การทำให้ทุกฝ่ายพึงพอใจ ดังนั้นจึงเป็นหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้อย่างดี และในส่วนที่สำคัญคือ เป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน น่าจะหลีกไม่พ้นความต้องการให้มีผู้ที่ร่วมสืบทอดแนวคิดและร่วมพัฒนาไปแบบรุ่นสู่รุ่นด้วยเช่นกัน ดังนั้นการร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบในครั้งนี้จึงไม่สามารถละทิ้งเยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่จะต้องทำหน้าที่เป็นผู้สืบทอดในรุ่นต่อไปเพื่อตอบสนองความยั่งยืนได้อย่างแท้จริง ดังนั้นนอกจากผู้ที่ทำงานในทุกภาคส่วนจะมาร่วมบูรณาการประสบการณ์ให้เกิดเป็นความสร้างสรรค์นั้น กลุ่มเยาวชนจึงเป็นหน่วยที่สำคัญยิ่งที่จะร่วมในกระบวนการนี้ไปพร้อมกันเพื่อให้พวกเขาได้ยังคงภูมิใจในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทยที่จะได้รับการสืบสานต่อไปด้วยตัวพวกเขาเอง

2.9 แนวคิดเรื่องการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR)

เป็นกระบวนการของการทำงานร่วมกัน ต้องอาศัยการสืบสวนหาปัญหาและข้อโต้แย้งรวมกัน เป็นกลุ่มวิเคราะห์สาเหตุแห่งปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง วัฒนธรรม ส่วนบุคคล ร่วมกันเป็นกลุ่มและเหนือสิ่งอื่นใด ต้องปฏิบัติงานร่วมกันอย่างเป็นกลุ่ม ในการแก้ปัญหานั้น ๆ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม หมายถึง วิธีการที่ให้ผู้ถูกวิจัยเข้ามามีส่วนร่วมวิจัย เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์โดยอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการวิจัย นับตั้งแต่การระบุปัญหาการดำเนินการ การช่วยให้ข้อมูลและช่วยวิเคราะห์ข้อมูลตลอดจนช่วยหาวิธีแก้ไขปัญหาหรือส่งเสริมกิจกรรมนั้น ๆ ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมข้อมูลในการวิจัยทุกขั้นตอน ผู้วิจัยหรือชาวบ้านจะมีส่วนร่วมด้วย เริ่มตั้งแต่ชาวบ้านเป็นผู้ร่วมกำหนดปัญหาของชุมชนและหาลู่ทางใน การแก้ปัญหา กระบวนการวิจัยดำเนินไปในลักษณะการแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างชาวบ้านกับผู้วิจัย เพื่อให้ข้อมูลสรุปเป็นขั้น ๆ กระบวนการสังเคราะห์ข้อสรุปเชิงภาษาวิธี (Dialects) ชาวบ้านจะค่อย ๆ เรียนรู้ด้วยตนเองด้วยวิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วมนี้ ข้อมูลที่ได้จะมีความชัดเจน สะท้อนความคิดอ่านของชาวบ้านตลอดจนนิสัยใจคอ ความต้องการและแบบแผนการดำเนินชีวิตของเขา ซึ่งการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เป็นวิธีสนับสนุนให้ชาวบ้านตัวแทนในชุมชนเป็นคนสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้ตนเองและชุมชน โดยการศึกษาเรียนรู้ การหาข้อมูล การศึกษาวิเคราะห์ปัญหา รวมถึงการแก้ไขปัญหาที่กำลังประสบอยู่ โดยร่วมกันวางแผนและกำหนดแผนและโครงการ พร้อมทั้งปฏิบัติตามแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการแก้ปัญหา โดยจัดทำโครงงานหรือกิจกรรมใด ไ ในสิ่งที่ตนคิดว่าสามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตามความต้องการประกอบกับการใช้ภูมิปัญญาและทุนทางสังคมที่มีอยู่ (สุภางค์ แก้วสุข อ้างในปัญญา แก้วโพธิ์และคณะ, 2550)

สุนันทา แก้วสุข และคณะ (อ้างใน ปริญญา แก้วโพธิ์และคณะ, 2550) ได้กล่าวถึงการกำหนดขั้นตอนในการดำเนินงานการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม 5 ขั้นโดยแบ่งเป็น 5 ระยะดังนี้

ขั้นที่ 1 ระยะก่อนทำการศึกษาวิจัย มีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. การคัดเลือกชุมชนและการเข้าถึงชุมชน
2. การบูรณาการนักวิจัยเข้ากับชุมชน
3. การศึกษาสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของชุมชน
4. การเผยแพร่แนวความคิดแก่ชุมชน

ขั้นที่ 2 ระยะดำเนินการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. การศึกษาวิเคราะห์ปัญหาร่วมกับชุมชน
2. การฝึกอบรมทีมวิจัยของชุมชน
3. การวิเคราะห์ปัญหาที่จะเกิดขึ้นและกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา
4. การออกแบบการวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอข้อมูลต่อที่ประชุมของชุมชน

ขั้นที่ 3 ระยะการจัดทำแผนงาน มีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. การฝึกอบรมทีมงานวางแผนชุมชน
2. การกำหนดโครงการหรือกิจกรรม
3. การศึกษาความเป็นไปได้ของแผนงาน
4. การแสวงหางบประมาณหรือหน่วยงานที่สนับสนุน
5. การวางแผนเพื่อติดตามและประเมินผล

ขั้นที่ 4 ระยะเวลาปฏิบัติงานตามแผน มีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. การกำหนดที่ปฏิบัติงานในรูปของอาสาสมัคร
2. การฝึกอบรมทักษะในการปฏิบัติงานให้กับทีมงาน

ขั้นที่ 5 ระยะเวลาติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงาน

1. การกำหนดทีมติดตาม และประเมินของชุมชน
2. การฝึกอบรมความรู้ เทคนิคในการติดตามและประเมินผลงาน
3. ติดตามดำเนินงานของฝ่ายปฏิบัติงานทุกระยะ
4. นำข้อมูลเสนอต่อที่ประชุมของชุมชน เพื่อรับทราบและให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ทำให้เป็นผลงานที่เกิดจากความพยายามร่วมกันศึกษา วิเคราะห์ และแก้ปัญหาโดยคนในชุมชนทุกกลุ่มทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการพัฒนา

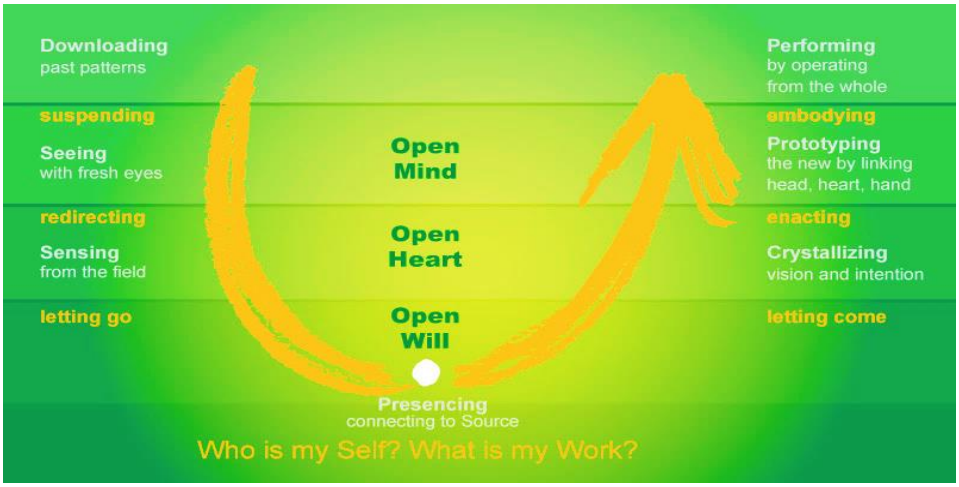
2.10 ทฤษฎี ยู (Theory U)

ทฤษฎี ยู (Theory U) เป็นหนึ่งกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม การแก้ปัญหาที่ยุ่งยาก สลับซับซ้อน ทฤษฎี ยู ศึกษาและนำเสนอโดยศาสตราจารย์ ออตโต ชามเมอร์ (Otto Scharmer) นักคิดชาวเยอรมันปัจจุบันเป็นอาจารย์สอนที่ MIT ผู้ให้

ความสนใจด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ (organization learning) ได้นำเสนอกระบวนการทฤษฎี ยู (Theory U process) เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนา เรียนรู้ และหาทางออกอย่างสร้างสรรค์สำหรับปัญหาหรือความท้าทายที่ซับซ้อนในสังคม ในบริบทของสังคมที่การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา มีความสลับซับซ้อน มีปัญหาและความท้าทายสูง ซึ่งเชื่อว่าไม่มีใครคนใดคนหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งจะสามารถแก้ไขหรือหาทางออกได้โดยลำพัง การสร้างความเข้าใจในภาพใหญ่เพื่อให้เข้าใจปัญหาและความท้าทายให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียในระบบจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ โดยจากฐานความคิดที่ว่าทุกสิ่งทุกอย่างในโลกนี้อยู่ในระบบ (system) ซึ่งเชื่อมโยงกันหมด ทฤษฎี ยู (Theory U) จึงให้ความสำคัญกับการเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงระบบ และเพื่อให้เข้าใจเรื่องดังกล่าว ชามเมอร์ ได้เสนอกระบวนการ 3 ขั้นตอนแห่งการเรียนรู้ไว้ คือ เปิดความคิด (Open Mind) เปิดหัวใจ (Open Heart) และเปิดความมุ่งมั่น (Open Will) (Scharmer, 2007)

โดยกระบวนการทฤษฎี ยู ให้ความสำคัญกับการเปิดรับข้อมูลอย่างไม่ปิดกั้น ไม่ด่วนสรุปหรือตัดสิน เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้น เข้าใจระบบมากขึ้น มุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ สิ่งดี ๆ ร่วมกัน เพื่อสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงแก้ไขปัญหาในระบบ จะต้องเริ่มต้นด้วยการเปิดกว้างทิ้งกรอบข้อมูลอ้างอิงเดิม (Open Mind) มีความกล้าหาญทางจิตใจ เปิดหัวใจ (Open Heart) โดยมิได้ยึดติดกับเหตุผลและมุ่งมั่นด้วยเจตจำนงอันแน่วแน่ (Open Will) ที่จะสรรสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้น และจาก 3 กระบวนการแห่งการเรียนรู้ ชามเมอร์ได้สรุปนำเสนอขั้นตอนที่จะก่อให้เกิดการร่วมสรรค์สร้างสิ่งดี ๆ 7 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

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



แผนภาพที่ 15 ทฤษฎี ยู (Theory U), Scharmer (2000)

2.11 แนวความคิดของอิทธิพล (Influence)

The Influencer Change Framework เป็นกรอบแนวคิดที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปสู่ผลของความสำเร็จที่ชัดเจน (achieve measurable results) และเป็นการเปลี่ยนพฤติกรรมโดยการเปลี่ยนแรงจูงใจและความสามารถในตัวบุคคล (personal) สังคม (social) และโครงสร้าง (structural) โดยความสวยงามของรูปแบบนี้ คือ มันจะสามารถปรับระดับจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลตั้งแต่ในเรื่องเล็ก ๆ เช่น การลดน้ำหนัก ไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ใหญ่ขึ้น เช่นการลดโรคภัยต่าง ๆ ได้ ซึ่งมันมีความเป็นไปได้มาก ทั้งนี้รูปแบบนี้มันเป็นวิธีการที่มีระบบในการค้นหาและนำไปปฏิบัติ ซึ่งขั้นตอนมี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ระบุผลที่ต้องการให้ชัดเจน (Clarify measurable results)

ขั้นตอนที่ 2 ค้นหาพฤติกรรมหลัก (Find vital behavioral)

ขั้นตอนที่ 3 ใช้แหล่งของอิทธิพลทั้ง 6 แหล่ง (Use six sources of influence)

ขั้นตอนที่ 1 ระบุผลที่ต้องการให้ชัดเจน ในขั้นตอนนี้คือการที่ต้องรู้ว่าสิ่งที่คุณต้องการคืออะไรเพราะอะไรถึงต้องการ และต้องการมันเมื่อไร ซึ่งผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ คือ

1) เฉพาะเจาะจงและชัดเจน ซึ่งเป็นเชิงปริมาณไม่ใช่คุณภาพ
2) สิ่งที่ต้องการจริง ๆ คือผลลัพธ์
3) กรอบของระยะเวลาที่ชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2 ค้นหาพฤติกรรมหลัก พฤติกรรมหลักจะเป็นตัวที่ช่วยพัฒนาผลที่คุณต้องการ ถ้าในช่วงเวลาที่สำคัญเป็นตัวบอกคุณคุณถึงเวลาที่คุณต้องทำ พฤติกรรมหลักก็จะเป็นตัวบอกคุณอย่างชัดเจนว่าคุณต้องทำอะไรและทำอย่างไร พฤติกรรมหลักมีแนวโน้มที่จะหยุดการเอาชนะตนเองและเพิ่มพฤติกรรมขึ้นไปเรื่อย ๆ และจะเริ่มมีผลตอบกลับที่จะนำไปสู่ผลในทางที่ดี

ขั้นตอนที่ 3 ใช้แหล่งของอิทธิพลทั้ง 6 แหล่ง ทฤษฎีการจูงใจระบุวาผลการปฏิบัติงานเป็นการทำปฏิกริยาระหว่างแรงจูงใจความสามารถในการทำงานนั้น ๆ และ สภาพแวดล้อม (Mitchell, 1982; Porter & Lawyer, 1968) ซึ่งเป็นที่มาจของอิทธิพลทั้ง 6 แหล่ง มีรายละเอียดดังแผนภาพที่ 17

แผนภาพที่ 16 A Model of the Behavioral Change influence

(Source: Patterson, K., Grenny, J., Maxfield, D., McMillan, R., & Jones, G., 2008)

จากแผนภาพที่ 17 จะพบว่า แรงจูงใจและความสามารถของบุคคลจะมี 3 ด้าน คือ ตัวบุคคล สังคม และโครงสร้าง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านตัวบุคคล

แรงจูงใจด้านตัวบุคคล เป็นด้านของการพิจารณาสิ่งที่ต้องการและไม่ต้องการ โดยคำถามที่เกิดขึ้นในด้านนี้ คือ พวกเขาต้องการที่จะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเหล่านั้นหรือไม่

ความสามารถในด้านตัวบุคคล เป็นการช่วยให้พวกเขาก้าวข้ามผ่านขีดจำกัดของตนเอง โดยคำถามที่เกิดขึ้นในด้านนี้ คือ พวกเขามีทักษะและจุดแข็งที่เหมาะสมกับสิ่งที่ต้องทำแล้วหรือยัง

ด้านสังคม

แรงจูงใจด้านตัวสังคม เป็นความกดดันจากการควบคุมของเพื่อนในสังคม โดยคำถามที่เกิดขึ้นในด้านนี้ คือ ผู้คนอื่นเป็นผู้ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมหรือไม่

ความสามารถในด้านสังคม เป็นการค้นหาจุดแข็ง โดยคำถามที่เกิดขึ้นในด้านนี้ คือ ผู้คนอื่นได้ให้ความช่วยเหลือ ข้อมูล หรือแหล่งทรัพยากรต่างที่จำเป็นในเวลาที่เหมาะสมหรือไม่

ด้านโครงสร้าง

แรงจูงใจด้านโครงสร้าง เป็นการออกแบบรางวัลและความต้องการในการรับผิดชอบ โดยคำถามที่เกิดขึ้นในด้านนี้ คือ ระบบให้รางวัลในพฤติกรรมที่เหมาะสมและขัดขวางการกระทำที่ไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่

ความสามารถในด้านโครงสร้าง เป็นการเปลี่ยนสภาพแวดล้อม มีระบบที่สามารถรักษาบุคลากรอย่างเหมาะสมและให้มีความก้าวหน้าหรือไม่

บทที่ 3
การดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยใช้ข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ (Secondary and Primary Data) โดยมีวิธีการสำรวจเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกเพื่อให้ได้ผลที่มีความน่าเชื่อถือและดีที่สุด การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินไปพร้อม ๆ กันเพื่อให้ทุกประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้งมีการยืนยันและบูรณาการได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์ (Cross-check/Data triangulation) ใช้รูปแบบการวิจัยแบบ Experimental study โดยมีการประยุกต์ในการยืนยันโมเดลของโครงการงานวิจัยเดิม (Confirmatory model) แต่มีมิติที่กว้างกว่าไม่เพียงแค่ศาสตร์ทางนาฏศิลป์ โดยจะศึกษาว่าหลักการดังกล่าวสามารถนำไปสร้างการออกแบบชุมชน (CBD) และนำไปสู่ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ต่อไป โดยมีขั้นตอนกระบวนการศึกษา ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 การตรวจสอบข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยให้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อสืบค้นแนวทางความร่วมมือที่ก่อให้เกิดการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำเป็นธุรกิจที่โยงกับการท่องเที่ยวชุมชน จากการศึกษาข้อมูลเอกสาร การศึกษาวิเคราะห์เบื้องต้นเป็นการดำเนินการทบทวนแนวคิดและสำรวจข้อมูลจากเอกสารเว็บไซต์และรายงานผลการศึกษาวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชนที่จะนำมาเป็นพื้นที่ในการศึกษา โดยรวบรวมรายชื่อชุมชนที่มีความเป็นไปได้ในการเป็นพื้นที่โครงการศึกษา และลงพื้นที่เพื่อสำรวจศักยภาพและความพร้อมของชุมชน และเยาวชนในพื้นที่ และดำเนินการวิเคราะห์ ประเมินศักยภาพเพื่อกำหนดพื้นที่ที่เป็นโครงการนำร่อง (Pilot Area) เพื่อระบุประเด็นการศึกษาของพื้นที่ที่คัดเลือก รวมทั้งศึกษาข้อมูลเอกสารที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและวิถีของชุมชน และการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ในมิติการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างความยั่งยืนในชุมชน เพื่อชุมชน

การดำเนินงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาจากข้อมูลเชิงลึกของพื้นที่วิจัย มักมีข้อจำกัดหากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ไม่ให้ความร่วมมือมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานร่วมกันตั้งแต่ต้นจนจบโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยนี้เป็นการทดลองปฏิบัติจริง (Experimental Study) จึงได้พื้นที่ที่จะใช้เพื่อการศึกษาตามกรอบคุณสมบัติของพื้นที่ทอลองที่ระบุไว้ในบทที่1 โดยพิจารณาเลือกพื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการครบมิติ มีคุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่โดดเด่น และเป็นพื้นที่ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ผ่านมา และเกณฑ์ที่จำเป็นที่สุดในการเลือกพื้นที่คือความร่วมมือของภาคีเครือข่าย และการสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งใน

เชิงนโยบาย และการนำไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับชุมชน ในกรณีนี้ โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ และ นายกเทศมนตรีเมืองกระบี่ จึงได้คัดเลือกมาทั้งหมด 2 พื้นที่ ดังนี้

1) ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 2 ชุมชน
   ก. ชุมชนบ้านเจริญสุข
   ข. ชุมชนบ้านสนวนนอก
2) ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ จำนวน 2 ชุมชน
   ก. 14 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่
   ข. ชุมชนบ้านหนองทะเล

กรอบแนวคิดการวิจัย เป็นการต่อยอดกลุ่มเฉพาะ (Stakeholder Specific) จากการออกแบบ Stakeholder Matrix ที่ได้จากการผลการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยที่ 1 ที่จะนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ที่เหมาะสมและตามความเกี่ยวข้องและความรอบรู้ในเนื้อหาเฉพาะด้าน กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยกลุ่มคน 3 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มกระบวนกรและนักวิจัย เพื่อดำเนินการออกแบบกิจกรรม เก็บข้อมูลและร่วมกิจกรรมเพื่อสังเกตการณ์
2) กลุ่มชุมชน
3) กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่
4) กลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่
5) กลุ่มนักออกแบบมืออาชีพ

โดยมีสรุปจำนวนผู้เข้าร่วมแยกตามพื้นที่ได้ดังนี้

พื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

กลุ่มตัวอย่าง	คุณสมบัติ	จำนวนผู้ร่วมทำการทดลอง
ชุมชน	สมาชิกครัวเรือนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ไม่จำกัดอายุ	ชุมชนบ้านเจริญสุข จำนวน 3 คน ชุมชนบ้านสนวนนอก จำนวน 2 คน ชุมชนบ้านโคกเมือง จำนวน 3 คน
ผู้ประกอบการรุ่นใหม่	คนรุ่นใหม่ที่ดำเนินธุรกิจและเป็นสมาชิกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ YEC สังกัดอยู่ภายใต้การดูแลของหอการค้าไทยในพื้นที่ และสามารถพัฒนาให้มีทักษะเป็นนักวิจัย สามารถสืบค้น เข้าใจทรัพยากรของชุมชน ตามรูปแบบของยุวนักวิจัยของ	Young Entrepreneur Club จำนวน 8 คน

กลุ่มตัวอย่าง	คุณสมบัติ	จำนวนผู้ร่วมทำการทดลอง
นักออกแบบรุ่นใหม่	เป็นคนรุ่นใหม่ กำลังศึกษาด้าน Product Design, Fashion Design, Graphic Design (Communication Art)	นักออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Designer) จำนวน 1 คน นักออกแบบแฟชั่น (Fashion Designer) จำนวน 1 คน นักออกแบบการสื่อสาร (Communication Artist) จำนวน 1 คน
นักออกแบบอาชีพในสายงานอาหารและแฟชั่น (ในการศึกษาวิจัยชิ้นนี้เลือกนักออกแบบอาชีพตามกรณีศึกษาของงานวิจัยนี้)	เป็นผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบท้องถิ่น ใส่ใจชีวิตและวิถีชุมชน มีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชน	นักออกแบบอาหาร (Food Stylist) จำนวน 1 คน Artisan Chef จำนวน 2 คน อาจารย์นักออกแบบการสื่อสาร (Communication Artist) จำนวน 1 คน

พื้นที่จังหวัดกระบี่

กลุ่มตัวอย่าง	คุณสมบัติ	จำนวนผู้ร่วมทำการทดลอง
ชุมชน	สมาชิกครัวเรือนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ไม่จำกัดอายุ	ชุมชนบ้านท่าคลอง จำนวน 3 คน ชุมชนบ้านปากน้ำ จำนวน 4 คน ชุมชนบ้านเมืองเก่าพัฒนา จำนวน 4 คน ชุมชนร่วมจิตรร่วมใจ จำนวน 5 คน ชุมชนบ้านหนองทะเล จำนวน 13 คน เยาวชนในชุมชน 16 คน
ผู้ประกอบการรุ่นใหม่	คนรุ่นใหม่ที่ดำเนินธุรกิจและเป็นสมาชิกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ YEC สังกัดอยู่ภายใต้การดูแลของหอการค้าไทยในพื้นที่ และสามารถพัฒนาให้มีทักษะเป็นนักวิจัย สามารถสืบค้น เข้าใจทรัพยากรของชุมชน ตามรูปแบบของยุวนักวิจัยของ	Young Entrepreneur Club จำนวน 7 คน

กลุ่มตัวอย่าง	คุณสมบัติ	จำนวนผู้ร่วมทำการทดลอง
นักออกแบบรุ่นใหม่	เป็นคนรุ่นใหม่ กำลังศึกษาด้าน Product Design, Fashion Design, Graphic Design (Communication Art)	นักออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Designer) จำนวน 1 คน นักออกแบบแฟชั่น (Fashion Designer) จำนวน 1 คน นักออกแบบการสื่อสาร (Communication Artist) จำนวน 1 คน
นักออกแบบอาชีพในสายงานอาหารและแฟชั่น (ในการศึกษาวิจัยชิ้นนี้เลือกนักออกแบบอาชีพตามกรณีศึกษาของงานวิจัยนี้)	เป็นผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบท้องถิ่น ใส่ใจชีวิตและวิถีชุมชน มีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชน	นักออกแบบอาหาร (Food Stylist) จำนวน 1 คน Artisan Chef จำนวน 2 คน อาจารย์นักออกแบบการสื่อสาร (Communication Artist) จำนวน 1 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบเครื่องมือสำหรับงานวิจัยเพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ครบถ้วนของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือ วิธีการดำเนินการและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจะใช้การจัดระดมความคิดเห็น (Focus Group) และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participation Observation) เพื่อหาวิถีดั้งเดิมชุมขนเพื่อนำมาเชื่อมโยงสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าที่มีรากมาจาก วิถีชีวิต ศิลปะ และธรรมชาติ ของชุมชน เพื่อเป็นการต่อยอดถึงการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการติดตามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เพื่อการสืบค้นหาของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ และเพื่อให้ได้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการสร้างความร่วมมือของชุมชน

นอกเหนือจากเครื่องมือวิจัยที่กล่าวมาแล้ว ทีมวิจัยยังได้นำ Catalyst ผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขา ซึ่งทีมนักวิจัยเชื่อว่าเป็นส่วนประกอบในการทดลองที่สำคัญในรูปแบบของผู้มีอิทธิพล (influencer) ในการทดลองกระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) และใช้โครงสร้างคำถามนำ (Guide Interview) โดยใช้เทคนิคที่เป็นความเชี่ยวชาญจากตัวกระตุ้น (Catalyst) ในงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งอยู่บนกรอบแนวคิดของภูมิปัญญาชาวบ้านในพื้นที่วิจัย เพื่อใช้ในจัดค่ายเชิงปฏิบัติการ

ตารางที่ 4 เครื่องมือในการวิจัย

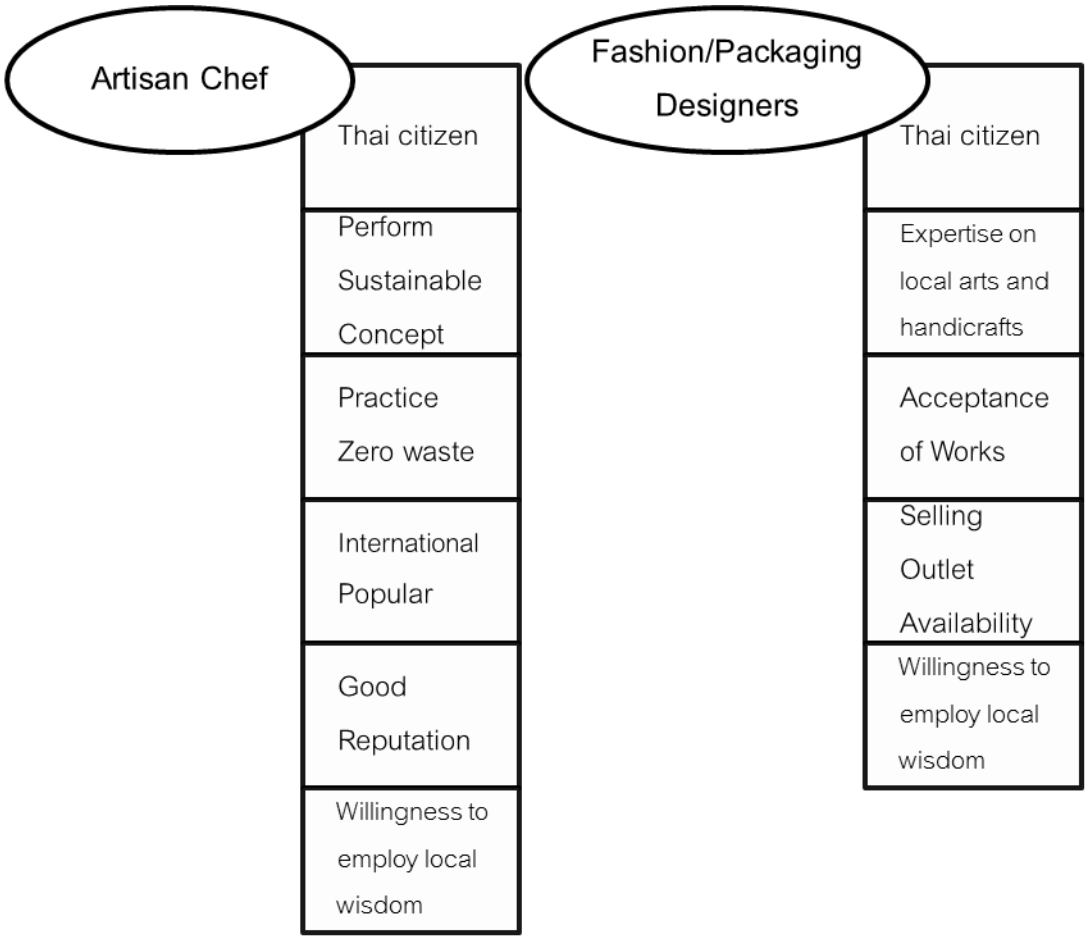
Experimental Studies

Community Based Design Creative Process	Research Methodologies	Details	Key Respondents/ Informants	Factor A (ทดลอง) : Catalyst*
วินิจฉัย	Literature Review, Secondary Data, In-Dept Interview, Dialogue, Observation	Depth (1-2) Site Visit	สิ่งแวดล้อม (Community Eco-System)	Inside and Outside
ร่วมเสวนา	Simulation, Brainstorm, Positive Deviance (U-Theory)	-ผลกระทบจากชุมชน ระบบ เส้น ชุมชน		เพื่อหา : + Driving Force + Restrain Factor
ออกแบบ	Curating Process, Young Entrepreneur Bootcamp, Pitch			
ประเมินผล	Quantitative Research	Concept Test/Evaluation		

Definition of catalyst in English from https://en.oxforddictionaries.com
A substance that increases the rate of a chemical reaction without itself undergoing any permanent chemical change.
A person or thing that precipitates an event.

เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยกระบวนการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีการนำแบบสอบถามออนไลน์มาใช้ในการสำรวจความเป็นไปได้ในการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดเพื่อให้เป็นไปในเชิงพาณิชย์ต่อไป

นอกจากนั้น ในงานวิจัยนี้ได้สร้างเกณฑ์ในการคัดเลือกตัวกระตุ้นเพื่อให้งานวิจัยได้ผลตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังแผนภาพที่ 18



แผนภาพที่ 17 เกณฑ์การคัดเลือกตัวกระตุ้น (Catalyst)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก
2. เพื่อนำเสนอแนวทางในการประยุกต์แนวคิดการออกแบบธุรกิจ
3. เพื่อทดลองสร้างต้นแบบ (prototype) แนวคิดกิจการที่กำเนิดมาจากการทำงานร่วมกันกับชุมชนและความเข้าใจที่มาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง
4. เพื่อนำแนวคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบต่อยอดทางธุรกิจต่อไป

โดยมีการเก็บข้อมูล 4 ขั้นตอน (แผนภาพที่ 18) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สืบค้น การเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนนี้แบ่งออกเป็น 2 ระยะ

ระยะที่ 1 เป็นการทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษารวบรวมข้อมูลภาคเอกสารด้านศิลปะวัฒนธรรม อัตลักษณ์ล้านนาและรูปแบบศิลปะเฉพาะในแต่ละพื้นที่ เอกสารกรรมวิธีการผลิตหัตถกรรมทั้ง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลแนวโน้มด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท เอกสารการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรมการพัฒนา

ชุมชน กระทรวงมหาดไทย เอกสารผ่านทางอินเตอร์เน็ตเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของจังหวัดทั้ง 2 จังหวัดและเอกสารงานวิจัย อาหารท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง

ระยะที่ 2 เป็นการลงพื้นที่จัดกิจกรรมระดมสมอง และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ตามเครื่องมืองานวิจัยที่ได้ออกแบบ เพื่อสืบค้นหาของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ และเพื่อให้ได้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสมในการสร้างความร่วมมือของชุมชนในกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทย ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อการสืบค้น โดยการจัดกิจกรรมระดมสมองจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อจัดทำกระบวนการนวัตกรรมและค้นหาแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอาศัยกระบวนการ Social Lab หรือการคิดค้นทางออกเชิงสังคมอย่างสร้างสรรค์และมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน รวมถึงการบูรณาการกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า ในขั้นตอนนี้ได้กำหนดให้มีการเพิ่มตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ได้แก่ นักออกแบบ (Designer) ที่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจนักออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Designer) นักออกแบบแฟชั่น (Fashion Designer) นักออกแบบการสื่อสาร (Communication Artist) และนักออกแบบอาหาร (Chef) เข้าไปในกระบวนการทดลองตามทฤษฎี Influencer Model

ขั้นตอนที่ 3 การทดลองนำไปปฏิบัติออกแบบสร้างสรรค์งานตามแนวคิดวิถีไทยและติดตามจัดทำแนวคิด โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการระดมสมองเพื่อการร้อยเรียง และออกแบบนวัตกรรมที่นำเสนอวิถีไทยเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะกระบวนการในการนำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนจากการพัฒนาให้การเกิดมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมที่จะช่วยออกแบบการสื่อความหมายภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการท่องเที่ยววิถีไทย โดบการจัดค่ายสัมมนาเชิงปฏิบัติการ นำผลที่สังเคราะห์และผลงานตัวอย่าง จัดทำเป็นข้อมูลประกอบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการระหว่างกลุ่มหัตถกรรมร่วมกับนักออกแบบ นักศึกษา ภายใต้การดูแลของหัวหน้าโครงการวิจัยและผู้ร่วมวิจัยทดลองฝึกปฏิบัติ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ล้านนา โดยสรุปขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมตามแนวทางของ ศุภชัย สิวห์ยะบุศย์และคณะ (2548) ตามขั้นตอนหลัก ๆ คือ

1. การปรับฐานคิดและปฏิบัติเบื้องต้นด้านการออกแบบและการผลิต โดยการทำความเข้าใจในศักยภาพของกลุ่ม แล้วนำเสนอความรู้เกี่ยวกับศิลปะและภูมิปัญญาล้านนา ซึ่งนอกจากนี้ยังมีการให้ความรู้และเทคโนโลยีด้านการออกแบบและการผลิต การตกแต่งที่เหมาะสมเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้า
2. วิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ เชื่อมโยงการตลาดสู่การออกแบบด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้ 2 ฐานคิดหลักเป็นพื้นฐานด้านวิธีคิดในการออกแบบและการสร้างต้นแบบคือ

2.1 องค์ความรู้ด้านการตลาดของกลุ่มและทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในตลาดปัจจุบัน

2.2 องค์ความรู้จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะ ลักษณะเด่นทางด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิต วัตถุดิบโดยการกำหนดโจทย์ให้ผู้ร่วมทดลอง

3. ร่วมออกแบบตามกระบวนการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของผลการสร้างสรรค์ เพื่อพร้อมนำไปทดสอบประเมินความพร้อมก่อนสู่ตลาดต่อไป (Commercialized Process)

4. บันทึกกระบวนการการเก็บข้อมูล วิธีวิจัยในรูปแบบ Film Documentary นำมาประกอบเป็นเครื่องมือการวิจัยแบบสร้างสรรค์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการเรียนรู้ในหลักสูตรการศึกษามุ่งหวังให้เกิดการถอดกระบวนวิธีวิจัยมาเป็นวิธีการเรียนการสอนจากกระบวนการตัวอย่างเป็นรูปแบบในการเรียนรู้สำหรับประเทศไทยต่อไป รวมถึงเพื่อใช้ในการสื่อสารด้านการตลาด

5. เก็บข้อมูลผลการวิจัยเพื่อจัดทำเครื่องมือให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Community-based Design)

การติดตามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อยืนยันความถูกต้องสมบูรณ์ในทุกประเด็นที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในระหว่างการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยมีประเด็นคำถามการวิจัยเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทย เพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของ ชุมชน และกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่เป็นเป้าหมายสำหรับงานที่สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อสร้างคุณค่าจากทรัพยากรด้านวัฒนธรรมและวิถีชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 ปัญญาท้องถิ่นที่เหมาะสมแก่ชุมชน

พิจารณาผลการเรียนรู้และการประยุกต์ในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ใช้เทปบันทึกเสียง บันทึกภาพและจดบันทึกข้อมูล ในระหว่างการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยพิจารณาและหาคำตอบ 3 ประเด็น ดังนี้

1. เพื่อจัดทำแนวทางการปฏิบัติที่สอดคล้องกับศักยภาพและภูมิปัญญาดั้งเดิมของแต่ละกลุ่มหัตถกรรม

2. เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ศักยภาพการเรียนรู้ของสมาชิกกลุ่ม ในการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

3. เพื่อหาแนวทางในการคิดค้นปัญหา วิเคราะห์ปัญหา แก้ไข และกำหนดแผนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาล้านนาให้มีความสวยงามเป็นที่ต้องการของตลาด

โดยมีกำหนดการลงพื้นที่เป็น 2 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 ลงพื้นที่เพื่อสืบค้นหาของดีของเด่นในพื้นที่เป้าหมาย ตามแผนการรวบรวมข้อมูล ขั้นตอนที่ 2 โดยลงพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ระหว่างวันที่ 26 – 29 สิงหาคม2560 และลงพื้นที่จังหวัดกระบี่ ระหว่างวันที่ 21 – 22 กันยายน 2560

ระยะที่ 2 ลงพื้นที่เพื่อการจัดกิจกรรมระดมสมอง และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อทดลองใช้ (Experiment) ตามเครื่องมืองานวิจัยที่ได้ออกแบบ ลงพื้นที่บุรีรัมย์ ระหว่างวันที่ 16 – 17 ธันวาคม 2560 โดยใช้สถานที่ เป็นห้องประชุมศาลากลางจังหวัดบุรีรัมย์ และลงพื้นที่กระบี่ ระหว่างวันที่ 19 – 20 ธันวาคม 2560 โดยใช้พื้นที่ในชุมชนหนองทะเล และ ห้องประชุมศาลากลางจังหวัดกระบี่

ตารางที่ 5 แผนขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

Research Methodologies	SCP Thai Model through culinary supply chain	Inter-generational model for innovation (valuing diversity and inclusion)
Action research (Process oriented, Conceptual model generation, theoretical foundation)	เพื่อศึกษาขยายผลห่วงโซ่อาหาร (ธรรมชาติ ชีวิตและศิลปะ) คิดค้นต้นแบบในการสอดประสานให้เกิดมูลค่าและคุณค่าสำหรับการท่องเที่ยววิถีไทยจากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาชุมชน	เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างการมีส่วนร่วมของเยาวชน เห็นคุณค่าของความคิดต่างที่หลากหลาย นำสู่นวัตกรรมที่มีมูลค่า
Literature review	Working model	Working model
Key Informants Stakeholder Matrix	ต่อยอดกลุ่มเฉพาะ Stakeholder Specific	ต่อยอดกลุ่มเฉพาะ Stakeholder Specific
Brainstorm Elicitation (Homogenous VS Heterogeneous)	จัดระดมความคิดเห็นใช้กระบวนการ ทฤษฎี ยู และบันทึกข้อมูล บันทึกกระบวนการไว้ในรูปแบบ Film Documentary	จัดระดมความคิดเห็นใช้กระบวนการ ทฤษฎี ยู และบันทึกข้อมูล บันทึกกระบวนการไว้ในรูปแบบ Film Documentary
Focus group and depth interviews	สืบค้น ต้นน้ำ ปลายน้ำ ห่วงโซ่	ร่วมเรียนรู้ สืบค้น รากเพื่อคุณค่า นำเสนอเพื่อมูลค่า
Content Analysis and Sentiment Analysis technique	วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจาก ข้อมูลและกระบวนการ โดยให้เห็น senses จับประเด็นมาเป็น patterns และ Model ในการเรียนรู้	วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจาก ข้อมูลและกระบวนการ โดยให้เห็น senses จับประเด็นมาเป็น patterns และ Model ในการเรียนรู้

3.4 การวิเคราะห์ และตรวจสอบข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัย ถูกนำมาจัดทำเป็นระบบและหาความหมาย และองค์ประกอบ รวมทั้งเชื่อมโยง และหาความสัมพันธ์ของข้อมูล หลังจากนั้นจะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แยกข้อมูลตามหมวดหมู่เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจต่อการดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา กล่าวคือ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบภายในเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น จากรายงานชุมชน บทความต่าง ๆ ที่นำมาเป็นส่วนประกอบการวิเคราะห์เพื่อมุ่งหาคำตอบ ประเด็นปัญหาของการวิจัย โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาประกอบการศึกษาค้นคว้า และวิเคราะห์อภิปรายผล

รวบรวมกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตของกลุ่มหัตถกรรมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยสรุปเป็นแนวทางเพื่อสร้างแนวทางการออกแบบสำหรับชุมชนและสร้างตัวอย่างองค์ประกอบท้องถิ่นสำหรับการออกแบบเพื่อทดลองในการทดลองตลาด
โดยการวิเคราะห์เบื้องต้นตามประเด็นดังต่อไปนี้

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

เมื่อได้ผลวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบแล้ว กำหนดแนวทางในการนำเสนอแนวความคิด และหาแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากแนวทางต่าง ๆ ดังนี้

1. การใช้รูปทรงและรูปลักษณ์เป็นแนวทาง (Form & Appearance Approach)
2. การใช้หน้าที่ประโยชน์ใช้สอยเป็นแนวทาง (Functional Approach)
3. การปรับเปลี่ยนองค์ประกอบย่อยเป็นแนวทาง (Minor Change)
4. การใช้เทคโนโลยีเป็นแนวทาง (Technology Approach)
5. การใช้วัสดุเป็นแนวทาง (Material Approach)
6. การใช้การออกแบบรายละเอียดเป็นแนวทาง (Detail Design Approach)

7. การใช้ปัจจัยทางวัฒนธรรมและผู้บริโภคเป็นแนวทาง (Culture & User Approach)
8. การใช้วิธีการใช้งานแบบใหม่เป็นแนวทาง (Methodology Approach)
9. การใช้ทฤษฎี ปรัชญา และแนวคิดต่าง ๆ เป็นแนวทาง (Theory & Philosophy Approach)

สังเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะของแนวทางการแก้ปัญหาทางการออกแบบที่มีความสร้างสรรค์ แล้วรวบรวมองค์ประกอบท้องถิ่นที่เหมาะสมในการออกแบบและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมแต่ละกลุ่ม และจัดทำรูปแบบตัวอย่างผลงานที่ใช้องค์ประกอบและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นต้นแบบสำหรับการตลาดเพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนได้ยกระดับต่อไป

การตรวจสอบข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยจะใช้หลักการสามเส้า (Triangulation) ใช้วิธีการดังนี้

1.การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากเอกสารหลาย ๆ แหล่งนั้นถูกต้องหรือเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อหาข้อสรุปของข้อมูล

2. การเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี (Methodological triangulation) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูล หรือทำการสืบค้นข้อมูลที่มีหัวเรื่องเดียวกัน แต่มีการเปลี่ยนแหล่งข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรง หรืออาจซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงความเป็นจริงหรือไม่

3.การตรวจสอบโดยใช้ผู้สัมภาษณ์ที่ต่างกัน วิธีการตรวจสอบของข้อมูลนั้น จะต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล

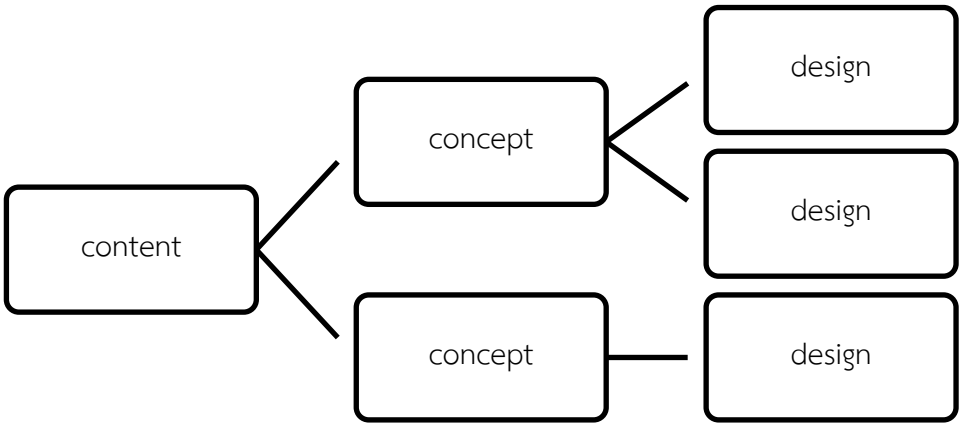
3.1 การตรวจสอบแหล่งเวลา หมายถึง การตรวจสอบข้อมูลในช่วงเวลาที่ต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าข้อมูลที่ได้รับช่วงเวลาต่าง ๆ นั้นเหมือนกันหรือไม่

3.2 การตรวจสอบสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กัน จะเหมือนกันหรือไม่

3.3 การตรวจสอบบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ผู้วิจัยต้องการศึกษามีมุมมอง/ประเด็นที่แตกต่างออกไปในหลาย ๆ ด้านผู้วิจัยก็จะใช้ข้อมูลเอกสารที่มีแหล่งอ้างอิงที่ชัดเจน แน่นอนและน่าเชื่อถือที่สุด

3.5 การแปลผลข้อมูล: เกณฑ์ และการให้ความหมาย

จากผลการวิจัยแผนงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยด้วยการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant observation) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่การศึกษาต่าง ๆ ค้นพบว่ากระบวนการในการขับเคลื่อนการนำอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยมาสอดประสานในอาหารไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมโดยชุมชน หรือการสร้างสรรค์การนำเสนออาหารในรูปแบบใหม่ ล้วนแล้วแต่มีแนวทางที่สอดคล้องกัน 3 ขั้นตอนโดยจะนำมาขยายผลในงานวิจัยนี้ต่อไป ดังนี้



แผนภาพที่ 18 แนวทางการแปลผลข้อมูล

1. การสืบค้น (Content)

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

1. การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่สามารถเปิดวงพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น

2. การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึง ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด อาจประกอบด้วย นักวิจัย นักออกแบบ ศิลปิน เชฟ หรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่อย่างเปิดกว้าง

3. การสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed) การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อมและบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆการสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยน เพิ่มพูน และ

เติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่และเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

2. **การร้อยเรียง (Concept)**

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

1. การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated) เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้นสามารถเป็นเรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้งอาจเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้

2. การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related) เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้น อาจมีรายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

3. การออกแบบ (Design)

การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่าการออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้

1. เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง

2. อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting)

3. ลีลา (Sophistication) หมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะรู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอ

เพื่อเป็นแนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยการต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อศึกษาและสร้างต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmer และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ โดยใช้ลำดับขั้นตามแผนภาพ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 สรุปขั้นตอนการดำเนินการ

Research Methodologies	Inter-generational model for innovation (valuing diversity and inclusion)
Action research (Process oriented, Conceptual model generation, theoretical foundation)	เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างการมีส่วนร่วมของเยาวชน เห็นคุณค่าของความคิดต่างที่หลากหลาย นำสู่นวัตกรรมที่มีมูลค่า
Literature review	Working model
Key Informants Stakeholder Matrix	ต่อยอดกลุ่มเฉพาะ Stakeholder Specific
Brainstorm Elicitation (Homogenous V.S. Heterogeneous)	จัดระดมความคิดเห็นใช้กระบวนการ ทฤษฎี ยู และบันทึกข้อมูล บันทึกกระบวนการไว้ในรูปแบบ Film Documentary
Focus group and depth interviews	ร่วมเรียนรู้ สืบค้น รากเพื่อคุณค่า นำเสนอเพื่อมูลค่า
Content Analysis and Sentiment Analysis technique	วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจาก ข้อมูลและกระบวนการ โดยให้เห็น senses จับประเด็นมาเป็น patterns และ Model ในการเรียนรู้

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผ่านการขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ เพื่อศึกษาหากระบวนการสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์เพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า โดยแบ่งการลงพื้นที่วิจัยเป็น 2 ระยะ ระยะแรกเป็นการลงพื้นที่เพื่อการสืบค้น ด้วยการจัดกิจกรรรระดมสมองและกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสืบค้นหาของดีของเด่นของแต่ละพื้นที่ และระยะที่ 2 เป็นการลงพื้นที่เพื่อ จัดกิจกรรมระดมสมองจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ในเรื่องวัฒนธรรมและวิถีชุมชน โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อจัดทำกระบวนการนวัตกรรมและค้นหาแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อการสืบทอดศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอาศัยกระบวนการ Social Lab หรือการคิดค้นทางออกเชิงสังคมอย่างสร้างสรรค์และมีส่วนร่วม และทดลองนำไปปฏิบัติออกแบบสร้างสรรค์งาน เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะกระบวนการในการนำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชน จากการพัฒนาให้การเกิดมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมที่จะช่วยออกแบบการสื่อความหมายภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับการท่องเที่ยววิถีไทย จึงขอนำเสนอผลการวิจัยดังนี้

4.1 ผลการวิจัยจากการลงพื้นที่เพื่อสืบค้น

4.2 ผลการวิจัยจากการลงพื้นที่เพื่อการร้อยเรียงและออกแบบ

4.1 ผลการวิจัยจากการลงพื้นที่เพื่อสืบค้น

เป็นการลงพื้นที่เพื่อสืบค้นหาของดีของเด่นในพื้นที่เป้าหมาย โดยมุ่งเน้นที่ธรรมชาติ ศิลปะ และวิถีชีวิตของชุมชนซึ่งอยู่บนพื้นฐานภาคการเกษตร ตามแผนการรวบรวมข้อมูล ทีมวิจัยพร้อมด้วย กลุ่มเยาวชนในพื้นที่ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งประกอบด้วย เยาวชนที่นับเป็นยุวนักวิจัย ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่กำหนดเพื่องานวิจัยและการทดลอง ในกรณีนี้คือ การขอความร่วมมือจาก คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ งานออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบแฟชั่น และงานนิเทศ จำนวน 5 คน Artisan chef 2 คน นักออกแบบอาหาร คน นักออกแบบ / คน ได้แก่ Designer จาก Cher Z Brand และ Brand Voravaj Bangkok สมาชิกชุมชนและปราชญ์ชุมชน และ นักธุรกิจรุ่นใหม่ของจังหวัด ได้ร่วมสืบค้น
วัตถุประสงค์ในการลงพื้นที่เพื่อการสืบค้นมีดังนี้

1. ระดมความคิดเห็นเพื่อสืบค้นและร้อยเรียง
2. ค้นหาเมนูอาหาร + ส่วนประกอบ/เครื่องปรุง + เรื่องราวของอาหาร
3. ค้นหาสรุปเรื่องศิลปะของชุมชน ประกอบด้วยแขนงใดบ้าง เช่น การออกแบบเสื้อผ้า การละเล่นเครื่องดนตรีพื้นบ้าน การรำหรือการแสดงพื้นบ้าน

4. ค้นหาสินค้า OTOP เด่น ๆ ของชุมชน

คณะนักวิจัยได้มีการประสานงานกับชุมชนเบื้องต้นเพื่อขอให้ ชุมชนต้องเตรียมตัวเพื่อการประสิทธิภาพในการลงพื้นที่ ดังนี้

1. เตรียมเมนูอาหารเที่ยงที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่สามารถแสดงถึงวิถีชีวิตของชุมนหรือมีเรื่องราวของวัฒนธรรมในชุมชน และสามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ภายในชุมชน

2. เชิญปราชญ์ หรือศิลปินในชุมชน ในแขนงต่าง ๆ เพื่อพบปะกับ

3. ผลิตภัณฑ์ ของฝากของที่ระลึกประจำท้องถิ่น ของชุมชน

4. สถานที่ท่องเที่ยวที่เชิดหน้าชูตา ของชุมชน

โดยลงพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ระหว่างวันที่ 26 – 29 สิงหาคม2560 และลงพื้นที่จังหวัดกระบี่ ระหว่างวันที่ 21 – 22 กันยายน 2560 มีการค้นพบวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร ผลิตภัณฑ์ และ กิจกรรมที่มีในชุมชนต่างๆ ดังนี้

พื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

บ้านเจริญสุข

บ้านเจริญสุข หมู่ที่ 1 หมู่ที่ 12 และบ้านสายบัว หมู่ที่ 14 ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ ตั้งอยู่บนที่ราบสูงตอนใต้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะทั่วไปเป็นที่ราบลาดเอียงจากทิศตะวันตกมาทางทิศตะวันออก มีภูเขาไฟขนาดเล็ก จำนวน 1 ลูก คือ ภูเขาอังคาร ซึ่งเป็นภูเขาไฟที่ดับสนิทและเย็นตัวลงแล้ว มีป่าไม้เป็นป่าโปร่ง เต็งรังเป็นแหล่งอาหารทางธรรมชาติ ลักษณะดินเป็นดินดำภูเขาไฟ มีธาตุอาหารอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกข้าวหอมมะลิและพืชเกษตรชนิดอื่นๆ มีแหล่งน้ำขนาดเล็ก ฝายน้ำล้นและลำคลองขนาบทางทิศเหนือของหมู่บ้าน สภาพภูมิอากาศ แบ่งเป็น ๓ ฤดู ได้แก่ ฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาว มีคำขวัญหมู่บ้าน ถิ่นภูเขาไฟ ทางไหลลาวา เสมาพันปี ไหมมัดหมี่เลื่องชื่อ ล่ำลือเห็ดป่า ดารดาษดอกกระเจียว เที่ยวชมภูเขาอังคาร นมัสการเสด็จปู่วิริยะเมฆ

บ้านเจริญสุขเป็นชุมชนแห่งการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญา โดยมีผลิตภัณฑ์ OTOP เด่นของหมู่บ้านก็คือ ผ้าทอมือ มีทั้งผ้าไหม และผ้าฝ้าย ที่โดดเด่นที่สุด ก็คือ ผ้าภูอัคนี ซึ่งเป็นผ้าย้อมด้วยดินภูเขาไฟจากเขาพระอังคาร ชาวบ้านเจริญสุขมีอาชีพเสริมก็คือการทอผ้า เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นและมีการพัฒนาฝีมือ ลวดลายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลิตภัณฑ์จากผ้าจะย้อมด้วยสีธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ต้นเหตุของการคิดค้นการย้อมผ้าภูอัคนี มาจากการทอผ้าของชาวบ้านเจริญสุขเดิมทีนั้นจะทอกันเฉพาะผ้าไหม แต่ผ้าไหมมีราคา เกิดการแข่งขัน ทำให้ผ้าไหมบ้านเจริญสุข ไม่สามารถแข่งขันสู้กับผ้าไหมจากอำเภอนาโพธิ์หรืออำเภอพุทไธสง ได้ สมาชิกกลุ่มโดย นางสมศรี ถุนนอก ได้คิดค้นที่จะนำผ้าฝ้ายมาทอ เนื่องจากมีราคาถูกกว่าผ้าไหม ทำให้จำหน่ายได้ง่าย แล้วคิดค้นความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าบ้านเจริญสุข จึงได้ค้นพบการนำดินมาย้อมเส้นฝ้าย ซึ่งเป็นดินจากภูเขาพระอังคารการผลิตผ้าของกลุ่มทอผ้าบ้านเจริญสุข จะเน้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยการคัดเลือกวัตถุดิบ การย้อมสีของเส้นฝ้ายจะย้อมด้วยสีจากธรรมชาติ เช่น ไม้ประดู่ ช่วยให้สีทนนาน ดอกอัญชันช่วยให้ สีสดใส เป็นธรรมชาติ เป็นต้น “ผ้าภูอัคนี” หรือ “ผ้าย้อมดินภูเขาไฟ” เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่ได้นำวัตถุดิบจากธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ โดยเป็นกรรมวิธีในการย้อมสีผ้า

ให้ออกมามีสีสวยงามอย่างมีเอกลักษณ์ ด้วยการนำผ้าฝ้ายหรือผ้าไหม ไปย้อมกับดินภูเขาไฟ หนึ่งในวัตถุดิบสำคัญที่หาได้ไม่ยาก เพราะหมู่บ้านเจริญสุขนั้น ตั้งอยู่ใกล้กับ “เขาพระอังคาร” ซึ่งเป็นภูเขาไฟเก่าแก่ที่ดับแล้ว 1 ใน 6 ลูกของจังหวัดบุรีรัมย์ ดินบริเวณนี้จึงอุดมด้วยแร่ธาตุจากลาวาภูเขาไฟที่ปะทุออกมาในอดีต ซึ่งนอกจากเป็นประโยชน์ในการเพาะปลูกแล้ว ชาวบ้านเจริญสุขยังคิดค้นวิธีการนำดินเหล่านี้มาใช้ย้อมผ้าอีกด้วย

รูปภาพที่ 4 ผ้าภูอัคนี ย้อมดินภูเขาไฟ

ขั้นตอนในการผลิตผ้าอัคนี คุณยายสมศรี ถุนนอก สมาชิกกลุ่มทอผ้าฝ้ายผ้าไหม หมู่บ้านเจริญสุข ได้อธิบายให้ฟังว่า “ขั้นตอนการย้อมนั้นไม่ยากอะไรเลย เริ่มต้นจากการนำดินภูเขาไฟ ใกล้ๆ กับเขาพระอังคารมา และนำมาคัดเศษผงที่เจือปนออก หลักจากนั้นก็นำไปผสมกับน้ำในอัตราส่วน ดินภูเขาไฟ 3 กิโลกรัมต่อ น้ำเปล่า 10 ลิตร ก็จะได้น้ำดินภูเขาไฟที่มีสีน้ำตาล สำหรับขั้นตอนนี้ หากอยากได้ผ้าสีเข้มก็ผสมน้ำให้น้อยลง หากอยากได้สีอ่อนก็ผสมน้ำให้มากขึ้น” ขั้นตอนต่อไปคือ ขั้นตอนการย้อมสีผ้า โดยจะนำผ้าฝ้ายหรือผ้าไหมที่ต้องการย้อมสีและจะใช้ผ้าน้ำหนัก 1 กิโลกรัม ในการย้อมแต่ละครั้ง นำผ้าลงไปแช่ในน้ำดินภูเขาไฟที่เตรียมไว้ โดยจะใช้เวลาในการแช่ผ้าทิ้งไว้ประมาณ 8-10 ชั่วโมง ก็จะได้ผ้าสีน้ำตาลเย็นตา สีสันสวยงามตามที่ต้องการ หลักจากนั้นก็จะนำผ้าที่ได้ไปล้างน้ำให้สะอาด แล้วนำไปตากที่ราวและยืดให้ตรง และหมู่บ้านเจริญสุขแห่งนี้ ก็ยังมีภูมิปัญญาที่จะรักษาสีผ้าให้คงทนด้วยเช่นกัน นั้นคือการนำผ้าที่ได้จากการย้อมดินภูเขาไฟ ไปต้มกับ “น้ำเปลือกต้นประดู่” ซึ่งก็เป็นอีกหนึ่งภูมิปัญญาชาวบ้าน ในการนำวัตถุดิบที่หาได้จากท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยมีขั้นตอนการย้อมผ้าจากดินภูเขาไฟ (ดังภาพที่ 4-2) ดังนี้

1) เก็บดินมาจากภูเขาไฟแล้วนำดินมาร่อนเพื่อทำความสะอาด

2) ดินที่ร่อนแล้วจะมีลักษณะละเอียดมาก

3) นำดินที่ร่อนแล้วมาเติมน้ำให้ดินละลายน้ำ

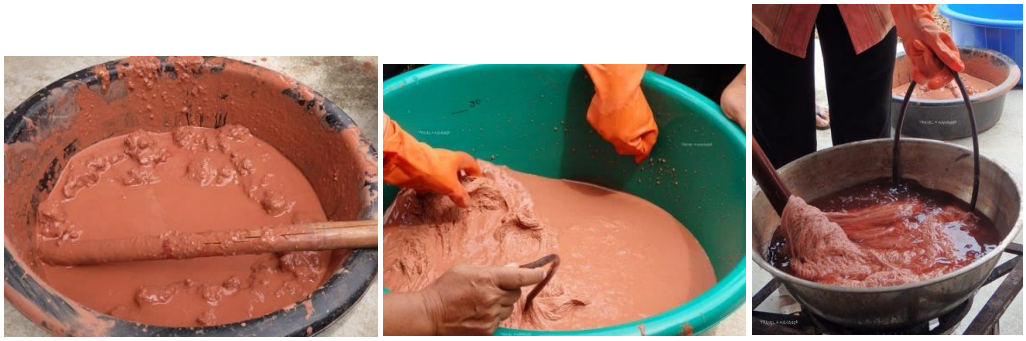
4) นำเส้นฝ้ายลงแช่ในน้ำดิน เพื่อให้ดินซึมเข้าเส้นใยของเส้นฝ้าย

5) เพื่อให้สีฝ้ายมีความเข้มของสีเส้นฝ้ายมากขึ้น นำเปลือกประดู่มาแช่น้ำแล้ว นำไปต้มด้วยความร้อน

6) พอน้ำเปลือกประดู่มีความร้อนที่เหมาะสำหรับนำเส้นฝ้ายลงแช่ แล้วก็นำเส้นฝ้ายแช่ในน้ำดินขึ้นมาแล้ว นำมาล้างน้ำสะอาด ปั้นให้หมาดๆ

7) นำเส้นฝ้ายที่ล้างด้วยน้ำสะอาดปั้นให้หมาดๆ นำมาต้มกับน้ำเปลือกประดู่ที่เป็นสีแดงๆ เพื่อให้สีติดทนนานยิ่งขึ้น

8) หลังจากที่ต้มด้วยน้ำประดู่แล้ว นำเส้นฝ้ายขึ้นมาจากน้ำประดู่ ผึ่งให้เย็น นำเส้นฝ้ายไปล้างให้สะอาดและผึ่งให้แห้ง



รูปภาพที่ 5 การย้อมผ้าภูอัคนี

ผ้าฝ้ายทอมือย้อมด้วยสีธรรมชาติจากดินภูเขาไฟบ้านเจริญสุข จะมีเนื้อผ้าที่ละเอียด ฝีมือการทอสม่ำเสมอ เรียบเนียนไม่ระคายผิว สีสันสวยงาม ไม่ยืด ไม่หด สีไม่ตก เพราะย้อมจากสีธรรมชาติ คือ ดินภูเขาไฟ จากภูเขาพระอังคาร ผ้าภูอัคนีเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประกอบด้วย ผ้าพื้นเรียบ ผ้าพันคอ ผ้าขาวม้า ผ้าปูโต๊ะ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าต่าง (ผู้จัดการออนไลน์ 2557) การทอผ้าเป็นอาชีพดั้งเดิมของชาวบ้านเจริญสุข จากการทอผ้าไว้เพื่อใช้เองในครัวเรือน จนปัจจุบันเป็นการทอผ้าเพื่อจำหน่าย กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเจริญสุข มีการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้ามาแต่โบราณ สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น จนถึงปัจจุบัน สมาชิกกลุ่มฯ ได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานราชการ อาทิเช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ/จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ,มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, สำนักงาน กศน. ,สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ แต่ดั้งเดิมนั้นมีการทอเฉพาะผ้าไหม ทางสมาชิกกลุ่มโดยนางสมศรี ฤนนอก ได้คิดค้นที่จะนำผ้าฝ้ายมาทอ เนื่องจากมีราคาถูกกว่าผ้าไหม ทำให้จำหน่ายได้ง่าย แล้วยังได้ค้นพบการนำดินมาย้อมเส้นฝ้าย ซึ่งเป็นดินจากภูเขาพระอังคาร ลักษณะของดินจะเป็นสีแดงซึ่งมีความเข้ม ซึ่งเมื่อนำมาย้อมแล้วทำให้เส้นฝ้ายนุ่ม สวมใส่สบาย แล้วยังเชื่อว่าเขาพระอังคารเป็นที่บรรจุสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้า เมื่อเรานำดินที่เขาพระอังคารมาย้อม เส้นฝ้าย/เส้นไหม ทำให้ผู้สวมใส่เป็นสิริมลคลแก่ชีวิต และอีกอย่างพื้นที่อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ มีภูเขาไฟจำนวน 4 ลูก คือเขาพระอังคาร

