



รายงานการวิจัย

การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
เพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการ
รองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน

**The Knowledge Management in Cultural Tourism of
Phetchabun Province for Human Entrepreneurial Reinforcement
to Support ASEAN Community**

แก้วตา ผิวพรรณ

สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2560

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด
เพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการ
รองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน

**The Knowledge Management in Cultural Tourism of
Phetchabun Province for Human Entrepreneurial Reinforcement
to Support ASEAN Community**

แก้วตา ผิวพรรณ

สาขาวิชาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ

ทุนอุดหนุนโดย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ งบประมาณแผ่นดิน

ประจำปีงบประมาณ 2560

(ก)

ชื่องานวิจัย	การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการ รวมกลุ่มประชาคมอาเซียน
ผู้วิจัย	แก้วตา ผิวพรรณ
สาขาวิชา	การจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ปีเสร็จวิจัย 2560

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาโอกาส ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน 2) เพื่อการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน 3) เพื่อติดตามและประเมินผลการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสัมภาษณ์จากตัวแทนชุมชน 5 ชุมชน ชุมชนละ 5 คน และแบบสอบถามเพื่อติดตามและประเมินผลการจัดการความรู้จากกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการอบรม จำนวน 50 คน วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ประกอบด้วย จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ทราบถึงจุดแข็ง คือ ชุมชนมีความเข้มแข็งทางด้านสังคมค่อนข้างมาก มีข้อจำกัดคือ ชุมชนยังขาดความเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ชุมชนและภาครัฐขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ดูแลในพื้นที่ โอกาสคือ มีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีภูมิอากาศที่หนาวเย็น มีความหลากหลายของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ปัญหาและอุปสรรคคือ การแข่งขันและการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้น ในด้านการจัดการความรู้ มีแนวทางการจัดการความรู้

(ข)

ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 5 ด้าน คือ ด้านองค์ความรู้ ได้มีการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีความเป็นมาที่น่าสนใจทั้งทางเรื่องประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ด้านความพร้อมของบุคลากร ด้านการฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชน ด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และจากการติดตามประเมินผลการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่าระดับความพึงพอใจของโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านการดำเนินการภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านหัวข้อการบรรยาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ด้านสถานที่และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$) ด้านความรู้ความเข้าใจและคุณภาพการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$)

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม , ประชาคมอาเซียน, การมีส่วนร่วมของชุมชน

TITLE	The Knowledge Management in Cultural Tourism of Phetchabun Province for Human Entrepreneurial Reinforcement to Support ASEAN Community
AUTHOR	Kaewta Phiwphun
PROGRAM	Management Phetchabun Rajabhat University 2017

Abstract

The purposes of this research were :1) to study the possibility of restrictions. Problems and obstacles in the development of the professional personnel, travel in groups, cultural tours of the phetchabun province to strengthen competitiveness and cooperation to support the ASEAN integration. 2 knowledge management) in order to travel in groups, cultural tours of the phetchabun province to strengthen competitiveness and cooperation to support the ASEAN integration. 3 To monitor and evaluate the management knowledge of the culture of the phetchabun province for rivalry and enhance cooperation, to support the ASEAN integration. This research is qualitative and quantitative research. Tools used in research is a in-depth interviews by community representatives from each community community 5 5 people and questionnaires to assess group knowledge management training program participants. The number of people 50 statistical analysis which consists of standard deviation and use content analysis methods.

The research found that:

From in-depth interviews, make them aware of strength is community strength quite a lot of social history. There is also a lack of Community restrictions linked to the cooperation between entrepreneurs. Community and the Government, a lack of integration between the agencies in the area, there is a chance that geographic location. There are beautiful views. There is a cold winter climate. There is a wide variety of ethnic chumchonklum. Has a unique culture. Problems and obstacles are race and a race condition in the tourist market is likely higher. In the field of knowledge management. Have a knowledge management approach to cultural tourism 5 aspects:

knowledge has been gathered, the knowledge that there is interesting either way about history? Culture tradition and the availability of community rehabilitation personnel, cultural management, infrastructure, and promote marketing and public relations, and from evaluation of knowledge management, cultural tourism, found that the level of satisfaction of the training project to develop products and services to enhance the tourism potential to compete in the ASEAN integration. Operational overview ($\bar{X} = 4.44$) and considering a side list, find that side-topic lectures ($\bar{X} = 4.38$) and the service of officers on most levels ($\bar{X} = 4.61$) processes, in particular the steps included in many levels ($\bar{X} = 4.46$) knowledge and understanding of overall service quality levels, inside knowledge exploited by included in most levels ($\bar{X} = 4.55$).

Key words : Cultural Tourism, ASEAN Community, Community Participation

(จ)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยคำแนะนำต่าง ๆ จากคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และความร่วมมือช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลหลายฝ่าย ที่สละเวลาให้คำแนะนำคำปรึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้ข้อมูลด้านด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นอย่างสูง ที่ได้ให้ความกรุณา ให้คำปรึกษาแนะนำ ให้แก่ผู้วิจัย จึงขอขอบพระคุณ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ที่ได้ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยครั้งนี้มา ณ ที่นี้ด้วย

แก้วตา ผิวพรรณ

15 ธันวาคม 2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญรูป	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 ขอบเขตของการวิจัยและ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	5
1.4 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.6 คำสำคัญของการวิจัย	8
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎี	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีการจัดการ	9
2.2 ประชาคมอาเซียน	23
2.3 ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ	29
2.4 แนวคิดการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	36
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม	48
2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	52
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน	57
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	63
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	68
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย	68
3.2 สถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล	71

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	73
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับโอกาส ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน	73
4.2 ผลการวิเคราะห์การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน	74
4.3 การติดตามและประเมินผลการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน	86
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	93
5.1 สรุปผลการวิจัย	93
5.2 อภิปรายผล	95
5.3 ข้อเสนอแนะ	97
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	99
ภาคผนวก ก (หนังสือขออนุมัติจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน)	105
ประวัติคณะผู้วิจัย	

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1	สถานที่ศึกษาและรวบรวมข้อมูลภาคสนาม 69
4.1	ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการดำเนินการ ภาพรวม 87
4.2	ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านหัวข้อการ บรรยาย 88
4.3	ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านสถานที่และ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ 88
4.4	ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ 90
4.5	ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านความรู้ความ เข้าใจและคุณภาพในการให้บริการ 91
4.6	ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการนำความรู้ ไปใช้ประโยชน์ 92

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	(ก) เทศกาลประเพณี ไส้ชิงช้าของชาวอาข่า (ข) งานประเพณีปีใหม่ม้งเข็กน้อย	1
1.2	กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2.1	องค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์	15
2.2	ลำดับชั้นของกลยุทธ์	18

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญส่วนหนึ่งของประเทศซึ่งจากตัวเลขของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2552 นักท่องเที่ยวขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.45 และมีจำนวนสูงที่สุด 14.58 ล้านคน รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 2.53 แสนล้านบาท ในปี 2542 เป็น 5.10 แสนล้านบาท ในปี 2552 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 10.17 โดยปี 2551 มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุดเท่ากับ 5.75 แสนล้านบาท และในปี 2549 รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวสูงสุดเท่ากับร้อยละ 31.29



รูปที่ 1.1

เทศกาลประเพณีโล้ชิงช้าของชาวอาข่า



รูปที่ 1.2

งานประเพณีปีใหม่ม้งเจ๊กน้อย

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้ ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น เทศกาลประเพณีโล้ชิงช้า ของชาวอาข่า งานประเพณีปีใหม่ม้ง ที่ตำบลเจ๊กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นต้น

ประกอบกับที่ผ่านมามีความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน บางส่วนเข้าใจ บางส่วนไม่เข้าใจ และอีกหลายส่วนเข้าใจผิดว่า การท่องเที่ยวมีประโยชน์ด้านการ

สร้างรายได้เพียงอย่างเดียว ไม่ตระหนักถึงความร้ายแรงของปัญหาภาวะวิกฤติทางวัฒนธรรม และผลกระทบที่เกิดขึ้นอันจะทำลายความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นแหล่งเก็บภูมิปัญญาของมนุษยชาติติดต่อกันมาเป็นเวลายาวนาน ส่งผลให้เกิดวิกฤตด้านอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ต่อเนื่องกันไปเป็นลูกโซ่ ซึ่งมีผลให้กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ อ่อนแอ ไม่สามารถธำรงรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตนเองไว้ได้ ประเทศไทยก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่ประสบกับภาวะวิกฤตนี้ ทำให้สังคมอ่อนแอขาดความเชื่อมั่น ความมั่นคง ซึ่งเป็นรากฐานของการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ เหตุนี้เองจึงทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวแบบคนละทิศทางขึ้น การเติบโตอย่างรวดเร็วของแหล่งท่องเที่ยวโดยปราศจากการเตรียมพร้อม ทำให้ปัญหาหลายอย่างตามมา จากประเด็นดังกล่าว คนในชุมชนขาดความรู้การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งผลให้ด้านชีวิตความเป็นอยู่ อาชีพ จึงทำให้เกิดผลกระทบ ด้านการทำลายวัฒนธรรมที่ได้อยู่แล้วให้สูญหายไป สิ่งที่เป็นแรงจูงใจประการหนึ่งคือการเร่งสร้างองค์ความรู้ในการจัดการกับปัญหา กล่าวคือการศึกษาและวิธีการฟื้นฟูธำรงรักษาวัฒนธรรมในภาวะวิกฤตซึ่งยังนับว่าขาดแคลนอยู่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขาดความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องเกิดความเข้าใจผิดพลาด ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และภาพลักษณ์ของชุมชน ซึ่งเคยมีภูมิปัญญา วัฒนธรรม สังคมที่สงบสุข สภาพแวดล้อมที่ดี อาจต้องสูญหายไปเพราะความไม่รู้และไม่เข้าใจ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community AEC) เป็นการรวมตัวของชาติใน ASEAN 10 ประเทศ คือ บรูไนดารุสซาลาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม ซึ่ง ASEAN มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาคอันจะนำไปสู่ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และมีเป้าหมายที่จะจัดตั้งเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี 2558 อันประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Security Community-ASC) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community-ASCC) และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community-AEC)

ทั้งนี้การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC เป็นด้านที่มีความซับซ้อน เนื่องจากระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศค่อนข้างมีความแตกต่าง หรือแม้แต่การสื่อสารก็มีภาษาที่หลากหลาย หรือแม้วัฒนธรรม ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้จึงต้องเตรียมตัวสู่การเป็นประชาคมอาเซียน รวมถึงประเทศไทยด้วย ซึ่งการเตรียมตัวนี้ ต้องยึดเป้าหมายสำคัญของ AEC นั่นคือ การเป็นตลาดเดียวและฐานการผลิตร่วม การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจอาเซียน การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และ การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก ด้วยการมีเป้าหมายทั้ง 4

ประการข้างต้นดังกล่าวนี้ ประเทศไทยหรือสถานประกอบการต่างๆ จึงจำเป็นต้องเรียนรู้และเตรียมตัวหรือเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการปรับตัวของอุตสาหกรรมไทย สามารถแบ่งออกเป็นผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบได้ดังนี้

1) ผลกระทบเชิงบวก ตลาดอาเซียนเป็นตลาดในการส่งออกอันดับ 1 ของไทย การลดและยกเลิกมาตรการทางภาษีในปี 2553 ทำให้ต้นทุนในการผลิตของไทยต่ำลง สามารถนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง

2) ผลกระทบเชิงลบ สินค้าของประเทศอาเซียนอื่นเข้าสู่ตลาดไทยได้โดยไม่มีภาระภาษี ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องแข่งขันมากขึ้น หากประเทศไทยไม่มีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และไม่มีการปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความทันสมัย อาจทำให้มีการย้ายฐานการผลิตจากประเทศไทยไปยังประเทศอื่นๆ ใน ASEAN ที่เหมาะสมกว่า อาจทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานฝีมือของไทยไปประเทศที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า และต้องจ้างแรงงานต่างด้าวจากประเทศที่ค่าแรงถูกกว่าเข้ามา

ในฐานะของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่นที่ดำเนินการผลิตบัณฑิตให้เป็นนักบริหาร จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างแรงงานในหน่วยงานต่างๆ ให้มีขีดความสามารถที่เข้มแข็ง และบริการให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ โดยต้องมีการบริหารจัดการด้านต่างๆ จากความหลากหลายทางวัฒนธรรมของประเทศสมาชิกอาเซียน โดยผู้บริหารต้อง “เข้าใจ” “เข้าถึง” และ “พัฒนา” โดยที่ “เข้าใจ” คือ เข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่น เข้าใจสภาพแวดล้อม วางความเชื่อทัศนคติ (Mindset) ให้ถูกต้อง ยอมรับในความแตกต่าง “เข้าถึง” คือ การเป็นฝ่ายเดินเข้าไปหา มากกว่ารอให้เขาเข้ามาหา สร้างความสัมพันธ์ด้วยความจริงใจ และรับมือกับความหลากหลายอย่างเป็นธรรมชาติ “พัฒนา” คือ การแก้ปัญหา การสร้างแรงบันดาลใจ การปรับปรุงและพัฒนา

ด้วยวัฒนธรรมที่หลากหลายผู้บริหารและนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องมองการณ์ไกล มองไปถึงการเติบโตในอนาคตร่วมกัน หรือมองในภาพรวมที่ทั้งภูมิภาคมีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะเกิดผลกระทบหรือเปลี่ยนแปลงทั้งภูมิภาค และเกิดขึ้นได้ทั้งในด้านดีและไม่ดี แต่ผู้บริหารและ HR ต้องเปิดใจรับกับความแตกต่างและพร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น นอกจากนี้ต้องทุ่มเทเวลาให้กับงานและสร้างความสัมพันธ์แบบข้ามชาติ เหมือนที่มีเครือข่ายในไทย

สำหรับการเตรียมบุคลากรเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนนั้น นอกจากบุคลากรและผู้บริหารต้องเข้าใจความในแตกต่างของชาติต่างๆ แล้ว บุคลากรต้องสามารถสื่อสารได้หลายภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และต้องมีความคล่องตัว เพื่อให้สามารถเคลื่อนย้ายไปยังประเทศอื่นใน

กลุ่มประเทศอาเซียนได้ รวมถึงบุคลากรต้องมีสุขภาพกายและใจที่แข็งแรงและพร้อมที่จะฝ่าฟันกับอุปสรรคทั้งปวงได้ ต้องมีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพของตนอย่างลึกซึ้ง มีความรู้ที่เป็นสากล มีความรู้ด้านเทคโนโลยี มีความเข้าใจในวัฒนธรรมและกฎกติกาของประเทศอื่นๆ หรือประเทศที่บุคลากรขององค์กรต้องเข้าไปประจำหรือติดต่อประสานงาน ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติลุล่วงไปด้วยดี รวมถึง ต้องไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ทำงาน

การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าไปสู่ AEC นั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและรูปแบบหรือสไตล์การทำงานของไทยกับคนในชาติอื่นๆ โดยการเรียนรู้จะนำไปสู่การยอมรับในความแตกต่าง การปรับตัวเข้าหากัน รวมถึงนำเอาจุดแข็งของประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ มาเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรขององค์กรต่อไป ซึ่งนอกจากการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างของแต่ละประเทศแล้ว สิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ คือ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โยให้สามารถสื่อสารได้หลายภาษา และมีทักษะความสามารถที่ทัดเทียมกับคนชาติอื่นๆ อีกทั้ง การจ่ายค่าตอบแทนต้องไม่มีความเหมาะสม หรือน้อยกว่าในประเทศอื่นไม่เช่นนั้นแล้ว อาจทำให้คนที่มีความสามารถย้ายไปทำงานในประเทศที่มีค่าตอบแทนที่สูงกว่าได้

