ชื่อโครงการ : การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจชุมชนฐานรากของจังหวัดเชียงใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชื่อผู้วิจัย : อาจารย์ ดร.รักษ์ พรหมปาลิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร อ่อนหวาน
อาจารย์ ดร.ฐิติ ฐิติจำเริญพร
นายวรพงศ์ ผูกภู่

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประเภท : ทุนมุ่งเป้า ประจำปี 2560 จำนวนเงิน 521,600 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย : วันที่ 1 พฤษภาคม 2560 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2561

บทคัดย่อ

การศึกษาของแผนงานวิจัยเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจชุมชนฐานรากของจังหวัดเชียงใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน” เป็นผลของการบูรณาการในการทำวิจัยใน 3 เรื่องย่อย คือ 1) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ 2) แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบเชิงพาณิชย์ และ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ซึ่งมีความเชื่อมโยงและใช้ผลผลิตของกันและกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์ สภาพปัญหาและศักยภาพของสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ในด้านการตลาดและการบริหารจัดการของชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) เพื่อพัฒนาระบบการจัดการฐานข้อมูลสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนฐานราก 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบเชิงพาณิชย์และการพัฒนาพันธมิตรทางการตลาดของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ 4) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับความต้องการของตลาด และ 5) เพื่อวิเคราะห์รายได้ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และแสวงหาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระบบเศรษฐกิจฐานรากสู่ระดับการพึ่งพาตนเอง

แผนงานวิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างครอบคลุมชุมชนท่องเที่ยวสมาชิกของเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ 95 ชุมชน โดยเจาะลึกกับชุมชนเป้าหมาย 15 แห่งที่มีความโดดเด่นการท่องเที่ยว รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียทั้งภาครัฐและเอกชน ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ตลาดเชิงพาณิชย์และ

ศักยภาพของชุมชน นำไปสู่แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจชุมชนฐานรากของจังหวัดเชียงใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลจากการศึกษา สามารถอภิปรายผลการศึกษารายประเด็นสรุปได้ดังนี้

1) เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีสมาชิกจำนวน 95 ชุมชน อยู่ในโซนเหนือ 19 ชุมชน โซนกลาง 46 ชุมชน และโซนใต้ 30 ชุมชน มีศักยภาพแบ่งเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) จำนวน 30 ชุมชน และการท่องเที่ยวในชุมชน (Tourism in Community: TiC) จำนวน 65 ชุมชน

2) พัฒนาระบบการจัดการฐานข้อมูลสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 1) ระบบการจัดการ 2) ฐานข้อมูลและการใช้ และ 3) มีเว็บไซต์โดยใช้โดเมนเนม cbtchiangmai.org ซึ่งได้นำไปเผยแพร่ให้กับชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสาธารณะชนทั่วไปแล้ว

3) ได้แนวการพัฒนาพันธมิตรทางการตลาดของเครือข่ายฯ โดยการจัดการท่องเที่ยวโดยการรวมตัวเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ร่วมกับหน่วยงานของรัฐ หุ้นส่วนธุรกิจกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว พันธมิตรทางการตลาด และเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

4) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เป็นเส้นทางท่องเที่ยว 5 เส้นทางที่ผ่านการทดสอบแล้ว ประกอบด้วย (1) ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีถิ่นเชียงใหม่ (ชุมชนวัดหมื่นสาร–ชุมชนวัดนันทาราม–ไทลื้อบ้านลวงเหนือ) (2) สืบสานงานพระราชดำริ ในหลวงรัชกาลที่ 9 (โรงงานหลวงที่ 1–บ้านวังไผ่–โครงการหลวงห้วยลึก) (3) จากผืนดินสู่ขุนเขา (บ้านเหมืองกุง–บ้านเชิงดอย–บ้านมูเซอปากทาง) (4) ธรรมชาติและวิถี เกษตรพื้นที่สูง (บ้านปงไคร้–บ้านวัดจันทร์–ชุมชนเหล่อชอ) และ (5) แหล่งอาหารคุณภาพ สร้างสุขภาพและความสุข (ชุมชนสันป่าเปา–โฮมสเตย์บ้านเหล่าพัฒนา–บ้านดอนเจียง)

5) ชุมชนสมาชิกเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีประชากร 13,472 ครัวเรือน และมีรายได้เฉลี่ยต่อปีครัวเรือนละ 65,931 บาท มีขนาดของเศรษฐกิจชุมชนที่คิดคำนวณเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 888,245,200 บาท มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจชุมชนที่หลากหลายก่อให้เกิดการพัฒนาอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ และลดรายจ่าย เป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถให้ชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองอย่างเป็นระบบ จากการวิเคราะห์รายได้ ต้นทุนและค่าใช้จ่ายจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้พบแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระบบเศรษฐกิจฐานราก มีการวิเคราะห์แจกแจงต้นทุนคงที่และต้นทุนที่แปรผันในการให้บริการ การเพิ่มนักสื่อความหมายชุมชน การจัดฐานกิจกรรม การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ การสร้างเครือข่ายสมาชิกบริการการท่องเที่ยวแบบครบวงจร และการเพิ่มเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวลงมือทำ ทำให้มีการกระจายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการกระจายรายได้อย่างเหมาะสมให้กับสมาชิกในชุมชน เพื่อนำสู่การพึ่งพาตนเองของชุมชนในทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยคณะผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์กับชุมชนเป้าหมายอื่นในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานรากด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชนอีกด้วย

ABSTRACT

A research program on Enhancing Value-added for the Local Economy System in Chiang Mai by Using the Community Based Tourism Approach was the result of analysis from three sub-research projects: 1) A study on the Development of Information Management System for Chiang Mai Community Based Tourism network; 2) CBT Marketing Development Guideline for Commercial Enterprise; and 3) The Development of Product and Community-Based Tourism Route in Chiang Mai in Responding to the Market Demand. This research program aims to: 1) Study on the status and potential of members of Chiang Mai Community Based Tourism network on marketing and its management, 2) Develop a database management system for members of Chiang Mai Community Based Tourism network to enhance the development of local economy system, 3) Study the development of the tourism market by the community in the commercial form and develop marketing partnerships with Chiang Mai community-based tourism networks, 4) Develop the community based tourism products that are suitable for the market needs and to create a community-based tourism routes, and 5) Analyze revenue, costs, and expenses of CBT's activities and seek for guidelines to enhance the value-added from CBT management concerning a sustainability of the local economy system.

This research program included 95 local communities of the Chiang Mai Community Based Tourism network, with fifteen selected communities studied in-depth in light of their tourist attractions, including stakeholders in both public and private sectors. With the three sub-research projects' integration process, the Chiang Mai's CBT stakeholders realize tourist behaviors, market potential, and CBT's competency and its potential for enhancing the guideline for value-added for the local economy system in Chiang Mai by using the community-based tourism approach. The results and discussion of this study were found as follow:

1) There are 95 members of the tourist network of the Chiang Mai Tourism Community, divided into three zones: North 19, Central 46, and South 30 communities, respectively. Thirty local communities were categorized as Community Based Tourism (CBT), and another 65 local communities called Tourism in Community (TiC).

2) Development of database management system for the community tourism network consists of (1) management system, 2) database and application, and 3) website with domain name as cbtchiangmai.org to displayed in the public.

3) Guidelines for conducting tourism management and marketing suitable for community contexts in the commercial form: self-management social enterprise, government agencies, tourism operators, tour operators, and community tourism network working.

4) Create the prototype of the 5 community-based tourism routes which are appropriate to the market needs include; Route #1: “Local Wisdom-The Chiang Mai Resident Way” (Wat Muen Saen community-Wat Nuntaram community-Tai Lue Ban Lueua Nuea), Route #2: “Commemorate the Royal Works – King Rama 9” (First Royal Factory Amphoe Fang – Baan Wang Phai – Royal Project Foundation Huailuk), Route # 3: “From the Land to the Mountain” (Baan Muangkung - Baan Choengdoi - Baan Muser Pak Thang), Route #4: “Nature and Way of Highland Agriculture” (Baan Pong Khrai - Baan Wat Chan – Baan Ler Chore), and Route 5: "Quality Food Sources, Health and Happiness" (San Pa Pao community – Homestay Baan Laopattana - Baan Don Chiang).

5) According the CBT Network database of their members in this research, there were 13,472 households with an average annual income per household of 65,931 Thai baht. This was used to calculate the local economic footprint of 888,245,200 Thai baht. Local tourism communities run micro finance to benefit their members in careers development, enhancing income and cost control, lead to self-sustain with their local wisdoms. Their income from tourist activities is still not playing a major role for the communities. Throughout the training workshop on developing of the communities’ tourist products, revenue, costs and expenses were analyzed with both researchers and community leaders, guidelines to enhance the value-added from CBT management were introduced as: differentiation between fixed and variable costs analysis to reflect numbers of tourists associated with pricing quotation policies, adequate numbers of local CBT guides, increase learning activity bases, employ local materials, local one-stop services, demonstrate local wisdoms, and hand-on experiences for tourist needs, balancing with sharing benefits fairly among their members to strengthening and sustainably the local economy system. There are policy recommendations to disseminate the research outcomes to the other target communities by using Community Based Tourism in the development of the local economic system.