ในพื้นที่ตำบลเจริญสุข เขาหลุบ ในพื้นที่ตำบลถาวร เขาไปรบัด ในพื้นที่ตำบลยายแย้มวัฒนา และเขาพนมรุ้ง ในพื้นที่ตำบล ตาเป็ก จึงทำให้เกิดผ้าย้อมดินภูเขาไฟ หรือ “ผ้าภูอัคนี” ขึ้น ซึ่งนี่คือแรงบันดาลใจหลักของสมาชิกกลุ่มฯ ในการทอผ้า ภูอัคนี ดังคำขวัญประจำอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ ต้องมีการเปลี่ยนแปลงโดยการประชาคมประชาชน ในพื้นที่ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยคำขวัญ มี ความว่า “เมืองพนมรุ้ง ทุ่งฝ้ายคำ นามพระราชทาน ตำนานทับหลัง ที่ตั้งเจ้าพ่อปราสาททอง ของดีผ้าภูอัคนี”

รูปภาพที่ 6 การทอผ้าภูอัคนี

นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นแล้ว บ้านเจริญสุขยังเปิดหมู่บ้าน โอทอป เพื่อการท่องเที่ยว กิจกรรรมประกอบไปด้วย การสักการะพระอังคารธาตุวัดเขาพระอังคารและชมความสวยงามของสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่กว่า 1,000 ปี ชมฐานเรียนรู้ด้านการทอผ้าไหม ผ้าฝ้าย การฟอกย้อมด้วยดินภูเขาไฟ เยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ชุมชน ชมการแสดงออนซอนฟ้าภูอัคนี หัตถศิลป์ถิ่นไทย วันทาผ้าภูอัคนี และลำกลอนพื้นบ้านสืบสานงานวัฒนธรรม สำหรับกิจกรรมการเที่ยวบ้านเจริญสุข – สายบัว หมู่ที่ 1,12 และหมู่ที่ 14 ตำบลเจริญสุข อ.เฉลิมพระเกียรติ จ.บุรีรัมย์ นักท่องเที่ยวจะได้ชมความสวยงามและทำบุญ ไหว้พระ และสักการะพระอังคารธาตุวัดเขาพระอังคารเพื่อความเป็นสิริมงคลตามความเชื่อ/ชมปากปล่องภูเขาไฟ /เที่ยวชมฐานเรียนรู้การท่องทางธรรมชาติ ฐานเรียนรู้การักษาป่า ณ ที่ทำการศูนย์เรียนรู้ป่าชุมชน / ชมฐานเรียนรู้การทอผ้าไหม ผ้าฝ้ายบ้านนางสิงห์ เอมโอฐ / ชมฐานการเรียนรู้การออกแบบลายผ้าไหม ผ้าฝ้าย บ้านนางลัดดา ประภาเลิศ /ชมฐานเรียนฟอกย้อมผ้าฝ้ายด้วยดินภูเขาไฟ “ภูอัคนี” /ชมการผลิตไข่เค็มพอกดินภูเขาไฟ การผลิตข้าวภูเขาไฟ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชมที่ OTOP ที่ร้านจำหน่ายของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว มีกิจกรรมนำเที่ยวบริเวณสถานที่โดยรอบหมู่บ้าน ในช่วงต่าง ๆ ของปีด้วย เช่น

- เทศกาลไต้เห็ดเขาอังคาร ซึ่งจะจัดขึ้นในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง เดือน กันยายน ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศในแต่ละปี
- วัดเขาพระอังคาร เป็นวัดที่มีวัตถุธรรมความสวยงามของวัดพุทธศิลป์สร้างมานานในยุคที่ขอมเรืองอำนาจความสวยงามของวัดพุทธศิลป์ผสมศิลปะขอม แนวเดียวกันกับปราสาทหินเขาพนมรุ้ง ส่วน

สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างที่เห็นในวัดปัจจุบัน ส่วนใหญ่สร้างใหม่ทับของเก่า มีโบสถ์ที่ประยุกต์จากสถาปัตยกรรมหลายสมัย ดูสวยงามแปลกตา เป็นวัดที่สวยงามใหญ่โตแห่งหนึ่งของบุรีรัมย์ มีโบสถ์ ศาลา และอาคารต่าง ๆ ลักษณะเด่น เป็นวัดที่สร้างเลียนแบบสถาปัตยกรรมสมัยต่างๆ หลายรูปแบบ งดงามแปลกตาและน่าสนใจยิ่ง ภายในโบสถ์มีภาพจิตรกรรมฝาผนังและเรื่องราวพุทธชาดกเป็นภาษาอังกฤษด้วย บริเวณวัดเป็นปากปล่องภูเขาไฟคาดว่าเคยเป็นที่ตั้งของโบราณสถานสมัยทวารวดี เพราะเสมาหินแกะสลักสมัยดังกล่าวหลงเหลืออยู่เป็นจำนวนมาก วัตถุธรรมความสวยงามของวัดเขาพระอังคาร ด้านพุทธศิลป์เน้นสิ่งศักดิ์สิทธิ์สร้างศรัทธาต่อผู้มาเยือน ได้แก่

- โบสถ์ 3 ยอด สวยงามแปลกตา แตกต่างจากโบสถ์วัดทั่วไป โบสถ์ทรงแปลก ไม่มีช่อฟ้า ใบระกา หางหงส์ และโบสถ์ยังมีภาพจิตรกรรมฝาผนังเรื่องราวพุทธชาดกเป็นภาษาอังกฤษ
- ใบเสมาพันปีศาสนสถานและโบราณวัตถุอันล้ำค่า มีใบเสมา 8 คู่ ตั้งอยู่ 8 ทิศอย่างองอาจ
- พระพิฆเนศงาเดียว
- พระพุทธ 109 องค์
- พระตำหนักศักดิ์สิทธิ์หลวงปู่วิริยะเมฆ
- เทวรูปเจ้าเมืองขอม
- พระปางนาคปรกนอกโบสถ์
- รอยพระพุทธบาทจำลอง มีรอยพระพุทธบาทจำลองปรากฏชัด สันนิษฐานว่าโบราณวัตถุเหล่านี้น่าจะสร้างในยุคเดียวกับปราสาทหินพนมรุ้ง หรือมากกว่า 2,000 ปี
- พระคันธารราษฎร์
- พระนอนกลางแจ้ง
- ปล่องภูเขาไฟ
- ถ้ำกรรมฐาน

สิ่งที่โดดเด่น คือประติมากรรมการก่อสร้างโบสถ์ศาลา และอาคาร เลียนแบบสถาปัตยกรรมสมัยต่างๆ หลายรูปแบบและลักษณะเด่นตั้งอยู่บนเขาอังคารเป็นภูเขาไฟที่ดับแล้วอีกลูกหนึ่งในบุรีรัมย์ มีเส้นทางศึกษาเรียนประเด็นใหม่นอกจากประเด็นวัดพุทธศิลป์ สามารถศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างปราสาท เนื่องจากห่างจากปราสาทพนมรุ้ง 20 กิโลเมตร โดยลงมาจากพนมรุ้ง ถึงบ้านตาเป็กแล้วเลี้ยวซ้ายมาตามทางที่จะไปละหานทรายประมาณ 13 กิโลเมตรแล้วเลี้ยวขวาเข้าทางลูกรังอีกประมาณ 7 กิโลเมตรพบโบราณสถานเก่าแก่ และใบเสมาหินทรายสมัยทวารวดีสำคัญหลายชิ้น

รูปภาพที่ 7 วัดเขาพระอังคาร

- กิจกรรมนำเที่ยวป่าชุมชนเขาพระอังคาร โดยมัคคุเทศก์น้อย ซึ่งเป็นเยาวชนในหมู่บ้าน ป่าชุมชนเขาพระอังคาร เป็นป่าชุมชนที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชพรรณธรรมชาติ ซึ่งได้รับการดูแลจากประชาชนในหมู่บ้าน และกลุ่มราษฎรอาสาสมัครพิทักษ์ป่า (รสทป.) ที่เข้มแข็ง ปฏิบัติหน้าที่ดูแลการบุกรุกทำลายป่าชุมชน พร้อมทั้งปลูกป่าทดแทน จึงทำให้ป่าชุมชนเขาพระอังคารเป็นป่าที่อุดมสมบูรณ์

รูปภาพที่ 8 กิจกรรมเที่ยวป่า

- กิจกรรมอื่นๆ เช่น กิจกรรมสาธิตปลูกผักสวนครัวปลอดสารพิษ การปลูกข้าวปลอดสารพิษ เป็นต้น

“ของดี ของเด่น” ของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งสามารถนำมาเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารในชุมชน ได้ตามฤดูกาล มีดังนี้ ผักอีนูน มีในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม (ช่วงปลายฤดูหนาว เข้าสู่ต้นฤดูร้อน) หน่อเพ็ก , เห็ดเผาะ หรือ เห็ดถอบ , ผักหวานป่า หรือ ผักก้านตรง , ผักอีลอก และ ไข่มดแดง จะมีในช่วงเดือนมีนาคม ถึง เดือนเมษายน (ช่วงฤดูร้อน เข้าสู่ต้นฤดูฝน) ดอกกระเจียว , เห็ดโคน หรือ เห็ดปลวกใหญ่ , หน่อโจด , เห็ดโคนน้อย หรือ เห็ดถั่ว , เห็ดโคนเล็ก หรือ เห็ดปลวกไก่น้อย , เห็ดก่อ , เห็ดน้ำหมาก , เห็ดหน้ามุม , เห็ดข่า , เห็ดหน้าวัว , เห็ดครก , เห็ดถ่าน , เห็ดน้ำแป้ง , เห็ดนางหงส์ หรือ เห็ดระโงก , เห็ดตับเต่า หรือเห็ดผึ้ง , เห็ดเพ็ก , เห็ดไส้เดือน และเห็ดมันปู มีในช่วงเดือน

พฤษภาคม ถึง เดือนตุลาคม (ช่วงฤดูฝน) และ เห็ดขอน หรือ เห็ดกระด้าง มีในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนธันวาคม (ช่วงฤดูหนาว) ข้อมูลจากคุณลมุล จันทะคาด และคุณวันดี อุ้ยกระโทก และ ผู้ใหญ่บ้านคุณ สมหวัง ผาสุกใจ

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่าในฤดูฝนนั้นป่าชุมชนบนเขาอังคารจะมีความอุดมสมบูรณ์อย่างมาก สามารถทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างน่าสนใจ กิจกรรมที่เกิดขึ้นคือ การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเดินป่า และเก็บของป่าเพื่อนำมาประกอบอาหาร (Food Foraging) ซึ่งจะเป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าสนใจ และนักท่องเที่ยวยังสามารถได้เรียนรู้เกี่ยวกับเห็ดที่เกิดขึ้นในป่าและผลผลิตจากป่าที่สามารถนำมาปรุงอาหารรับประทานได้ เมนูอาหารหลักของชุมชน ได้แก่ ผักลวกจิ้มน้ำพริกชนิดต่างๆ เช่น น้ำพริกกะปิ น้ำพริกปลาทูและปลานิล น้ำพริกปลาร้า เป็นต้น และต้มยำไก่บ้านย่าง แกงเปรอะ ซุปหน่อโจด ไข่เจียว ส้มตำ และทอดมันหัวปลี โดยวัตถุดิบส่วนใหญ่นั้นมาจากวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น ดังภาพที่ 4-6

รูปภาพที่ 9 อาหารจากวัตถุดิบในชุมชน

ตารางที่ 7 วัตถุดิบจากธรรมชาติบนเขาพระอังคาร

ฤดูกาลหรือ ช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
ช่วงปลายฤดูแล้งต่อต้นฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือน เมษายน	 เครดิตภาพจาก http://www.biogang.net - หน่อเพ็ก หน่อของไผ่เพ็ก ชื่อวิทยาศาสตร์ Vietnamosasa pusilla มักจะเกิดในช่วงปลายหน้าแล้งและมีไฟไหม้ พอเจอฝนตกสักครั้งสองครั้งก็จะเริ่มเกิด - ย่านาง หรือใบย่านาง ชื่อทางวิทยาศาสตร์ Tiliacora triandra (Colebr)	แกงเปรอะใส่ใบหญ้านาง
	 เครดิตภาพจาก http://hello2day.com เห็ดเผาะ หรือ เห็ดถอบ ชื่อวิทยาศาสตร์: Astraeus hygrometricus	แกงเห็ดเผาะ/ ตำน้ำพริก/ เห็ดเผาะคั่วเกลือ

ฤดูกาลหรือ ช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
	 เครดิตภาพจาก Facebook มูลนิธิหมอชาวบ้าน ผักอีนูน อีนูน อะนูน ผักสาบ หรือ นางนูน ชื่อวิทยาศาสตร์ Adenia viridiflora Craib	ใช้ใบ ดอก และผลดอง/ ต้มจิ้มน้ำพริก
	 เครดิตภาพจาก http://www.the-than.com ผักหวานป่า หรือ ผักก้านตรง ชื่อวิทยาศาสตร์: Melientha suavis Pierre	ผัด/ ลวก/ แกงใส่ไข่มดแดง
	 เครดิตภาพจาก https://health.mthai.com	แกงกะทิใส่รวมกับเห็ดเผาะ/ แกงป่า

ฤดูกาลหรือ ช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
	ผักอีรอก ชื่อวิทยาศาสตร์ Amorphophallus brevispathus Gagnep	
	 เครดิตภาพจาก http://www.sator4u.com เห็ดโคนหรือเห็ดปลวก ชื่อวิทยาศาสตร์ว่า Termitomyces fuliginosus Heim	แกง/ ผัด/ ยำ/ ตำน้ำพริก/ แกงจืด
	 เครดิตภาพจาก https://pantip.com ไข่มดแดง มักจะเก็บได้ในช่วงเดือนเมษายน	หมก/ ยำ/ ผัด/ ใส่ไข่เจียวทอด/ แกงใส่ผักหวาน
ช่วงฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือน พฤษภาคม ถึง เดือนตุลาคม		ซุป/ ต้มจิ้มน้ำพริก/ แกงป่า/ ดอง/ นึ่ง

ฤดูกาลหรือ ช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
	 เครดิตภาพจาก https://www.youtube.com หน่อโจด หน่อของไผ่โจด ชื่อวิทยาศาสตร์ Arundinaria ciliata A. Camus	
	 เครดิตภาพจาก https://www.matichon.co.th เครดิตภาพ ทีมนักวิจัย ดอกกระเจียว ชื่อวิทยาศาสตร์ : Curcuma aeruginosa Roxb	ต้มจิ้มน้ำพริก/ แกงกะทิ/ ชุบแป้งทอด/ ผัด

ฤดูกาลหรือ ช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
	 เครดิตภาพจาก http://www.saonday.com เครดิตภาพ ทีมนักวิจัย เห็ดก่อ หรือ เห็ดน้ำหมาก ชื่อวิทยาศาสตร์ : Russula	แกงกะทิ/ แกงป่า/ ผัด/ นึ่ง/ ชุบแป้งทอด (ตำน้ำพริกไม่อร่อย เพราะมันแข็ง)
	 เครดิตภาพจาก https://nonsawan.wordpress.com	แกงกะทิ/ แกงป่า (ไม่นิยมนำมาชุบแป้งทอด เพราะมันเปราะบางเลอะง่าย)

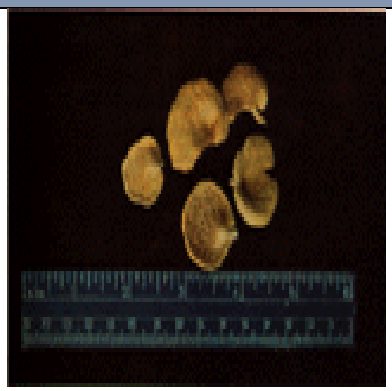
ฤดูกาลหรือ ช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
	 เครดิตภาพจาก http://chm-thai.onep.go.th เห็ดน้ำหมาก ชื่อวิทยาศาสตร์ : Russula	
	 เครดิตภาพจาก http://www.biogang.net เห็ดหน้ามุม	แกงป่า/ แกงเปรอะ/ ทอด/ ยำ/ ลาบ
	 เครดิตภาพจาก http://www.bedo.or.th เห็ดข่า ชื่อวิทยาศาสตร์: Lactarius piperatus	ต้มจิ้มน้ำพริก (เพราะมีกลิ่นฉุน ไม่ค่อยนิยม)

ฤดูกาลหรือ ช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
	 เครดิตภาพจาก https://web.ku.ac.th เครดิตภาพจาก http://www.biogang.net เครดิตภาพจาก https://nonsawan.wordpress.com เห็ดหน้าวัว ชื่อวิทยาศาสตร์ Russula foetens (Pers) Fr.	ต้มจิ้มน้ำพริก (มีกลิ่นฉุน)

ฤดูกาลหรือ ช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
	 เครดิตภาพจาก http://nakhu.com เห็ดครก หรือ เห็ดก้นครก ชื่อวิทยาศาสตร์ Russula japonka Hongo	ต้มจิ้มน้ำพริก/ ชุบแป้งทอด/ ลาบ
	 เครดิตภาพจาก https://nonsawan.wordpress.com เห็ดถ่าน ชื่อวิทยาศาสตร์ Russula nigricans Fr	ต้มจิ้มน้ำพริก/ ชุบแป้งทอด/ ลาบ
	 เครดิตภาพจาก http://chm-thai.onep.go.th เห็ดน้ำแป้ง ชื่อวิทยาศาสตร์ Russuda alobareokita Hongo	แกงกะทิ/ แกงป่า (ไม่นิยมนำมาชุบแป้งทอดเพราะมันเปราะบางเลอะง่าย)

ฤดูกาลหรือช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
	 เครดิตภาพจาก http://research.rae.mju.ac.th เห็ดโคนน้อย หรือเห็ดถั่ว ชื่อวิทยาศาสตร์ Hypsizygus marmoreus (Peck) Bigelow	แกงกะทิ/ แกงป่า/ หมก/ ผัด
	 	แกงกะทิ/ แกงป่า/ ย่าง ตำน้ำพริก/ ลาบ (ไม่ค่อยนิยมนำมาผัด เพราะมีลักษณะลื่นๆ)

ฤดูกาลหรือ ช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
	 เครดิตภาพจาก https://nonsawan.wordpress.com เห็ดนางหงส์ หรือ เห็ดระโงก ชื่อวิทยาศาสตร์ Amanita hemibapha (Berk. Et Broome) Sacc subsp javanica Corneret Bas	
	 เครดิตภาพจาก https://nonsawan.wordpress.com เห็ดตับเต่า หรือ เห็ดผึ้ง ชื่อวิทยาศาสตร์ Thaeogyroporus porentosus (berk. ET. Broome)	แกงป่า หรือ แกงรวมกับเห็นนางหงส์หรือเห็ดระโงก (ไม่นิยมนำมาทำแกงกะทิ)
	 เครดิตภาพจาก https://nonsawan.wordpress.com	แกงป่า/ ซุป/ ลาบ/ แปรรูปทำเป็นทอดมัน

ฤดูกาลหรือ ช่วงเดือน	ผลผลิตจากป่าชุมชนบนเขาอังคาร หมู่บ้านเจริญสุข ตำบลเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์	เมนูอาหาร
	 เครดิตภาพจาก http://www.bedo.or.th เห็ดเพ็ก มักจะออกในช่วงเข้าพรรษา	
ช่วงฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน ถึง เดือน มกราคม	 เครดิตภาพจาก https://nonsawan.files.wordpress.com เห็ดขอน หรือ เห็ดกระด้าง ชื่อวิทยาศาสตร์ : Lentinus squarrosulas Mont	แกงป่า/ ซุป/ ลาบ/ แปรรูปทำเป็นทอดมัน

สำหรับอาชีพหลักในชุมชนนี้คือการทำนาปลูกข้าวหอมนิล การทำสวนปลูกลำไย ฝรั่ง ถัวลิสง แตงโม ข้าวโพด ถั่วฝักยาว และการปลูกผักสวนครัวแบบผสมผสานและไม่ใช้สารเคมี เช่น กะเพรา แมงลัก ตะไคร้ มะกรูด ข่า พริก มะเขือเปราะเล็ก ยี่หร่า สะระแหน่ มะนาว ตำลึง ชะอมและผักสลัด สำหรับอาชีพเสริม คือ การเลี้ยงนกกระทา

สินค้า OTOP ของชุมชนบ้านเจริญสุข คือ ผ้าภูอัคนี และในปัจจุบันมีการรวมกลุ่มกันเป็นชมรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มขึ้นมาให้เป็นสินค้าของชุมชนเพื่อให้มีการกระจายรายได้ให้กับสมาชิก ซึ่งการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในชมรมนั้นมีการลงหุ้น หุ้นละ 100 บาท โดยแต่ละคนในชุมชนจะสามารถเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมได้คนละหลายชมรม ซึ่งทั้งการน้อมผ้าภูอัคนี และกาทำไข่เค็มนั้น ได้รับความสนใจขอศึกษาดูงานวิธีการทำจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในหมู่บ้าน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มศึกษาดูงานจากส่วนราชการ ทั้งยังได้รับ

การสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายจากส่วนราชการ เช่น อุตสาหกรรมจังหวัดที่มาให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องของการแปรรูปและการต่อยอดในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์มากขึ้นอีกด้วย

ประเพณีที่สำคัญของชุมชน ได้แก่

ตารางที่ 8 ประเพณีของชุมชนเจริญสุข

ลำดับ	ชื่อประเพณีที่สำคัญ	ช่วงเวลาที่ทำ	เป้าหมาย/ความเชื่อ
1	ทำบุญวันขึ้นปีใหม่	1 ม.ค. ทุกปี	ให้เกิดสิริมงคลกับบ้านเมือง ฯ
2	บุญข้าวจี่ + บุญประทายข้าวเปลือก	พ.ค. ทุกปี	ทำบุญขอขมาข้าว นำข้าวมารวมบริจาคเป็นกองทุนพัฒนาหมู่บ้าน
3	บุญมหาชาติหรือบุญพระเวสสันดร	มี.ค. ทุกปี	รวมถวายกัณฑ์เทศ เพื่อการปฏิสังขร วัด - สร้างความสามัคคี ฟังธรรม
4	ประเพณีสงกรานต์	13-14 เม.ย. ทุกปี	ทำบุญสงน้ำพระ รดน้ำขอพรผู้สูงวัย ครอบครัวได้พบกัน เกิดความกตัญญู
5	ประเพณีบุญบั้งไฟ	พ.ค. ทุกปี	ถ่ายทอดช่างทำกนกลวดลาย-ขอฝน สร้างสามัคคีในคุ้มบ้าน และหมู่บ้าน
6	ประเพณีขึ้นเขาอังคาร	พ.ค. ทุกปี	ขอฝน-กราบพระธาตุอังคาร -ประชาสัมพันธ์แห่งท่องเที่ยว
7	ประเพณีเข้าพรรษา	ก.ค. ทุกปี	ถวายเทียนพรรษา ผ้าอาบน้ำฝน รวมผ้าป่าบำรุงศาสนา สร้างสามัคคี
8	ประเพณีออกพรรษา ถวายผ้ากฐิน	ต.ล. พ.ย. ทุกปี	สืบทอดพระสงฆ์ พระศาสนา ถวายทาน
9	ประเพณีลอยกระทง	พ.ย. ธ.ค. ทุกปี	อนุรักษ์สืบทอดช่างฝีมือ สร้างสามัคคี

ความเชื่อและพิธีกรรมเกี่ยวกับป่า

1. การทำพิธีบวชป่า ให้ชาวบ้านมีจิตสำนึกรักป่า
2. การทำบุญตักบาตรในป่า เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้กับผีป่า สัมพเวสี ให้ช่วยคุ้มครองป่าและผู้คนในหมู่บ้าน ให้ฝนตกตามฤดูกาล

การใช้ประโยชน์จากป่า

1. เป็นแหล่งอาหารของชุมชนรอบป่า
2. เป็นแหล่งสมุนไพร แหล่งการจัดหลักสูตรการศึกษาท้องถิ่นของโรงเรียน นักเรียน เยาวชนและบุคคลทั่วไป
3. เป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับชุมชน เช่น รายได้จากการหาดอกดิน ผักอีนูน ไข่มดแดง ผักหวานเห็ดนาๆชนิดขาย

4. เป็นแหล่งเก็บไม้ฟืนแห้ง ไม้ที่ตายแล้ว ของชุมชน
5. เป็นพื้นที่รับช่วยซับน้ำสู่พื้นที่การเกษตรซึ่งในบริเวณป่าเขาอังคารมีลำน้ำมากกว่า 20 สายไหลจากป่าต้นน้ำเขาอังคารสู่อ่างเก็บน้ำ ทยอยจากอ่างเก็บน้ำเข้าพื้นที่การเกษตร ทำให้ชุมชนโดยรอบป่าเขาอังคาร มีความอุดมสมบูรณ์และมีคุณภาพชีวิตดีกว่าหมู่บ้านอื่นๆ ในตำบลและอำเภอเดียวกัน
6. เป็นแหล่งอาศัยที่อยู่แก่สัตว์ป่า เป็นแหล่งเพาะพันธ์พวก กบ, อึ่งอ่าง, ปลา
7. เป็นแหล่งเลี้ยงสัตว์ของชุมชนในฤดูทำนา

กฎ ระเบียบป่าชุมชน

1. ห้ามล่าสัตว์ทุกชนิดในป่าเขาอังคาร
2. ห้าม ตัด ขุด ถอน โค่น หรือเคลื่อนย้ายพันธ์ไม้จากป่าเขาอังคาร (ยกเว้นพืชอาหารใช้ส่วนใบ และไม้แห้งกิ่งตาย ไม้ฟืน)
3. ห้ามผู้ใดบุกรุกแผ้วถางป่าชุมชนเขาอังคาร
4. ห้ามทิ้งขยะที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ ในป่าเขาอังคาร

การบำรุงและฟื้นฟู

1. จัดหัวหน้าครัวเรือนทุกครัวเรือนเป็น อาสาสมัครพิทักษ์ป่า เฝ้าระวังและดับไฟป่า
2. รณรงค์ให้ความรู้กับราษฎรให้เห็นคุณหรือโทษ ของการอนุรักษ์ และการทำลาย
3. จัดทำข้อตกลง หรือแผนชุมชน สร้างฝายชะลอน้ำโดยชุมชนทำเอง และแผนขอรับการสนับสนุนจากท้องถิ่น ส่วนราชการอื่น ๆ
4. จัดชุดกรรมการหมู่บ้าน อาสาสมัคร ตั้งจุดตรวจเวรยาม ตลอดฤดูฝน
5. จัดให้มีการเพาะ และปลูกไม้ในป่าเขาอังคาร ในโอกาสสำคัญ
6. จัดตั้งกองทุนเพื่อการศึกษาและอนุรักษ์ป่าเขาอังคาร โดยผู้นำชุมชน คณะครู และประชาชนร่วมกันบริจาค

บ้านสนวนนอก

เป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ ของจังหวัดบุรีรัมย์ มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจเป็นพื้นที่ ที่มีป่าทึบเมื่อประมาณ 150 ปี มีต้นไม้ชื่อว่าต้นสนวน มีนายดำ เป็นชาวร้อยเอ็ดเข้ามาตั้งรกราก ปัจจุบันบ้านสนวนนอก หมู่ที่ 2 ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลสนวน อำเภอห้วยราช มีภาษาพื้นถิ่นเขมรดำรงชีวิตเรียบง่าย มีความสามัคคีปรองดอง ชอบการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและทอผ้าไหม ได้สืบทอดกันมาแต่โบราณ

รูปภาพที่ 10 ชุมชนสนวนนอก

เส้นทางการเดินทาง "สนวนนอก" ตั้งอยู่บนทางหลวงชนบท ถนนสายห้วยราช - กระสัง อยู่ห่างจากอำเภอห้วยราช 2 กิโลเมตร และห่างจากตัวเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ 12 กิโลเมตร สามารถเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง/รถไฟจากจังหวัดบุรีรัมย์ ได้โดยสะดวก แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตผลิตไหม "บ้านสนวนนอก" มีมัคคุเทศก์ของหมู่บ้านอำนวยความสะดวกนำนักท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตผลิตภัณฑ์ไหมตั้งแต่เริ่มแรก ดังนี้

- การปลูกหม่อน-เก็บใบหม่อน ชมและเรียนรู้การปลูกหม่อน/ชำต้นหม่อน/เก็บใบหม่อนไปเลี้ยงไหม
- การเลี้ยงไหม สาวไหม ชมและเรียนรู้การเลี้ยงไหม/ให้อาหารตัวไหม/สาวไหมจากตัวดักแด้

รูปภาพที่ 11 ใบหม่อนในชุมชนสนวนนอก

บ้านพัก Home Stay

"บ้านสนวนนอก" มีโฮมเสตย์สะอาดน่าอยู่ให้พักไม่น้อยกว่า 15 หลัง ค่าที่พักรวมอาหารเช้าราคาย่อมเยาว์ หรืออาจพักรีสอร์ททันสมัยในหมู่บ้านและในอำเภอรองรับได้ไม่น้อยกว่า 100 คน

ผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. ผ้าไหมลายเอกลักษณ์ของท้องถิ่นแต่โบราณได้แก่ ผ้าไหมหางกระรอก (กระนีว) ผ้าสโร่ง ผ้าขาวม้า ผ้าไหมพันเรียบ
2. ผ้าคลุมไหล่ยกดอกแก้ว ดอกพิกุล เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศ
3. ผ้าไหมแปรรูป เช่น เสื้อ กระเป๋าอเนกประสงค์ กระเป๋าดินสอ พวงกุลแจ ตุ๊กตาผ้า ฯลฯ
4. อาหารอร่อยประจำถิ่น ได้แก่ ข้าวหลาม ดักแด้ คั่วสมุนไพร กระยาสารท

รูปภาพที่ 12 อาหารพื้นบ้านชุมชนสนวนนอก

5. เมนูเด็ด ได้แก่ แกงกล้วย บวดบุก ส้มตำดักแด้ ขนมจีนน้ำยาฤดูกาลท่องเที่ยว
6. เดือน 5 ของทุกปี (เดือนเมษายน) "เทศกาลวันสงกรานต์" ซึ่งจะเชื่อมโยงกับงานประจำปีของงานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งอยู่ในห้วงเวลาเดียวกันและบนเส้นทางหลวงหมายเลข 24 เช่นเดียวกัน
7. เดือน 10 ของทุกปี (เดือนกันยายน) เทศกาล "บุญโดนตา" เป็นพิธีเซ่นไหว้บรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วและเป็นการรวมญาติพี่น้องในตระกูล
8. การฟอก ย้อม มัดหมี่ ชมและเรียนรู้การฟอดกาวไหมออกจากเส้นไหม/การเตรียมเส้นไหมเพื่อมัดหมี่/การย้อมสีธรรมชาติ/เรียนรู้การมัดหมี่ ฟอกย้อมสีเส้นไหม
9. การทอผ้าไหม ชมและเรียนรู้การทอผ้าไหม