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการที่มีหัวใจสำคัญอยู่ที่การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ร่วมกันเรียนรู้ร่วมกันแสวงหาปัญหา และคิดค้นแนวทางออกเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาที่เป็นเรื่องอันเป็นฉันทามติของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ส่งเสริมกิจกรรมกลุ่ม ทำงานร่วมกันทั้งแก้ปัญหา และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักวิจัยภายนอกทำหน้าที่เป็นผู้เอื้ออำนวย หรือวิทยากรกระบวนการร่วมกับนักวิจัยชุมชนที่เป็นชาวบ้าน ดังนั้น การวิจัยจึงสร้างคุณลักษณะของการเรียนรู้แบบพหุภาคี พร้อมกับบังเกิดผลพลอยได้ที่เป็นจิตสำนึกตระหนักในปัญหา หน้าที่ และร่วมกันแก้ปัญหา เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาก็ได้ถูกต้องตรงตามความต้องการ ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงเน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ตลอดจนศึกษาถึงโอกาส ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ได้มาตรฐาน และเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ได้มาตรฐานเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน โดยใช้งานวิจัยเป็นเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ ให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับประชาคมอาเซียนร่วมกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการเตรียมพร้อมกับการ

แข่งขันของการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้นเมื่อมีการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะสามารถนำมาบริหารจัดการกับชุมชนต่างๆ ได้ ซึ่งถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขัน เมื่อชุมชนรู้จักนำเอาความรู้มาบูรณาการใช้กับชุมชน ชุมชนก็จะสามารถแข่งขันได้และสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงโอกาส ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน
2. การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน
3. เพื่อติดตามและประเมินผลการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม โดยมีขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ด้านเนื้อหา

จะเป็นการนำเสนอการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนที่ได้จากการศึกษาเอกสารและการสำรวจพื้นที่จริงของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในจังหวัดเพชรบูรณ์

2. ด้านพื้นที่

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ พื้นที่ที่ทำการศึกษาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แหล่งชุมชนตามกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในจังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่

- กลุ่มชาวพื้นเมือง บ้านสะเดียง ตำบลสะเดียง อำเภอเมือง

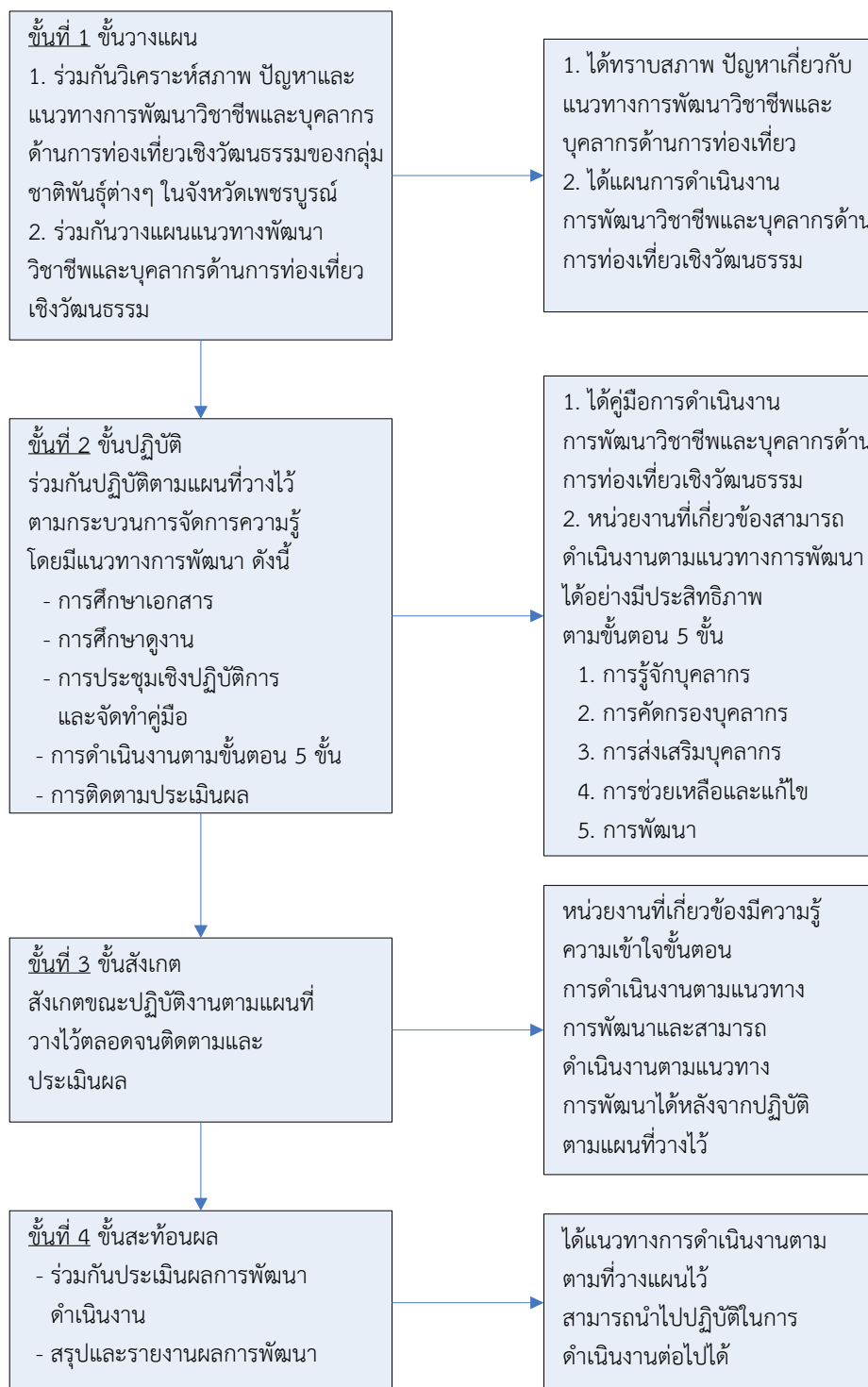
- กลุ่มชาวไทยหล่ม บ้านนาแซง ตำบลนาแซง อำเภอหล่มสัก
- กลุ่มชาวเขาเผ่าม้ง เผ่าลีซอ เผ่าเย้า และเผ่ามูเซอ บ้านเข็กน้อย ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ และบ้านเพชรดำ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ
- กลุ่มชาวนน บ้านน้ำเลา ตำบลตะเภา อำเภอเมือง
- กลุ่มชาวลาวพวน ลาวเงี้ยว ลาวครั่ง บ้านดงขุย ตำบลดงขุย อำเภอบึงสามพัน

3. ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนชุมชน ชุมชนละ 5 ท่าน รวมทั้งหมด 25 ท่าน จากแหล่งชุมชนตามกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในจังหวัดเพชรบูรณ์จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มชาวพื้นเมือง บ้านสะเดียง ตำบลสะเดียง อำเภอเมือง 2. กลุ่มชาวไทยหล่ม บ้านนาแซง ตำบลนาแซง อำเภอหล่มสัก 3. กลุ่มชาวเขาเผ่าม้ง เผ่าลีซอ เผ่าเย้า และเผ่ามูเซอ บ้านเข็กน้อย ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ และบ้านเพชรดำ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ 4. กลุ่มชาวนน บ้านน้ำเลา ตำบลตะเภา อำเภอเมือง และ 5. กลุ่มชาวลาวพวน ลาวเงี้ยว ลาวครั่ง บ้านดงขุย ตำบลดงขุย อำเภอบึงสามพัน

ประชากรที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน จำนวน 50 ท่าน

1.4 กรอบแนวความคิดของการวิจัย



1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

กลุ่มเป้าหมายที่จะได้ประโยชน์โดยตรงได้แก่ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน โดยประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือ

1.5.1 ได้ทราบถึงโอกาส ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ได้มาตรฐานเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน

1.5.2 ได้แนวทางการพัฒนาอาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ได้มาตรฐานเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน

1.5.3 ได้แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเส้นทางการค้าสู่ประชาคมอาเซียน

1.5.4 ได้แนวทางการสร้างกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้กระบวนการวิจัยเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ของหน่วยงานต่างๆ

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดสนใจอยู่ที่วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของผู้คน ตลอดจนแหล่งโบราณสถานประเพณีและศิลปะแขนงต่างๆ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ การเที่ยวชมงานประเพณีของราชสำนักและประเพณีพื้นบ้าน

ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) หมายถึง การรวมตัวกันของประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับคู่ค้า และเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจระดับโลก รวมถึงมีการยกเว้นภาษีสินค้าบางชนิดให้กับประเทศสมาชิก ส่งเสริมให้ภูมิภาคมีความเจริญ มั่งคั่ง มั่นคง ประชาชนอยู่ดีกินดี

การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) หมายถึง กระบวนการที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามี บทบาท เกี่ยวข้องในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผล และร่วมประเมินผลหรือติดตาม แก้ไขการดำเนินงาน พัฒนาชุมชน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและกำหนดกรอบวิจัยดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีการจัดการ (Management Theory)
- 2.2 ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community)
- 2.3 ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ
- 2.4 แนวคิดการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม
- 2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีการจัดการ (Management Theory)

ดรักเกอร์ (1983) อธิบายถึงการบริหารว่าเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับมนุษย์ (Management is about human being) งานบริหารจึงเป็นสิ่งที่ทำให้ความสามารถของคนมาร่วมกันให้เกิดผลงาน ทำให้เกิดประสิทธิภาพจากจุดแข็งและรู้จักอ่อนการบริหารเกี่ยวกับองค์กรและเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้การบริหารมีความสำคัญและเป็นปัจจัยที่กำหนดคิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร ชีวิตเรารู้อยู่กับการบริหาร และความสามารถของเราในการสร้างสรรค์สังคมก็ขึ้นอยู่กับการบริหารแทบทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นทั้งเล็กและใหญ่ ไร่และไม่ใช่ธุรกิจ การบริหารเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการบูรณาการคนกับวัฒนธรรมองค์กร ผู้บริหารจึงถูกท้าทายด้านวัฒนธรรมองค์กรที่จะดึงและค้นหาหล่อหลอมเข้ากับวิธีการบริหาร งานชิ้นแรกของการบริหารคือ การคิดอย่างทะลุแจ้งแทงตลอดกำหนดอธิบายในวัตถุประสงค์ คุณค่าและเป้าหมายเพื่อให้ทุกคนเข้าใจ การบริหารเป็นศิลปศาสตร์

เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่เป็น “ศาสตร์” เพราะต้องเกี่ยวกับพื้นฐานด้านความรู้ ความรู้แห่งตน ปัญญาและภาวะผู้นำเป็น “ศิลป์” เพราะการบริหารสนใจเกี่ยวกับการนำไปปฏิบัติและการประยุกต์ใช้

การจัดการเป็นสิ่งสำคัญซึ่งโดยเฉพาะในทางธุรกิจ และมีการเปลี่ยนแปลงภาวะทางเศรษฐกิจและสังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และมีสาเหตุอื่น ๆ อีก ในปัจจุบันได้เกิดแนวคิดใหม่ ๆ ในสมัยก่อนมนุษย์มีวิธีคิดแบบวนเวียน หรือแบบวงกลม ในสมัยใหม่มนุษย์คิดแบบเพิ่มพูนตลอดเวลา หรือแบบก้าวหน้า (Progress) หรือแนวคิดใหม่ของเอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน (Edward De Bono) สนับสนุนแนวคิดใหม่ที่สร้างสรรค์ คือไม่วิพากษ์วิจารณ์บุคคลอีกฝ่ายหนึ่งแบบเผชิญหน้า แต่ควรที่จะเปลี่ยนมาร่วมกันคิดเพื่อหาแนวทางที่จะสามารถแก้ไขปัญหาและความก้าวหน้าต่อไป รวมทั้งเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าอย่างมาก และสภาวะความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ผู้บริหารต้องปรับใช้วิธีการจัดการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและองค์กรสามารถอยู่ได้

2.1.1 แนวคิดการจัดการ

การจัดการ (Management) หมายถึง ขบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่างๆสำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์กร (Robbins and DeCenzo, 2004 ; Certo, 2003) ซึ่งตามความหมายนี้องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ได้แก่ ขบวนการ (Process) ประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) ขบวนการ (Process) ในความหมายของการจัดการนี้หมายถึงหน้าที่ต่างๆด้านการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การโน้มน้าองค์กร และการควบคุม ซึ่งจะได้อธิบายละเอียดต่อไปในหัวข้อต่อไปเกี่ยวกับ หน้าที่และขบวนการจัดการ

ในการศึกษาความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ ควรทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเป็นเบื้องต้นก่อน กล่าวคือ สืบเนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ซึ่งหมายถึง มนุษย์โดยธรรมชาติย่อมอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ไม่อยู่อย่างโดดเดี่ยว แต่อาจมีข้อยกเว้นน้อยมากที่มนุษย์อยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง เช่น ฤๅษี การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มของมนุษย์อาจมีได้หลายลักษณะและเรียกต่างกัน เป็นต้นว่า ครอบครัว (Family) เผ่าพันธุ์ (Tribe) ชุมชน (Community) สังคม (Society) และประเทศ (Country) เมื่อมนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มย่อมเป็นธรรมชาติอีกทีในแต่ละกลุ่มจะต้องมี “ผู้นำกลุ่ม” รวมทั้งมี “แนวทางหรือวิธีการควบคุมดูแลกันภายในกลุ่ม” เพื่อให้เกิดความสุขและความสงบเรียบร้อย สภาพเช่นนี้ได้มีวิวัฒนาการตลอดมา โดยผู้นำกลุ่มขนาดใหญ่ เช่น ในระดับประเทศของภาครัฐ ในปัจจุบันอาจเรียกว่า “ผู้บริหาร” ขณะที่การควบคุมดูแลกันภายในกลุ่มนั้น เรียกว่า การบริหาร (Administration) หรือการบริหารราชการ (Public Administration) ด้วย

คำว่า การบริหารและการบริหารจัดการ รวมทั้งคำอื่นๆ อีก เป็นต้นว่า การปกครอง (Government) การบริหารการพัฒนา การจัดการ และการพัฒนา (Development) หรือแม้กระทั่งคำว่า การบริหารการบริการ (Service Administration) การบริหารจิตสำนึกหรือการบริหารความรู้ฝังรู้ชอบ (Consciousness Administration) การบริหารคุณธรรม (Morality Administration) และการบริหารการเมือง (Politics Administration) ที่เป็นคำในอนาคตที่อาจถูกนำมาใช้ได้ คำเหล่านี้ล้วนมีความหมายใกล้เคียงกัน ขึ้นอยู่กับผู้มีอำนาจในแต่ละยุคสมัยจะนำคำใดมาใช้โดยอาจมีจุดเน้น

แตกต่างกันไปบ้าง อย่างไรก็ตาม ทุกคำที่กล่าวมานี้เฉพาะในภาครัฐ ล้วนหมายถึง 1) การดำเนินงาน การปฏิบัติงาน แนวทาง (Guideline) วิธีการ (Method) หรือมรรควิธี (Means)ใด ๆ 2) ที่หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐนำมาใช้ในการบริหารราชการหรือปฏิบัติงาน 3) ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 4) เพื่อ นำไปสู่จุดหมายปลายทาง (End หรือ Goal) หรือการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นกว่าเดิม เช่น มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสู่จุดหมายปลายทางเบื้องต้น (Primary Goal) คือ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารราชการ หรือช่วยเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติราชการให้เป็นไปในทิศทางที่ดีกว่าเดิม หรือมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสู่จุดหมายปลายทางสูงสุด (Ultimate Goal) คือ การพัฒนาประเทศที่ประเทศชาติและประชาชนอยู่เย็นเป็นสุขอย่างยั่งยืน เป็นต้น และทุกคำดังกล่าวนี้ อาจมองในลักษณะที่เป็นกระบวนการ (Process) ที่มีระบบและมีหลายขั้นตอนในการดำเนินงานก็ได้ (อวยพร วงษ์ภณานุรักษ์, 2548)

2.1.2 แนวคิดการบริหารจัดการธุรกิจเชิงกลยุทธ์

นักวิชาการหลายท่านได้คิดค้นทฤษฎีทางการจัดการใหม่ ๆ ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับองค์การภายใต้สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่มีระดับรุนแรง เรียกว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยคำว่า “กลยุทธ์” นั้นมาจากภาษาอังกฤษว่า “Strategy” ที่มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า “Strategia” ซึ่งมีความหมายว่า ศาสตร์และศิลป์ในการบังคับบัญชากองทัพหรือความเป็นแม่ทัพ (Generalship) ที่มีการกำหนดวิถีทางหรือแนวทางเพื่อจัดสรรและวางตำแหน่งกำลังทรัพยากรทางทหารในสนามรบ โดยมีจุดมุ่งหมายที่การพิชิตศัตรูฝ่ายตรงกันข้าม (ฉันทะพันธุ์ เจริญนันท, 2546) คำว่า “กลยุทธ์” (Strategy) เป็นศัพท์ที่ถูกนำมาใช้บ่อยครั้งในแง่ของธุรกิจอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะการดำเนินธุรกิจ ในปัจจุบันนั้นไม่ได้ต่างจากการทำสงครามที่ผู้บริหารระดับสูงเปรียบเสมือนแม่ทัพที่ต้องมีความเชี่ยวชาญในการวางแผนการรบ สามารถทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา จากข้อมูลที่ต้องหาให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและเจริญเติบโตต่อไปในอนาคต ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และสถานการณ์ที่แปรปรวนในหลาย ๆ อุตสาหกรรม ส่งผลให้ผู้บริหารขององค์กรทุกระดับในปัจจุบัน ต้องมีความเข้าใจในหลักการและทิศทางการดำเนินธุรกิจเชิงกลยุทธ์เพื่อที่จะสามารถตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น ก่อนการศึกษาข้อมูลเชิงลึกด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ จึงสมควรศึกษาความหมายของคำศัพท์คำนี้ก่อน โดยมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “กลยุทธ์” ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้คำจำกัดความว่า “กลยุทธ์” (Strategy) หมายถึง การรบที่มีเล่ห์เหลี่ยมหรือวิธีการต่อสู้ที่ต้องใช้อุบายต่าง ๆ ซึ่งเป็นความหมายที่เกี่ยวข้องกับสงครามหรือการต่อสู้ที่ต้องใช้ความคิดและชั้นเชิง

การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) หมายถึง การจัดการที่เน้นถึงความสำคัญของสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดการภายในซึ่งต้องเตรียมแผนการดำเนินการให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป หรือตอบโต้ภาวะการณ์แข่งขันได้อย่างรวดเร็ว โดยมีการจัดทรัพยากรให้เหมาะสม (พัคตร์ผอง วัฒนสินธ์, 2541)

กลยุทธ์ หมายถึง การกำหนดทิศทาง (Direction) และขอบเขต (Scope) ความต้องการในระยะยาวขององค์กรเพื่อที่จะจัดสรรทรัพยากรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในการแข่งขันและความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจ (ณัฐพันธุ์ เจริญนันท, 2546)

Chandler (1962) ได้ให้คำนิยาม “กลยุทธ์” ว่าเป็นการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในระยะยาวขององค์กรและการเลือกแนวทางปฏิบัติ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อให้สามารถดำเนินการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

Igor Ansoff (1965) นับเป็นหนึ่งในบิดาแห่งการบริหารเชิงกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ (Father of Strategic Management) ซึ่งเป็นคนแรกที่เสนอให้มีการพัฒนาวิธีการทำยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบและหนังสือของเขาเรื่อง Cooper (1994) ถือได้ว่าเป็นหนังสือเล่มแรกที่พูดถึงเรื่องยุทธศาสตร์อย่างสมบูรณ์ที่สุด โดย Ansoff ได้กล่าวไว้ว่า ในโลกของธุรกิจการตัดสินใจว่าจะทำอะไรกับผลิตภัณฑ์และจะทำการตลาดอย่างไรเป็นสิ่งสำคัญแผนยุทธศาสตร์จึงเป็นที่ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องขององค์กรมีเป้าหมายร่วมกัน และประสานการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ ให้ประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้องค์กรเกิดความได้เปรียบทางธุรกิจ ต้องมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบ นับตั้งแต่ การวางแผน การวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการปรับยุทธศาสตร์ให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และได้มีปรมจารย์ทางด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ได้ให้คำนิยาม คำว่า “กลยุทธ์” ไว้อย่างมากมาย ดังนี้

Glueck (1987) ให้คำนิยาม “กลยุทธ์” ว่าเป็นแผนขององค์กรที่วางไว้เพื่อให้แน่ใจว่า จะเป็นแนวทางทำให้องค์การบรรลุเป้าหมายหลักที่ต้องการได้

Mintzberg (1994) ให้คำนิยาม “กลยุทธ์” ว่าเป็นรูปแบบของการตัดสินใจต่าง ๆ หรือการดำเนินการเพื่อให้องค์การบรรลุถึงวัตถุประสงค์อย่างที่ต้องการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ถึงแม้จะมีผู้ให้นิยามไว้อย่างหลากหลาย ก็พอสรุปได้ว่า “กลยุทธ์ (Strategy)” คือ แนวทางหรือวิถีทางในทางปฏิบัติที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อการระดมและจัดสรรการใช้ทรัพยากรในอันที่จะช่วยให้บรรลุถึงซึ่งเป้าหมายขององค์กร โดยมีการกำหนดเป้าหมายที่แน่ชัดในการดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

โดยการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) จะเป็นการกำหนดทิศทางและแนวทางโดยรวมขององค์กรว่าจะมุ่งไปในทิศทางใด โดยเป็นการกำหนดอย่างเป็นระบบ (Systematic) ซึ่ง

การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ที่ดีจะนำไปสู่การปฏิบัติงานที่ดี (Performance) ขององค์กรตามมา (Steven and Covin, 1997 ; อ้างอิงมาจาก วุฒิ, 2549)

ซึ่งจะเห็นได้ว่าการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) นั้น ถือเป็นภาระหน้าที่ร่วมกันของผู้บริหารทุกระดับในองค์กร โดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงขององค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Decision Making) อันจะส่งผลกระทบต่ออนาคตขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารระดับสูงจะมีประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับบุคลากรทั้งหมดในองค์กรที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการผลักดันกลยุทธ์ของกิจการให้ไปสู่เป้าหมายอย่างที่ต้องการจึงจะทำให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) และมีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง และเพื่อให้การบริหารงานดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารระดับสูงต้องรู้และเข้าใจในความแตกต่างระหว่างการจัดการเชิงกลยุทธ์กับการบริหารโดยทั่วไปที่มีความไม่เหมือนกันในหลายประเด็น ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545)

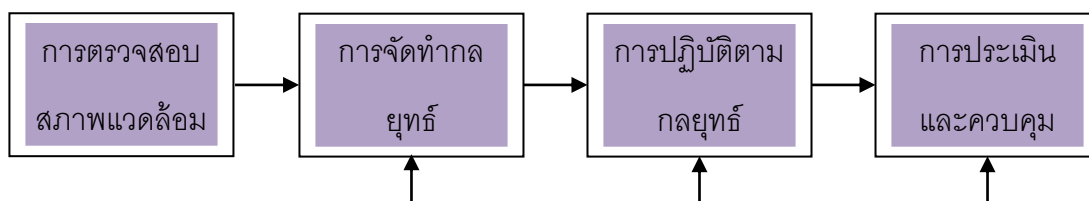
1. การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการจัดการที่มุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีทิศทาง (Direction) ซึ่งต่างจากการบริหารทั่วไปที่มุ่งเน้นเฉพาะหน่วยงาน (Functional) เช่น การตลาด การผลิต การเงิน ฯลฯ ที่เป็นเป้าหมายหลัก ซึ่งทำให้ผู้บริหารแต่ละฝ่ายจะมุ่งเน้นเฉพาะงานในฝ่ายของตนเองเท่านั้น

2. การจัดการเชิงกลยุทธ์ จะเป็นการมุ่งเน้นและประสานความชำนาญแต่ละสาขาเข้าด้วยกันเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวม การจัดการเชิงกลยุทธ์จะเป็นการพิจารณาถึงทิศทางหรือแนวโน้มให้องค์กรดำเนินต่อไปภายใต้ความเปลี่ยนแปลงที่เป็นโอกาสต่อองค์กรในอนาคต แต่การบริหารทั่วไปจะเป็นการบริหารภายใต้ความเชี่ยวชาญของแต่ละหน่วยซึ่งมิได้เป็นองค์กรรวม

3. การบริหารโดยทั่วไปเป็นการวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การชี้นำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ซึ่งเป็นการบริหารภายในองค์กรแต่การจัดการเชิงกลยุทธ์จะเป็นการจัดซึ่งส่วนหนึ่งจะอยู่ภายในองค์กรและอีกส่วนหนึ่งจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ โดยเฉพาะปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น สภาพเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และคู่แข่งอื่น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งในระยะยาว

โดยผลการศึกษาวิจัยของ พรทิภา งามทวีวุฒิ (2550) ที่ทำการศึกษาปัญหาและกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับบริษัท ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหาร และผู้เกี่ยวข้องกับบริษัท และได้ทำการรวบรวมค้นคว้าข้อมูลในระดับทุติยภูมิจากแหล่งข้อมูล หลายแห่งโดยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสาเหตุและผลกระทบของปัญหาที่ทำให้รายได้ของบริษัท TRA จำกัลดลง 2) เพื่อกำหนดกล

ยุทธ์และแนวทางแก้ไขในการเพิ่มยอดขายให้กับบริษัท TRA จำกัด จากการศึกษาพบว่า รายได้ของบริษัทมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2547-2549 โดยมีสาเหตุมาจากการขาดประสิทธิภาพในการบริหารงานประกอบกับการทำงานของพนักงานในบางระดับขาดทักษะ ความรู้ และความชำนาญ ตลอดจนขาดการวางแผน และประเมินผลการดำเนินงาน ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดแนวทางแก้ไข โดยใช้ทางเลือกที่ 1 คือ กลยุทธ์พันธมิตร ทางธุรกิจแบบเกือหมุนในแนวนอน (Horizontal Complementary Strategic Alliances) และผู้บริหารยังเห็นสมควรว่า ทางเลือกที่ 3 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้ เพราะสามารถทำการพัฒนาและเพิ่มรายได้ให้กับบริษัท ตลอดจนรักษาเสถียรภาพขององค์กรให้อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจของผู้ถือหุ้น และผู้บริหาร ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นความสำคัญของกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning Process) โดยทั่วไปประกอบไปด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environment Analysis) โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) การกำหนดภารกิจและเป้าหมาย (Formal Mission and Objective Statement) และการกำหนดกลยุทธ์บนพื้นฐานของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Base Strategies) เพื่อสร้างความเจริญเติบโต สร้างผลกำไรและสามารถนำองค์กรให้อยู่รอดได้ในภาวะการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงโดยองค์ประกอบของการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Basic Model of Strategic Management) ประกอบด้วยขั้นตอนพื้นฐานที่สำคัญ 4 ขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

ที่มา : Wheelen et al.,2015

1. การตรวจจับ/ตรวจตรา หรือศึกษาสภาพแวดล้อม (Environment Scanning) เป็นการติดตามเฝ้าดู ตรวจสอบ และกระจายข่าวสารที่ได้รับจากการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) ทั้งสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) และสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) และแจ้งผลไปยังพนักงานระดับคีย์แมนของธุรกิจเพื่อดูปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (Strategic Factors) ที่มีผลต่อการกำหนดอนาคตของธุรกิจว่าสามารถหาประโยชน์ได้หรือไม่ รวมทั้งปัจจัยที่เป็นภัยคุกคามธุรกิจในอนาคตด้วย เช่นกัน

โดยทั่วไปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environment Analysis) จะนิยมใช้ “การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)” หรือ “การวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน-โอกาส-อุปสรรค” มาเป็นเครื่องมือ

ในการรวบรวม วิเคราะห์ และประเมินข้อมูลปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) และสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร (Internal Environment) และสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เป็นการพิจารณาถึงปัจจัยสถานะแวดล้อมต่าง ๆ ภายในองค์กร ทั้งในระดับกิจการหรือระดับประเทศ เปรียบเทียบกันได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด การเงิน การผลิต และองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น ทรัพยากรมนุษย์ วัฒนธรรมองค์กร ระบบการบริหาร เป็นต้น ดังนั้น การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายในจึงเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจนั่นเอง

การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) คือ การพิจารณาความได้เปรียบอันเป็นจุดเด่นหรือความสามารถที่เหนือกว่าคู่แข่ง อันเป็นจุดแข็งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ การบริหาร การเงิน การตลาด การดำเนินงาน การวิจัยและพัฒนา ความสามารถของบุคลากร หรือชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งหากเป็นธุรกิจจะพบว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ย่อมได้เปรียบในเรื่องของชื่อเสียงของกิจการ มีฐานะทางการเงินที่เข้มแข็ง มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถสูง หรือมีเทคโนโลยีเหนือกว่า ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งที่มีขนาดเล็กกว่า เป็นต้น

การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses) คือ การพิจารณาความเสียเปรียบในการดำเนินงานภายในองค์กร ซึ่งเป็นความสามารถที่ด้อยกว่าคู่แข่ง อาจเป็นปัญหาที่เป็นตัวถ่วงหรืออุปสรรคในการดำเนินงานที่องค์กรจะต้องทำการแก้ไขให้ได้ หรือพยายามลดความเสียเปรียบในการแข่งขันให้ลดต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยในทุก ๆ องค์กรจะมีจุดอ่อนในการดำเนินงานอยู่เสมอ จะมีมากบ้างหรือน้อยบ้างขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมภายในขององค์กรเอง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เป็นการพิจารณาถึงปัจจัยสถานะแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กรที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ โดยวิเคราะห์ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค เพื่อทราบถึงสถานะแวดล้อมภายนอกที่จะมาสร้างโอกาส (Opportunities) หรืออุปสรรค (Threats) ต่อการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างไร เพื่อให้ทราบถึงระดับความรุนแรงที่กระทบต่อองค์กรและระยะเวลาที่องค์กรได้รับผลกระทบนั้นมีเวลายาวนานเพียงใด ทำให้องค์กรสามารถคาดการณ์หรือพยากรณ์ถึงระดับความเสียหายที่ได้รับผลกระทบนั้นได้

การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) คือ การพิจารณาถึงปัจจัยเอื้ออำนวยที่ได้รับจากสถานะแวดล้อมภายนอกองค์กรซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานและความเจริญก้าวหน้าขององค์กร เช่น การทำข้อตกลงการค้าเสรีแบบทวิภาคี (Free Trade Agreement หรือ FTA) ของ

รัฐบาลกับประเทศต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดการเปิดตลาดการค้าเสรีมากขึ้นทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการทำให้มีโอกาสด้านการค้ามากขึ้นในด้านการส่งสินค้าออกสู่ต่างประเทศที่มีต้นทุนทางภาษีลดลง และมีความต้องการสินค้าของผู้บริโภคต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นเป็นโอกาสในการเพิ่มการส่งออกสินค้าและบริการไปจำหน่ายยังต่างประเทศมากขึ้นและขยายฐานการลงทุนจากต่างประเทศให้เพิ่มสูงขึ้น

การวิเคราะห์อุปสรรค (Threats) คือ การวิเคราะห์ข้อจำกัด พิจารณาถึงสถานะแวดล้อมภายนอกที่สร้างผลกระทบอันเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์กรซึ่งอาจเป็นภัยคุกคามต่อการเจริญเติบโตและความอยู่รอดขององค์กรในอนาคต เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในต่างประเทศ มีผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าของไทยไปยังประเทศนั้น ๆ เนื่องจากมีอุปสงค์ (Demand) ลดลง ขณะเดียวกันหากภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นจะส่งผลให้องค์กรประสบกับปัญหาค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นตามไปด้วย

2. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) ประกอบไปด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision), ภารกิจ (Mission), วัตถุประสงค์ (Objectives) เพื่อที่จะพัฒนาไปสู่กลยุทธ์ (Strategies) ต่าง ๆ รวมทั้งการกำหนดนโยบายธุรกิจ เพื่อเป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติ (จุฬา และคณะ, 2544)

ภารกิจ (Mission) คือ จุดประสงค์บอกถึงเหตุผลที่ธุรกิจถือกำเนิดขึ้นมาเพื่อมีภาระใด อาทิ การให้บริการทางการตลาด หรือการบริการที่ดีที่สุดในโลก ซึ่งสามารถระบุอย่างละเอียดหรืออย่างสั้น ๆ ก็ได้ ซึ่งการกำหนดภารกิจอย่างชัดเจนจะเป็นสิ่งที่มีประโยชน์มาก แต่ก็ไม่ควรจะเป็นข้อจำกัดและผูกมัดตนเอง

วัตถุประสงค์ (Objectives) คือ ผลลัพธ์ในบั้นปลายที่ได้มาจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งจะต้องบอกว่าอะไรคือสิ่งที่ต้องการจะทำให้สำเร็จ และเมื่อไรที่ต้องการจะให้แล้วเสร็จ และควรจะออกมาในรูปเชิงปริมาณหรือตัวเลขหากเป็นไปได้ อาทิ เพื่อลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง 5% ต่อปี หรือเพื่อเพิ่มยอดขาย 20 % ต่อปี เป็นต้น

กลยุทธ์ (Strategy) คือ แผนงานหลักที่ประมวลวิธีการและหนทางที่นำไปสู่เป้าหมายและภารกิจของธุรกิจ ซึ่งโดยทั่วไปธุรกิจมีกลยุทธ์ 3 ระดับ ดังนี้



ภาพที่ 2.2 ลำดับชั้นของกลยุทธ์

ที่มา : Wheelen et al.,2015

1) กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate Strategy) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่บ่งบอกถึงทิศทางทั่วไปของบริษัทในแง่ต่าง ๆ ซึ่งโดยทั่วไปกลยุทธ์ระดับบริษัทจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ๆ คือ การเจริญเติบโต (Growth Strategies) การรักษาสภาพเดิมหรือคงเดิม (Stability Strategies) และการลดความเจริญเติบโตลงหรือการหดตัว (Retrenchment Strategies)

2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่บ่งบอกถึงหนทางที่จะปรับปรุงตนเองให้พร้อมที่จะแข่งขันกับคู่แข่งกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ

3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่/งานของธุรกิจ (Functional Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่บ่งบอกถึงหนทางที่แต่ละหน่วยงานหรืองานในแต่ละหน้าที่จะต้องทำอะไร จึงจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ทรัพยากรของธุรกิจให้เกิดประโยชน์ อาทิเช่น งานด้านการผลิต การให้บริการลูกค้า งานด้านการตลาด งานการเงิน การวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

นโยบาย (Policies) เป็นแนวทาง (Guideline) อย่างกว้าง ๆ ในการตัดสินใจ ซึ่งเชื่อมต่ออยู่ระหว่างการกำหนดกลยุทธ์และการนำเสนอกกลยุทธ์ไปใช้ (Implementation) ธุรกิจจะใช้นโยบายเป็นแนวทางที่จะทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าพนักงานของตนเมื่อจะตัดสินใจหรือดำเนินการใด ๆ จะต้องอยู่ภายในกรอบที่กำหนดขึ้น ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนให้ภารกิจขององค์กร วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้น สามารถดำเนินการไปได้ในทิศทางที่พึงประสงค์ได้

3. การดำเนินกลยุทธ์ (Strategy Implementation) การดำเนินกลยุทธ์หรือการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) เป็นกระบวนการที่นำเอากลยุทธ์ต่าง ๆ และนโยบายที่ธุรกิจกำหนดไว้ไปสู่การดำเนินการโดยผ่านทางโปรแกรมต่าง ๆ (Programs) งบประมาณ (Budgets) และกรรมวิธี (Procedures) ที่มีรายละเอียดครบถึงกิจกรรมหรือขั้นตอนต่าง ๆ ที่ต้องการจะทำให้สำเร็จ โดยการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเหมาะสม สอดคล้องระหว่างความต้องการเชิงกลยุทธ์กับปัจจัย

ต่าง ๆ ในองค์กร ไปสู่เป้าหมายตามต้องการ ซึ่งการดำเนินกลยุทธ์ที่ประสบผลสำเร็จ จะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงเป้าประสงค์แผนกลยุทธ์ไปสู่แผนปฏิบัติการ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่เป็นรูปธรรมตามที่มุ่งหมายไว้ของแต่ละหน่วยงาน แผนปฏิบัติการเหล่านี้ต้องระบุเป้าหมายหลักเชิงกลยุทธ์ในแต่ละขั้นตอนการดำเนินการ และวัดความก้าวหน้าในแต่ละช่วงเวลาตลอดโครงการ ทั้งนี้ เพื่อให้มั่นใจว่า บุคลากรผู้ปฏิบัติงานจะมีทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตที่จำเป็นเพียงพอ และสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุผลได้ตามที่กำหนดไว้ในแผน

4. การประเมินผลและควบคุมกลยุทธ์ (Evaluation and Control) การประเมินผลและการควบคุมกลยุทธ์ (Evaluation and Control Strategy) เป็นกระบวนการที่องค์กรมีการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของกิจกรรมและการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อที่จะตรวจจับว่า การปฏิบัติงานจริงแตกต่างกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการหรือตั้งเอาไว้หรือไม่ ซึ่งเป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback Data) ให้องค์กรสามารถปรับปรุงแก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมความเป็นจริง เพื่อมุ่งสู่ผลลัพธ์ตามที่องค์กรต้องการ

กล่าวโดยสรุป การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการกำหนดทิศทางและแนวทางโดยรวมขององค์กรว่าจะมุ่งไปในทิศทางใดภายใต้สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่มีระดับรุนแรง ซึ่งโดยทั่วไปธุรกิจกลยุทธ์ 3 ระดับ คือ 1) กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate Strategy) จะแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ๆ คือ การเจริญเติบโต (Growth Strategies) การรักษาสภาพเดิมหรือคงเดิม (Stability Strategies) และการลดความเจริญเติบโตลงหรือการหดตัว (Retrenchment Strategies) 2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่บ่งบอกถึงหนทางที่จะปรับปรุงตนเองให้พร้อมที่จะแข่งขันกับคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ และ 3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่/งานของธุรกิจ (Functional Strategy) เป็น กลยุทธ์ที่บ่งบอกถึงหนทางที่แต่ละหน่วยงานหรืองานในแต่ละหน้าที่จะต้องทำอะไรถึงจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ทรัพยากรของธุรกิจให้เกิดประโยชน์

2.1.3 การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM)

การจัดการความรู้ คือ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในส่วนราชการซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด โดยที่ความรู้มี 2 ประเภท คือ

1. ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์ หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถ

ถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือ การคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้ง จึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม

2. ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม

นพ.วิจารณ์ พานิช ได้ให้ความหมายของคำว่า “การจัดการความรู้” ไว้คือ สำหรับนักปฏิบัติ การจัดการความรู้คือ เครื่องมือ เพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย 4 ประการไปพร้อมๆ กัน ได้แก่

1. บรรลุเป้าหมายของงาน
2. บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน
3. บรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรเรียนรู้ และ
4. บรรลุความเป็นชุมชน เป็นหมู่คณะ ความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงาน

การจัดการความรู้เป็นการดำเนินการอย่างน้อย 6 ประการต่อความรู้ ได้แก่

(1) การกำหนดความรู้หลักที่จำเป็นหรือสำคัญต่องานหรือกิจกรรมของกลุ่มหรือองค์กร

(2) การเสาะหาความรู้ที่ต้องการ

(3) การปรับปรุง ดัดแปลง หรือสร้างความรู้บางส่วน ให้เหมาะต่อการใช้งานของตน

(4) การประยุกต์ใช้ความรู้ในกิจการงานของตน

(5) การนำประสบการณ์จากการทำงาน และการประยุกต์ใช้ความรู้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสกัด “ขุมความรู้” ออกมาบันทึกไว้

(6) การจดบันทึก “ขุมความรู้” และ “แก่นความรู้” สำหรับไว้ใช้งาน และปรับปรุงเป็นชุดความรู้ที่ครบถ้วน ลุ่มลึกและเชื่อมโยงมากขึ้น เหมาะต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น

โดยที่การดำเนินการ 6 ประการนี้บูรณาการเป็นเนื้อเดียวกัน ความรู้ที่เกี่ยวข้องเป็นทั้งความรู้ที่ชัดแจ้ง อยู่ในรูปของตัวหนังสือหรือรหัสอย่างอื่นที่เข้าใจได้ทั่วไป (Explicit Knowledge) และความรู้ฝังลึกอยู่ในสมอง (Tacit Knowledge) ทั้งที่อยู่ในใจ (ความเชื่อ ค่านิยม) อยู่ในสมอง (เหตุผล) และอยู่ในมือ และส่วนอื่นๆ ของร่างกาย (ทักษะในการปฏิบัติ) การจัดการความรู้เป็นกิจกรรมที่คนจำนวนหนึ่งทำร่วมกันไม่ใช่กิจกรรมที่ทำโดยคนคนเดียว เนื่องจากเชื่อว่า “จัดการความรู้” จึงมีคนเข้าใจผิด เริ่มดำเนินการโดยรีเข้าไปที่ความรู้ คือ เริ่มที่ความรู้ นี่คือการผิดพลาดที่พบบ่อยมาก การจัดการความรู้ที่ถูกต้องจะต้องเริ่มที่งานหรือเป้าหมายของงาน เป้าหมายของงานที่

สำคัญ คือ การบรรลุผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินการตามที่กำหนดไว้ ที่เรียกว่า Operation Effectiveness และนิยามผลสัมฤทธิ์ ออกเป็น 4 ส่วน คือ

(1) การสนองตอบ (Responsiveness) ซึ่งรวมทั้งการสนองตอบความต้องการของลูกค้า สอนองตอบความต้องการของเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้น สอนองตอบความต้องการของพนักงาน และ สอนองตอบความต้องการของสังคมส่วนรวม

(2) การมีนวัตกรรม (Innovation) ทั้งที่เป็นนวัตกรรมในการทำงาน และนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(3) จิตความสามารถ (Competency) ขององค์กร และของบุคลากรที่พัฒนาขึ้น ซึ่งสะท้อนสภาพการเรียนรู้ขององค์กร

(4) ประสิทธิภาพ (Efficiency) ซึ่งหมายถึงสัดส่วนระหว่างผลลัพธ์ กับต้นทุนที่ลงไป การทำงานที่ประสิทธิภาพสูง หมายถึง การทำงานที่ลงทุนลงแรงน้อย แต่ได้ผลมากหรือคุณภาพสูง เป้าหมายสุดท้ายของการจัดการความรู้ คือ การที่กลุ่มคนที่ดำเนินการจัดการความรู้ร่วมกัน มีชุดความรู้ของตนเอง ที่ร่วมกันสร้างเอง สำหรับใช้งานของตน คนเหล่านี้จะสร้างความรู้ขึ้นใช้เองอยู่ตลอดเวลา โดยที่การสร้างนั้นเป็นการสร้างเพียงบางส่วน เป็นการสร้างผ่านการทดลองเอาความรู้จากภายนอกมาปรับปรุงให้เหมาะสมต่อสภาพของตน และทดลองใช้งาน จัดการความรู้ไม่ใช่กิจกรรมที่ดำเนินการเฉพาะหรือเกี่ยวกับเรื่องความรู้ แต่เป็นกิจกรรมที่แทรก/แฝง หรือในภาษาวิชาการเรียกว่า บูรณาการอยู่กับทุกกิจกรรมของการทำงาน และที่สำคัญตัวการจัดการความรู้เองก็ต้องการการจัดการด้วย

กระบวนการจัดการความรู้

กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกิดพัฒนาการของความรู้ หรือการจัดการความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กร มีทั้งหมด 7 ขั้นตอน คือ

1. การบ่งชี้ความรู้ เป็นการพิจารณาว่าองค์กรมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าหมายคืออะไร และเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เราจำเป็นต้องใช้อะไร ขณะนี้เรามีความรู้อะไรบ้าง อยู่ในรูปแบบใด อยู่ที่ใคร

2. การสร้างและแสวงหาความรู้ เช่นการสร้างความรู้ใหม่ แสวงหาความรู้จากภายนอก รักษาความรู้เก่า กำจัดความรู้ที่ใช้ไม่ได้แล้ว

3. การจัดความรู้ให้เป็นระบบ เป็นการวางโครงสร้างความรู้ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเก็บความรู้อย่างเป็นระบบในอนาคต

4. การประมวลและกลั่นกรองความรู้ เช่น ปรับปรุงรูปแบบเอกสารให้เป็นมาตรฐาน ใช้ภาษาเดียวกัน ปรับปรุงเนื้อหาให้สมบูรณ์

5. การเข้าถึงความรู้ เป็นการทำให้ผู้ใช้ความรู้เข้าถึงความรู้ที่ต้องการได้ง่ายและสะดวก เช่น ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) Web board บอร์ดประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ ทำได้หลายวิธีการ โดยกรณีเป็น Explicit Knowledge อาจจัดทำเป็นเอกสาร ฐานความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือกรณีเป็น Tacit Knowledge จัดทำเป็นระบบ ทีมข้ามสายงาน กิจกรรมกลุ่มคุณภาพและนวัตกรรม ชุมชนแห่งการเรียนรู้ ระบบพี่เลี้ยง การสับเปลี่ยนงาน การยืมตัว เวทีแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นต้น