รูปภาพที่ 13 การเลี้ยงไหม

10. การแปรรูปและสร้างสรรค์ลวดลายบนผืนผ้าไหม ชมและเรียนรู้การแปรรูปผ้าไหม การเขียนลาย พิมพ์ลายต่าง ๆ บนผืนผ้าไหม

รูปภาพที่ 14 ผลิตภัณฑ์จากชุมชน

การเลี้ยงไหมนอกจากจะเป็นการเสริมรายได้ให้แก่เกษตรกรแล้ว ยังเป็นวัฒนธรรมที่เก่าแก่และดีงามของชาติไทยที่สืบต่อกันมานานอีกด้วย ไม่ว่าเศรษฐกิจของประเทศจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร การพัฒนาการเลี้ยงไหมก็ต้องดำเนินต่อไป" พระราชดำรัส สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2542 บ้านสนวนนอก มีชื่อเสียงเรื่องของการปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และทอผ้ากันด้วยนะผ้าไหมที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นคือ ผ้าไหมหางกระรอกคู่ ในการไปครั้งนี้ชาวบ้านก็ยังให้พวกเราได้ดูวิธีการสาวไหมและให้พวกเราทดลองทำกันด้วยนะครับ แต่ประเด็นที่มากกว่านั้นคือได้กิน "ดักแด้" หรือ "หนอนไหม" อร่อยมาก ถือเป็นผลพลอยได้ นอกจากเราจะได้มาเที่ยวบุรีรัมย์แล้วยังได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมผ้าไหมของบ้านสนวนนอกด้วย

กระบวนการสาวเส้นไหม

1. ต้มน้ำให้ร้อนประมาณ 70-80 C แล้วใส่รังไหมลงไปประมาณ 40-50 รังเพื่อให้ความร้อนจากน้ำช่วยละลาย Serricin (โปรตีน) ที่ยึดเส้นไหม
2. ใช้ไม้พายเล็กแกว่งตรงกลางเป็นแฉก คนรังไหมกดรังไหมให้จมน้ำเสียก่อน
3. เมื่อรังไหมลอยขึ้นจึงค่อย ๆ ตะล่อมให้รวมกันแล้วต่อย ๆ ดึงเส้นใยไหมออกมาจะได้เส้นใยไหมซึ่งมีขนาดเล็กมากรวมเส้นใยไหมหลาย ๆ เส้นรวมกัน
4. ดึงเส้นไหม โดยให้เส้นไหมลอดออกมาตามแฉกไม้ ซึ่งจะทำให้ได้เส้นไหมที่สม่ำเสมอและรังไหมไม่ไต่ตามมากับเส้นไหม เส้นไหมที่สาวได้จะผ่านไม้หีบขึ้นไปร้อยกันรอกที่แขวนหรือพวงสาวที่ยึดติดกับปากหม้อ แล้วดึงเส้นไหมใส่กระบุง

รูปภาพที่ 15 การดึงเส้นไหม

5. คอยเติมรังไหมใหม่ลงไปในหม้อต้มเป็นระยะ ๆ
6. รังไหมจะถูกสาวจนหมดรังเหลือดักแด้จมลงก้นหม้อแล้วจึงตักดักแด้ออก ดักแด้จากไหม สามารถนำมาต้มให้สุกและรับประทานได้ มีรสชาติอร่อย และยังมีสรรพคุณเป็นยาบำรุงสำหรับผู้ชายด้วย รังไหมที่เหลือจากการสาวไหม สามารถนำมาขัดหน้าเพื่อบำรุงผิวได้อีกด้วย

รูปภาพที่ 16 ดักแด้ที่เหลือจากการสาวไหม

หลังจากที่สาวไหมแล้ว ชาวบ้านก็จะเอาไหมที่ได้ไปผ่านกระบวนการฟอก ย้อมด้วยวิธีการทางธรรมชาติ จนสุดท้ายก็จะนำมาทอด้วยมือ บ้านสนวนนอกขึ้นชื่อเรื่องผ้าลายหางกระรอก ผ้าหางกระรอก เป็นผ้าทอโบราณที่มีลักษณะลวดลายเรียบง่าย แต่แฝงด้วยความประณีตและงดงาม โดยใช้เทคนิคการทอผ้า ที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าไทคือ "การควบเส้น" หรือคนไทยเรียกว่า "ผ้าหางกระรอก" ผ้าหางกระรอกถือเป็นผ้าโบราณที่พบมากในแถบอีสานใต้คือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และพบในภาคใต้ที่นครศรีธรรมราช ตรัง “โฮลเปราะห์” และสตรีใช้นุ่งทอเปลงเป็นลายริ้ว เรียกว่า “โฮลแสร็ย”

รูปภาพที่ 17 ผ้าหางกระรอก

(ที่มา https://pantip.com/topic/35566360)

ชื่อที่เรียกว่า "ผ้าหางกระรอก" อาจเป็นเพราะลวดลายของผ้าทอที่มีลักษณะเนื้อผ้าที่มีความเหลือบสี เห็นเป็นลายเส้นเล็กๆ ในตัว ซึ่งมองดูแล้วคล้ายกับขนของหางกระรอก จึงเป็นที่มาของชื่อเรียกดังกล่าว นอกจากนี้ ชื่อเรียกผ้าชนิดนี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ตามรูปลักษณ์ที่มุ่งเน้นเช่น บางพื้นที่เรียกว่า ผ้าวา ผ้ายาว ซึ่งเป็นการเรียกตามลักษณะความยาวของผืนผ้าที่ยาวกว่าผ้าถุงเท่าตัว บางพื้นที่เรียกว่า ผ้าควบ เพราะถือเอาวิธีการทอแบบตีเกลียวควบมาใช้เป็นชื่อเรียก แต่คนส่วนใหญ่นิยมเรียกว่าผ้าหางกระรอกมากกว่า

บ้านสนวนนอก มีประเพณีที่เรียกว่า **เรือมตรด** คือการร่ายรำที่ทำกันในช่วงตรุษสงกรานต์ เป็นการละเล่นพื้นบ้านของชาวอีสานใต้มาตั้งแต่โบราณ มีความเชื่อเป็นการละเล่นเพื่อความสนุกสนานในวันขึ้นปีใหม่ของชาวไทยสมัยก่อนที่ใช้เดือนเมษายนของทุกปีเป็นวันขึ้นปีใหม่ การเล่นเรือมตรด นิยมเล่นเฉพาะเดือนเมษายนของทุกปีเท่านั้น เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจจากการตรากตำทำงานหนักมาเป็นเวลานาน การเรือมตรดนี้จะ

ร้องรำไปตามหมู่บ้านทุกหลังคาเรือน เมื่อถึงบ้านใครเป็นธรรมเนียมเจ้าของบ้านจะออกมาต้อนรับและมอบจตุปัจจัย เครื่องอุปโภคบริโภคต่าง ๆ ให้แก่ผู้เล่นเรือมตรด เพื่อรวบรวมนำไปถวายวัดต่อไป การเล่นเรือมตรดมีผู้ร้องรำเพลงเป็นต้นบทร้องนำหรือเรียกว่าพ่อเพลงแม่เพลง คนอื่น ๆ เป็นผู้ร้องตามหรือเรียกว่าลูกคู่ เครื่องดนตรีประกอบด้วย กลองกันตรึม 2 ใบ หรือมากกว่านั้น ฉิ่ง ฉาบ ซอ จอกกร็อง ฯลฯ ทั้งที่ทุกครั้งที่มีการแสดงจะต้องมีกลองกันตรึมประกอบเสมอ เนื้อร้องเรือมตรด เริ่มจากบทขออนุญาตเจ้าของบ้านต่อด้วยบทอื่น ๆ ตามที่เห็นสมควรถึงการขอรับบริจาคบทเกี้ยวพาราสีของหนุ่มสาว ตอนท้ายเป็นบทให้ศีลให้พรเจ้าของบ้านและบทร้องลาแล้วจึงย้ายคณะเรือมตรดไปยังบ้านอื่นต่อไป

รูปแบบการละเล่นเรือมตรด

การเล่นเรือมตรดทุกครั้งของการเล่นมีการไหว้ครูทุกครั้งไป วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการไหว้ครู มีดังนี้

1. ผ้าขาว 1 ผืน
2. กรวยใส่ดอกไม้ 5 ดอก เทียน 2 เล่ม ธูป 9 ดอก บางหมู่บ้าน จะใช้กรวยและอุปกรณ์ดังกล่าวไม่เหมือนกัน
3. หมากพลู
4. สุราขาว 1 ขวด
5. น้ำหวาน 1 ขวด (ปัจจุบันใช้น้ำอัดลม เช่น น้ำส้ม)
6. น้ำ 1 ขัน เพื่อทำน้ำมนต์
7. เงินค่ายกครู 32 บาท หรือ 59 บาท หรือ 42 บาท
8. เครื่องดนตรี

โดยเริ่มจากขั้นตอนการประกอบพิธีไหว้ครู พ่อครู หัวหน้าชุดหรือครูอาวุโสและคณะนักแสดงทุกคนจะนำเครื่องไหว้ครูใส่ถาดหรือพานพ่อครู หัวหน้าชุด หรือผู้อาวุโสเป็นผู้ประกอบพิธี โดยเริ่มจากการจุดธูปเทียน นักแสดงล้อมวง และสวดบทไหว้ครู และประกอบพิธีทำน้ำมนต์และพรมน้ำมนต์ให้กับเครื่องดนตรี และนำแสดง ในการแสดงนั้น ผู้แสดงเดินไปยังบ้านของแต่ละชุมชนแม่เพลงหรือพ่อเพลงร้องเพลงในบทที่ขออนุญาตเข้าบ้าน บทแจ้งวัตถุประสงค์ของการมาในครั้งนี้บทเบ็ดเตล็ด บทอวยพร และบทลา โดยให้พ่อเพลงแม่เพลงนักดนตรียืนร้องรำ และเล่นดนตรีอยู่ตรงกลางมีนักแสดงรำรอบ ๆ เป็นวงกลม ร้องรำไปเรื่อย ๆ จนจบบทร้อง ในขณะที่กำลังร้องและรำ เจ้าของบ้านจะนำเครื่องจตุปัจจัย เครื่องอุปโภคบริโภคต่าง ๆ มาให้กับหัวหน้าหรือผู้ที่มีหน้าที่ในการรับบริจาคเพื่อรวบรวมนำไปถวายวัดเพื่อเป็นการทำบุญ เมื่อเล่นจบบ้านหนึ่งหลังแล้ว จึงเดินไปยังบ้านหลังอื่น ๆ อีก และจะทำการแสดงเหมือนดังได้กล่าวมาแล้วจนถึงตอนเย็น เมื่อคณะเรือมตรดเล่นเสร็จในหนึ่งวันแล้วจะรวบรวมเครื่องจตุปัจจัย เครื่องอุปโภคบริโภคต่างนำไปถวายวัดเป็นวันๆ ไป ในการเล่นของแต่ละวันก็จะดำเนินการในลักษณะเหมือนกันทุกวันไป

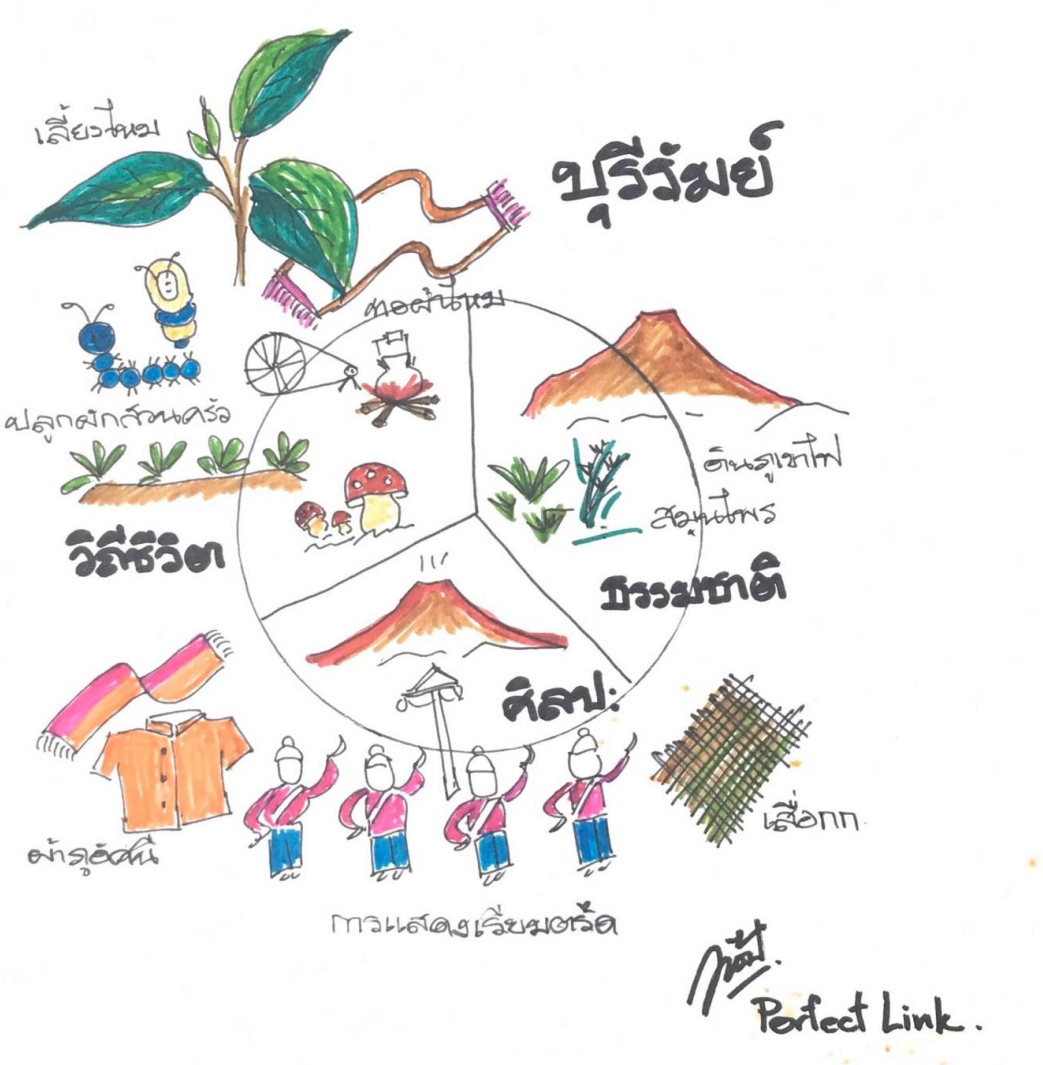
รูปภาพที่ 18 การละเล่นเรือมตรด

บ้านสนวนนอกเป็นบ้านเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวและพักได้ในรูปแบบโฮมสเตย์ ซึ่งมีอยู่ด้วยกันประมาณ 15 หลัง มีบ้านโบราณมีประวัติยาวนาน เจ้าของเดิมคือคุณตากาจ คุณยายเรียง เพชรเลิศ สร้างขึ้นประมาณ พ.ศ. 2469 สร้างโดยใช้ไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้ประดู่ ไม้แดง ซึ่งได้จากท้องไร่ท้องนาในสมัยนั้น ตัวบ้านถูกออกแบบโดยเน้นพื้นที่ใช้สอยเป็นหลัก ทั้งด้านล่างและด้านบนของบ้านโดยบ้านจะยกสูงจากพื้น 1-1.5 เมตร เพื่อใช้สอยในส่วนของใต้ถุนบ้าน บนบ้านจะมีห้องนอน 3 ห้อง มีระเบียงไว้เป็นที่พักผ่อนและต้อนรับแขก โดยระเบียงแบ่งออกเป็นสองฝั่ง โดยฝั่งหนึ่งจะถูกยกขึ้นเพื่อให้มีช่องลมได้ล่าง ใช้ในการระบายอากาศ ห้องครัวจะอยู่ด้านหลังของบ้าน มีเตาสำหรับก่อไฟหุงอาหาร โดยเตาจะเป็นเตาแบบโบราณ ตลาดโบราณ เป็นตลาดเล็ก ๆ ในชุมชนที่มีของท้องถิ่นจำหน่าย มีการสาธิตการสาวไหม นอกจากจะมีการจำหน่ายสินค้าพื้นบ้านต่าง ๆ แล้วไฮไลท์สำคัญของการชมหมู่บ้านสนวนนอกก็คือ การชมบ้านโบราณของชาวบุรีรัมย์ที่ยังคงอนุรักษ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ให้เป็นอย่างเดิมตามที่บรรพบุรุษสืบทอดกันมา ไม่ว่าจะเป็นเตาฟืน ทะนานตักข้าวสาร หรือแม้แต่การตากพริกตากหัวหอมที่ใช้ไอความร้อนจากเต้าที่หุงข้าว ตากไปในตัว ซึ่งเป็นองค์ความรู้และภูมิปัญญาดั้งเดิม

รูปภาพที่ 19 ตลาดโบราณบ้านสนวนนอก

Community Asset Board

ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เพื่อสืบค้น ได้ถูกรวบรวมไว้ใน Community Asset Board เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับขั้นตอนต่อไป (รูปภาพที่ 20)



รูปภาพที่ 20 ภาพรวมของดีของเด่นจากบุรีรัมย์

พื้นที่จังหวัดกระบี่

จากการลงพื้นที่เพื่อสืบค้นของดีของเด่น จาก 14 ชุมชนในเทศบาลเมือง พบว่า ชุมชนปากน้ำมีกลุ่มสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ คือ กระเป๋าผ้าและพวงกุญแจที่ทำจากเศษผ้า ประเภทวัตถุดิบ คือ ใบเหลียง ยอดมันปู ชุมชนท่าเรือมีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ สะตอ ชุมชนโภคาสามัคคี มีของดี คือ ขนมหวานโบราณ กุ้งฉลุ (เคยเค็ม) และกะหรี่ปั๊ป และมีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ ใบพ้อ ใบตอง หยวกกล้วย ดีปลีย่านเชือก ใบคล้า ใบคลุ้ง ใบแรด ต้นคูณ ใบเตย ยอดหมุย และลูกฉิ้ง ชุมชนท่าแดง มีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ มะเขือพวง มะเขือเปาะ ปลีกล้วยสาหร่าย และหอยชักตีน ชุมชนท่าคลอง มีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ ลูกโต๊ะ ใบชะพลู ใบทองหลาง ทุเรียนดิบ และใบทำมัง ชุมชนร่วมจิตร่วมใจ มีกลุ่มสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ คือ กระเป๋าไข่มุกและสร้อยคอไข่มุก และมีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ ตะไคร้ ขมิ้นขาว และยอดกาหยี ชุมชนทุ่งโหลง มีกิจกรรม คือ นวด อบสมุนไพร และมีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ หน่อไม้สด ใบชะมวง ต้นข่าอ่อน มันเคย และผักกูด ชุมชนมิตรภาพไทย – จีน มีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ ชะอม มะเขือเปาะ และหน่อตือ ชุมชนเมืองเก่าพัฒนา มีกลุ่มสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ คือ ผ้าปาเต๊ะ และมีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ ไก่บ้าน ใบจาก ลูกจากอ่อน ใบโกงกาง หยวกกล้วย และดอกอัญชัน ชุมชนคู่เมือง มีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ ปูดำไข่ มะเขือ หอยกัน และลูกจากอ่อน ชุมชนร่วมใจชน มีของดี คือ ขนมสไตล์จีน (แม่สวย) และมีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ มะพร้าวน้ำหอม เนื้อแพะ และลูกจากอ่อน ชุมชนศฤงคารพัฒนา มีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ ผักกูด และดอกดาหลา ชุมชนปานุราช มีของดี คือ กะปิ และมีกลุ่มสินค้าประเภทวัตถุดิบ คือ กล้วยเล็บมือนางดิบ และส้มตะลิงปลิง ส่วนชุมชนรักษ์ห้วยน้ำแดง ยังไม่ปรากฏของดี กิจกรรมหรือกลุ่มสินค้าของชุมชน

ตารางที่ 9 ของดีของเด่น จาก 14 ชุมชนในเทศบาลเมือง

ชุมชน	ของดี	กิจกรรม	กลุ่มสินค้า	
			ผลิตภัณฑ์	วัตถุดิบ
ชุมชนปากน้ำ	-	-	กระเป๋าผ้าและพวงกุญแจที่ทำจากเศษผ้า	ใบเหลียง ยอดมันปู
ชุมชนท่าเรือ	-	-	-	สะตอ
ชุมชนโภคาสามัคคี	ขนมหวานโบราณ กุ้งฉลุ (เคยเค็ม) กะหรี่ปั๊ป	-	-	ใบพ้อ ใบตอง หยวกกล้วย ดีปลีย่านเชือก ใบคล้า ใบคลุ้ง ใบแรด ต้นคูณ ใบเตย ยอดหมุย ลูกฉิ้ง
ชุมชนท่าแดง	-	-		มะเขือพวง มะเขือเปาะ ปลีกล้วยสาหร่าย หอยชักตีน
ชุมชนท่าคลอง	-	-	-	ลูกโต๊ะ ใบชะพลู ใบทองหลาง ทุเรียนดิบ ใบทำมัง
ชุมชนร่วมจิตร่วมใจ	-	-	กระเป๋าไข่มุกและสร้อยคอไข่มุก	ตะไคร้ ขมิ้นขาว ยอดกาหยี

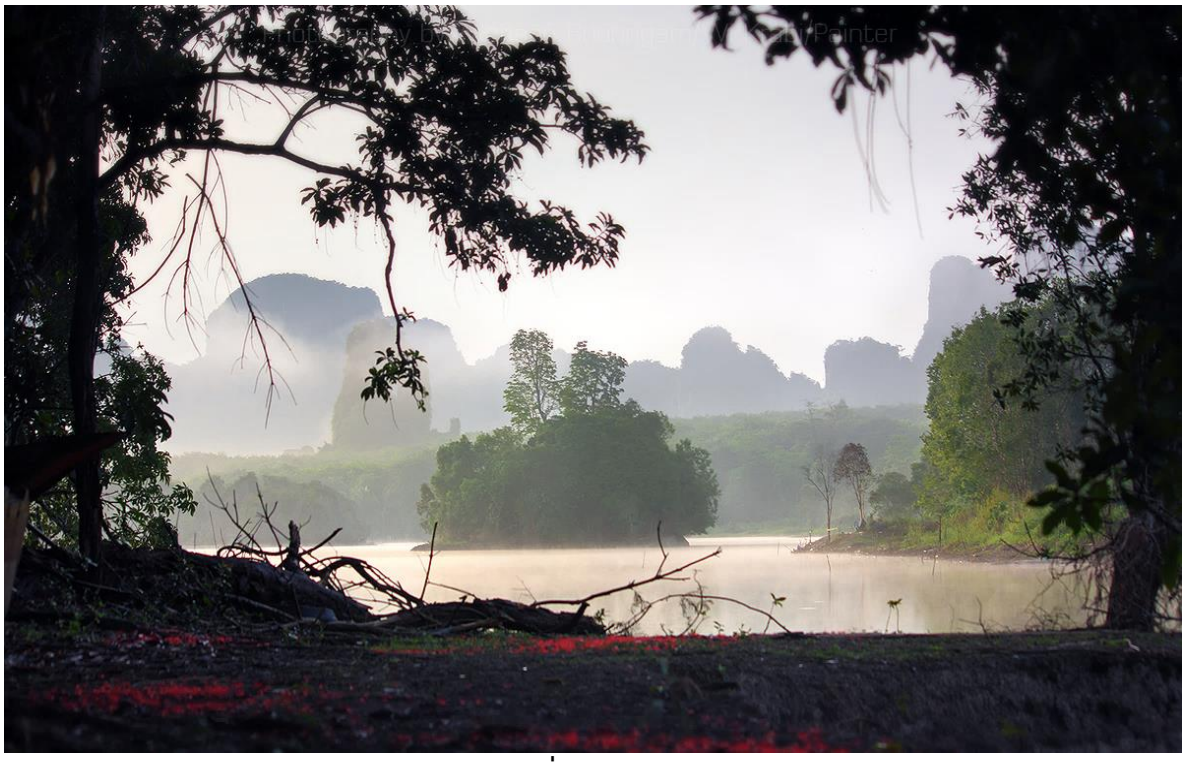
ชุมชน	ของดี	กิจกรรม	กลุ่มสินค้า	
			ผลิตภัณฑ์	วัตถุดิบ
ชุมชนทุ่งโหลง	-	นวด อบ สมุนไพร	-	หน่อไม้สด ใบชะมวง ต้นข่าอ่อน มันเคย ผักกูด
ชุมชนมิตรภาพไทย - จีน	-	-	-	ชะอม มะเขือเปาะ หน่อตือ
ชุมชนเมืองเก่าพัฒนา	-	-	ผ้าปาเต๊ะ	ไก่บ้าน ใบจาก ลูกจากอ่อน ใบโกงกาง หยวกกล้วย ดอกอัญชัน
ชุมชนคู่เมือง	-	-	-	ปูดำไข่ มะเขือ หอยกัน ลูกจากอ่อน
ชุมชนร่วมใจชน	ขนมสไตล์จีน (แม่สวย)	-	-	มะพร้าวน้ำหอม เนื้อแพะ ลูกจากอ่อน
ชุมชนศฤงคารพัฒนา	-	-	-	ผักกูด ดอกดาหลา
ชุมชนปานุราช	กะปิ	-	-	กล้วยเล็บมือนางดิบ ส้มตะลิงปลิง
ชุมชนรักษ์ห้วยน้ำแดง	-	-	-	-

รูปภาพที่ 21 ของดีของเด่นจาก 14 ชุมชนเทศบาลเมือง

ชุมชนหนองทะเล

ของดีของเด่นในชุมชนบ้านหนองทะเลได้แก่ หนองทะเล ซึ่งเป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ ไม่ไกลจากอ่าวนาง กระบี่มากนัก เป็นที่ใหม่สำหรับนักถ่ายภาพท้องถิ่นและใกล้เคียง สภาพเป็นหนองน้ำกึ่งธรรมชาติ มีภูเขา

หินปูนล้อมรอบ ดวงอาทิตย์ขึ้นจากด้านหลังแนวเทือกเขา เมื่อแสงอาทิตย์พ้นแนวภูเขากระทบกับหมอกและน้ำอันสงบนิ่งยามเช้า ก่อให้เกิดมิติของภาพที่สวยงาม



รูปภาพที่ 22 หนองทะเล

(ที่มา The Painter https://pantip.com/topic/32509036)

กิจกรรมล่องเรือ บ้านหนองทะเล

การล่องเรือในหนองทะเล ด้วยเรือที่ชุมชนบ้านหนองทะเลทำขึ้น โดยร่องเรือชมทิวทัศน์ที่มีความงาม และได้เรียนรู้ชีวิตรอบๆหนองทะเล

รูปภาพที่ 23 กิจกรรมล่องเรือบ้านหนองทะเล

รูปภาพที่ 24 เรือทำเองชุมชนบ้านหนองทะเล

รูปภาพที่ 25 ดอกจิกน้ำ

รูปภาพที่ 26 ดอกจิกน้ำที่บ้านหนองทะเล

(ที่มา https://twitter.com/go2thailand/status/622361554802098176)

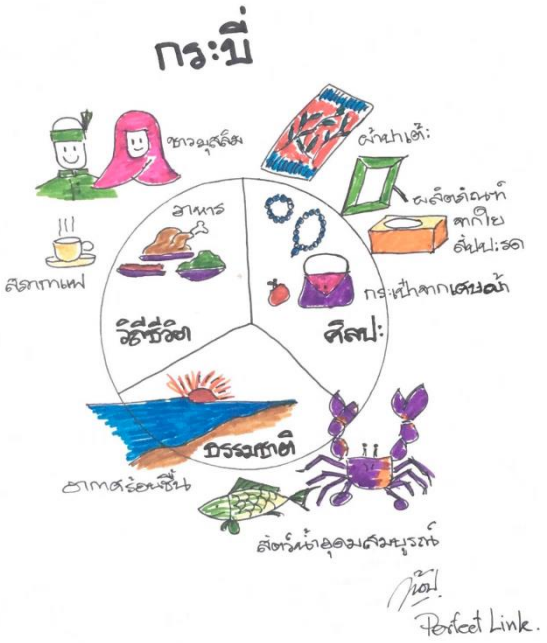
ผลิตภัณฑ์จากสับปะรด

หนึ่งในผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนหนองทะเลคือสับปะรดจึงมีการนำใยสับปะรดไปทำเป็นกระดาษใยสับปะรด และทำผลิตภัณฑ์ที่ทำจากใยสับปะรดออกจำหน่ายเพื่อหารายได้เข้าชุมชน

รูปภาพที่ 27 กระดาษใยสับปะรด

Community Asset Board

ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เพื่อสืบค้น ได้ถูกรวบรวมไว้ใน Community Asset Board เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับขั้นตอนต่อไป (รูปภาพที่ 28)



รูปภาพที่ 28 ภาพรวมของดีของเด่นจากกระบี่

4.2 ผลการวิจัยจากการลงพื้นที่เพื่อการร้อยเรียงและออกแบบ

ขั้นตอนนี้เป็นการทดลองทำค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน (Young Social Entrepreneur Bootcamp) เป็นการลงพื้นที่เพื่อทำการร้อยเรียงให้เกิดเรื่องราว แนวทางที่น่าสนใจ (Concept) และออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เกิดคุณค่า น่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและนักท่องเที่ยวจาก ภายนอกพื้นที่ (Design) จากของดีของเด่นที่รวบรวมไว้ในการลงพื้นที่ครั้งแรก ทีมวิจัยพร้อมด้วย กลุ่มเยาวชนในพื้นที่ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งประกอบด้วย เยาวชนที่นับเป็นยุวนักวิจัย ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขา จากคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ งานออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบแฟชั่น และงานนิเทศ จำนวน 5 คน Artisan chef 2 คน นักออกแบบอาหาร คน นักออกแบบ / คน ได้แก่

Designer จาก Cher Z Brand และ Brand Voravaj Bangkok สมาชิกชุมชนและปราชญ์ชุมชน และนักธุรกิจรุ่นใหม่ของจังหวัด ร่วมค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

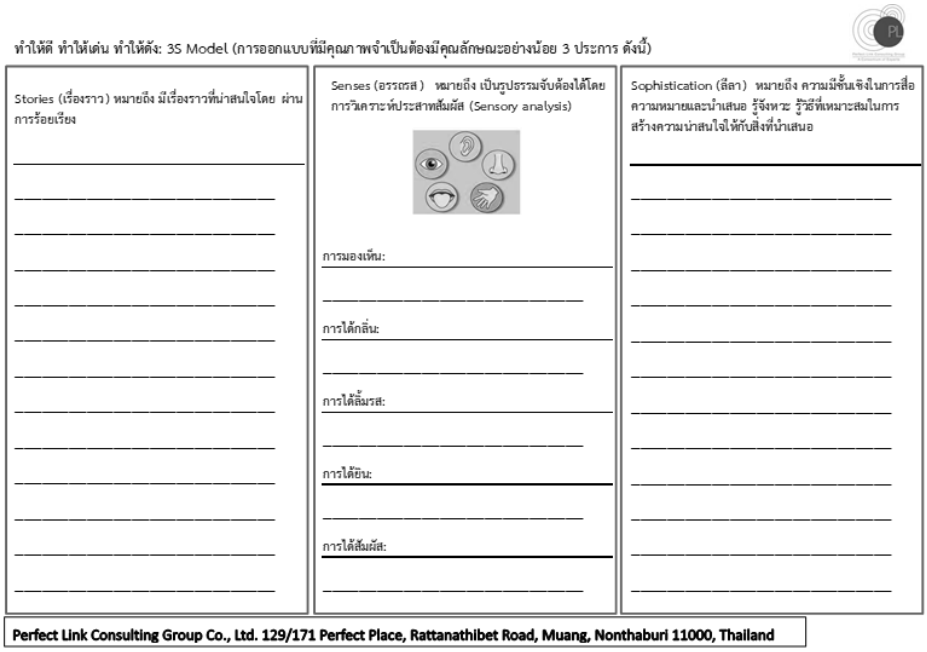
1. เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก
2. เพื่อนำเสนอแนวทางในการประยุกต์แนวคิดการออกแบบธุรกิจ
3. เพื่อทดลองสร้างต้นแบบ (prototype) แนวคิดกิจการที่กำเนิดมาจากการทำงานร่วมกันกับชุมชนและความเข้าใจที่มาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง
4. เพื่อนำแนวคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อต่อยอดทางธุรกิจ