7. การเรียนรู้ ควรทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงาน เช่น เกิดระบบการเรียนรู้จากสร้างองค์ความรู้ การนำความรู้ในไปใช้ เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ และหมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่อง

หัวใจของการจัดการความรู้

มีผู้รู้ได้กล่าวถึง KM หลายแง่หลายมุมที่อาจรวบรวมมาซึ่งคำตอบว่า หัวใจของ KM อยู่ที่ไหนได้ โดยอาจกล่าวเป็นลำดับขั้นหัวใจของ KM เหมือนกับลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of needs) ของ McGregor ได้ โดยเริ่มจากข้อสมมุติฐานแรกที่เป็นสากลที่ยอมรับทั่วไปว่า ความรู้คือพลัง (DOPA KM Team)

1. Knowledge is Power : ความรู้คือพลัง

2. Successful knowledge transfer involves neither computers nor documents but rather in interactions between people. (Thomas H Davenport) : ความสำเร็จของการถ่ายทอดความรู้ไม่ใช่อยู่ที่คอมพิวเตอร์หรือเอกสาร แต่อยู่ที่การมีปฏิสัมพันธ์ ระหว่างคนด้วยกัน

3. The great end of knowledge is not knowledge but action : จุดหมายปลายทางสำคัญของความรู้มิใช่ที่ตัวความรู้ แต่อยู่ที่การนำไปปฏิบัติ

4. Now the definition of a manager is somebody who makes knowledge productive : นิยามใหม่ของผู้จัดการ คือ ผู้ซึ่งทำให้ความรู้ผลิตดอกออกผล

จะเห็นว่า จากข้อความที่กล่าวถึง ความรู้ดังกล่าว พอทำให้มองเห็นหัวใจของ KM เป็นลำดับขั้นมาเริ่มแต่ข้อความแรกที่ว่า ความรู้คือพลังหรือความรู้คืออำนาจ ซึ่งเป็นข้อความเป็นที่ยอมรับที่เป็นสากล ทั้งภาครัฐกิจ เอกชน และภาคราชการ จากการยอมรับดังกล่าวมาสู่การเน้นที่ปฏิสัมพันธ์ของคนว่ามีความสำคัญในการถ่ายทอดความรู้กว่าเครื่องมือหรือเอกสารใดและมักกล่าวถึงว่า แม้ความรู้จะถูกจัดระบบและง่ายต่อการเข้าถึงของบุคคล ต่าง ๆ ดีเพียงใดก็ตาม ถ้ามีความรู้ เกิดความรู้ขึ้นแล้ว หากไม่นำไปใช้ประโยชน์ ก็ไม่ใช่จุดหมายปลายทางของ ความรู้และที่ชัดเจนก็คือ ประโยชน์สุดท้ายที่เน้นการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ให้เกิดมรรคผลมีคุณค่าประโยชน์

เป็นรูปธรรมว่านั่นเป็นนิยามใหม่ของผู้ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการเลยทีเดียว ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าหัวใจของ KM อยู่ที่การนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม

2.2 ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community)

2.2.1 ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community AEC) เป็นการรวมตัวของชาติใน ASEAN 10 ประเทศ คือ บรูไนดารุสซาลาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม ซึ่ง ASEAN มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาคอันจะนำไปสู่ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และมีเป้าหมายที่จะจัดตั้งเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี 2558 อันประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Security Community-ASC) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community-ASCC) และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community-AEC)

ทั้งนี้การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC เป็นด้านที่มีความซับซ้อน เนื่องจากระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศค่อนข้างมีความแตกต่าง หรือแม้แต่การสื่อสารก็มีภาษาที่หลากหลาย หรือแม้วัฒนธรรม ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้จึงต้องเตรียมตัวสู่การเป็นประชาคมอาเซียน รวมถึงประเทศไทยด้วย ซึ่งการเตรียมตัวนี้ ต้องยึดเป้าหมายสำคัญของ AEC นั่นคือ การเป็นตลาดเดียวและฐานการผลิตร่วม การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจอาเซียน การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก ด้วยการมีเป้าหมายทั้ง 4 ประการข้างต้นดังกล่าวนี้ ประเทศไทยหรือสถานประกอบการต่างๆ จึงจำเป็นต้องเรียนรู้และเตรียมตัวหรือเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการปรับตัวของอุตสาหกรรมไทยสามารถแบ่งออกเป็นผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบได้ดังนี้

1) ผลกระทบเชิงบวก ตลาดอาเซียนเป็นตลาดในการส่งออกอันดับ 1 ของไทย การลดและยกเลิกมาตรการทางภาษีในปี 2553 ทำให้ต้นทุนในการผลิตของไทยต่ำลง สามารถนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง

2) ผลกระทบเชิงลบ สินค้าของประเทศอาเซียนอื่นเข้าสู่ตลาดไทยได้โดยไม่มีภาระภาษี ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องแข่งขันมากขึ้น หากประเทศไทยไม่มีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน และไม่มีการปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความทันสมัย อาจทำให้มีการย้ายฐานการผลิตจากประเทศไทยไปยังประเทศอื่นๆ ใน ASEAN ที่เหมาะสมกว่า อาจทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานฝีมือของไทยไปประเทศที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า และต้องจ้างแรงงานต่างด้าวจากประเทศที่ค่าแรงถูกกว่าเข้ามา

2.2.2 จุดแข็ง-ข้อจำกัดของประเทศไทยในการเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2.2.2.1. จุดแข็ง การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ไทยจะกลายเป็นรากฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าเกษตรหลายรายการ ที่ตั้งของไทยยังเอื้อต่อการเป็นศูนย์กลางโครงข่ายเชื่อมโยงคมนาคมด้านต่าง ๆ มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานทั่วถึง จึงทำให้ระบบการขนส่งมีความสะดวก ผู้ประกอบการดำเนินงานได้รวดเร็ว อีกทั้งระบบธนาคารค่อนข้างเข้มแข็ง มีความปลอดภัยในธุรกรรมทางการเงิน ตลอดจนมีแรงงานจำนวนมาก ผู้ประกอบการสามารถคัดเลือกบุคลากรได้อย่างหลากหลาย

2.2.2.2 จุดอ่อน แม้ว่าไทยจะมีจุดแข็งเรื่องจำนวนแรงงานที่ปริมาณมาก แต่แรงงานเหล่านั้นส่วนใหญ่ยังขาดทักษะ อีกทั้งเทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่ยังเป็นชั้นกลาง ต้องได้รับการพัฒนาให้สามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่านี้ เพื่อรองรับกับการแข่งขันที่จะเพิ่มสูงขึ้นหลังจากเข้าสู่ AEC

2.2.2.3 ประเด็นที่น่าสนใจ การเข้าสู่ AEC นี้ สิ่งที่น่าสนใจสำหรับไทย คือ ไทยสามารถเป็นศูนย์กลางของอาเซียนในหลายด้านได้ เช่น ด้านการขนส่ง การธนาคาร เป็นต้น ดังนั้น ไทยจึงตั้งเป้าเป็นศูนย์กลางอาเซียนในหลายด้านดังกล่าวได้ ทั้งนี้ การดำเนินงานของไทยต้องมีแผนการปรับตัวเข้าสู่ AEC ปี 53-54 และดำเนินงานตามแผนปรับตัวนั้น ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสในการเป็นศูนย์กลางดังกล่าวได้ อีกทั้ง จะช่วยให้ไทยได้รับประโยชน์หลายด้านและได้เปรียบทางการค้าและการลงทุน

2.2.3 ผลกระทบของ AEC ต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรในประเทศไทย ดังนั้น เพื่อให้้องค์การในประเทศสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้ ในฐานะของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์มืออาชีพ จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างแรงงานในองค์กร ให้มีขีดความสามารถที่เข้มแข็ง และบริการให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ ซึ่งต้องมีการบริหารจัดการด้านต่างๆ ดังนี้

1) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน : ด้านทรัพยากรมนุษย์

การก้าวเข้าสู่ AEC ประเทศต่างๆ ต้องพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอาเซียนได้ ซึ่งการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์สามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ การบูรณาการด้านการศึกษา การลงทุนในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ กาส่งเสริม ICT การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการส่งเสริมการจ้างงานที่เหมาะสม

2) ความท้าทายสำหรับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (The Challenge of HR)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำเป็นต้องดูแลบุคลากรในองค์กรให้มีความสามารถในระดับที่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้ ซึ่งรวมถึงการปรับปรุง และการเพิ่มประสิทธิภาพความสามารถ ตลอดจนเลือกบุคลากรที่มีพรสวรรค์และมีความสามารถในการทำงาน โดยการพัฒนาบุคลากรเหล่านี้ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำเป็นต้องประเมินประเมินผลการดำเนินงานของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรได้รับการพัฒนาที่เหมาะสม ซึ่งการบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องคัดเลือกหรือพิจารณาบุคลากรที่มีความสามารถหรือความเหมาะสมมาพัฒนาหรือเปลี่ยนพฤติกรรม

3) AEC ความท้าทายสำหรับองค์กร (AEC Challenge for Organizations)

การเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC มีความท้าทายในหลายด้าน ซึ่งองค์กรต่างๆ ต้องเตรียมตัว คือ

3.1) ต้องรู้จักตัวเอง คือ การรู้จักจุดแข็งจุดอ่อนขององค์กรตนเอง รู้ว่าอะไรสามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และมีจุดใดที่ต้องได้รับการพัฒนา เช่น การเน้นที่การผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ

3.2) ความท้าทายในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ สภาพการแข่งขัน จากเดิมที่องค์กรส่วนใหญ่แข่งขันกันในตลาดภายในประเทศอยู่แล้ว เมื่อเข้าประชาคมอาเซียนก็จะยังมีอัตราการแข่งขันที่สูงยิ่งขึ้น ทั้งนี้ องค์กรต่างๆ ต้องสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้องค์กรตนเอง เช่น การพยายามสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า และผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก

3.3) ผู้บริหารและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องมีวิสัยทัศน์ชัดเจนว่าจะมุ่งไปในทิศทางใด และมีแผนรองรับที่ชัดเจน

3.4) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องดูแล “ขุมกำลัง” หรือดูแลบุคลากรในองค์กร ทั้งพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะความสามารถเพื่อให้พร้อมแข่งขันกับตลาดได้ เปิดโอกาสผู้มีความสามารถได้แสดงออก

3.5) บริหารจัดการคนใน Generation ต่างๆ รวมถึง การหาคนเข้ามาทดแทนในรุ่นที่กำลังจะหมดไป เพราะตามลักษณะประชากรโลก ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าจะมีปัญหาประชากรผู้สูงอายุมากกว่าจำนวนประชากรในวัยทำงานเป็นสัดส่วนที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งจะกระทบต่อจำนวนบุคลากรในองค์กรด้วย โดยจะมีจำนวนบุคลากรที่เกษียณจำนวนมาก ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องหาวิธีการที่ทำให้อัตรากำลังขององค์กรอยู่ในระดับสมดุล สามารถขับเคลื่อนองค์กรไปได้ เช่น การฝึกคนรุ่นใหม่ให้มีทักษะความสามารถในระดับที่สามารถบริหารงานแทนรุ่นที่เกษียณไปได้ หรือขอให้คนที่เกษียณต่ออายุงานอีกระยะหนึ่ง

3.6) การจ่ายค่าตอบแทนให้แก่บุคลากร ต้องไม่ต่ำกว่าที่อื่น เพื่อให้สามารถดึงคนเก่งไว้กับองค์กร ซึ่งต้องคำนึงถึงว่าเมื่อเข้าสู่ AEC แล้ว คนเก่งขององค์กรสามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานในประเทศอื่นได้ เช่น ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีระดับค่าตอบแทนมากกว่าบริษัทในไทย

3.7) การบริหารความแตกต่างทางวัฒนธรรม เมื่อประเทศต่างๆ ภายในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถเคลื่อนย้ายได้ ย่อมมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมอยู่ในหนึ่งองค์กรมากขึ้น การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับและเคารพในความแตกต่างจึงเป็นเรื่องที่สำคัญในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีความสามัคคีและร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายด้วยกัน

2.2.4 การจัดการกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Dealing with AEC's Cultural Diversity)

ในมุมมองของผู้บริหารส่วนหนึ่งเห็นว่าการรวมกลุ่มกันของประเทศอาเซียนมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลาย ซึ่งเมื่อมีการเปิดเสรีและมีการเคลื่อนย้ายแรงงาน แรงงานจากประเทศต่างๆ มาทำงานร่วมกันภายในองค์กรหนึ่งองค์กรใด ย่อมทำให้องค์กรนั้นมีวัฒนธรรมที่หลากหลาย จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจในวัฒนธรรมที่หลากหลายและเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศอื่นๆ ซึ่งวัฒนธรรมที่หลากหลายเหล่านี้จะส่งผลให้องค์กรมีบุคลากรที่มีสไตล์การทำงานที่หลากหลาย ได้แก่

2.2.4.1 สิงคโปร์ มีจุดแข็งในการทำงาน คือ ทักษะภาษาอังกฤษ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง มีความคิดเป็นระบบ มีพันธะสัญญากับสิ่งที่ต้องทำ สามารถประมวลความคิดได้ดี จำประเด็นได้เร็ว กล้าให้ความเห็น พร้อมทำตามหลักกติกาในการทำงานที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งจุดแข็งเหล่านี้ ทำให้สิงคโปร์มีสไตล์หรือวัฒนธรรมในแบบที่มีความภูมิใจในตนเองสูงจนมองชาติอื่นในอาเซียนสู้ตนไม่ได้ ชอบบให้ความเห็นหรือวิจารณ์กับทุกเรื่องแม้แต่เรื่องเล็กๆ การกำหนดทุกอย่างเป็นขาวดำ การที่ต้องทำตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด โดยไม่ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ที่เป็นจริง ทำให้บางครั้งถูกมองว่าเข้มงวดเกินไป

2.2.4.2 มาเลเซีย เป็นชาติที่มีจุดแข็งในเรื่องภาษาอังกฤษ ซึ่งถือเป็นภาษาที่สองและใช้พูดกันโดยทั่วไป มีวิถีคิดและการทำงานที่เป็นระบบ มีความเป็นระเบียบ รักษาคำพูด เชื่อฟังคำสั่งแต่ก็กล้าให้ความเห็นต่อผู้บังคับบัญชา มีความยืดหยุ่นอยู่บ้างในบางสถานการณ์ สำหรับจุดที่ชาติอื่นต้องเข้าใจมาเลเซียในเรื่องการทำงาน ได้แก่ ความเป็นพวกพ้องสูง คนมาเลย์กลุ่มเชื้อสายมาลาจะเกาะกลุ่มกันเหนียวแน่นกว่าคนเชื้อสายอื่น ทำให้การตัดสินใจในบางเรื่องอาจลำเอียงได้ คนมาเลย์เชื้อสายมลายูจะมีทักษะด้านช่างวิศวกรรมมากกว่างานที่เป็นด้านตัวเลข คนมาเลย์เชื้อสายจีนถนัดเรื่องตัวเลข บัญชี การตลาด

2.2.4.3 อินโดนีเซีย มีจุดแข็งในการทำงาน คือ การทำตามสิ่งที่วางแผนไว้ได้ดี ไม่ก้าวร้าวมากนัก มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่ก้าวร้าวกับผู้บังคับบัญชา ความเป็นศาสนิกชนที่ดี

สำหรับสิ่งชาติอื่นต้องเข้าใจการทำงานของอินโดนีเซีย ได้แก่ มักไม่ค่อยมีการติดต่อ ยอดความคิดสร้างสรรค์อาจมีน้อย การมอบหมายงานอาจต้องลงรายละเอียด บางคนเคร่งครัดในศาสนามาก ต้องละหมาดวันละ 5 ครั้ง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน และข้อควรคำนึง คือ คนอินโดเชื้อสายอินโดและคนอินโดเชื้อจีนไม่สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างสนิทสนม

2.2.4.4 เวียดนาม มีจุดแข็งในการทำงาน คือ มีความอึด ความกล้า ไม่ย่อท้อ หนักเอาเบาสู้ มีทักษะในการหาทางออกหรือทางลัดในเวลาทำงานแล้วเผชิญปัญหา มีวินัยส่วนตัว สนใจการหาความรู้เพื่อความก้าวหน้า ส่วนสิ่งที่ชาติอื่นต้องทำความเข้าใจการทำงานของชาวเวียดนาม คือ การหาแนวทางไปสู่เป้าหมายอาจเป็นของตัวเองจนออกนอกกรอบหรือนอกหลักการ เป็นตัวของตัวเองจนดูเป็น “พวกหัวแข็ง” การทำงานของคนชาตินี้อาจทำให้ข้อมูลรั่วไหลได้ ถ้าหากขาดการถ่วงดุลและการตรวจสอบที่ดี

2.2.4.5 ฟิลิปปินส์ มีจุดแข็งในการทำงาน คือ มีทักษะภาษาอังกฤษ มีระบบคิดแบบตะวันตกที่เป็นเหตุเป็นผล สนใจใฝ่หาความรู้ใหม่ๆ เป็นคนไม่เคร่งเครียด มีความเป็นมิตร มีอารมณ์ขันคล้ายคนไทย สามารถสร้างบรรยากาศในการทำงานไม่ให้เคร่งเครียดมากเกินไปได้ และสิ่งที่คนชาติอื่นต้องทำความเข้าใจในการทำงานของคนฟิลิปปินส์ ได้แก่ เมื่อจะเอาความจริงจังเข้ามาจัดการหรือดำเนินการอาจมีปัญหา การรักความสนุกหรือสบายจนอาจทำให้ทำงานกลางคันได้ การทำงานเป็นทีมอาจไม่ดีนัก ซึ่งคล้ายๆ กับลักษณะของคนไทย

2.2.4.6 กัมพูชา มีสไตล์การทำงานที่มีความอดทน ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เมื่อมีโอกาส มีความมุ่งมั่น ต้องการยกระดับฐานะของตนเอง ขอมรับสภาพ แต่พร้อมจะสู้หากคิดว่ากำลังถูกเอาเปรียบ ส่วนเรื่องที่ชาติอื่นต้องทำความเข้าใจกับชาตินี้ คือ มีความรู้สึกมีปมด้อย บางครั้งเกิดความก้าวร้าวเล็กๆ มีแนวโน้มที่จะ “ปิ่นเกลียว” กับผู้บังคับบัญชาที่อ่อนน้อมมากเกินไป ขอมรับการ ทำงานกับหัวหน้าที่ใช้ภาวะผู้นำแบบ “อำนาจนิยม” มากกว่าแบบอื่น และบางครั้งมีการตัดการตัดสินใจแบบ “การไม่มีอะไรจะเสีย”

จากความหลากหลายเหล่านี้ ผู้บริหารต้อง “เข้าใจ” “เข้าถึง” และ “พัฒนา” โดย “เข้าใจ” คือ เข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่น เข้าใจสภาพแวดล้อม วางความเชื่อ ทักษะ (Mindset) ให้ถูกทาง ขอมรับในความแตกต่าง “เข้าถึง” คือ การเป็นฝ่ายเดินเข้าไปหามากกว่ารอให้เขาเข้ามาหา สร้างความสัมพันธ์ด้วยความจริงใจ และรับมือกับความหลากหลายอย่างเป็นธรรมชาติ “พัฒนา” คือ การแก้ปัญหา การสร้างแรงบันดาลใจ การปรับปรุงและพัฒนา ด้วยวัฒนธรรมที่หลากหลาย ผู้บริหารและ HR ต้องมองการณ์ไกล มองไปถึงการเติบโตในอนาคตร่วมกัน หรือมองในภาพรวมที่ทั้งภูมิภาคมีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะเกิดผลกระทบหรือเปลี่ยนแปลงทั้งภูมิภาค และเกิดขึ้นได้ทั้งในด้านดีและไม่ดี แต่ผู้บริหารและ HR ต้องเปิดใจรับกับความแตกต่างและพร้อมรับกับความ

เปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น นอกจากนี้ก็ต้องทุ่มเทเวลาให้กับงานและสร้างความสัมพันธ์แบบข้ามชาติ เหมือนที่มีเครือข่ายในไทย

สำหรับการเตรียมบุคลากรเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนนั้น นอกจากบุคลากรและผู้บริหารต้องเข้าใจความในแตกต่างของชาติต่างๆ แล้ว บุคลากรต้องสามารถสื่อสารได้หลายภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และต้องมีความคล่องตัว เพื่อให้สามารถเคลื่อนย้ายไปยังประเทศอื่นในกลุ่มประเทศอาเซียนได้ รวมถึงบุคลากรต้องมีความสุขกายและใจที่แข็งแกร่งและพร้อมที่จะฝ่าฟันกับอุปสรรคทั้งปวงได้ ต้องมีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพของตนอย่างลึกซึ้ง มีความรู้ที่เป็นสากล มีความรู้ด้านเทคโนโลยี มีความเข้าใจในวัฒนธรรมและกฎกติกาของประเทศอื่นๆ หรือประเทศที่บุคลากรขององค์กรต้องเข้าไปประจำหรือติดต่อประสานงาน ทั้งนี้เพื่อทำให้การปฏิบัติลุล่วงไปด้วยดี รวมถึง ต้องไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ทำงาน

2.2.5 “คน” ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จขององค์กร (People Behind Organizational Capability)

เบื้องหลังความสำเร็จขององค์กร “คน” หรือ “บุคลากร” เป็นส่วนที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย การก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ก็เช่นเดียวกัน องค์กรจำเป็นต้องบริหารคนให้มีความพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น บริษัท ไอบีเอ็ม จำกัด เป็นตัวอย่างหนึ่งของการบริหารคนที่มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งองค์กรต่างๆ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับองค์กรของตนได้

บริษัท ไอบีเอ็ม จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจมาหลายด้าน ตั้งแต่การจัดจำหน่ายคอมพิวเตอร์ จนกระทั่งในได้หันมาทำธุรกิจด้านที่ปรึกษา สำหรับการทำงานของพนักงาน จะมีประมาณ 50% เท่านั้นที่เข้ามาทำงานที่สำนักงาน (Office) ซึ่งทำให้เป็นที่แปลกใจของคนทั่วไปว่า การที่พนักงานไม่ได้เข้าไปนั่งทำงานที่สำนักงานทุกวัน แต่ทำไมเมื่อได้สัมผัสหรือติดต่อประสานงานกับคนที่ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นคนของไอบีเอ็ม จึงรับรู้ได้ว่า นี่คือ “คนของไอบีเอ็ม”

จากคำถามข้างต้น ไอบีเอ็ม มาจาก “การสร้างวัฒนธรรมองค์กร” ที่ถ่ายทอดผ่านโปรแกรมในระบบไอที ซึ่งก่อนอื่นต้องทำให้พวกเขามีใจในการเป็น IBMer มีความรับผิดชอบในงาน คือ เมื่อสัญญาว่างานจะเสร็จเมื่อไหร่ ก็ต้องเสร็จเมื่อนั้น ในขณะที่เดียวกันวัฒนธรรมในองค์กรเต็มไปด้วยความเท่าเทียมกัน กล่าวคือ ไม่ว่าจะอายุเท่าไร เพศไหน มาจากที่ไหน ก็มีโอกาสนในการเติบโตและต้องได้รับเกียรติเท่ากัน ซึ่งแม้แต่ในใบสมัครของไอบีเอ็ม จะไม่ถามเพศ อายุ สถานะเชื้อชาติ สัญชาติ โสดหรือแต่งงานหรือหย่าร้าง ถ้าผู้ที่มีสมัครมีความสามารถมากพอ ก็รับเข้าทำงาน

การทำงานในองค์กร ไม่มีช่องว่างระหว่างตำแหน่ง เช่น คนที่ทำหน้าที่ขาย หรือ Salesman สามารถพูดคุยกับที่ปรึกษาของประธานบริษัทได้ ไม่ว่าจะอยู่ในประเทศใด หากทำงานและออนไลน์อยู่ ทุกคนสามารถพูดคุยกันได้ โดยไม่ต้องเกรงกลัวหรือหวั่นกลัวในความแตกต่าง

ของความระดับนี้อาจมีระดับตำแหน่ง นอกจากนี้ บรรยายการในการทำงานก็ไม่ถึงขีด หรือไม่มีกฎเกณฑ์ที่รัดกุมจนพนักงานอึดอัด เช่น ในเวลางาน (ประมาณบ่ายสามโมง) สามารถไปรับลูกที่โรงเรียนได้ แต่ด้วยพันธะสัญญาที่มีต่อองค์กรและความเป็นพนักงานขององค์กร งานที่ได้รับมอบหมายก็ต้องเสร็จตามที่เวลาที่พนักงานได้กำหนดไว้ด้วย

การที่พนักงานไม่จำเป็นต้องเข้ามาทำงานที่สำนักงาน ทั้งนี้ เป็นเพราะองค์กรเชื่อว่า ความมีประสิทธิภาพของพนักงานไม่ได้ขึ้นอยู่กับสถานที่ทำงาน ไม่ว่าพวกเขาทำงานอยู่ที่ไหน พวกเขาก็สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ที่ทำงานของพวกเขาจึงเป็นที่บ้านของพนักงานเอง หรือบริษัทของลูกก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นที่สำนักงานของบริษัท

จากความสำเร็จหรือความเป็น IBMer อาจกล่าวได้ว่า ทั้งหมดนั้นขึ้นอยู่กับ การสร้างวัฒนธรรมองค์กร และการถ่ายทอดหรือปลูกฝังความเป็น IBMer ให้กับพนักงานทุกคน ซึ่งส่งผลให้พนักงานทุกคนมีแนวทางในการดำเนินงาน มีความรับผิดชอบต่องาน ยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรม มองข้ามความแตกต่าง ทั้งทางเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา พื้นที่ และเพศ และหันมาร่วมกันขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าไปสู่ AEC นั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและรูปแบบหรือสไตล์การทำงานของไทยกับคนในชาติอื่นๆ โดยการเรียนรู้จะนำไปสู่การยอมรับในความแตกต่าง การปรับตัวเข้าหากัน รวมถึงนำเอาจุดแข็งของประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ มาเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรขององค์กรต่อไป ซึ่งนอกจากการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างของแต่ละประเทศแล้ว สิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ คือ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร โยให้สามารถสื่อสารได้หลายภาษา และมีทักษะความสามารถที่ทัดเทียมกับคนชาติอื่นๆ อีกทั้ง การจ่ายค่าตอบแทนต้องไม่มีความเหมาะสม หรือน้อยกว่าในประเทศอื่น ไมเช่นนั้นแล้ว อาจทำให้คนที่มีความสามารถย้ายไปทำงานในประเทศที่มีค่าตอบแทนที่สูงกว่าได้ นอกจากนี้ การสร้างบรรยากาศในการทำงานให้มีความเป็นกันเอง ไม่มีกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดจนทำให้บุคลากรรู้สึกอึดอัดมากเกินไป ก็ถือเป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะสาเหตุการลาออกของบุคลากรส่วนใหญ่ คือ บรรยากาศในการทำงานที่ไม่พึงปรารถนา ดังนั้น การสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เป็นกันเองและอบอุ่นจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ

2.3 ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ

อาเซียนก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกเพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันนำมาซึ่งเสถียรภาพทางการเมือง และความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยผู้นำอาเซียนได้เห็นพ้องต้องกันที่จะจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community :

AC) ที่ประกอบด้วย 3 เสาหลัก อันได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community – ASC) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community-AEC) ประชาคมสังคม-วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community – ASCC) และเร่งรัดกระบวนการสร้างประชาคมอาเซียนให้แล้วเสร็จภายในปี พ.ศ. 2558 ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจของอาเซียนเริ่มมีเป้าหมายชัดเจนที่จะนำไปสู่การรวมตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคอาเซียน นับตั้งแต่การประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 4 ณ ประเทศสิงคโปร์ เมื่อปี 2535 โดยได้มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ขึ้น และนับแต่นั้นมากิจกรรมของอาเซียนได้ขยายครอบคลุมไปสู่ทุกสาขาหลักทางเศรษฐกิจ รวมทั้งในด้านการค้าสินค้าและบริการ การลงทุน มาตรฐานอุตสาหกรรมและการเกษตร ทรัพย์สินทางปัญญา การขนส่ง พลังงาน และการเงิน การคลัง เป็นต้น ความร่วมมือทางเศรษฐกิจของอาเซียนที่สำคัญ มีดังนี้

1. เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area หรือ AFTA) ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน หรือ AFTA เป็นข้อตกลงทางการค้าสำหรับสินค้าที่ผลิตภายในประเทศสมาชิกอาเซียนทั้งหมด ทำขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2535 มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในฐานะที่เป็นการผลิตที่สำคัญในการป้อนสินค้าสู่ตลาดโลก โดยอาศัยการเปิดเสรีด้านการค้า การลดภาษี และยกเลิกอุปสรรคข้อกีดขวางทางการค้าที่มีใช้อยู่ เช่น การจำกัดโควตานำเข้า รวมทั้งการปรับเปลี่ยนโครงสร้างภาษีศุลกากรเพื่อเอื้ออำนวยต่อการค้าเสรี โดยข้อตกลงนี้จะครอบคลุมสินค้าทุกชนิด ยกเว้นสินค้าที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง ศิลธรรม ชีวิต และศีลปะ อย่างไรก็ตาม ประเทศสมาชิกต้องให้สิทธิประโยชน์ทางศุลกากรแก่กันแบบต่างตอบแทน หมายความว่า การที่ได้สิทธิประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่นสำหรับสินค้าชนิดใด ประเทศสมาชิกนั้นต้องประกาศลดภาษีสำหรับสินค้าชนิดเดียวกัน

2. เขตการลงทุนอาเซียน (ASEAN Investment Area หรือ AIA) ที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 5 เมื่อเดือนธันวาคม 2538 ที่กรุงเทพฯ ได้เห็นชอบให้จัดตั้งเขตการลงทุนอาเซียนเพื่อเสริมสร้างอาเซียนให้เป็นเขตการลงทุนเสรีที่มีศักยภาพ โปร่งใส เพื่อดึงดูดนักลงทุนทั้งจากภายในและภายนอกภูมิภาค ความตกลงนี้จะครอบคลุมการลงทุนในอุตสาหกรรม 5 สาขา คือ สาขาอุตสาหกรรมการผลิต เกษตร ประมง ป่าไม้ และเหมืองแร่ และภาคบริการที่เกี่ยวข้องกับ 5 สาขา การผลิตดังกล่าวยกเว้นการลงทุนด้านหลักทรัพย์และการลงทุนในด้านซึ่งครอบคลุมโดยความตกลงอาเซียนอื่น ๆ เขตการลงทุนอาเซียน กำหนดให้ประเทศสมาชิกดำเนินการเปิดอุตสาหกรรมและให้การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติแก่นักลงทุนอาเซียนและนักลงทุนนอกอาเซียน โดยกำหนดเป้าหมายจะเปิดเสรีด้านการลงทุนแก่นักลงทุนอาเซียนภายในปี 2553 และนักลงทุนนอกอาเซียนภายในปี 2563 การดำเนินการเพื่อจัดตั้งเขตการลงทุนอาเซียนประกอบด้วยโครงการความร่วมมือ 3 โครงการ คือ -