ค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน มีกำหนดการและขั้นตอนการทำงาน ดังนี้

1. ผู้ร่วมค่าย รับโจทย์เพื่อสืบค้นข้อมูล ของดี ของเด่นและ เรื่องราวของชุมชนจากข้อมูลใน Community Asset Board โดยให้เลือกของดีของเด่นมาคนละ 1 อย่าง
2. ให้ผู้ร่วมค่ายทำ กิจกรรม 60 seconds Pitching ขายให้โดนภายใน 1 นาที โดยให้นำของดีของเด่นจากชุมชนที่เลือกมานำเสนอ
3. ผู้ร่วมค่ายเลือกโครงการจาก กิจกรรม 60 seconds ที่ตนสนใจ แล้วร่วมกลุ่มเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากของดีของเด่นที่เลือกมา โดยใช้แนวคิด ทำให้ดี ทำให้เด่น ทำให้ดัง (3S Model) โดยมีmentor ซึ่งเป็นยุวนักวิจัย ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขา จากคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ให้คำแนะนำ
4. นำเสนอโครงการภายใน 2 นาที (120 seconds Pitching) และรับฟังข้อเสนอแนะจาก Mentor
5. ผู้ร่วมค่ายทุกกลุ่มออกแบบ Business Model

นำเสนอกลุ่มละ 5 นาที ให้นักลงทุนและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องพิจารณา

โดยลงพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ระหว่างวันที่ 16 – 17 ธันวาคม 2560 และลงพื้นที่จังหวัดกระบี่ ระหว่างวันที่ 19 – 20 ธันวาคม 2560 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

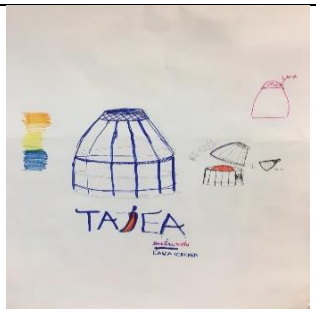


แผนภาพที่ 22 3S Model

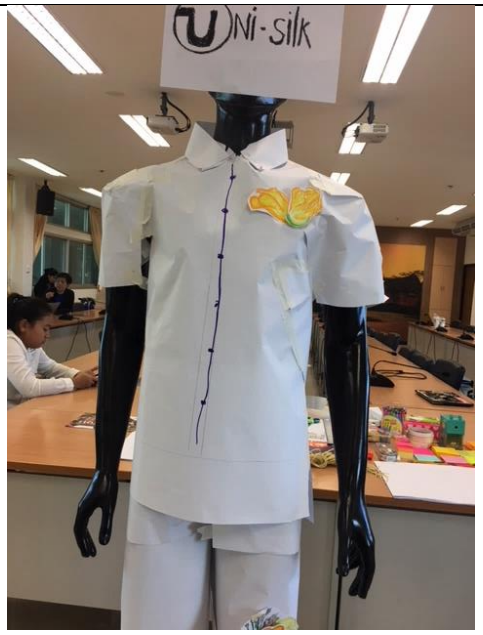
4.2.1 ผลงานจากค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจชุมชน (Young Social Entrepreneur Bootcamp)

จากความร่วมมือร่วมใจของผู้ร่วมค่าย จึงมีผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และยี่ห้อ (Brand) ของจังหวัด จากค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจชุมชน สรุปได้ตามตารางที่ 9 10 และ 11 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 10 ผลิตภัณฑ์จากของดีของเด่นบุรีรัมย์ ผลงานจากค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจชุมชน

ที่มา	Brand / ยี่ห้อสินค้า	สินค้า
สมุนไพรต่าง ๆ ที่ขึ้นตามฤดูกาลของบ้านสนวนนอกและบ้านเจริญสุข ส่วนใหญ่มีรสชาติเผ็ดร้อนเลยทำให้เกิดแรงบันดาลที่อยากจะลองทำไอศครีมที่มีรสชาติเผ็ดร้อนแบบสมุนไพร โดยบรรจุภัณฑ์ได้มาจากผลิตภัณฑ์จักสานบ้านสนวนนอก	TAJEA (ทาเจีย) TAJAE ทาเจีย TAJAE ทาเจีย	

ที่มา	Brand / ยี่ห้อสินค้า	สินค้า
แรงบันดาลใจจากสีส้มของผ้าภูอัคนี สู่ความเชื่อว่าผ้าไทยสามารถออกสู่ตลาดสากลได้ ทำให้เกิดการขึ้นแบรนด์ Puka ที่ต้องการนำผ้าไหมของบุรีรัมย์มาตัดเย็บในรูปแบบ Huate Couture หรือการตัดเย็บแบบเสื้อผ้าชั้นสูง	Puka PUKA	

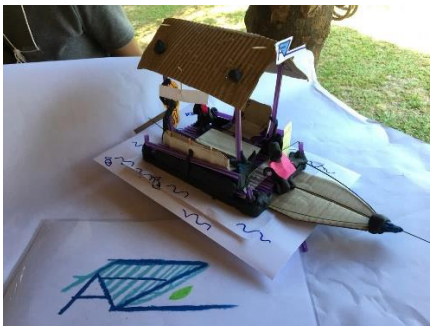
ที่มา	Brand / ยี่ห้อสินค้า	สินค้า
แรงบันดาลของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในจังหวัดบุรีรัมย์ที่เป็นเด็กหนุ่มรุ่นใหม่มีวิถีชีวิตในแบบสนุกสนานเรียบง่าย อยากได้ผ้าไหมที่มีการตัดเย็บแบบสวมสบาย สามารถใส่เล่นกีฬาหรือแตะบอลได้โดยประยุกต์การ “เข้ายา” สิ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านในการนำสมุนไพรมาร่วมกันแล้วมัดมาเป็นลายปักบนเสื้อผ้าไหมที่ถูกออกแบบให้ใส่ง่าย ใส่สบายในทุกโอกาส เหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย	UNISILK UNI-SILK	

ตารางที่ 11 ผลิตภัณฑ์จากของดีของเด่นกระบี่ ผลงานจากค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจชุมชน

ที่มา	Brand / ยี่ห้อสินค้า	สินค้า
• กระเป๋าและผ้าปาเต๊ะจากชุมชนเมืองเก่าพัฒนา • เครื่องประดับมุกจากชุมชนร่วมจิตร่วมใจ • ดอกไม้รองเท้านารี	Flotic • ชื่อแบรนด์มาจากการผสมผสานคำว่า “flower และ Batik” • โลโก้ถอดแบบมาจากรูปแบบของดอกไม้รองเท้านารี	• Accessories ของผู้หญิง • เครื่องประดับ • กระเป๋า • โดยสามารถเปลี่ยนรูปแบบได้ตามแรงบันดาลใจในแต่ละช่วงฤดูและดอกไม้ที่ขึ้นตามธรรมชาติของแต่ละพื้นที่

<table>
<tr>
<td> </td>
<td>
 </td>
<td>

 </td>
</tr>
</table>

ที่มา	Brand / ยี่ห้อสินค้า	สินค้า
วัตถุดิบที่หลากหลายจากทุกชุมชนการทำอาหารชุมชนใส่ลงในกล่องแบบพกพาได้ โดยต้องใช้วัตถุดิบจากชุมชนตามฤดูกาล	CHAN-CE จากภาษาถิ่นที่เรียกปิ่นโต “ชั้น” (Chan) เพี้ยนเสียงมาเป็นคำว่า Chance ที่แปลว่าโอกาส โดยแยกออกมา ให้ออกเสียงได้ว่า Chan-Ce หรือชั้นสิ	กล่องข้าวชุมชนที่บอกที่มาของวัตถุดิบว่ามาจากชุมชนไหน
การล่องเรือชมพระอาทิตย์ขึ้นที่หนองทะเล ชมวิถีชีวิตท้องถิ่น	AFZ Rafting	เรือแพต้นแบบ 
ผลิตภัณฑ์กระดาษใยสัปปะรดจากบ้านหนองทะเล	เยื่อใย	กระดาษที่สามารถนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ต้องแต่งบ้านและ Backdrop ในงาน event ต่าง ๆ

ตารางที่ 12 แบรนด์จังหวัดกระบี่ ผลงานจากค่ายเยาวชน

Brand	Concept	Logo
K Link (ต่อยอดจากกล่องข้าว CHAN-CE)	เป็นแบรนด์ศูนย์รวมของทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นสินค้า สถานที่ท่องเที่ยว	
Krabi Heartmade ต่อยอดจาก Flotic)	รวมผลิตภัณฑ์ทำมือของจังหวัด	
Krabi to go (ต่อยอดจาก AFZ)	ร่วมแหล่งท่องเที่ยวแบบ Adventure	
@Krabi (ต่อยอดจากแบรนด์เยื่อใย)		

4.2.2 สรุปผลการประเมินกิจกรรมค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน

ทีมนักวิจัยได้จัดค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน (ชุดการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร) ในสองพื้นที่เป้าหมายคือจังหวัดบุรีรัมย์ ในช่วงระหว่างวันที่ 16 - 17 ธันวาคม 2560 ณ ห้องพนมรุ้ง ชั้น 4 ศาลากลาง (ใหม่) จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดกระบี่ ในช่วงระหว่างวันที่ 19 - 20 ธันวาคม 2560 ณ บ้านหนองทะเล (วันที่ 19 ธันวาคม 2560) และห้องประชุมบันไทยสมอ ชั้น 4 เทศบาลเมืองกระบี่ จังหวัดกระบี่ (วันที่ 20 ธันวาคม 2560) โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก
2. เพื่อนำเสนอแนวทางในการประยุกต์แนวคิดการออกแบบธุรกิจ

3. เพื่อทดลองสร้างต้นแบบ (prototype) แนวคิดกิจการที่กำเนิดมาจากการทำงานร่วมกันกับชุมชน และความเข้าใจที่มาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง
4. เพื่อนำแนวคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบต่อยอดทางธุรกิจต่อไป

รูปภาพที่ 29

ทีมนักวิจัยได้ออกแบบหัวข้อการประเมินกิจกรรมค่ายนี้ไว้ทั้งหมด 7 ประเด็นเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณดังต่อไปนี้

1. Workshop นี้ทำให้มีความเข้าใจชุมชนอย่างลึกซึ้ง
2. Workshop นี้ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนท้องถิ่นของตนเอง
3. Workshop นี้ทำให้เกิดความเข้าใจกระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก
4. สามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ออกแบบธุรกิจได้
5. สามารถสร้างต้นแบบ (Prototype) แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (ชุมชน) (Social Enterprise/ Community Enterprise)
6. สามารถนำต้นแบบ (Prototype) ไปต่อยอดทางธุรกิจและทำให้เป็นจริงได้
7. แนวคิดธุรกิจดังกล่าวจะสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับ “ของดี ของเด่น” ของชุมชน

วิธีการประเมินใช้แบบสอบถาม 5 Likert Scale โดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทำการประเมินให้คะแนน สำหรับระดับคะแนนนั้นมีตั้งแต่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) ไม่เห็นด้วย (2) เฉย ๆ (3) เห็นด้วย (4) และเห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

ช่วงคะแนน	ความหมาย
---	---
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
2.61 – 3.40	เฉย ๆ
3.41 – 4.20	เห็นด้วย
4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 13 ผลจากการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมกิจกรรมค่าย พื้นที่จังหวัด บุรีรัมย์

หัวข้อ/ประเด็น	พื้นที่จังหวัด: บุรีรัมย์	
	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
Workshop นี้ทำให้มีความเข้าใจชุมชนอย่างลึกซึ้ง	4.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Workshop นี้ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนท้องถิ่นของตนเอง	4.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Workshop นี้ทำให้เกิดความเข้าใจกระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก	4.92	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
สามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ออกแบบธุรกิจได้	4.85	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
สามารถสร้างต้นแบบ (Prototype) แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (ชุมชน) (Social Enterprise/ Community Enterprise)	4.85	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
สามารถนำต้นแบบ (Prototype) ไปต่อยอดทางธุรกิจและทำให้เป็นจริงได้	4.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
แนวคิดธุรกิจดังกล่าวจะสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับ “ของดีของเด่น” ของชุมชน	4.69	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 13 ท่าน โดยหัวข้อ “Workshop นี้ทำให้เกิดความเข้าใจกระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก” มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.92 หัวข้อที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยรองลงมาคือหัวข้อ “สามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ออกแบบธุรกิจได้” และหัวข้อ “สามารถสร้างต้นแบบ (Prototype) แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (ชุมชน) (Social Enterprise/ Community Enterprise)” ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันอยู่ที่ 4.85 ส่วนหัวข้อที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือหัวข้อ “Workshop นี้ทำให้มีความเข้าใจชุมชนอย่างลึกซึ้ง”มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 อย่างไรก็ตามหากแปลความหมายจากระดับคะแนนเฉลี่ยจะเห็นว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” กับทั้ง 7 หัวข้อ

นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังต่อไปนี้

1. เชื่อว่านอกเหนือจากหน่วยงานต่าง ๆ แล้ว ยังมีอีกหลายคนที่ต้องการช่วยเหลือผู้คน
2. การประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งสำคัญ อาจจะทำให้สามารถดึงกลุ่มคนเก่า ๆ ได้มากกว่านี้
3. ลงมือทำจริงเลย
4. หาทุนสนับสนุนชุมชน
5. ต้องเป็นหนึ่งในคนที่หยิบยื่นและประสานงานเพื่อให้ชุมชนดำเนินแผนงานไปได้
6. วางแผน ทำตามแผน และติดตามประเมินผล หากทำได้ทุกข้อ ก็จะสำเร็จ แล้วนำ Model นี้ไปใช้ต่อเพื่อประโยชน์ในวงกว้าง
7. อยากให้มาติดตามและประเมินผลอีก
8. หาตลาดและขายจริง ของเค้าดีทั้ง 3 Prototype เลย แต่ต้องหาเอกลักษณ์มากกว่านี้หน่อย
9. เชิญนักศึกษาในจังหวัดนั้น ๆ ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องมาร่วมกิจกรรมด้วย
10. คนรุ่นใหม่ต้องลงมือทำจริงจากสิ่งที่มีในชุมชน
11. อยากให้มีการสานต่อและหาความรู้ใหม่ ๆ มาแชร์กันอีก

ตารางที่ 14 ผลจากการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมกิจกรรมค่าย พื้นที่จังหวัด กระบี่

หัวข้อ/ประเด็น	พื้นที่จังหวัด: กระบี่	
	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
Workshop นี้ทำให้มีความเข้าใจชุมชนอย่างลึกซึ้ง	4.47	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Workshop นี้ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนท้องถิ่นของตนเอง	4.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Workshop นี้ทำให้เกิดความเข้าใจกระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก	4.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
สามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ออกแบบธุรกิจได้	4.88	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
สามารถสร้างต้นแบบ (Prototype) แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (ชุมชน) (Social Enterprise/ Community Enterprise)	4.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
สามารถนำต้นแบบ (Prototype) ไปต่อยอดทางธุรกิจและทำให้เป็นจริงได้	4.53	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
แนวคิดธุรกิจดังกล่าวจะสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับ “ของดี ของเด่น” ของชุมชน	4.82	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 17 ท่าน โดยหัวข้อ “สามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ออกแบบธุรกิจได้” มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.88 หัวข้อที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยรองลงมาคือหัวข้อ “แนวคิดธุรกิจดังกล่าวจะสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับ ของดี ของเด่น ของชุมชน” ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.82 ส่วนหัวข้อที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือหัวข้อ “Workshop นี้ทำให้มีความเข้าใจชุมชนอย่างลึกซึ้ง”มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47 อย่างไรก็ตามหากแปลความหมายจากระดับคะแนนเฉลี่ยจะเห็นว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” กับทั้ง 7 หัวข้อ

นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ดังต่อไปนี้

1. ความคิดที่ร่วมกันคิดจากแนวคิดคนรุ่นเก่าต่อยอดให้คนรุ่นใหม่ได้นำไปใช้ต่อได้
2. อยากให้มีกิจกรรมต่อเนื่อง
3. "ขอให้ทางคณะอาจารย์และทีมงานมีการติดตามสิ่งที่คิดออกมาแต่ละโครงการได้ถูกนำมาสร้างและทำจริง เพื่อนำไปเสนอในแต่ละจังหวัดต่อไป
4. สถานที่ต้องเป็นแบบบ้านหนองทะเล (ธรรมชาติ) เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่สามารถคิดไอเดียดี ๆ ออกมาได้
5. ชอบบรรยากาศของ Workshop ที่เป็นกันเอง สนุก และเปิดกว้างทางไอเดีย

6. เกิดกระบวนการในการคิดต่อยอดและสร้างแรงผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กับความต้องการของตลาด
7. ควรจะมีจุดศูนย์กลางของชุมชน ซึ่งเป็นที่ที่ทุกหน่วยงานสามารถปรึกษาหารือและดำเนินแผนการที่ตกลงกันไว้
8. ควรจะนัดพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แผนที่กำหนดไว้ลุล่วงสำเร็จไปได้
9. นำไปปฏิบัติให้เกิดขึ้นจริงเพื่อเป็นแนวทางให้กับชุมชนและรุ่นต่อรุ่น
10. ควรมีตลาดส่งออกที่ยั่งยืน
11. อยากให้มี Directory รวบรวมข้อมูลว่าชุมชนแต่ละแห่งมีวัตถุดิบอะไร มีความสามารถอะไร อยู่ที่ไหน เพื่อสะดวกในการติดต่อร่วมงานกันต่อไป
12. ต่อยอดที่เกิดจากการทำกิจกรรมให้เกิดขึ้นจริง เช่น อาจนัดประชุมกัน นัดเจอกันนอกรอบ ระหว่างชุมชนและผู้ร่วมกิจกรรม ในการเดินหน้าและไม่ให้ไฟที่จุดติดแล้วมอดลงไป

3) ภาพรวมของทั้งสองพื้นที่

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดรวม 30 ท่าน โดยหัวข้อ “สามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ออกแบบธุรกิจได้” มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.87 หัวข้อที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยรองลงมาคือหัวข้อ “Workshop นี้ทำให้เกิดความเข้าใจกระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก” ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 ส่วนหัวข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือหัวข้อ “Workshop นี้ทำให้มีความเข้าใจชุมชนอย่างลึกซึ้ง”มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50

ตารางที่ 15 ผลจากการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมกิจกรรมค่าย ทั้ง 2 พื้นที่

หัวข้อ/ประเด็น	พื้นที่จังหวัด: บุรีรัมย์		พื้นที่จังหวัด: กระบี่		ภาพรวมทั้งสองพื้นที่	
	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
Workshop นี้ทำให้มีความเข้าใจชุมชนอย่างลึกซึ้ง	4.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.47	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.50	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Workshop นี้ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนท้องถิ่นของตนเอง	4.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.70	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Workshop นี้ทำให้เกิดความเข้าใจกระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก	4.92	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.80	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
สามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ออกแบบธุรกิจได้	4.85	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.88	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.87	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
สามารถสร้างต้นแบบ (Prototype) แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (ชุมชน) (Social Enterprise/ Community Enterprise)	4.85	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
สามารถนำต้นแบบ (Prototype) ไปต่อยอดทางธุรกิจและทำให้เป็นจริงได้	4.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.53	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
แนวคิดธุรกิจดังกล่าวจะสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับ “ของดีของเด่น” ของชุมชน	4.69	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.82	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4.2.3 ผลจากการสัมภาษณ์

จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ในการทดลองวิจัยครั้งนี้พบว่า นอกจากจะนำเอาของดีของเด่นของชุมชนมาใช้ ยังนำเอาเรื่องราวของชุมชนร้อยเรียงมาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของชุมชนผ่านวัตถุดิบ เรื่องเล่า งานหัตถกรรมได้อย่างลึกซึ้ง นักออกแบบสามารถทดลองลงมือออกแบบทำผลงานต้นแบบ (Prototype) ที่ครอบคลุมในทุก ๆ มิติ ได้แก่ เรื่องเล่า (Stories) อรรถรส (Sense) และลีลา (Sophistication) ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชุมชนชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่ากระบวนการสืบค้นโดยการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม ยังช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์และสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่คนในชุมชน สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์แก่เหล่านักออกแบบรุ่นใหม่ นักออกแบบอาชีพในสายงานต่าง ๆ รวมถึงคนในชุมชนได้อีกด้วย ดังนั้น ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนไม่ว่าจะเป็นคนในพื้นที่หรือคนภายนอก หากเข้ามามีส่วนในกระบวนการสืบค้นในพื้นที่ นำข้อมูลที่ได้มาร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living Interpretation) ล้วนทำให้การออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปะได้อีกด้วย

คนในชุมชนให้ความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาเองในชุมชนเมื่อถึงจุดหนึ่งก็ไม่สามารถพัฒนาต่อได้ด้วยสาเหตุที่ว่าความรู้ของคนในชุมชนไม่มีเพียงพอ ดังนั้นเมื่อมีการนำผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาเป็นพลังเสริม ก่อให้เกิดการขยายผลต่อ ทำให้คนในชุมชนได้เรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ และเข้าใจวิถีการต่อยอดงานที่ทำไว้ ก่อนหน้าตนก็ไม่ทราบถึงวิธีการร่วมมือทำงานกับคนนอก แต่ตอนนี้เข้าใจว่าสามารถทำงานร่วมกันได้โดยที่ได้ประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้ข้อมูลว่า ที่ผ่านมาได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่ก็ได้แต่มองจากมุมผู้ใช้สินค้าหรือรับสินค้าไปจำหน่ายต่อ ไม่เคยนึกถึงแนวความคิดในการนำผลิตภัณฑ์นั้นออกจากชุมชนไปต่อยอดให้เป็นที่ยอมรับของตลาดในยุคปัจจุบัน ด้วยการเข้าถึงชุมชนและการได้รับความร่วมมือจากชุมชน และการประสานงาน ถือว่าเป็นข้อจำกัดอย่างหนึ่งที่ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพิกเฉยต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน หลังจากเข้าร่วมโครงการทำให้ทราบถึงแนวทางและวิธีการในการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนไปพัฒนาต่อยอด เพื่อการเพิ่มมูลค่าโดยที่ประโยชน์ตกอยู่กับทั้งชุมชนและผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการมืออาชีพให้ความเห็นว่า ชุมชนเต็มไปด้วยของดีของเด่นที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ หากแต่ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ และความเข้าถึงของดีของเด่นเหล่านั้นได้ลึกซึ้งพอ ดังนั้นการมีส่วนรวมให้การออกแบบของคนในชุมชน จึงทำให้กระบวนการง่ายขึ้น

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การนำวิถีไทยมานำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ได้ เป็นเรื่องจำเป็นเพื่อการปรับตัวเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านการพัฒนาประเทศสู่การเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากฐานราก (Thailand 4.0- value based economy) งานวิจัยนี้จึงได้นำแนวทางที่ได้มาขยายผลให้เกิดการประสานทำงานร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน เน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามแบบ Community based Design Model

โดยค้นพบแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการขยายผลต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่างๆอีกทั้ง ได้ต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องชีวิต ธรรมชาติ ศิลปะ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตในชุมชนที่สามารถปลูกพืชผักผลไม้เพื่อการบริโภคและนำเสนอเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวพร้อมการพึ่งพาตนเองได้ และ พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายเชิงคุณค่า (Tourism Products/Interpretations) เพื่อค้นหาแนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

ผลการศึกษาพบว่า การที่คนภายนอกชุมชนจะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดและสร้างสรรค์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรของชุมชนนั้นมิได้มีมีข้อเสียหายต่อวัฒนธรรมและภูมิปัญญานั้นๆ แม้ไม่ได้มีชุมชนร่วมในกระบวนการไปพร้อมกัน เนื่องจากการสร้างสรรค์ผลงานที่เกิดจากการต่อยอดโดยคนภายนอกนั้นยังสามารถสื่อถึงความเป็นชุมชน และสะท้อนถึงคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ที่มีความแตกต่างจากสิ่งของประเภทเดียวกันในรูปแบบของเรื่องราว (Stories) อรรถรส (Senses) และลีลา (Sophistication) อันเป็นพื้นฐานของการสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value based Economy) รวมทั้ง กลุ่มคนภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในสาขา ๆ ยังสามารถทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อม (Convener) ที่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชน (Catalyst) ได้ด้วย กล่าวคือ เป็นผู้กระตุ้นที่ก่อให้เกิดการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในชุมชน โดยทำหน้าที่ในการเชื่อมคน ความคิด กระบวนการ หรือวิธีการต่าง ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้น จากการร่วมสังเกตการณ์พบว่า คนในพื้นที่มีแนวความคิดในการนำต้นแบบ (Prototype) ที่ออกแบบโดยคนภายนอกไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้ง เป็นการกระตุ้นให้คนในพื้นที่เกิดแรงบันดาลใจในการคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ กลุ่มคนภายนอกดังกล่าวยังมีศักยภาพในการผลิตและสามารถบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดเป้าหมายได้ทั่วถึงกว่า

จากการลงพื้นที่เป้าหมายเพื่อทำการศึกษาเพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ พบว่า ชุมชนมีข้อจำกัดเกี่ยวกับสัดส่วนจำนวนเยาวชนในพื้นที่ (กลุ่มเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี) เนื่องจาก ในพื้นที่ไม่มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา เยาวชนส่วนใหญ่จึงออกไปเรียนหนังสือต่างถิ่น จากข้อมูล สะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนของไทยกำลังประสบปัญหาโครงสร้างประชากรในระดับชุมชน ซึ่งมีจำนวนผู้สูงอายุและเด็กในระดับอนุบาลถึงประถมศึกษามาก แต่เยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มกำลังสำคัญในการทำหน้าที่เป็นผู้สืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในอนาคตจำเป็นต้องออกนอกพื้นที่

ด้วยเหตุผลดังกล่าวและเพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยกระบวนการสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้าและบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ในโครงการย่อยที่ 2 นี้ คณะนักวิจัยได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างให้เป็นเยาวชนในพื้นที่มาเป็นกลุ่มเยาวชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนที่กำลังศึกษา แต่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงและเยาวชนที่อยู่ในชุมชน ไม่จำกัดอายุหรือคุณสมบัติ ร่วมในกระบวนการ สืบค้น ร้อยเรียงและ ออกแบบ กับนักออกแบบรุ่นใหม่ที่สนใจงานออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในศิลปะแขนงต่าง ๆ ซึ่งปรากฏว่าสามารถทำงานร่วมกับชุมชนได้ดี และสามารถนำของดีของเด่นของชุมชนไปในเชิงพาณิชย์ได้ไกลว่าที่ชุมชนจะดำเนินการด้วยตัวเอง เพราะคนรุ่นใหม่เหล่านี้มีความพร้อมด้านองค์ความรู้ด้านศิลปะและทักษะด้านการออกแบบ หากได้รับการพัฒนาทักษะด้านการวิจัย มีโอกาสได้ลงพื้นที่เพื่อฝึกฝนประสบการณ์ ทำงานร่วมกับท้องถิ่นมากขึ้น ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีความหลากหลายมากขึ้น

ผลจากการทดลองในโครงการนี้ คือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้า ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อการสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการเพื่อนำสินค้าชุมชนไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ โดยความร่วมมือของ ชุมชน คนจากภายนอก และการประสานโดยทีมนักวิจัย (convener) ทำให้สามารถทดลองลงมือออกแบบทำผลงานต้นแบบ (Prototype) ผลิตภัณฑ์ที่มาจากของดี ของเด่นของชุมชนออกมาได้หลากหลายตามที่ได้นำเสนอในบทที่ 4

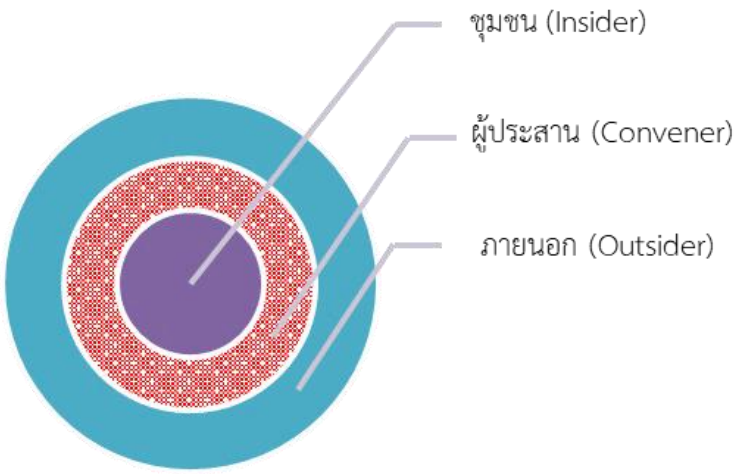
5.2 อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1

เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผ่านการขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยการสร้างยุวนักวิจัยต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าเพื่อนำสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมีเป้าหมายคือ การทำให้ชุมชนสามารถยกระดับหรือพัฒนาตนเอง เพื่อสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ของชุมชนของตนได้ ด้วยแนวทางในการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชน (Insider) และคนจากภายนอก (Outsider) จากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำชุมชนของพื้นที่ศึกษา ทั้งหมดได้ให้

ความเห็นตรงกันว่า ในการพัฒนาด้านต่าง ๆ นั้น ชุมชนจำเป็นต้องมีคน กลุ่มคน หรือหน่วยงานภายนอกเข้ามาช่วยเหลือหรือสนับสนุน เนื่องจากชุมชนมีข้อจำกัดด้านหลายประการ โดยเฉพาะศักยภาพของคน แต่การทำงานระหว่างคนสองกลุ่มนี้จำเป็นต้องมีผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวประสาน (Convener) (แผนภาพที่ 20) เป็นคนกลางในการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกัน เพื่อการลดช่องว่างในการสื่อสาร (Communication Gap) และสามารถกระตุ้นให้เกิดความคิดร่วมและทำให้การทำงานง่ายขึ้น ทั้งยังสามารถสร้างการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนกับคนภายนอกเพื่อประโยชน์ร่วมกันตามแนวคิด Co creation เป็นความร่วมมือที่แตกต่างจากการทำงานเพื่อชุมชนในอดีตที่ คนภายนอกเข้ามาบอกให้ชุมชนทำ หรือคนภายนอกที่เข้ามาเพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งจากชุมชนแต่ฝ่ายเดียว เมื่องานสำเร็จลุล่วงแล้วมักปล่อยให้ชุมชนทำงานต่อเอง ซึ่งหลายชุมชนไม่สามารถไปต่อได้