โครงการความร่วมมือและการอำนวยความสะดวก (Co-operation and Facilitation Programme) -
โครงการส่งเสริมและสร้างความเข้าใจ (Promotion and Awareness Programme) - การเปิดเสรี
(Liberalisation Programme)

3. ความริเริ่มเพื่อการรวมตัวของอาเซียน (Initiative for ASEAN Integration หรือ IAI)
อาเซียนได้ดำเนินการเพื่อเร่งรัดการรวมตัวของประเทศสมาชิกอาเซียน โดยจัดทำ "ความริเริ่มเพื่อ
การรวมตัวของอาเซียน" (Initiative for ASEAN Integration) เพื่อลดช่องว่างด้านการพัฒนาระหว่าง
ประเทศสมาชิกเก่า (ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ บรูไน อินโดนีเซีย) กับสมาชิกใหม่ของ
อาเซียน (พม่า ลาว กัมพูชา และเวียดนาม) โดยให้ประเทศสมาชิกเก่าร่วมกันจัดทำโครงการให้
ความช่วยเหลือแก่ประเทศใหม่ ครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาทรัพยากร
มนุษย์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การรวมตัวทางเศรษฐกิจ เพื่อที่จะช่วยการพัฒนากรอบ
กฎระเบียบและนโยบาย รวมทั้งช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถของประเทศ CLMV ในการลด
ปัญหาความยากจน ยกระดับความเป็นอยู่ของประชากร พัฒนาระบบข้าราชการ และเตรียมความ
พร้อมต่อการแข่งขันบนเวทีโลก

4. ความร่วมมือด้านอุตสาหกรรม (ASEAN Industrial Cooperation Scheme หรือ AICO)
โครงการความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมของอาเซียน หรือ AICO มุ่งส่งเสริมการลงทุนใน
อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีเป็นฐานการผลิต โดยยึดหลักของการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การแบ่ง
ส่วนการผลิตตามความสามารถและความถนัด ตลอดจนส่งเสริมการลงทุนและการถ่ายทอด
เทคโนโลยีจากทั้งประเทศสมาชิกและประเทศนอกกลุ่มโดยใช้มาตรการทางภาษี และสิทธิพิเศษ
อื่นๆ ที่มีใช้ภาษีเป็นสิ่งจูงใจ โดยมีเงื่อนไขดังนี้

4.1 จะต้องมีการรวมตัวกันอย่างน้อย 2 ประเทศ

4.2 มีบริษัทเข้าร่วมอย่างน้อย 1 บริษัทในแต่ละประเทศ

4.3 สินค้าที่ผลิตได้ขั้นสุดท้าย (AICO Final Product) จะได้รับการยอมรับเสมือน
สินค้าที่ผลิตได้ในประเทศและจะไม่ถูกจำกัดด้วยระบบโควต้าหรือมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้
ภาษี

4.4 บริษัทที่จะขอรับสิทธิประโยชน์จาก AICO จะต้องมีส่วนการถือหุ้นของคน
ชาติอาเซียนอย่างน้อยร้อยละ 30

4.5 ได้รับการลดภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0-5

5. กรอบความตกลงด้านการค้าบริการ (ASEAN Framework Agreement on Services
หรือ AFAS) ในที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 5 เดือนธันวาคม 2538 ที่กรุงเทพฯ รัฐมนตรี
เศรษฐกิจ ของประเทศสมาชิกอาเซียนได้ลงนามในกรอบความตกลงว่าด้วยการค้าบริการของ

อาเซียน หรือ AFAS) ซึ่งกำหนดให้เจรจาเปิดเสรีการค้าบริการ โดยจัดทำข้อผูกพันในด้านการเปิดตลาด (market access) การให้การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (National Treatment) และด้านอื่นๆ (additional commitments) การเจรจาเสรีการค้าบริการในช่วงปี 2539-2544 มุ่งเน้นการเปิดเสรีใน 7 สาขาบริการ คือ สาขาการเงิน การขนส่งทางทะเล การขนส่งทางอากาศ การสื่อสาร โทรคมนาคม การท่องเที่ยว การก่อสร้าง และสาขาบริการธุรกิจ ต่อมาในช่วงปี 2545-2549 ได้มีการขยายขอบเขตการเจรจาเปิดเสรีรวมทุกสาขา นอกจากนี้ สมาชิกอาเซียนยังต้องเร่งรัดเปิดตลาดในสาขาบริการที่เป็นสาขาสำคัญ 5 สาขา ได้แก่ สาขาโทรคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาสุขภาพ สาขาการท่องเที่ยว สาขาการบิน และสาขาบริการโลจิสติกส์ ทั้งนี้เพื่อให้อาเซียนมีความพร้อมในการก้าวไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ต่อไป

6. ความร่วมมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและอิเล็กทรอนิกส์ (e-ASEAN Framework Agreement) ในการประชุมสุดยอดอาเซียนอย่างไม่เป็นทางการ ครั้งที่ 4 ระหว่างวันที่ 24-25 พฤศจิกายน 2543 ที่ประเทศสิงคโปร์ ผู้นำของอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ ร่วมกันลงนามในกรอบความตกลงด้านอิเล็กทรอนิกส์ของอาเซียน (e-ASEAN Framework Agreement) ซึ่งเป็นข้อตกลงที่กำหนดแนวทางเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสาร (Information Technology and Communication-ICT) เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสาร ในภูมิภาคให้สอดคล้องกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีมาตรการที่ครอบคลุมด้านต่าง ๆ 5 ด้าน คือ

6.1 การพัฒนาเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของอาเซียน (ASEAN Information Infrastructure) ให้สามารถติดต่อถึงกันได้อย่างทั่วถึงกันและด้วยความเร็วสูง และพัฒนาความร่วมมือไปสู่การจัดตั้งห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Libraries) และแหล่งรวมข้อมูลท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ (Tourism Portals) รวมถึงการจัดตั้งศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Internet Exchanges) และการให้บริการเชื่อมต่อสัญญาณเครือข่ายข้อมูลอินเทอร์เน็ต (Internet Gateways)

6.2 การอำนวยความสะดวกด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) โดยการออกกฎหมายและระเบียบด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สอดคล้องกับมาตรฐานระหว่างประเทศ และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและพัฒนาวัฒนธรรมในการทำธุรกิจโดยใช้อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การยอมรับลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งกันและกัน การชำระเงินโดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น

6.3 ส่งเสริม และเปิดเสรีด้านการค้าสินค้า บริการ และการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) โดยประเทศสมาชิกอาเซียนจะยกเลิกภาษีและอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภาษีสำหรับสินค้า ICT เช่น เครื่องประมวลผลอัตโนมัติ เครื่องโทรสาร เครื่องบันทึกเสียงสำหรับโทรศัพท์ ไดโอดและทรานซิสเตอร์ แผงวงจรไฟฟ้า ฯลฯ ภายในปี 2548 สำหรับประเทศสมาชิกอาเซียนดั้งเดิม 6 ประเทศ และภายในปี 2553 สำหรับประเทศสมาชิกใหม่ คือ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม

6.4 สร้างสังคมอิเล็กทรอนิกส์ (e-Society) เสริมสร้างความสามารถและพัฒนาอิเล็กทรอนิกส์เพื่อประโยชน์ต่อสังคม ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถด้าน IT ของบุคลากรในอาเซียน ลดความเหลื่อมล้ำด้าน IT ภายในประเทศและระหว่างประเทศสมาชิก อำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายแรงงานด้าน IT อย่างเสรี และส่งเสริมการใช้ IT

6.5 สร้างรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-Government) ส่งเสริมให้มีการใช้ ICT ในการบริการของภาครัฐให้มากขึ้น เช่น การจัดซื้อจัดจ้างโดยรัฐ การอำนวยความสะดวกในเรื่องข้อมูลข่าวสารการให้บริการของภาครัฐผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การเสียภาษี การจดทะเบียนการค้า พิธีการศุลกากร เป็นต้น

7. ความร่วมมือด้านการเงินการคลัง (Financial Cooperation)

7.1 อาเซียนได้จัดตั้งระบบระวังภัยอาเซียน (ASEAN Surveillance Process) ขึ้นเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2541 เพื่อสอดส่องดูแลสถานะเศรษฐกิจและการเคลื่อนย้ายเงินทุนในภูมิภาค โดยให้มีการหารือและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในประเทศสมาชิกในภูมิภาคและในโลกโดยธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) ได้สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือทางวิชาการและเงินทุนโดยการจัดการฝึกอบรมด้านเทคนิคแก่เจ้าหน้าที่ประเทศสมาชิก และในการจัดตั้ง ASEAN Surveillance Technical Support Unit ในสำนักงานเลขาธิการอาเซียนเพื่อสนับสนุนระบบดังกล่าว

7.2 การเสริมสร้างกลไกสนับสนุนและเกื้อกูลระหว่างกันในภูมิภาคเอเชียตะวันออก (Enhancing self-help and support mechanism in East Asia) โดยได้กำหนดแนวทางการร่วมมือกับ จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ที่สำคัญ ได้แก่ จัดทำความตกลงทวิภาคีด้านการแลกเปลี่ยนการซื้อ-ขายคืนเงินตราหรือหลักทรัพย์ต่างประเทศ หรือเกี่ยวกับการจัดตั้งระบบเตือนภัยในภูมิภาค และการแลกเปลี่ยนการหารือเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในภูมิภาค

7.3 ความริเริ่มเชียงใหม่ (Chiang Mai Initiative) ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2543 เป็นการปรับปรุงความตกลงแลกเปลี่ยนเงินตราอาเซียน (ASEAN Swap Arrangement – ASA) ในด้านโครงสร้าง รูปแบบและวงเงิน และให้เสริมด้วยเครือข่ายความตกลง

ทวิภาคีระหว่างประเทศอาเซียนกับจีน ญี่ปุ่นและสาธารณรัฐเกาหลี (Bilateral Swap Arrangement-BSA) โดยได้ขยายให้ ASA รวมประเทศอาเซียนทั้ง 10 ประเทศแล้ว

8. ความร่วมมือด้านการเกษตรและป่าไม้ของอาเซียน และอาเซียน +3 ครอบคลุมความร่วมมือในด้านประมง ป่าไม้ ปศุสัตว์ พืช และอาหาร เพื่อส่งเสริมความมั่นคงทางด้านอาหารและความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในด้านอาหารการเกษตรและผลผลิตป่าไม้ โครงการความร่วมมือระหว่างอาเซียนและประเทศอาเซียน+3 (จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้) ภายใต้สาขาต่างๆ ดังนี้

8.1 การจัดความยากจนและสร้างความมั่นคงด้านอาหารในภูมิภาคเอเชีย

8.2 การวิจัยและพัฒนาด้านอาหาร การเกษตร ประมง และป่าไม้

8.3 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านอาหาร การเกษตร ประมง และป่าไม้

8.4 การประสานงานและร่วมมือในระดับโลกและระดับภูมิภาคในประเด็นด้านอาหาร การเกษตร ประมง และป่าไม้

8.5 การสร้างเครือข่ายข้อมูลด้านการเกษตร

8.6 การอำนวยความสะดวกด้านการค้า

9. ความร่วมมือด้านการขนส่ง

9.1 โครงการพัฒนาทางหลวงอาเซียน (ASEAN Highway Network Project) ลักษณะของโครงข่ายทางหลวงอาเซียน คือ มีทางหลวงครอบคลุม 23 สาย ทั่วทั้งภูมิภาคอาเซียน และจัดทำมาตรฐานทางหลวงอาเซียน (ป้ายจราจร สัญญาณ และระบบหมายเลข) ให้เป็นแบบเดียวกันโดยกำหนดมาตรฐานทางหลวงอาเซียน เป็น 4 ระดับ ได้แก่ - ชั้นพิเศษ-ทางด่วน ที่ควบคุมทางเข้า-ออก สมบูรณ์แบบ - ชั้นที่ 1 ทางหลวง 4 ช่องจราจร - ชั้นที่ 2 ทางหลวงลาดยาง 2 ช่องจราจร ผิวทางกว้าง 7 เมตร - ชั้นที่ 3 ทางหลวงลาดยาง 2 ช่องจราจร ผิวทางกว้าง 6 เมตร

9.2 กรอบความตกลงอาเซียนว่าด้วยการอำนวยความสะดวก ในการขนส่งสินค้าผ่านแดน (ASEAN Framework Agreement on the Facilitation of Goods in Transit) มีวัตถุประสงค์ที่จะให้ประเทศสมาชิกอาเซียนอนุญาตให้รถยนต์ขนส่งที่จดทะเบียนในประเทศสมาชิกหนึ่งสามารถขนส่งสินค้าผ่านแดนไปยังอีกประเทศหนึ่งได้

9.3 ความตกลงหลายฝ่ายและพิธีสารว่าด้วยการเปิดเสรีบริการขนส่งเฉพาะสินค้าของอาเซียน (Multilateral Agreement on the Full Liberalization of All Cargo Air Services) มีวัตถุประสงค์ที่จะส่งเสริมการขนส่งสินค้าในอาเซียนด้วยกัน โดยเปิดเสรีเที่ยวบินขนส่งเฉพาะสินค้าระหว่างประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยไม่มีข้อจำกัดทั้งในเรื่องของจำนวนความถี่ความถี่ของบริการเส้นทางบินและสิทธิรับขนการจราจร ซึ่งจะทำให้การขนถ่ายสินค้าระหว่าง

ประเทศในอาเซียนเป็นไปได้อย่างสะดวก อันจะส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจโดยรวมในภูมิภาคสามารถเจริญเติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

9.4 ความตกลงหลายฝ่ายและพิธีสารว่าด้วยการเปิดเสรีบริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศของอาเซียน (Multilateral Agreement on the Liberalization of Passenger Air Services) การจัดทำความตกลงหลายฝ่ายว่าด้วยการเปิดเสรีการบินในส่วนของการเที่ยวบินขนส่งโดยสาร เป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการส่งออกสินค้าของไทยและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้มีการเปิดเสรีการบิน และส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคนี้ด้วย

10. ความร่วมมือด้านพลังงานในอาเซียน (ASEAN Energy Cooperation) มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนในการจัดหาพลังงาน การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ในภูมิภาคอาเซียน และการจัดการด้านความต้องการพลังงานอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อม และการช่วยเหลือกันในการแบ่งปันปิโตรเลียมในภาวะฉุกเฉิน โครงสร้างความร่วมมือด้านพลังงาน ประกอบด้วย การประชุมระดับรัฐมนตรีอาเซียนคณะทำงาน และคณะกรรมการ ใน 5 สาขา ได้แก่

10.1 คณะทำงานด้านถ่านหิน

10.2 คณะทำงานด้านประสิทธิภาพพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน