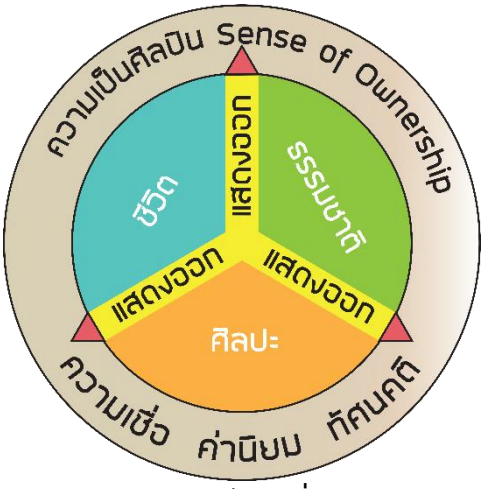
แผนภาพที่ 23 การประสานการทำงานระหว่างชุมชนและคนจากภายนอก

ในกระบวนการสร้างสรรค์นี้ได้นำวิธีการใช้ Positive Deviance จากหลักการพัฒนาองค์กร (Organization Development) ซึ่งเป็นกระบวนการค้นหาบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรม ความสามารถหรือกลยุทธ์ที่ทำให้ตนเองสามารถแก้ปัญหาบางประการได้ ทั้ง ๆ ที่คนในองค์กรส่วนใหญ่ทำไม่ได้ เมื่อค้นพบแล้วองค์กรสามารถถอดแบบความสำเร็จ เพื่อนำมาสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับองค์กร หรือสังคมได้อย่างได้ผล อย่างยั่งยืนโดยลดการพึ่งพิงจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก (ภิญโญ รัตนาพันธุ์ 2559) โดยในงานวิจัยนี้คณะนักวิจัยทดลองทำหน้าที่เป็น Positive Deviance แบบ Convener เพื่อเชื่อมโยงกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ สมาชิกชุมชน และปราชญ์ท้องถิ่น กลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่ และกลุ่มนักออกแบบชีพ ให้ทำงานด้วยกันได้ โดยการนำกระบวนการ Community based Design มาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ กล่าวได้ว่า Convener นั้นสามารถเป็นบุคคล กลุ่มคน หรือหน่วยงานใด ๆ ก็ได้ แต่จำเป็นต้องเข้าใจบริบทของชุมชน และสามารถประสานความร่วมมือของกลุ่มต่าง ๆ ได้

โครงการนี้ได้ศึกษาถึงแนวทางในการประสานการทำงานร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) และกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) ที่เน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามแบบ Community based Design Model ผลการศึกษาในการสร้างมูลค่าจากฐานรากของ

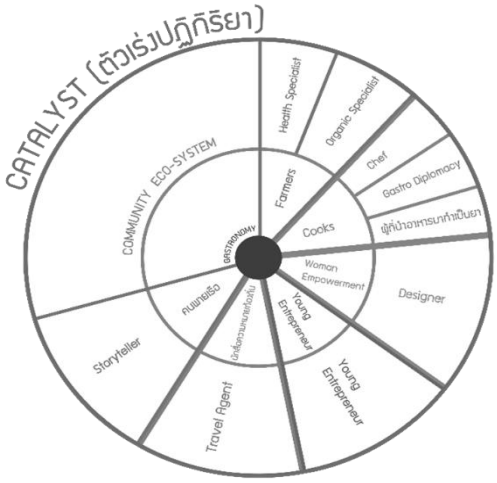
ชุมชน พบว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกันของเครือข่ายต่าง ๆ ที่เหมาะสมคือ การทำงานร่วมกันในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Values) กล่าวคือ เป็นการสร้างสรรค์คุณค่าเพิ่มร่วมกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีความเป้าหมายในเรื่องเดียวกัน แต่ไม่จำเป็นต้องดำเนินการในสิ่งเดียวกันหรือทำงานร่วมกันในทุกกระบวนการของการพัฒนา

ในกระบวนศึกษานี้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก ได้แก่ นักออกแบบรุ่นใหม่ นักออกแบบอาชีพที่มีความเชี่ยวชาญ และนักวิจัย ได้ร่วมในกระบวนการสืบค้นกับชุมชน ที่ประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้าน สมาชิกของชุมชน ผู้นำชุมชน ผ่านการพูดคุย สอบถาม ข้อมูลและเรื่องราวต่าง ๆ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและเติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ รวมทั้งการสัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลทั้งในระดับปฐมภูมิ (Primary data) และระดับทุติยภูมิ (Secondary data) รูปแบบการสืบค้นดังกล่าวนอกจากเป็นการแสวงหาความรู้และความจริงของชุมชนแล้วยังสะท้อนถึงรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติของสมาชิกในชุมชนและบรรทัดฐานของสังคมด้วย (แผนภาพที่ 21) รวมทั้ง ก่อให้เกิดการสร้างข้อตกลงร่วมกันและมองเห็นเป้าหมายเดียวกัน เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน



แผนภาพที่ 24 แนวทางการสืบค้นวิถีไทยเพื่อเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

จากผลการศึกษาพบว่า “คนในพื้นที่” เป็นพื้นฐานที่สำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาให้มีทักษะที่สัมพันธ์กับแนวทางการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งจากการทดลองพบว่า แนวทางการเพิ่มทักษะเหล่านี้ จำเป็นต้องมีตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ทำหน้าที่เป็นผู้กระตุ้นและเร่งเร้าให้ชุมชนสามารถ ค้นพบและเพิ่มบทบาทของตนเองได้ ซึ่งตัวเร่งปฏิกิริยาดังกล่าว อาจมีคนในพื้นที่ (Insider) ได้แก่ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของพื้นที่นั้น ๆ หรือคนจากภายนอก (Outsider) เข้ามาเป็นผู้กระตุ้นทำให้เกิดทักษะและนำไปสู่ชุมชมสามารถเพิ่มบทบาทได้ ดังแผนภาพที่ 22 หากมีตัวเร่งปฏิกิริยา ซึ่งหมายถึงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ทั้งที่เป็นนักออกแบบรุ่นใหม่ และนักออกแบบมืออาชีพ ตัวอย่างเช่น Artisan chef นักออกแบบอาหาร นักออกแบบแฟชั่น นักออกแบบผลิตภัณฑ์ นักออกแบบการสื่อสาร



แผนภาพที่ 25 รูปแบบการสร้างพลังความเข้มแข็ง (Wheel of Empowerment)

แหล่งที่มา ทีมนักวิจัย

อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาและบริบททางสังคม การมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการนั้นอาจทำให้เกิดช่องว่างในทางปฏิบัติ เนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่และกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่มีความพร้อมที่ไม่เท่ากัน ไม่ว่าจะเป็นด้านศักยภาพของคน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน ด้านเทคโนโลยี หากแต่ ถ้าทั้งสองส่วนทำงานตามแนวทางของตนตามศักยภาพ ทำให้มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จได้เร็วกว่าการทำงานร่วมกันในทุกกระบวนการ ทำให้ชุมชนและกลุ่มบุคคลภายนอกไม่สร้างบรรลุเจตนารมณ์ที่แท้จริง การนำผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาลงพื้นที่เพื่อทำการทดลองสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรของชุมชน พบว่า การทำงานระหว่างชุมชนและคนภายนอกไม่จำเป็นต้องรอซึ่งกันและกัน ผู้ที่มีความพร้อมสามารถเริ่มต้นก่อนได้ เพราะท้ายที่สุดแล้วผลงานต่าง ๆ จะสะท้อนกลับมาที่ชุมชน โดยหากจะแบ่งวิวัฒนาการของแนวทางการทำงานในระดับชุมชนสามารถแบ่ง 4 ช่วง ดังนี้

แผนภาพที่ 26 วิวัฒนาการของแนวทางการทำงานในระดับชุมชน

แหล่งที่มา คณะนักวิจัย

ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินงานที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ (Win-Win Situation) เป็นการสร้าง “คุณค่า” เหนือ “คุณค่า” เป็นวิวัฒนาการในระดับที่ 4 คือ การทำ“พร้อม” ชุมชน ซึ่งเป็นการทำงานที่ชุมชนและกลุ่มคนจากภาพนอกต่างรับผิดชอบทำงานในส่วนของตน

วัตถุประสงค์ 2

เพื่อศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนในพื้นที่เพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

ในการทำการงานครั้งนี้ ได้ใช้กรอบวิธีในการทำงาน โดยใช้กรอบวิถีไทยในสามเรื่องหลักใหญ่ ได้แก่ ชีวิต ธรรมชาติ และศิลปะ โดยสามสิ่งนี้มีความเชื่อมโยงกันและสามารถนำไปใช้ได้ในทุกพื้นที่

แผนภาพที่ 27 กรอบแนวคิดวิถีไทย

โดยขั้นตอนในการทำการค้นหา และถอดเรื่องราวของชุมชนเพื่อนำมาพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ใช้วิธี สืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบ ซึ่งเป็นแนวทางสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นออกมาสร้างเป็นจุดขาย สร้างคุณค่าจากฐานรากของชุมชน และพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creativity-based Economy) ทั้งนี้ ได้นำเอาแนวทางและกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่ค้นพบจากงานวิจัยเรื่องแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยจุฑามาส วิศาลสิงห์และคณะในปี 2559 มาขยายผลให้เกิดความคมชัดในเรื่องรูปแบบการประสานการทำงานร่วมกันของหลายภาคส่วนและการออกแบบงานที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวตามรูปแบบการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community based Design Model) โดยการนำผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวมาร่วมในกระบวนการทดลองทำงาน มีการสืบค้นเรื่องราวมิติต่าง ๆ ของท้องถิ่นตามแนวทางวิถีไทยเพื่อการศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปะ แล้วนำไปร้อยเรียงคิดจากความเป็นท้องถิ่น

เพื่อหาเนื้อเรื่องร่วมกัน ให้เกิดแนวคิดที่น่าสนใจตามศักยภาพและทักษะของผู้เข้าร่วมในกระบวนการ นำไปสู่การออกแบบที่สร้างคุณค่าดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 28 กรอบแนวคิดวิถีไทย

จากการศึกษาพบว่า มิติที่มีความสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาออกแบบสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวให้ทันยุคตามแนวทางคนรุ่นใหม่ที่เห็นคุณค่าของความเป็นไทยอย่างลึกซึ้ง จำเป็นต้องเพิ่มมิติ “ศิลปินท้องถิ่น” ในแนวทางการสืบค้นวิถีไทยเพื่อเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า เนื่องจากคุณค่าที่แท้จริงของชุมชนนั้นมาจากคนในพื้นที่ สิ่งของที่จับต้องได้ไม่สามารถแสดงออกความเป็นชุมชนได้อย่างครอบคลุม จำเป็นต้องมีการสืบค้นด้านความรู้สึก นึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรม “ศิลปินท้องถิ่น” ในงานวิจัยนี้สามารถให้คำจำกัดความได้ว่า คือ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนผ่านการบอกเล่าหรือแสดงออกความเป็นชุมชนผ่านศิลปะรูปแบบต่าง ๆ (Art Expression) เช่น การแต่งกาย การแสดงพื้นบ้าน การตกแต่งสำรับอาหาร ซึ่งการนำเสนอเหล่านี้อาจแสดงออกมาโดยที่คน ๆ นั้นรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ สิ่งที่ปราชญ์หรือศิลปินท้องถิ่นเหล่านี้ถ่ายทอดสามารถแสดงให้เห็นถึงองค์ความรู้ ความคิด ทัศนคติ และการกระทำที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งเรื่องราวเหล่านี้จะช่วยให้ Artisan Chef และนักออกแบบงานศิลป์สาขาต่าง ๆ สามารถนำมาเชื่อมโยงกับสถานที่ ตัวสินค้า และบริการ บางครั้งแม้ชุมชนจะเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน แต่มีเรื่องราวที่มาที่แตกต่างกัน ผ่านกระบวนการผลิตที่ไม่เหมือนกัน ก็สามารถนำมาออกแบบให้มีสีสันหรือลวดลายที่แตกต่าง กลายเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น สร้างความน่าสนใจและการจดจำ นำไปสู่การสร้างเพิ่มมูลค่าที่สามารถยกระดับเศรษฐกิจของประเทศเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การที่ชุมชนถูกปลูกฝังมาให้มีความภาคภูมิใจในคุณค่าของตน ต้องอนุรักษ์รักษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และนำเสนอเผยแพร่ในรูปแบบที่เป็นของแท้และดั้งเดิมที่ถูกต้องตามแบบฉบับเท่านั้น ได้กลายเป็นความท้าทายที่พบมากที่สุดในการทำการทดลองเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน บ่อยครั้งที่มีการกล่าวว่า

“ชุมชนต้องเก็บของเดิมเอาไว้ โดยไม่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง มิเช่นนั้นจะไม่เป็นการอนุรักษ์” ทำให้ชุมชนผลิตสินค้าและประกอบธุรกิจในแบบเดิม ๆ ผลิตบนพื้นฐานปัจจัยการผลิตและความชำนาญที่ตนมีอยู่ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนส่วนใหญ่ในประเทศไทยจึงมักเป็นผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านและของที่ระลึกที่มีรูปแบบที่ไม่มีความหลากหลาย ขาดความเข้าใจและการปรับตัวเพื่อตามกระแสความนิยมหรือพฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาด ทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของตลาด คนในชุมชนขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องของการสร้างมูลค่าเน้นการเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ และการสร้างคุณค่า เพื่อเน้นการอนุรักษ์และรักษาของดั้งเดิม โจทย์สำคัญคือ ทำอย่างไรชุมชนจึงจะสามารถสร้างและอนุรักษ์คุณค่าคู่ขนานไปกับการสร้างมูลค่า

จากผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลง (Change) เป็นสิ่งจำเป็น ในการที่ชุมชนจะสร้างมูลค่าเพิ่ม(Value Creation) ให้ทรัพยากร เพราะการเปลี่ยนแปลงคือการลงทุนซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่า การเปลี่ยนดังกล่าวต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ ที่ยังคงองค์ประกอบ 3 อย่างคือ (1) ความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) หรือความเฉพาะตัว ซึ่งจะมีลักษณะที่ไม่เหมือนใคร แตกต่าง และเลียนแบบกันไม่ได้ (2) การมีความคิดริเริ่ม (Originality) หรือการนำความรู้มาประยุกต์ให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้น แตกต่างจากความคิดเดิม และ (3) การมีความหมาย (Meaning) สามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้หรือต้องมีคนได้ประโยชน์จากความคิดนั้น นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงมิได้หมายถึงแค่เปลี่ยนการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่ต้องมีกระบวนการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community-based Design) เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าจากต้นทางถึงปลายทางผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้ง การเปลี่ยนความเชื่อเดิม (Mindset) และเปิดการรับรู้ (Perception)

ในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรของชุมชนนั้น การเข้ามามีส่วนร่วมของคนภายนอกชุมชน เพื่อจะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดและสร้างสรรค์ มิได้มีข้อเสียหายหรือไม่ควรมีข้อจำกัดประการใด แม้ไม่ได้มีชุมชนร่วมในกระบวนการไปพร้อมกัน เนื่องจากการสร้างสรรค์ผลงานที่เกิดจากการต่อยอดโดยคนภายนอกนั้นยังสามารถสื่อถึงความเป็นชุมชน และสะท้อนถึงคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ที่มีความแตกต่างจากสิ่งของประเภทเดียวกันในรูปแบบของเรื่องราว (Stories) อรรถรส (Senses) และลีลา (Sophistication) อันเป็นพื้นฐานของการสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value based Economy) รวมทั้ง กลุ่มคนภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในสาขา ๆ ยังสามารถทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมที่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนได้ด้วย กล่าวคือ เป็นผู้กระตุ้นที่ก่อให้เกิดการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในชุมชน โดยทำหน้าที่ในการเชื่อมคน ความคิด กระบวนการ หรือวิธีการต่าง ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้น จากการร่วมสังเกตการณ์พบว่า คนในพื้นที่มีแนวความคิดในการนำต้นแบบ (Prototype) ที่ออกแบบโดยคนภายนอกไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้ง เป็นการกระตุ้นให้คนในพื้นที่เกิดแรงบันดาลใจในการคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ กลุ่มคนภายนอกดังกล่าวยังมีศักยภาพในการผลิตและสามารถบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดเป้าหมายได้ทั่วถึงกว่า ดังทีกล่าวไว้ในทฤษฎีการจูงใจว่า ผลการปฏิบัติงานเป็นการทำปฏิกิริยาระหว่างแรงจูงใจ กับความสามารถในการทำงานนั้น (Performance = Motivation X Ability) (Williams, 2012) ดังนั้นความสามารถจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่สร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ

การที่จะรอให้ชุมชนพร้อมด้วยตนเองจึงไม่ใช่ทางเลือกที่ดีที่สุด การดึงศักยภาพจากภายนอกเข้ามาในชุมชนจึงก่อให้เกิดการร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานได้ดีกว่า

กระบวนการสืบค้น ออกแบบและร้อยเรียงในเรื่องธรรมชาติ ชีวิตและ ศิลปะตามกระบวนการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community-based Design) โดยความมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่นั้น โครงการวิจัยนี้ได้ทำการปรับกระบวนทัศน์ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ นักออกแบบรุ่นใหม่ และนักออกแบบอาชีพในสายงานต่าง ๆ ตามที่ได้ระบุไว้ในบทที่ 3 ได้มีการเรียนรู้ทักษะการวิจัย (ได้แก่ สัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม และการสังเกตการณ์) เพื่อการเข้าร่วมในกระบวนการสืบค้นตั้งแต่ลงพื้นที่สำรวจวัตถุดิบในพื้นที่ พูดคุยและสอบถามข้อมูลจากสมาชิกในชุมชน เพื่อให้มีความเข้าใจบริบทของชุมชนในเชิงลึก ทั้งในด้านกายภาพ ประวัติที่มา ศาสนา ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี ภาษา เป็นต้น ซึ่งผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านจะมีประเด็นที่ตนสนใจแตกต่างกันไปหลากหลายมิติ อาจมีบางแง่มุมที่นักวิจัยไม่ได้ให้ความสำคัญ นอกจากนี้ เป็นการสร้างความคุ้นเคย อันเป็นพื้นฐานของการสร้างไว้วางใจในการทำงานร่วมกันในพื้นที่ของชุมชน นับเป็นช่วงของการใช้เวลาทำความเข้าใจเรื่องราวและปัญหาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง ขั้นตอนนี้จะช่วยให้ชุมชนและผู้เชี่ยวชาญกำหนดทิศทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ และสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างแท้จริง

จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ในการทดลองวิจัยครั้งนี้พบว่า นอกจากจะนำเอาของดีของเด่นของชุมชนมาใช้ ยังนำเอาเรื่องราวของชุมชนร้อยเรียงมาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงคุณค่าของชุมชนผ่านวัตถุดิบ เรื่องเล่า งานหัตถกรรมได้อย่างลึกซึ้ง นักออกแบบสามารถทดลองลงมือออกแบบทำผลงานต้นแบบ (Prototype) ที่ครอบคลุมในทุก ๆ มิติ ได้แก่ เรื่องเล่า (Stories) อรรถรส (Sense) และลีลา (Sophistication) ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชุมชนชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่ากระบวนการสืบค้นโดยการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม ยังช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์และสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่คนในชุมชน สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์แก่เหล่านักออกแบบรุ่นใหม่ นักออกแบบอาชีพในสายงานต่าง ๆ รวมถึงคนในชุมชนได้อีกด้วย ดังนั้น ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนไม่ว่าจะเป็นคนในพื้นที่หรือคนภายนอก หากเข้ามามีส่วนในกระบวนการสืบค้นในพื้นที่ นำข้อมูลที่ได้มาร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living Interpretation) ล้วนทำให้การออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปะได้อีกด้วย

จากนิยามของคำว่านวัตกรรม ที่หมายถึง การต่อยอดหรือการใช้ความคิดใหม่จากองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ มาทำให้เป็นจริงขึ้นมา สามารถสร้างประโยชน์เชิงพาณิชย์และสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม ศาสตราจารย์ ดร. ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2543) ได้วางเกณฑ์การพิจารณานวัตกรรมไว้ 4 ประการ คือ

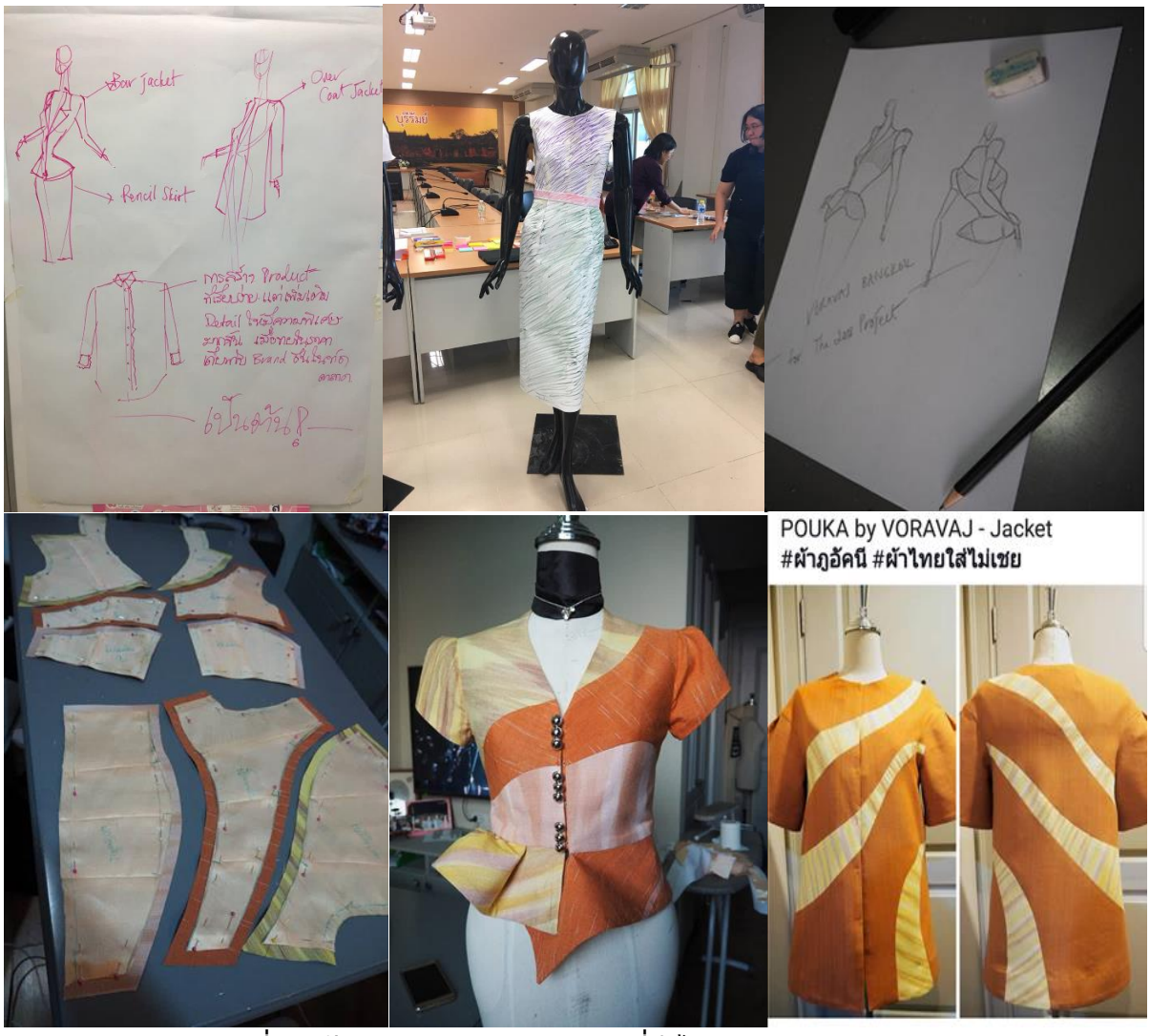
1) เป็นสิ่งใหม่ทั้งหมดหรือบางส่วน
2) มีการนำวิธีการจัดระบบ (System Approach) มาใช้พิจารณาองค์ประกอบทั้งส่วนข้อมูลที่ใช้เข้าไปในกระบวนการและผลลัพธ์ให้เหมาะสมก่อที่จะทำการเปลี่ยนแปลง
3) มีการพิสูจน์ด้วยการวิจัยหรืออยู่ระหว่างการวิจัยว่าจะช่วยให้ดำเนินงานบางอย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ดังนั้น นวัตกรรมไม่ได้หมายถึงการคิดค้นสิ่งใหม่เท่านั้น แต่อาจหมายถึง การใช้กระบวนการ ระบบ รูปแบบ หรือวิธีการใหม่ จากการศึกษาข้อมูลในอดีต ความท้าทายคือ ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นมากมาย หลายครั้งที่นักออกแบบคิดว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นนวัตกรรม แต่แท้จริงแล้วหยุดอยู่แค่ประดิษฐกรรม (Invention) เท่านั้น เพราะเมื่อนำมาใช้จริงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ดั่งคำจำกัดความของคำว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน (Innovation) ที่กล่าวว่า คือ การสร้างคุณค่าใหม่โดยการใช้ความรู้ผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ใหม่ในการสร้างความแตกต่างที่เป็น “จุดเด่น” หรือ “จุดขาย” ให้กับผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงความการใช้ประโยชน์และความต้องการของผู้ใช้ เพื่อการยกระดับสินค้าให้สามารถสร้างการแข่งขันในตลาด ตลอดจนสามารถต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและสามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2560)

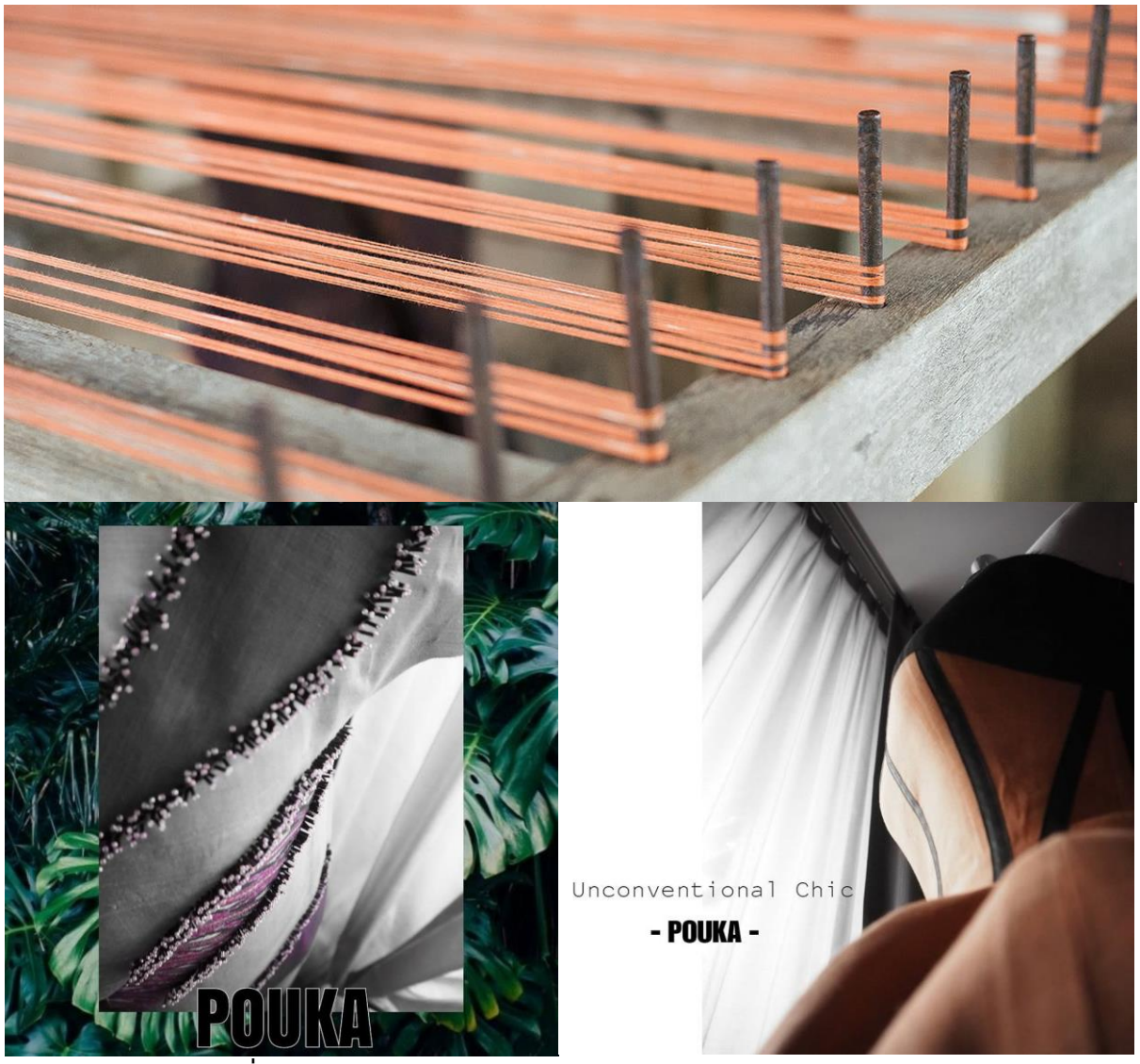
วัตถุประสงค์ข้อที่ 3

เพื่อศึกษาแนวคิดในการสร้างเครื่องมือให้ผู้ประกอบการในการสรรสร้างสินค้าและบริการท่องเที่ยวตามแนวคิดการออกแบบจากวิถีและจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

ในโครงการนี้ ผลงานที่ศิลปินและนักออกแบบที่เข้าร่วมในกระบวนการทดลองได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Prototype) ขึ้นมาเป็นเพียง “ประดิษฐ์กรรม” (Invention) แต่ยังไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็นนวัตกรรม เพราะการพัฒนานวัตกรรมต้องมีกระบวนการบริหารจัดการ (Innovation Management) มีการปรับกระบวนทัศน์ที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการทำความคิดใหม่ที่เป็นความจริงขึ้นมา รวมทั้ง ต้องปรากฏว่ามีการนำไปทำประโยชน์เชิงพาณิชย์หรือเชิงสังคมอย่างเป็นรูปธรรม และในการทดลองของงานวิจัยนี้ได้มี นักออกแบบเสื้อผ้าที่ได้สร้าง Prototype และนำผ้าภูอัคนีของชุมชนบ้านสนวนนอกไปตัดเย็บ และขายได้จริงหลังจากการเข้าร่วมการทดลอง ดังภาพที่ 5-XX นอกจากนี้ยังได้มีการติดต่อกับกลุ่มทอผ้าชุมชนบ้านเจริญสุข เพื่อให้ชุมชนผลิตกี่ทอผ้าที่สามารถทอผ้าหน้ากว้างขึ้นจากที่เคยทำมาเพื่อสามารถนำไปตัดเย็บเพื่อการพาณิชย์ได้ ภาพที่ 5-XX2 เป็นการต่อยอด Brand POUKA เพื่อทำ Collection Fall 2018-19 "From mountain to millennial" เพื่อส่งออกสู่ตลาด



รูปภาพที่ 30 ตัวอย่างผลงานการออกแบบที่นำไปผลิตจริง Brand PUOKA



รูปภาพที่ 31 POUKA : Fall 2018-19 "From mountain to millennial"

รูปภาพที่ 32 POUKA : Fall 2018-19 "From mountain to millennial" Fashion Show

การนี้มีการแสดงออกถึงแนวทางการดำเนินงานที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ (Win-Win Situation) เป็นการสร้าง “คุณค่า” เหนือ “คุณค่า” เป็นวิวัฒนาการของนวัตกรรมในระดับที่ 4 คือ การทำ“พร้อม” ชุมชน ซึ่งเป็นการทำงานที่ชุมชนและกลุ่มคนจากภาพนอกต่างรับผิดชอบทำงานในส่วนของตน ชุมชนได้ประโยชน์จากการที่สินค้าของชุมชน เช่น ผ้าภูอัคนี ได้เป็นที่ยอมรับ และได้รับการพัฒนาต่อยอดโดยนักออกแบบมืออาชีพ ส่วนผู้ประกอบการก็ได้รับประโยชน์จากการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพและยังสามารถช่วยเหลือชุมชนได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยชุดนี้ได้นำเอาคุณค่าจากฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่มาสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งได้นำเอาผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบายเชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงานต่อประเด็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย เช่น กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (เชฟศิลปินและนักออกแบบงานศิลป์สาขาต่าง ๆ) ปราชญ์หรือศิลปินท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หน่วยงานภายรัฐในพื้นที่มาประสานการทำงานเชิงบูรณาการ โดยไม่จำเป็นต้องจำกัดเฉพาะคนในชุมชนเท่านั้น แต่สามารถเปิดรับกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outsider) มาร่วมกันทำงานในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกัน (Creating Shared Values) กล่าวคือ ไม่ต้องดำเนินการในสิ่งเดียวกันหรือทำงานร่วมกันในทุกกระบวนการของการพัฒนา เพราะแต่ละกลุ่มมีศักยภาพและข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไปแต่สามารถสร้างสรรค์คุณค่าร่วมกัน ซึ่งมิได้มีข้อเสียหายประการใดในการที่ผู้เชี่ยวสาขาต่าง ๆ จากภายนอกจะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดและสร้างสรรค์ เนื่องจากท้ายที่สุดแล้วผลงานดังกล่าวยังสามารถสื่อถึงความเป็นชุมชนและสะท้อนถึงคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ในขณะเดียวกัน กลุ่มคนภายนอกเหล่านี้ยังสามารถทำหน้าที่เป็นผู้เร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนได้ด้วยจากการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบบนฐานของชุมชน Community base Design ซึ่งช่วยกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในชุมชน อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องมีทักษะการวิจัย ซึ่งพบว่าทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อความเป็นชุมชนได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากนักออกแบบมีความเข้าใจบริบทของชุมชนในเชิงลึก แม้แต่นักออกแบบที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่แม้ประสบการณ์ด้านการออกแบบจริงจะน้อย แต่เมื่อเพิ่มทักษะการวิจัยและการสืบค้นไป ก็ปรากฏว่าสามารถทำงานร่วมกับชุมชนได้ดี เพราะคนรุ่นใหม่เหล่านี้มีความพร้อมด้านองค์ความรู้ด้านศิลปะและทักษะด้านการออกแบบ หากได้รับโอกาสในการใส่ความคิดสร้างสรรค์ สร้างสินค้าไทยให้เท่เพื่อเพิ่มมูลค่า ก็จะสามารถผลักดันให้เกิดการส่งออกทางด้านวัฒนธรรมไทยไปทั่วโลกได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมให้เกิดการฝังรากความเป็นไทยให้กับการท่องเที่ยวและใช้การท่องเที่ยวให้เป็นเครื่องมือที่ประสานภาคส่วนอื่น ๆ เข้าด้วยกัน โดยให้เยาวชนมาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ในขณะเดียวกัน ชุมชนเองจำเป็นต้องพัฒนาคนในชุมชนให้รู้จักบริหารจัดการชุมชนซึ่งจะสร้างความเข้มแข็งจากภายใน โดยต้องมีการปรับเปลี่ยนความเชื่อเดิม (Mindset) ที่ว่า “ชุมชนต้องเก็บรักษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ และนำเสนอเผยแพร่ในรูปแบบที่เป็นของแท้และดั้งเดิมตามแบบฉบับเท่านั้น” มาเป็น “ชุมชนสามารถปรับเปลี่ยนสิ่งเดิม แล้วสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้ ในขณะที่คุณค่าก็ยังอยู่” แต่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง (Change) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนั้นมิได้หมายถึงแค่เปลี่ยนการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่ต้องสามารถเพิ่มมูลค่าจากต้นทางถึงปลายทาง โดยงานวิจัยนี้ได้นำกระบวนการออกแบบบนฐานของชุมชน (Community-based Design) ชุมชนไทยมีฐานทรัพยากรที่หลากหลาย มีรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตแตกต่างกันไปตามลักษณะของภูมิศาสตร์เฉพาะท้องถิ่น จึงมีเสน่ห์ของวิถีการดำเนินชีวิต แสดงออกมาทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม การแต่งกาย อาหารการกิน และความเชื่อ ดังนั้น หากถูกนำมาใช้อย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สิ่งของประเภทเดียวกันให้มีความแตกต่างตามแต่เอกลักษณ์เฉพาะแต่ละ

ท้องถิ่นในรูปแบบของเรื่องราว (Stories) อรรถรส (Senses) และลีลา (Sophistication) อันเป็นพื้นฐานของการสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value based Economy) ก็จะสามารถสร้างดุลยภาพทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ควบคู่กับการเพิ่มรายได้ให้แก่คนในชุมชนได้ รวมทั้ง เกิดความรักและความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่นของตน

5.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย

1) งานวิจัยไม่ได้มีเป้าหมายในการพิสูจน์ (Prove or disprove) แต่เป็นการทดลองทำเพื่อสร้างโมเดล ในการดำเนินงานนี้เป็นการนำโมเดลที่ได้ค้นพบแล้วมา ดำเนินการซ้ำ หากพบผลที่ทดลองทำในครั้งนี้ถือเป็นการทำซ้ำ (Replicate) การศึกษาและการสร้างโมเดลกระบวนการจำเป็นต้องดำเนินการต่อไป โดยพบข้อจำกัดบางประการ ได้แก่ การเปลี่ยนโครงสร้างทางสังคมของไทย เยาวชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ เป็นเยาวชนที่ศึกษาในระดับประถม มัธยม แต่เนื่องจากวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยนี้ เป็นการมุ่งหวังในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Young Entrepreneur) สามารถตอบโจทย์ได้ดีที่สุด ด้วยการพัฒนาประเทศที่ต้องการสร้างธุรกิจเชิงคุณค่าจำเป็นต้องสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ผลการศึกษานี้นับว่าเป็นประเด็นสำคัญของงานวิจัยนี้ ที่ชี้ให้เห็นแนวทางการพัฒนาชาติตามสภาพความเป็นจริงได้

2) โครงการวิจัยนี้เป็นการทำงานจากฐานรากคือชุมชน ขึ้นสู่ระดับบน (Bottom up) ด้วยความเชื่อที่ว่ากระบวนการพัฒนาที่เป็นการขับเคลื่อนจากนโยบายแบบจากบนลงล่าง (Top Down) ทำให้เกิดการพัฒนาที่ไม่เหมาะสมกับทรัพยากรของพื้นที่ หัวใจขอโครงการวิจัยนี้เน้นการสืบค้นทรัพยากรท้องถิ่น เพื่อนำมาสร้างนวัตกรรมก่อนแล้วจึงค่อยหาจุดเชื่อมโยงกับนโยบายหลักของพื้นที่ อาทิเช่น นโยบายการพัฒนาของจังหวัดบุรีรัมย์ที่เน้นการเป็น Sport City ผลจากการสืบค้น พบว่าอาหารบางชนิด เช่น ตัวดักแด้ทอดสามารถช่วยสร้าง และส่งเสริม ทางโภชนาให้แก่นักกีฬาได้ นอกจากนั้นผลผลิตจากค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชนสำหรับกระบี่ที่เป็นเมืองศิลปะ ก็สามารถใช้อาหารกล่อง Art of Food in a Box มานำเสนอได้ ได้แก่ แบรนด์ Chan-ce

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ธีรยุทธ บุญมี. (2546). พหุนิยม. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

นำชัย ศุภฤกษ์ชัยสกุล และคณะ. (2557). การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมพฤติกรรมตามค่านิยมและวัฒนธรรมไทยอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เบญจมาศ สังข์วรรณะ, และภูมิพร ธรรมสถิตเดช. (ม.ป.ป.) การศึกษาการร่วมสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในอุตสาหกรรมซอฟท์แวร์. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปัทมา เลาหสินณรงค์. (2555). รูปแบบและปัจจัยด้านมูลค่าเพิ่มของบรรจุภัณฑ์ซาลาเปาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ผู้จัดการออนไลน์ (2557). ผ้าภูอัคนี” สีสันจากผืนดิน (ภูเขาไฟ) งดงามอย่างมีเอกลักษณ์ Retrieved October 2017, Website: http://www.manager.co.th/travel/viewnews.aspx?NewsID=9570000108378https://www.buriramworld.com

พรชัย จิตติวสุรัตน์. (2558). คุณค่าที่สมดุลกับการเปลี่ยนแปลงเชิงสัณฐานของเรือนค้าขายพื้นถิ่น ในตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. (21). 12-27.

ภิญโญ รัตนาพันธุ์ (2559). Positive Deviance (PD): เครื่องมือพัฒนาองค์กรยุคใหม่ Retrieved January 21, 2018, from Manager Online Website: https://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9590000075280

วุทธิศักดิ์ โภชนุกูล. (ม.ป.ป.). กระบวนการทางนวัตกรรม (ออนไลน์). สืบค้นจาก http://www.pochanukul.com/wp-content/uploads/2007/12/innovation_process.pdf [16พฤศจิกายน 2557]

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ และคณะ. ภูมิปัญญาไทย: วิถีไทย. กรุงเทพ: บริษัท ไทยประกันชีวิตจำกัด, 5247.

สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ สทน.สปข.4 :: http://region4.prd.go.th

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2558). ชุดความรู้ถอดบทเรียนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตอน รวมพล ค้นแก่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชุมชน.

ภาษาอังกฤษ

Cornwell-Smith, P. (2013). Very Thai: Everyday Popular Culture (2nded). Bangkok: River Book.

James, P., Nadarajah, Y., Haive, K., & Stead, V. (2012). Sustainable communities, sustainable development: other paths for Papua New Guinea. Honolulu: University of Hawai’I Press.

Mitchell, T. R. (1982). Motivation: New directions for theory, research, and practice. Academy of Management Review, 7, 80–88.

Nilson, T.H. (1992). Creating Customer Value. The Part to Sustainable Competitive Advantage, Thompson Executive Press, OH.

Nordic Innovation Center (2005). Innovation systems and the Periphery Final Report. http://www.nordicinnovation.org/Global/_Publications/Reports/2005 Retrieved on December 2014.

Patterson, K., Grenny, J., Maxfield, D., McMillan, R., & Jones, G. (2008). Summary of influencer: the power to change anything. OH, McGraw-Hill.

Piller, F., Ihl, C. and Vossen, A., 2010. A typology of customer co-creation in the innovation Process. Electronic copy available at: http://ssrn.com/abstract=1732127

Pimapunsri, P. Patcharasamrandet, P. Kanchanawat, S. and Supavirasbancha, T. (2015). Innovation and Creativity of Local wisdoms and Thainess: The Perspectives from our Next Generation. International Conference on "Business Economic, Social Science & Humanities" (BESSH-2016). 246, pp. 250-256. Osaka: Academic Fora.

Porter, L. W., & Lawler, E. E. (1968). *Managerial attitudes and performance.* Homewood, IL: Dorsey Press.

Prahalad, C., & Ramaswamy, V. (n.d.). Co-creation experiences: The next practice in value creation. Journal of Interactive Marketing, 5-14.

TAT Review Magazine - 2015 Discover THAINESS / ท่องเที่ยววิถีไทย ๒๕๕๘Wright, S., & McCrea, D. (Ed.). (2007). *The handbook of organic and fair trade food marketing*. Singapore: Blackwell Publishing.

Williams, Chuck (2012). *Effective Management: A Multimedia Approach.* CA: Cengage Learning.

ภาคผนวก

เอกสารแนบที่ 1 เอกสารตอบรับความร่วมมือ

ที่ กบ ๕๒๐๐๗/๓๒๐๙ สำนักงานเทศบาลเมืองกระบี่
ถนนมหาราช กบ ๘๑๐๐๐

๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ตอบรับเข้าร่วมดำเนินงานโครงการวิจัย

เรียน ประธานกรรมการบริหารบริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด (ผศ. ดร. จุฑามาศ วิศาลสิงห์)

อ้างถึง หนังสือบริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด ลงวันที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๐

ตามหนังสือที่อ้างถึงบริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้มีหนังสือถึงสำนักงานเทศบาลเมืองกระบี่ คัดเลือกเมืองกระบี่ให้เข้าร่วมดำเนินงานโครงการวิจัย หาแนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Thai Tourism Development : a Pathway to Value-driven Economy Approach) เพื่อมุ่งหาแนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร และการร่วมสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า นั้น

ในการนี้ เทศบาลเมืองกระบี่ มีความยินดีตอบรับเข้าร่วมดำเนินงานโครงการวิจัยดังกล่าว เพื่อร่วมนำความเป็นคนไทย ถ่ายทอดให้มีคุณค่าและมูลค่าอย่างยั่งยืนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นายชาญณรงค์ สิริสาบูรณพ.
รองนายกเทศมนตรี ปฏิบัติราชการแทน
นายกเทศมนตรีเมืองกระบี่

กองวิชาการและแผนงาน
งานวิเคราะห์นโยบายและแผน
โทร. ๐ ๗๕๖๒ ๐๖๐๔
โทรสาร. ๐ ๗๕๖๒ ๐๖๐๓

๓๑ ๐๗ ๒๕๖๐ พิมพ์/ทาน
๓๑ ก.ค. ๖๐ หัวหน้างาน
๓๑ ก.ค. ๖๐ หัวหน้าฝ่ายแผนงานและงบประมาณ
ผู้อำนวยการกองวิชาการและแผนงาน
๓๑ ก.ค. ๖๐ รองปลัดเทศบาล
ปลัดเทศบาล

เอกสารแนบที่ 2 กำหนดการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่องานวิจัยในพื้นที่

กำหนดการ การลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่องานวิจัยในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์
ระหว่างวันที่ 26-29 สิงหาคม 2560

วัตถุประสงค์

1. ระดมความคิดเห็นเพื่อสืบค้นและร้อยเรียง
2. ค้นหาเมนูอาหาร + ส่วนประกอบ/เครื่องปรุง + เรื่องราวของอาหาร
3. ค้นหาสรุปเรื่องศิลปะของชุมชน ประกอบด้วยแขนงใดบ้าง ? การออกแบบเสื้อผ้า การละเล่นเครื่องดนตรีพื้นบ้าน การรำหรือการแสดงพื้นบ้าน
4. ค้นหาสินค้า OTOP เด่น ๆ ของชุมชน

สิ่งที่ชุมชนต้องเตรียม

1. เมนูอาหารเที่ยงที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่สามารถแสดงถึงวิถีชีวิตของชุมนหรือมีเรื่องราวของวัฒนธรรมในชุมชน และสามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ภายในชุมชน
2. ปราชญ์ หรือศิลปินในชุมชน ไม่ว่าจะแขนงใดดีได้
3. ผลิตภัณฑ์ ของฝากของที่ระลึกประจำท้องถิ่น ของชุมชน
4. สถานที่ท่องเที่ยวที่เชิดหน้าชูตา ของชุมชน

วันเสาร์ที่ 26 สิงหาคม 2560 ลงพื้นที่บ้านสนวนนอก

08:30 – 09:00 น.	ลงทะเบียน
09:00 – 09:30 น.	กล่าวทักทายและแนะนำตัว พร้อมกับอธิบายว่าวันนี้เรามาทำอะไร
09:30 – 10:00 น.	อธิบายและทำความเข้าใจถึงการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล การนำข้อมูลไปต่อยอดในงานวิจัย คร่าวๆ ให้คนในชุมชนเข้าใจ
10:00 – 10:30 น.	ร่วมกันสืบค้นเรื่องธรรมชาติ ชีวิต ศิลปะ ของชุมชน
10:30 - 10:45 น.	พัก รับประทานอาหารว่าง
10:45 – 12:00 น.	ร่วมกันค้นหา อาหารจานเด็ด เมนูเด่นของชุมชน มีอะไรบ้าง • เมนูไหนที่สามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ภายในชุมชน • เมนูไหนที่สามารถสะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมนหรือมีเรื่องราวของวัฒนธรรมในชุมชน
12:00 – 13:00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน จากอาหารที่เราร่วมกันค้นหา
13:00 – 14:00 น.	กระบวนการระดมความคิดหา ศิลปินหรือปราชญ์ที่มีอยู่ในชุมชน มีใครบ้างและอยู่ในศาสตร์แขนงใด?

14:00 – 15:15 น. กระบวนการระดมความคิดเห็นในหัวข้อหากมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนเรา คิดว่าการแสดงศิลปะวัฒนธรรมใดเหมาะสำหรับการต้อนรับแขกผู้มาเยือน

15:15 – 15:30 น. พักรับประทานอาหารว่าง

15:30 – 17:30 น. กระบวนการค้นหาสินค้า OTOP เด่น ๆ ของชุมชน มีอะไรบ้าง

17:30 – 18:00 น. สรุปและถอดบทเรียน

18:00 – 19:00 น. รับประทานอาหารเย็น

19:00 น. พักผ่อนตามอัธยาศัย พัก บ้านสนวนนอกรีสอร์ท

<u>วันอาทิตย์ที่ 27 สิงหาคม 2560 ลงพื้นที่บ้านเจริญสุข</u>

06:30 – 07:30 น. รับประทานอาหารเช้า

07:30 – 08:30 น. ออกเดินทางสู่ชุมชนบ้านเจริญสุข

08:30 – 09:00 น. ลงทะเบียน

09:00 – 09:30 น. กล่าวทักทายและแนะนำตัว พร้อมกับอธิบายว่าวันนี้เรามาทำอะไร

09:30 – 10:00 น. อธิบายและทำความเข้าใจถึงการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล การนำข้อมูลไปต่อยอดในงานวิจัย คร่าวๆ ให้คนในชุมชนเข้าใจ

10:00 – 10:30 น. ร่วมกันสืบค้นเรื่องธรรมชาติ ชีวิต ศิลปะ ของชุมชน

10:30 - 10:45 น. พัก รับประทานอาหารว่าง

10:45 – 12:00 น. ร่วมกันค้นหา อาหารจานเด็ด เมนูเด่นของชุมชน มีอะไรบ้าง

- เมนูไหนที่สามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ภายในชุมชน
- เมนูไหนที่สามารถสะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมนหรือมีเรื่องราวของวัฒนธรรมในชุมชน

12:00 – 13:00 น. รับประทานอาหารกลางวัน จากอาหารที่เราร่วมกันค้นหา

13:00 – 14:00 น. กระบวนการระดมความคิดหา ศิลปินหรือปราชญ์ที่มีอยู่ในชุมชน มีใครบ้างและอยู่ในศาสตร์แขนงใด?

14:00 – 15:15 น. กระบวนการระดมความคิดเห็นในหัวข้อหากมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนเรา คิดว่าการแสดงศิลปะวัฒนธรรมใดเหมาะสำหรับการต้อนรับแขกผู้มาเยือน

15:15 – 15:30 น. พักรับประทานอาหารว่าง

15:30 – 17:30 น. กระบวนการค้นหาสินค้า OTOP เด่น ๆ ของชุมชน มีอะไรบ้าง

17:30 – 18:00 น. สรุปและถอดบทเรียน

18:00 – 19:00 น. รับประทานอาหารเย็น

19:00 น. พักผ่อนตามอัธยาศัย พัก โรงแรม.....

<u>วันจันทร์ที่ 28 สิงหาคม 2560 ลงพื้นที่บ้านโคกเมือง</u>

06:30 – 07:30 น. รับประทานอาหารเช้า

07:30 – 08:30 น. ออกเดินทางสู่ชุมชนบ้านโคกเมือง

08:30 – 09:00 น. ลงทะเบียน

09:00 – 09:30 น. กล่าวทักทายและแนะนำตัว พร้อมกับอธิบายว่าวันนี้เรามาทำอะไร

09:30 – 10:00 น. อธิบายและทำความเข้าใจถึงการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล การนำข้อมูลไปต่อยอดในงานวิจัย คร่าวๆ ให้คนในชุมชนเข้าใจ

10:00 – 10:30 น. ร่วมกันสืบค้นเรื่องธรรมชาติ ชีวิต ศิลปะ ของชุมชน

10:30 - 10:45 น. พัก รับประทานอาหารว่าง

10:45 – 12:00 น. ร่วมกันค้นหา อาหารจานเด็ด เมนูเด่นของชุมชน มีอะไรบ้าง

- เมนูไหนที่สามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ภายในชุมชน
- เมนูไหนที่สามารถสะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมนหรือมีเรื่องราวของวัฒนธรรมในชุมชน

12:00 – 13:00 น. รับประทานอาหารกลางวัน จากอาหารที่เราร่วมกันค้นหา

13:00 – 14:00 น. กระบวนการระดมความคิดหา ศิลปินหรือปราชญ์ที่มีอยู่ในชุมชน มีใครบ้างและอยู่ในศาสตร์แขนงใด?

14:00 – 15:15 น. กระบวนการระดมความคิดเห็นในหัวข้อหากมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนเราคิดว่าการแสดงศิลปะวัฒนธรรมใดเหมาะสำหรับการต้อนรับแขกผู้มาเยือน

15:15 – 15:30 น. พักรับประทานอาหารว่าง

15:30 – 17:30 น. กระบวนการค้นหาสินค้า OTOP เด่น ๆ ของชุมชน มีอะไรบ้าง

17:30 – 18:00 น. สรุปและถอดบทเรียน

18:00 – 19:00 น. รับประทานอาหารเย็น

19:00 น. พักผ่อนตามอัธยาศัย พัก โรงแรม.....

<u>วันอังคารที่ 29 สิงหาคม 2560 ลงพื้นที่บ้านโคกเมือง</u>

06:30 – 07:30 น. รับประทานอาหารเช้า

07:30 – 08:30 น. ออกเดินทางสู่เมืองบุรีรัมย์

08:30 – 09:00 น. ลงทะเบียน

09:00 – 09:30 น. สรุปรายงานผลการลงพื้นที่ 3 พื้นที่ แก่ท่อเงที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

09:30 – 10:30 น. แลกเปลี่ยนพูดคุย หาของดี ของเด่น ของดัง

10:30 - 10:45 น. พัก รับประทานอาหารว่าง

10:45 – 12:00 น. ร่วมกันสรุปสิ่งที่จะมาเชื่อมต่อกันระหว่างงานวิจัยและท่องเที่ยวจังหวัด

- อาหารพื้นเมืองเด่นของแต่ละพื้นที่
- การนำวัตถุดิบสำคัญในชุมชนมาปประกอบอาหาร
- การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารพื้นถิ่น โดยเชฟ
- ศิลปวัฒนธรรมโบราณของแต่ละพื้นที่
- การประสานกลุ่มเยาวชนเพื่อต่อยอดของแต่ละพื้นที่

12:00 – 13:00 น. รับประทานอาหารกลางวัน

13:00 – 14:00 น. มุ่งหน้าสู่ท่าอากาศยานจังหวัดบุรีรัมย์

15:00 น. กลับเดินทางสู่กรุงเทพมหานคร

หมายเหตุ : กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสถานะการณ์หน้างาน

@@@

กำหนดการ การลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่องานวิจัยในพื้นที่จังหวัดกระบี่

ระหว่างวันที่ 21-22 กันยายน 2560

<u>วัตถุประสงค์</u>

1. ระดมความคิดเห็นเพื่อสืบค้นและร้อยเรียง
2. ค้นหาเมนูอาหาร + ส่วนประกอบ/เครื่องปรุง + เรื่องราวของอาหาร
3. ค้นหาสรุปเรื่องศิลปะของชุมชน ประกอบด้วยแขนงใดบ้าง ? การออกแบบเสื้อผ้า การละเล่นเครื่องดนตรีพื้นบ้าน การรำหรือการแสดงพื้นบ้าน
4. ค้นหาสินค้า OTOP เด่น ๆ ของชุมชน

<u>สิ่งที่ชุมชนต้องเตรียม</u>

1. เมนูอาหารเที่ยงที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่สามารถแสดงถึงวิถีชีวิตของชุมนหรือมีเรื่องราวของวัฒนธรรมในชุมชน และสามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ภายในชุมชน
2. ผลิตภัณฑ์ ของฝากของที่ระลึกประจำท้องถิ่น ของชุมชน
3. สถานที่ท่องเที่ยวที่เชิดหน้าชูตา ของชุมชน

<u>บุคคลที่ต้องการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล</u>

1. กลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน
2. ศิลปินในชุมชน ไม่ว่าจะแขนงใดดีได้
3. กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน สินค้า OTOP
4. ผู้นำเยาวชนในท้องถิ่น

<u>วันพฤหัสบดีที่ 21 กันยายน 2560 ลงพื้นที่ ชุมชนบ้านทุ่งโหลง และตัวแทน 14 ชุมชน</u>

06:45-07:55 น.	ออกเดินทางจากสนามบินดอนเมือง ด้วยสายการบิน SL800 สู่จังหวัดกระบี่
07:55-08:30 น.	เดินทางด้วยรถตู้ มุ่งหน้าสู่ที่ทำการเทศบาลเมืองกระบี่
08:30 – 09:00 น.	ลงทะเบียน ตัวแทน 14 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่ (พร้อมของดี ของเด่น ของดัง)
09:00 – 09:30 น.	กล่าวต้อนรับทีมนักวิจัย โดย ท่านนายกเทศมนตรีเมืองกระบี่
09:30 – 09:45 น.	ดร.พรรณี (ตัวแทนทีมนักวิจัย) กล่าวทักทายและแนะนำตัว พร้อมกับอธิบายโดยสังเขปว่าวันนี้เรามาทำอะไร
09:45 – 10:00 น.	อธิบายและทำความเข้าใจถึงการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล การนำข้อมูลไปต่อยอดในงานวิจัย คร่าวๆ ให้คนในชุมชนเข้าใจ
10:00 – 10:30 น.	ร่วมกันสืบค้นเรื่องธรรมชาติ ชีวิต ศิลปะ จากของดี ของเด่น ของดัง ของชุมชน 14 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่ ที่ตัวแทนนำมาเสนอต่อนักวิจัย

10:30 – 11:15 น.	ทีมนักวิจัย และตัวแทนชุมชนทั้ง 14 ชุมชนเดินทางสู่ชุมชนทุ่งโหลง ซึ่งเป็นชุมชนที่ทีมวิจัยจะลงพื้นที่เป็นตัวอย่างให้อีก 13 ชุมชนที่เหลือได้เห็นการร้อยเรียง เพื่อสร้างสรรค์ และต่อยอดในชุมชนตนเองต่อไป
11:15 – 12:00 น.	ค้นหา อาหารจานเด็ด เมนูเด่นของชุมชน มีอะไรบ้าง • เมนูไหนที่สามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ภายในชุมชน • เมนูไหนที่สามารถสะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมนหรือมีเรื่องราวของวัฒนธรรมในชุมชน
12:00 – 13:00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน จากอาหารที่เราร่วมกันค้นหา (ชุมชนเป็นคนทำในแบบฉบับของชุมชน)
13:00 – 14:00 น.	กระบวนการร่วมกันรังสรรค์ อาหารจานเด็ด เมนูเด่นของชุมชน มีอะไรบ้าง • เชฟสืบค้นเมนูไหนที่สามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ภายในชุมชน • เชฟร้อยเรียง และสร้างสรรค์เมนูไหนที่สามารถสะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมนหรือมีเรื่องราวของวัฒนธรรมในชุมชน กระบวนการระดมความคิดหา ศิลปินหรือปราชญ์ที่มีอยู่ในชุมชน มีใครบ้างและอยู่ในศาสตร์แขนงใด?
14:00 – 15:15 น.	กระบวนการระดมความคิดเห็นในหัวข้อหากมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนเราคิดว่าการแสดงศิลปะวัฒนธรรมใดเหมาะสำหรับการต้อนรับแขกผู้มาเยือน กระบวนการค้นหาสินค้า OTOP เด่น ๆ ของชุมชน มีอะไรบ้าง
15:15 – 15:30 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
15:30 – 17:30 น.	มุ่งหน้าสู่ ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมอันดามัน เพื่อเยี่ยมชมและเก็บข้อมูลสถานที่
17:30 – 18:00 น.	สรุปและถอดบทเรียน
18:00 – 19:00 น.	รับประทานอาหารเย็น
19:00 น.	พักผ่อนตามอัธยาศัย พัก โรงแรมปลากระพง Krabi Sea bass Hotel http://www.krabiseabasshotel.com/?set_lang=th

<u>วันศุกร์ที่ 22 กันยายน 2560 ลงพื้นที่ ชุมชนบ้านหนองทะเล และคลองรูด</u>

05:00-05:30 น.	ออกเดินทางมุ่งหน้าสู่ ชุมชนบ้านหนองทะเล
05:30-08:30 น.	ออกเรือชมธรรมชาติ พระอาทิตย์ขึ้น เก็บภาพ เก็บข้อมูล บริเวณหนองทะเล
08:30 – 09:00 น.	ลงทะเบียน
09:00 – 09:30 น.	กล่าวทักทายและแนะนำตัว พร้อมกับอธิบายว่าวันนี้เรามาทำอะไร
09:30 – 10:00 น.	อธิบายและทำความเข้าใจถึงการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล การนำข้อมูลไปต่อยอดในงานวิจัย คร่าวๆ ให้คนในชุมชนเข้าใจ
10:00 – 10:30 น.	ร่วมกันสืบค้นเรื่องธรรมชาติ ชีวิต ศิลปะ ของชุมชน
10:30 - 10:45 น.	พัก รับประทานอาหารว่าง
10:45 – 12:00 น.	กระบวนการร่วมกันรังสรรค์ อาหารจานเด็ด เมนูเด่นของชุมชน มีอะไรบ้าง • เชฟสืบค้นเมนูไหนที่สามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ภายในชุมชน • เชฟร้อยเรียง และสร้างสรรค์เมนูไหนที่สามารถสะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมนหรือมีเรื่องราวของวัฒนธรรมในชุมชน

	กระบวนการระดมความคิดหา ศิลปินหรือปราชญ์ที่มีอยู่ในชุมชน มีใครบ้างและอยู่ในศาสตร์แขนงใด?
12:00 – 13:00 น.	รับประทานอาหารกลางวัน จากอาหารที่เราร่วมกันค้นหา และเชฟสร้างสรรค์เมนู
13:00 – 14:00 น.	เดินทางมุ่งหน้าสู่ บ้านคลองรูด เพื่อเข้าชมสถานที่และเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงการค้นหาต้นน้ำของอาหารปลอดภัย
14:00 – 16:30 น.	ระดมความคิดเห็นในหัวข้อหากมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนเรา คิดว่าการแสดงศิลปะวัฒนธรรมใดเหมาะสำหรับการต้อนรับแขกผู้มาเยือน การค้นหาสินค้า OTOP เด่น ๆ ของชุมชน มีอะไรบ้าง
16:30-17:00 น.	มุ่งหน้าสู่ท่าอากาศยานจังหวัดกระบี่
18:00-19:20 น.	กลับเดินทางสู่กรุงเทพมหานคร ด้วยสายการบิน SL813

**หมายเหตุ : กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสถานะการณ์หน้างาน

❁❁❁

เอกสารแนบที่ 3 ภาพกิจกรรมลงพื้นที่วิจัย

จังหวัดบุรีรัมย์

บ้านเจริญสุข บุรีรัมย์

จังหวัดกระบี่

เอกสารแนบที่ 4 ใบสมัครผู้ประกอบการเพื่อชุมชน คนรุ่นใหม่

ใบสมัครผู้ประกอบการเพื่อชุมชน คนรุ่นใหม่

ค่ายคนรุ่นใหม่สร้างสรรค์นวัตกรรมธุรกิจเพื่อชุมชน
Young Innovative Community Entrepreneur Bootcamp

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย).....
Name in English .....
เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง ☐ อื่นๆ .....
หน่วยงานต้นสังกัด .....
ตำแหน่งงานปัจจุบัน .....

ข้าพเจ้าสนใจเข้าร่วมโครงการฯ โดยเลือกลงพื้นที่

☐ จังหวัดบุรีรัมย์ ☐ จังหวัดกระบี่ ☐ ทั้งสองจังหวัด

ประวัติส่วนตัว

ที่อยู่ตามทะเบียนบ้าน
เลขที่ ..... หมู่ที่ ..... ถนน ..... ตำบล/แขวง .....
อำเภอ/เขต ..... จังหวัด ..... รหัสไปรษณีย์ .....
ที่อยู่ปัจจุบัน
บ้านเลขที่ ..... หมู่ที่ ..... ถนน ..... ตำบล/แขวง .....
อำเภอ/เขต ..... จังหวัด ..... รหัสไปรษณีย์ .....

โทรศัพท์ ..... มือถือ ..... E-mail .....
บัตรประชาชนเลขที่..... วัน เดือน ปีเกิด ..... อายุ ..... ปี
สัญชาติ ..... เชื้อชาติ ..... ศาสนา .....

ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	สถาบันการศึกษา	สาขาวิชา
ประถมศึกษา		
มัธยมศึกษา		
ปวช./ปวส.		
อนุปริญญา		
ปริญญาตรี		

ประสบการณ์ที่ผ่านมาทางด้านการออกแบบหรือนวัตกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เรียงลำดับจากปัจจุบันก่อน

การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ (Product/Package Design)	การออกแบบกราฟฟิก (Graphic Design)	การออกแบบแฟชั่น (Fashion Design)

ความถนัดทางภาษา

ภาษา	พูด			อ่าน			เขียน		
	ดี	ปานกลาง	พอใช้	ดี	ปานกลาง	พอใช้	ดี	ปานกลาง	พอใช้
ภาษาไทย									
ภาษาอังกฤษ									
ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ โปรดระบุ									

ความสามารถพิเศษ

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) คอมพิวเตอร์ เช่น กราฟฟิกดีไซน์ ☐ ไม่ได้ ☐ ได้ (โปรดระบุ) .....
งานอดิเรก :
กีฬาที่ชอบ :
ความรู้พิเศษอื่น ๆ :
ความสามารถพิเศษอื่น ๆ :

บุคคลอ้างอิง

เขียนชื่อ ที่อยู่ โทรศัพท์ติดต่อ และอาชีพของบุคคลอ้างอิงที่รู้จักคุ้นเคยกับตัวท่านเป็นอย่างดี 2 ท่าน

1. ชื่อ-นามสกุล .....
บ้านเลขที่ ..... หมู่ที่ ..... ถนน ..... ตำบล/แขวง .....
อำเภอ/เขต ..... จังหวัด ..... รหัสไปรษณีย์ .....
โทรศัพท์ ..... มือถือ ..... E-mail .....

2. ชื่อ-นามสกุล .....
บ้านเลขที่ ..... หมู่ที่ ..... ถนน ..... ตำบล/แขวง .....
อำเภอ/เขต ..... จังหวัด ..... รหัสไปรษณีย์ .....
โทรศัพท์ ..... มือถือ ..... E-mail .....

กรุณาแนะนำตัวท่านเอง

เล่าเกี่ยวกับตัวท่าน และประสบการณ์เพิ่มเติม เช่น ท่านเป็นคนนิสัยใจคออย่างไร

.....
.....

ท่านชอบทำงานคนเดียวหรือทำงานเป็นทีม ทำไม ช่วยอธิบายเหตุผล

.....
.....

เหตุผลที่ท่านอยากเข้าร่วมโครงการ

.....
.....

ท่านคิดว่าตัวท่านจะมีส่วนช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ของดี ของเด่น ของชุมชนได้อย่างไร

.....
.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ข้อความดังกล่าวทั้งหมดในใบสมัครนี้เป็นความจริงทุกประการ หลังจากคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกแล้ว หากปรากฏว่า ข้อความในใบสมัครและเอกสารที่นำมาแสดง หรือ

รายละเอียดที่ให้ไว้ไม่เป็นความจริง คณะกรรมการมีสิทธิ์ที่จะตัดสิทธิ์ในการเข้าร่วมโครงการฯ ของข้าพเจ้าได้ โดยจะไม่ฟ้องร้อง ไม่เรียกร้องค่าชดเชยหรือค่าเสียหายใด ๆ ทั้งสิ้น

ลงชื่อ ..... **ผู้สมัคร**

(.....)

วันที่ ...../...../.....

เอกสารที่ใช้ในการสมัคร:

1. สำเนาบัตรประชาชน (รับรองสำเนาถูกต้อง) 2. รูปถ่ายเต็มตัว จำนวน 1 รูป

3. วีดีโอคลิป แนะนำตัว ความสามารถและผลงาน (ถ้ามี) ความยาวไม่เกิน 3 นาที (หากไม่สามารถแนบไฟล์ได้ก็สามารถส่งเป็นลิงค์ Link ได้)

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ผู้ประสานงาน : คุณถนอมชัย ศุภวิรัชบัญชา มือถือ: 082 323 6500

ส่งใบสมัครและเอกสารการสมัครได้ที่ E-mail: amaging.man@gmail.com

---

สำหรับคณะกรรมการ

.....

.....

ลงชื่อ ..... **ผู้สมัคร**

(.....)

วันที่ ...../...../.....

เอกสารแนบที่ 5 โครงการค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน

ค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน (ชุดการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร)

Young Social Entrepreneur Bootcamp #GastronomySeries

2 วัน 1 คืน

หลักการและเหตุผล

การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมมีความเติบโตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งโลกให้ความสำคัญกับการประกอบกิจการที่ได้ทั้งผลกำไรและสามารถสร้างผลกระทบเพื่อสังคมที่ดีขึ้น (Social impacts) รูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมนี้ทำให้เกิดนโยบายส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจกระแสใหม่ (New Economy) เป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อต้องการยกระดับการพัฒนาประเทศ จากการเป็นประเทศ “รับจ้างผลิตสินค้า” เป็นประเทศที่มีความสามารถใน “การพัฒนานวัตกรรม” โดยใช้จุดแข็งของประเทศ เช่น ต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างขีดความสามารถของระบบเศรษฐกิจผ่านการปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งประกอบด้วยภาคเศรษฐกิจ ๕ สาขาหลัก คือ เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) , เศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bioeconomy) , เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) , เศรษฐกิจเพื่อสังคม (Social Economy) และเศรษฐกิจสูงวัย (Silver Economy)

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัยแนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Thai Tourism Development: a Pathway to Value-driven Economy Approach) ที่มุ่งให้มีการสร้างคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจ ใส่ใจในการพัฒนากิจการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างสรรค์จากความเข้าใจกระบวนการคิดจากฐานราก และสามารถตอบรับการดำเนินงานเพื่อสังคม กิจการเพื่อสังคมที่ดำเนินการและเกิดใหม่โดยกลุ่มเยาวชนหรือคนรุ่นใหม่นับว่าเป็นอนาคตในการขับเคลื่อนการ

เปลี่ยนแปลงทางสังคม สิ่งแวดล้อมผ่านเครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ค่ายร่วมพลคนรุ่นใหม่นี้จึงกำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก
2. เพื่อนำเสนอแนวทางในการประยุกต์แนวคิดการออกแบบธุรกิจ
3. เพื่อทดลองสร้างต้นแบบ (prototype) แนวคิดกิจการที่กำเนิดมาจากการทำงานร่วมกันกับชุมชนและความเข้าใจที่มาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง
4. เพื่อนำแนวคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบต่อยอดทางธุรกิจต่อไป

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ร่วมค่ายประกอบด้วยกลุ่มคน 3 ฝ่ายคือ

1. กลุ่มกระบวนกรและนักวิจัย จำนวน 7-8 คน เพื่อดำเนินการออกแบบกิจกรรม เก็บข้อมูลและสังเกตการณ์ผลจากกิจกรรม
2. กลุ่มเยาวชน ในพื้นที่ที่มีความสนใจและมีพื้นฐานดังต่อไปนี้ จำนวนไม่น้อยกว่า 10 คน
   a. กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 เป็นต้นไป (อาจไม่ได้อาศัยอยู่ในชุมชนที่ทำการศึกษา แต่อาศัยอยู่ในจังหวัดหรือพื้นที่ใกล้เคียง)
   b. เยาวชนที่มีถิ่นพำนักอาศัยอยู่ในชุมชน ไม่จำกัดอายุ หรือคุณสมบัติ
3. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ทำหน้าที่เป็น Mentor, Coach และ Speaker โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ
   a. เยาวชน ยุวนักวิจัย ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่กำหนดเพื่องานวิจัยและการทดลอง ในกรณีนี้คือ การขอความร่วมมือจาก คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ งานออกแบบผลิตภัณฑ์ งานออกแบบแฟชั่น และงานนิเทศ (ยุวนักวิจัย) จำนวน 5 คน
   b. Artisan chefs ในโครงการ คือ Chef Black
   c. Designer Cher z Brand
   d. สมาชิกชุมชน ปราชญ์ต่างๆ

กระบวนการ

เนื้อหา กระบวนการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Community-based Design) ซึ่งค้นพบในงานวิจัยเรื่องการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ผ่านมามาเป็นกรอบในการค้นหาแนวทางเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า ซึ่งมี 3 องค์ประกอบ ดังนี้ (จุฑามาศและคณะ, 2559)

1) สืบค้นหาเรื่องราว ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ในท้องถิ่นเพื่อหาเนื้อเรื่อง เนื้อความเป็นฐานของเรื่องราว (Content)
2) ร้อยเรียงให้เกิดเรื่องราว แนวทางที่น่าสนใจ (Concept)
3) สร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาออกแบบให้เกิดคุณค่า น่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและนักท่องเที่ยวจากภายนอกพื้นที่ (Design)

ระยะที่ 1 สืบค้น

กำหนดการ 2 วัน 1 คืน

พื้นที่ ที่หนึ่ง บุรีรัมย์ ระหว่างวันที่ 26 – 29 สิงหาคม2560 โดยใช้พื้นที่ชุมชนสนวนนอก และชุมชนบ้านเจริญสุข

พื้นที่ ที่สอง กระบี่ ระหว่างวันที่ 21 – 22 กันยายน 2560 โดยใช้พื้นที่ในชุมชนหนองทะเล และห้องประชุมศาลากลางจังหวัดกระบี่เพื่อสืบค้นจาก 14 ชุมชนในเมืองกระบี่

เรียนรู้ กระบวนการ สำรวจสิ่งที่ชุมชนมี

กิจกรรม ออกเดินเก็บเรื่องราว จากทีมวิจัยและจากพื้นที่ พร้อมรับโจทย์ (บุรีรัมย์ Food and Fashion, Foodie product and experience กระบี่ local beverage shop foodie design, food and fashion, souvenirs)

ระยะที่ 2 ร้อยเรียงและออกแบบ

กำหนดการ 2 วัน 1 คืน

พื้นที่ ที่หนึ่ง บุรีรัมย์ ระหว่างวันที่ 16 – 17 ธันวาคม 2560 โดยใช้สถานที่ เป็นห้องประชุมศาลากลางจังหวัดบุรีรัมย์

พื้นที่ ที่สอง กระบี่ ระหว่างวันที่ 19 – 20 ธันวาคม 2560 โดยใช้พื้นที่ในชุมชนหนองทะเล และห้องประชุมศาลากลางจังหวัดกระบี่

วันที่ หนึ่ง เช้า เรียนรู้ ทดลอง สร้างทีม

เรียนรู้ กระบวนการ สำรวจสิ่งที่ชุมชนมี กลับมา pitch รวมทีม (Meet Pitch and Team up)

กิจกรรม ออกเดินเก็บเรื่องราว จากทีมวิจัยและจากพื้นที่ พร้อมรับโจทย์ (บุรีรัมย์ Food and Fashion, Foodie product and experience กระบี่ local beverage shop foodie design, food and fashion, souvenirs)

วันที่หนึ่ง ช่วงเช้า หนึ่งคน หนึ่งความคิด Pitch 60 วินาที

อาหารเที่ยง เรียนรู้ จาก chef การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomic Tourism)

วันที่หนึ่ง ช่วงบ่าย Team up

วันที่หนึ่ง บ่าย เลือกโครงการกิจการที่อยากทำ สร้างทีม แบ่งเป็น 3-4 ทีม ในการเริ่มทำงานในกิจการนั้นๆ

Speaker: ให้แนวคิดเรื่องการออกแบบประสบการณ์และกิจการ เตรียมตัวแบบในการออกแบบทำ business design (mentor พร้อมให้คำปรึกษาแบ่งตามหัวข้อต่างๆ)

เย็นวันที่หนึ่ง Pitch 120 วินาที พร้อมรับฟัง ความคิดเห็นจาก mentor

วันที่สอง ช่วงเช้า

วันที่สอง เช้า สร้างต้นแบบ ออกแบบ business model เตรียมพร้อมนำเสนอให้นักลงทุน

วันที่สอง ช่วงบ่าย

บ่าย นำเสนอต้นแบบและ business model 15 นาที และประกาศกิจการที่จะพร้อมต่อยอด

เอกสารแนบที่ 6 คู่มือผู้ร่วมค่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

COMMUNITY INNOVATION AGENCY

คนไท
เสน่ห์ กิน ถิ่นไทย

เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ
Thailand Research Organizations Network (TRON)

Perfect Link Consulting Group
A Consortium of Experts

แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า:
นวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

พ.ศ. ๒๕๖๐

ตนไท
เสน่ห์ กิน กิ่นไทย

แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

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

เกี่ยวกับแผนงานวิจัย

ประเทศไทยกำลังเปลี่ยนจากเศรษฐกิจฐานการผลิต (Production-based Economy) สู่การเป็นเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value-driven Economy) ซึ่งเป็นเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นคุณค่าของสินค้า นำมาเป็นปัจจัยในการกำหนดราคา ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายแพงกว่าเพื่อให้ได้สินค้าที่ถูกใจและมีคุณค่า ใช้ประโยชน์ได้มากกว่า โดยมีการใช้นวัตกรรมในการออกแบบให้เห็นความสวยงามจากใจ มีคุณลักษณะที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดึงดูดให้เห็นถึงการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ของท้องถิ่นอย่างหลากหลาย การสร้างการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยมุ่งเป้าสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creativity-based Economy) การท่องเที่ยวไทยที่พัฒนาจากฐานรากเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจลักษณะดังกล่าวข้างต้นให้เกิดการกระจายความเจริญและช่วยลดความเลื่อมล้ำทางสังคม โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบท ห่วงโซ่คุณค่าจากฐานรากสู่นวัตกรรมที่นำความเป็นไทยสู่ความร่วมสมัยและก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลก จึงจำเป็นต้องมีกรอบแนวคิดที่สามารถพัฒนาได้ทั้งระบบและสามารถนำมาชูความเป็นเลิศได้ งานวิจัยนี้มุ่งให้เห็นการสร้างเสริมเรื่องการสร้างความเข้มแข็งในระบบคิดเรื่องการสร้างนวัตกรรมจากมิติการท่องเที่ยวที่ทำได้จากฐานราก การท่องเที่ยวหากจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถนำองค์ประกอบเรื่องความเป็นไทยมาสร้างเสริมให้สามารถนำเสนอในรูปแบบที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงคุณค่าได้ทั้งสิ้นและมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องได้อย่างหลากหลาย

แผนงานวิจัยนี้นำแนวทางและขยายผลจากกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่ได้จากการค้นพบของแผนงานวิจัยการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยมาพัฒนาให้เกิดการกระจายขยายผล โดยได้มุ่งให้เกิดผลต่อความตื่นตัวและการประสานทำงานร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระหว่างภาครัฐและเอกชนทั้งในเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงานต่อประเด็นการเพิ่มมูลค้าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสาขางานศิลป์ที่หลากหลาย เช่น ชุมชน ผู้ประกอบการในประเทศและคู่ค้าในตลาดต่างประเทศ เน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามแบบ Community based Design Model คือ การคิดจากความเป็นชุมชน ที่อยู่บนพื้นฐานที่ว่า ทุกความคิดสร้างสรรค์ควรเป็นในแบบแตกต่างอย่างมีที่มา ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพในการสืบค้นวิถีไทย วิถีถิ่นจากความหลากหลายของที่มาของรากทางวัฒนธรรมนำเรื่องราวมาร้อยเรียงและออกแบบสร้างสรรค์ให้ทันยุค โดยให้เยาวชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาความคิดทั้งกระบวนการและสามารถนำวิถีไทย วิถีถิ่นมานำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ได้ โดยหาทิศทางเพื่อนำประเทศไทยสู่การเปลี่ยนผ่านจากการพัฒนาสู่การเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากฐานราก (Thailand ๔.๐– Value based Economy)

ค่ายสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อชุมชน (ชุดการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร)

Young Social Entrepreneur Bootcamp #GastronomySeries ๒ วัน ๑ คืน

หลักการและเหตุผล

การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมมีความเติบโตมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งโลกให้ความสำคัญกับการประกอบกิจการที่ได้ทั้งผลกำไรและสามารถสร้างผลกระทบเพื่อสังคมที่ดีขึ้น (Social impacts) รูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมนี้ทำให้เกิดนโยบายส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจกระแสใหม่ (New Economy) เป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อต้องการยกระดับการพัฒนาประเทศ จากการเป็นประเทศ “รับจ้างผลิตสินค้า” เป็นประเทศที่มีความสามารถใน “การพัฒนานวัตกรรม” โดยใช้จุดแข็งของประเทศ เช่น ต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างขีดความสามารถของระบบเศรษฐกิจผ่านการปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งประกอบด้วยภาคเศรษฐกิจ ๕ สาขาหลัก คือ เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) , เศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bioeconomy) , เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) , เศรษฐกิจเพื่อสังคม (Social Economy) และเศรษฐกิจสูงวัย (Silver Economy)

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัยแนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Thai Tourism Development: a Pathway to Value-driven Economy Approach) ที่มุ่งให้มีการสร้างคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจ ใส่ใจในการพัฒนากิจการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างสรรค์จากความเข้าใจกระบวนการคิดจากฐานราก และสามารถตอบรับการดำเนินงานเพื่อสังคม กิจการเพื่อสังคมที่ดำเนินการและเกิดใหม่โดยกลุ่มเยาวชนหรือคนรุ่นใหม่นับว่าเป็นอนาคตในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สิ่งแวดล้อมผ่านเครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก

๒. เพื่อนำเสนอแนวทางในการประยุกต์แนวคิดการออกแบบธุรกิจ

๓. เพื่อทดลองสร้างต้นแบบ (prototype) แนวคิดกิจการที่กำเนิดมาจากการทำงานร่วมกันกับชุมชนและความเข้าใจที่มาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง

๔. เพื่อนำแนวคิดมาพัฒนาเป็นต้นแบบต่อยอดทางธุรกิจต่อไป

กระบวนการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Community-based Design)

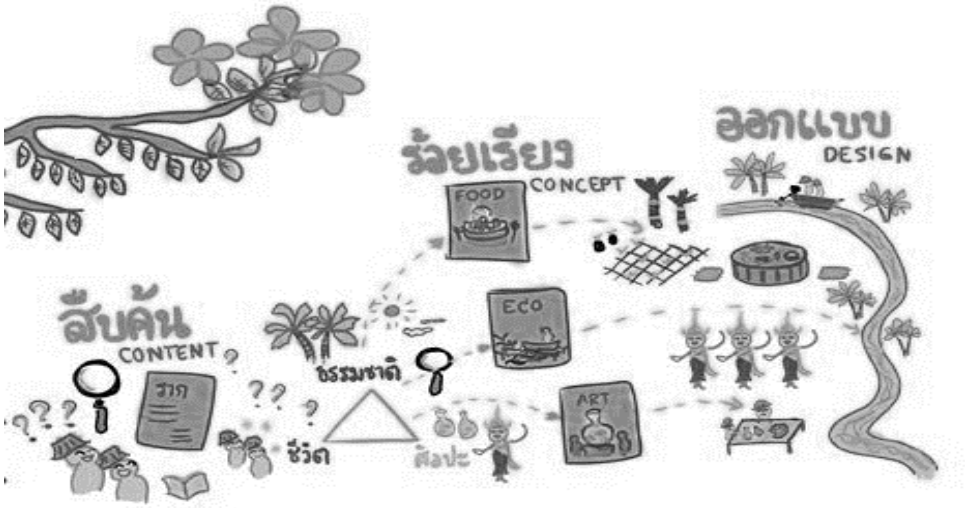
นวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า โดยนำกระบวนการออกแบบบนรากฐานของชุมชน (Community-based Design) ซึ่งค้นพบในงานวิจัยเรื่องการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาเป็นกรอบในการค้นหาแนวทางเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า ซึ่งมี ๓ องค์ประกอบ ดังนี้

๑) สืบค้นหาเรื่องราว ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ในท้องถิ่นเพื่อหาเนื้อเรื่อง เนื้อความเป็นฐานของเรื่องราว (Content)

๒) ร้อยเรียงให้เกิดเรื่องราว แนวทางที่น่าสนใจ (Concept)

๓) สร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาออกแบบให้เกิดคุณค่า น่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและนักท่องเที่ยวจาก

ภายนอกพื้นที่ (Design)



โดยการสืบค้นกรอบแนวคิดบนรากฐานของชุมชนครอบคลุม ๓ มิติหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปะ กรอบแนวคิดเรื่องรากฐานของชุมชนสามารถเห็นการเชื่อมต่อของวัฒนธรรมไทยที่มีความเฉพาะตามวิถีพื้นถิ่น การดำรงชีวิตจะขึ้นอยู่กับธรรมชาติที่คนท้องถิ่นต้องอยู่ร่วมกันได้ในสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ การปรับตัวให้เข้ากับธรรมชาติจึงเป็นเรื่องราวของชีวิตความเป็นอยู่ที่มีและดำรงมา ดังตัวอย่าง บ้านเรือนในรูปทรงที่ออกแบบให้เข้ากับลักษณะภูมิอากาศ ภูมิประเทศ การแต่งกายที่สะท้อนถึงสภาพความเป็นอยู่ของแต่ละท้องถิ่น ศิลปะที่มีในแต่ละท้องถิ่นจึงเป็นการแสดงออกให้เห็นถึง วิถีชีวิต และธรรมชาติที่คนอยู่กับธรรมชาติได้อย่างลงตัว ความหลากหลายทางชีวภาพ และความหลากหลายทางวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นจากความเข้าใจความหลากหลายที่มีในธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปะเป็นการแสดงออกให้เห็นเรื่องราวเหล่านั้น

กรอบแนวคิดในการการสืบค้นเรื่องราวเพื่อการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า
ซึ่งมี ๓ องค์ประกอบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การสืบค้น (Content)

การศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยใช้กรอบความคิดในการศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ภายใต้ ๓ กลุ่มความคิดหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การสืบค้นสามารถแบ่งออกเป็น ๒ ลักษณะ ดังนี้

1) การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่สามารถเปิดวงพูดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น

2) การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside–in)

บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึง ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด อาจประกอบด้วย นักวิจัย นักออกแบบ ศิลปิน เชฟ หรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่อย่างเปิดกว้าง

3) การสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed)

การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อม และบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยน เพิ่มพูน และเติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่นหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ และเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

2. การร้อยเรียง (Concept)

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ ๒ วิธี ดังนี้

1) การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated)

เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้น สามารถเป็นเรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้ง อาจเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้

2) การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related)

เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้น อาจมีรายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

3. การออกแบบ (Design)

การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย ๓ ประการ ดังนี้

1) เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง

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

3) ลีลา (Sophistication) หมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอ

การออกแบบบนรากฐานชุมชน
Truly Community-based Design

ตัวอย่างที่ได้จากการสืบค้น

จังหวัดกระบี่ :พื้นที่เขตเทศบาลเมืองกระบี่ และ บ้านหนองทะเล

ตัวอย่างที่ได้จากการสืบค้น

จังหวัดบุรีรัมย์ :ชุมชนบ้านสนวนนอก และ ชุมชนบ้านเจริญสุข

ค้นหาแรงดลบันดาลใจ (My Inspiration)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แนวคิดธุรกิจสร้างสรรค์ของฉัน (Question Guidelines)

What is the problem you're solving?

Who is this for? Who's the customer?

How are you going to market it? How are you going to sell it?

What makes this unique or defensible? Can I copy it? Does it stand out? Is it interesting in some way?

What's the market opportunity? Can you see a clear way to go to market?

.....

.....

.....

.....

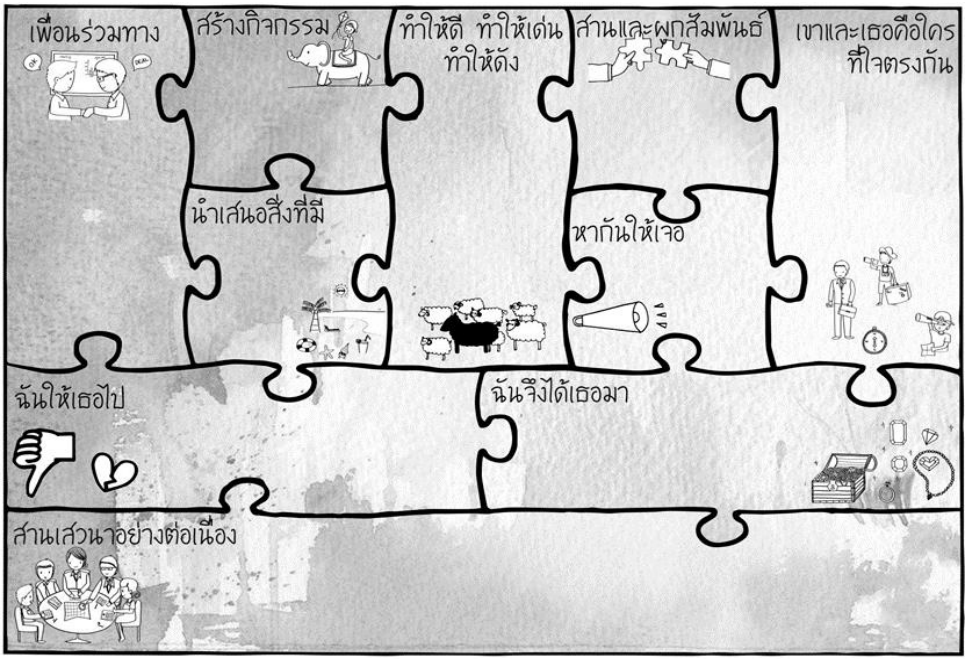
.....

.....

.....

.....

โมเดลแผนธุรกิจ (Business Model Canvas)



ทำให้ดี ทำให้เด่น ทำให้ดัง: 3S Model (การออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้)

ทำให้ดี ทำให้เด่น ทำให้ดัง: 3S Model (การออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้)

Stories (เรื่องราว) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจโดย ผ่านการร้อยเรียง	Senses (อรรถรส) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis)	Sophistication (ลีลา) หมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอ
	การมองเห็น:	
	การได้กลิ่น:	
	การได้ลิ้มรส:	
	การได้ยิน:	
	การได้สัมผัส:	

Perfect Link Consulting Group Co., Ltd. 129/171 Perfect Place, Rattanathibet Road, Muang, Nonthaburi 11000, Thailand

สำหรับ Sketch แบบร่าง Prototype ของฉัน

บันทึกอื่น ๆ ของฉัน (My Notes)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

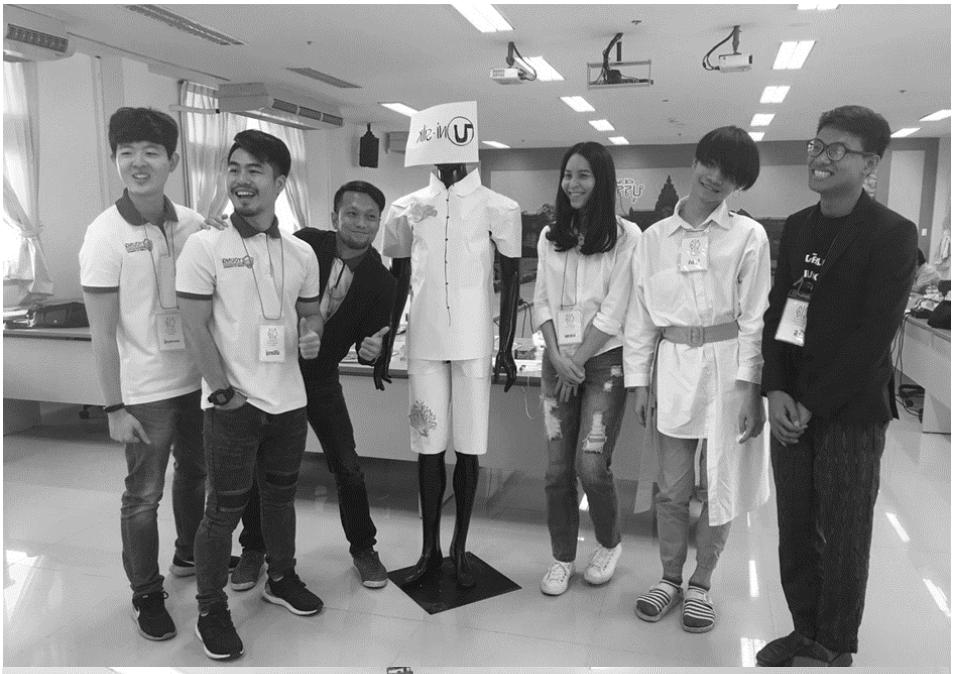
.....

.....

ติดตามข่าวสารและรายละเอียดเกี่ยวกับงานวิจัยได้ที่
Facebook Page: http://fb.me/khonthaiteam

เอกสารแนบที่ 7 ภาพกิจกรรมค่ายเยาวชนสร้างสรรค์

จังหวัดบุรีรัมย์



จังหวัดกระบี่

เอกสารแนบที่ 8 แบบประเมินค่ายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แบบประเมินกิจกรรม

หัวข้อ/ประเด็น	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยเฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
Workshop นี้ทำให้มีความเข้าใจชุมชนอย่างลึกซึ้ง	5	4	3	2	1
Workshop นี้ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในชุมชนท้องถิ่นของตนเอง	5	4	3	2	1
Workshop นี้ทำให้เกิดความเข้าใจกระบวนการคิดสร้างสรรค์ธุรกิจจากฐานราก	5	4	3	2	1
สามารถนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ออกแบบธุรกิจได้	5	4	3	2	1
สามารถสร้างต้นแบบ (Prototype) แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม (ชุมชน) (Social Enterprise/ Community Enterprise)	5	4	3	2	1
สามารถนำต้นแบบ (Prototype) ไปต่อยอดทางธุรกิจและทำให้เป็นจริงได้	5	4	3	2	1
แนวคิดธุรกิจดังกล่าวจะสามารถช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับ “ของดี ของเด่น” ของชุมชน	5	4	3	2	1

ข้อเสนอแนะ: กระบวนการการทำงานร่วมกันระหว่างคนรุ่นใหม่กับชุมชน ควรนำไปขยายผลต่อไปอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....