10.3 คณะทำงานด้านพลังงานใหม่และพลังงาน

10.4 คณะกรรมการด้านปิโตรเลียม ซึ่งประกอบด้วยบริษัทน้ำมันแห่งชาติของประเทศสมาชิกอาเซียน

10.5 คณะกรรมการด้านการไฟฟ้า ซึ่งประกอบด้วยผู้ว่าการการไฟฟ้าของแต่ละประเทศการดำเนินการระยะแรกของโครงการเครือข่ายด้านพลังงานอาเซียนครอบคลุม 2 โครงการหลัก คือ โครงการเชื่อมโยงระบบสายส่งไฟฟ้าอาเซียน และโครงการท่อส่งก๊าซธรรมชาติอาเซียน

11. ความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในกรอบอาเซียนและอาเซียน + 3 ที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 8 ที่กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2545 ได้ลงนามในความตกลงด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Agreement) เพื่อส่งเสริมให้อาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว โดยเน้นความร่วมมือใน 7 ด้าน คือ การอำนวยความสะดวกการเดินทางในอาเซียนและระหว่างประเทศ การอำนวยความสะดวกด้านขนส่งการขยายตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ความปลอดภัยและความมั่นคงของการท่องเที่ยว การตลาดและการส่งเสริมร่วมกัน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ อาเซียนจัดการประชุมด้านการท่องเที่ยว (ASEAN Tourism Forum หรือ ATF)

เป็นประจำทุกปีในเดือนมกราคม โดยหมุนเวียนจัดในประเทศสมาชิก นับเป็นการประชุมด้านการท่องเที่ยวที่ยิ่งใหญ่และประสบความสำเร็จมากที่สุดในโลก โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน โรงแรม รีสอร์ท สายการบิน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงนักเขียนด้านการท่องเที่ยวมีโอกาสทำความรู้จักและเจรจาธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และอาเซียนยังได้ริเริ่มความร่วมมือในการจัดทำความตกลงการตรวจลงตราเพียงครั้งเดียว (Single Visa) แต่ใช้เดินทางได้หลายประเทศโดยนำร่องโดยไทยและกัมพูชา นอกจากนี้ ความตกลงด้านการท่องเที่ยวยังได้ขยายไปยังประเทศอาเซียน+3 เกาหลี จีน ญี่ปุ่น โดยมีความร่วมมือระหว่างองค์การท่องเที่ยวของไทยกับของเกาหลีเพื่อพัฒนาศักยภาพของมัลคูลุเทศก์ไทย และให้ประเทศ+3 เสนอแนวทางการร่วมมือกับประเทศสมาชิกอาเซียนที่ชัดเจนเพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกัน

2.4 แนวคิดการท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ความหมายวัฒนธรรม

1.1 วัฒนธรรม

ความหมาย มีผู้ให้ความหมายของวัฒนธรรมหลากหลายทัศนะ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ(2535) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรม คือ ผลรวมของ ทุกสิ่งซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้น ๆ ได้ทำไว้หรือได้สั่งสมมาจนถึงบัดนี้วัฒนธรรม คือ ผลงานสร้างสรรค์ทางศิลปะ และพุทธปัญญาทุกแขนง และวัฒนธรรม คือ สิ่งที่ดีมีค่าแสดงรสนิยม 15 ของผู้ดีหรือชนชั้นสูงที่มีการศึกษาและฐานะดีวัฒนธรรมเป็นวิธีการดำเนินชีวิตของสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติและการแสดงออก ซึ่งความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดในสถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจ และซาบซึ้งร่วมกัน มนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อประโยชน์แห่ง การดำรงชีวิต และการสืบทอดเผ่าพันธุ์ ในเมื่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นเรื่องที่กว้างใหญ่ และมีแง่มุมต่างๆ วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตของคนในชุมชน และในสังคมโดยส่วนรวม ซึ่งรวมถึงสังคม วัฒนธรรมและศิลปวัฒนธรรม วัฒนธรรมมิใช่เป็นนามธรรม และรูปธรรม ที่หยุดนิ่ง แต่เปลี่ยนแปลงมีพลวัตตลอดเวลาโดยวัฒนธรรมมุ่งความอยู่ดีมีสุข ของคน และสังคม โดยส่วนรวม วัฒนธรรม จึงต้องเชื่อมโยงระหว่างสภาพในอดีตสู่ปัจจุบัน และสู่อนาคต ต้องเชื่อมโยงระหว่างคนในสังคม ซึ่งมีวัยต่างกัน ต้องเชื่อมโยงระหว่างสภาพตนเองต่อครอบครัว ชุมชน สังคม และสภาพรอบโลกต้องเชื่อมโยงระหว่างความรู้ด้านต่างๆ ทั้งมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์และต้องเชื่อมโยงระหว่างคนกับธรรมชาติ วัฒนธรรมจะพัฒนา งามออกมาได้ต้องอาศัยความเชื่อมโยงและความเข้าใจในความหลากหลาย ความแตกต่างและจุดร่วม ของวัฒนธรรมท้องถิ่นวัฒนธรรมของชาติและวัฒนธรรมของโลก ซึ่งมีวิวัฒนาการและมีความ เปลี่ยนแปลงมีพลวัตที่ไม่หยุดนิ่ง การ

ประสาน เชื่อมโยงและถักทอวิถีชีวิตของคน และชุมชน ต่างๆ รอบโลกและกับธรรมชาติเท่านั้น ที่จะทำให้การพัฒนายั่งยืนได้ (สิปปนนท์ เกตุทัต, 2542) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2530) ก็ได้นิยาม ความหมายของวัฒนธรรมไว้เป็น 4 นัยดังนี้

- 1) สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ
- 2) วิถีชีวิตของหมู่คณะ
- 3) ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว

ก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน

4) พฤติกรรม และสิ่งที่คนในหมู่ผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกัน และกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่พวกของตนพระธรรมปิฎก (ประยุทธ์ ปยุตโต, 2538) เมื่อคราวแสดงปาฐกถา พิเศษ 100 ปีพระยานุমানราชชน เรื่อง “วัฒนธรรมกับการพัฒนา” ก็ได้อธิบายความหมายของ วัฒนธรรมไว้เป็นหลายนัยอย่างน่าพิจารณา ดังนี้วัฒนธรรม เป็นผลรวมของการสั่งสมสั่ง สร้างสรรค์และภูมิธรรม ภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาของสังคมนั้น ๆ วัฒนธรรมเป็นการสั่งสม ประสบการณ์ ความรู้ความสามารถ ภูมิธรรม ภูมิปัญญาทั้งหมดที่ได้ช่วยให้มนุษย์ในสังคมนั้น ๆ อยู่รอดและเจริญสืบต่อมาได้และเป็นอยู่อย่างที่เป็นในบัดนี้ วัฒนธรรม คือ ผลรวมของทุกสิ่ง ซึ่งเป็นความเจริญงอกงามที่สังคมนั้นๆ ได้ทำไว้หรือได้สั่งสมมาจนถึงบัดนี้ วัฒนธรรม เป็นทั้งสิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามสืบมา และเป็นเนื้อตัวของความเจริญงอกงามที่มีอยู่ ซึ่งจะเป็พื้นฐานของความเจริญงอกงามต่อไปตลอดจนเป็นเครื่องวัดระดับความเจริญงอกงามของสังคม นั้น ๆ จากความหมายของวัฒนธรรมที่กล่าวมาสรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง สรรพสิ่งทุกอย่างที่ เกี่ยวข้องกับ วิถีชีวิตของมนุษย์ ทั้งในส่วนที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุที่เกิดขึ้น ในคนรุ่นหนึ่งแล้ว ถ่ายทอดไปยังอีกรุ่นหนึ่ง โดยอาจมีการปรับเปลี่ยน และพัฒนาไปตามยุคสมัยให้สอดคล้อง กับวิถีชีวิต และบริบทของสังคมของกลุ่มชนนั้น ๆ ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของชีวิต ซึ่งต้องดำเนินไป ตามทฤษฎีนิเวศทางวัฒนธรรม และโครงสร้างหน้าที่นั่นเอง ความสำคัญ ชาติไทยเป็นชาติที่มีมรดกทางวัฒนธรรมอันแสดงถึงเอกลักษณ์ของชาติหลาย ประการที่ตกทอดจนถึงปัจจุบัน เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงศักดิ์ศรีของชาติเป็นเครื่องมือ ที่ช่วยในการพัฒนาจิตใจ เศรษฐกิจ และสังคม อันจะเป็นผลให้เกิดการพัฒนา และความมั่นคง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศชาติ ฉะนั้น วัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องที่ทุกคน ในชาติควรได้ร่วมมือกันทำนุบำรุงรักษา ส่งเสริม และเผยแพร่ให้ดำเนินไปอย่างได้ผลและมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2513) เพื่อให้วัฒนธรรมของชาติได้คงอยู่สืบไปอีกนานเท่านาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระราชทานพระบรมราโชวาทไว้ว่า “งานด้านการศึกษา ศิลปะและวัฒนธรรมนั้น เป็นงานสร้างสรรค์ความเจริญทางปัญญา และทางจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุและองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของความเจริญด้านอื่นทั้งหมด และเป็น

ปัจจัยที่จะช่วยให้เรารักษา และดำรงความเป็นไทยไว้ได้สืบไป” (กรมศิลปากร, 2513) ในแนวทางในการศึกษาส่งเสริม และพัฒนาวัฒนธรรม พ.ศ. 2539 ตามนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมไว้ 3 ลักษณะ คือ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2529)

1) วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐาน และเครื่องมือ สำหรับสร้างเสริมความสามัคคี กลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำ ให้คนประพฤติดี ปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกันบนผืนแผ่นดินเดียวกัน ทั้งในยามสุข และยามทุกข์

2) วัฒนธรรมเป็นกรอบ และเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลัก ในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของสังคม ซึ่งอาจจะช่วยป้องกัน และแก้ไขปัญหา ตลอดจนตอบสนองความต้องการของสมาชิกและของ สังคมได้

3) วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์เป็นลักษณะเด่นประจำชาติหรือประจำหมู่คณะ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้บังเกิดความรักสามัคคีกัน และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะและสร้างไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

ขอบข่ายของวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลสมัยเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบอันสำคัญ ในการทำให้สมาชิกในสังคมอยู่ร่วมกันเป็นปึกแผ่น สร้างสรรค์ให้เจริญก้าวหน้า ด้วยเหตุนี้ เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นฐานอัน สำคัญในการพัฒนาประเทศโดยแยกเป็นอนุภาคต่างๆ ประกอบด้วย

- 1) วัฒนธรรมประเพณีเผ่าพันธุ์และการดำรงชีวิต
- 2) วัฒนธรรมประเพณีภาษา และวรรณกรรม
- 3) วัฒนธรรมประเพณีศาสนา จริยธรรมคุณธรรม
- 4) วัฒนธรรมประเพณีสุนทรียศาสตร์ศิลปะและกีฬาการละเล่นของไทย
- 5) วัฒนธรรมประเพณีครอบครัวเศรษฐกิจและการเมือง

โดยวัฒนธรรมประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1) องค์กรวัตถุ (Instrumental and Symbolic Objects) คือ วัฒนธรรมวัตถุที่ สามารถสัมผัส จับ ต้องได้และมีรูปร่าง เช่น เครื่องมือ เครื่องใช้ โรงเรียน โรงงาน ภาพเขียน เครื่องจักรสถานมหรสพ สนามกีฬา โบสถ์วิหาร หอดูดาว และส่วนที่ไม่มีรูปร่าง เช่น ภาษา สัญลักษณ์ในการติดต่อสื่อความหมาย หลักวิชาคำนวณ (ตัวเลข) มาตรา ชั่ง ตวงวัด

2) องค์กรการ (Association or Organization) หมายถึง กลุ่มที่มีการจัดเป็น ระเบียบหรือมีโครงสร้างอย่างเป็นทางการ มีการวางกฎเกณฑ์มีระเบียบข้อบังคับและวัตถุประสงค์ ไว้อย่าง

แน่นอนเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญ ที่สุดในสังคมที่ซับซ้อน เช่น ครอบครัว (กลุ่มเล็กที่สุด) สหพันธกรรม การลูกเสือ สภากาชาด วัด สหประชาชาติ ฯลฯ

3) องค์พิธีการ (Usage) เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยอมรับกันโดยทั่วไป เช่น พิธีกรรมต่างๆ ตั้งแต่เรื่องการเกิด หมั้น แต่งงาน บวชนาค ตาย ปลูกบ้าน ขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ซึ่งศาสนาก็มีอิทธิพลอยู่บ้างไม่มากนักน้อย รวมตลอดถึงพิธีกรรมแต่งกายและรับประทานอาหาร

4) องค์คติ (Concepts) หมายถึง ความเข้าใจความเชื่อความคิดเห็นอุดมการณ์ ต่างๆ เช่น ความเชื่อกรรมเป็นเครื่องชี้เจตนา ความเชื่อในเรื่องการมีผัวเดียวเมียเดียว (Monogamy) ความเชื่อในเรื่องตายแล้วเกิดใหม่ ความเชื่อในเรื่องพระเจ้าองค์เดียว (Monotheism) หรือหลายองค์ (Polytheism) ตลอดจนอุดมการณ์ ทศนคติ การยอมรับว่าสิ่งใดถูกหรือผิด สมควรหรือไม่ ซึ่งแล้วแต่กลุ่มชนใดจะใช้มาตรฐานในการตัดสิน หรือเป็นเครื่องวัดในสภาพแวดล้อมของตน (นิคม มูลิกะคามะ, 2545) ทุกสังคมต้องมีวัฒนธรรม และวัฒนธรรมของแต่ละสังคมย่อมมีลักษณะ เฉพาะที่แสดงออกให้ปรากฏจนทำให้บางท่านใช้ขอบเขตของวัฒนธรรมเป็นเครื่องแบ่งอาณาเขตประเทศชาติได้ลักษณะของวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วย (ณรงค์ เล็งประชา, 2538)

1) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสิ่งช่วยในการดำเนินชีวิต ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นล้วนเป็นวัฒนธรรม

2) วัฒนธรรม เป็นผลรวมหลายสิ่งหลายอย่าง (Integrative) เช่น ความรู้ความเชื่อวิถีในการดำเนินชีวิต สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ

3) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมมิใช่เกิดขึ้นเอง โดยปราศจากการเรียนรู้มาก่อน และลักษณะข้อนี้เองที่ทำให้มนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์ กล่าวคือ พฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์เกิดจากการเร้าของสัญชาตญาณ (Instinct) ส่วนมนุษย์นั้นมีสมองอันทรงคุณภาพจึงสามารถรู้จักคิดถ่ายทอดและเรียนรู้ กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้น จากการที่มีการติดต่อกับบุคคลอื่นในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นลักษณะ ที่สำคัญยิ่งของวัฒนธรรม

4) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นมรดกของสังคมเป็นผลของการถ่ายทอด และการเรียนรู้ และเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการดังกล่าวก็คือการสื่อสาร โดยสัญลักษณ์ (Symbolic Communication) ได้แก่การที่มนุษย์มีภาษาใช้ที่แน่นอน ซึ่งมีส่วนช่วยให้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นก่อนๆ มา เน้นสืบเนื่องกันมามิขาดสาย ดังนั้นวัฒนธรรมจึงมีลักษณะเป็น “มรดกแห่งสังคม” (Social Heritage)

5) วัฒนธรรมมีลักษณะเป็น Super Organic หมายถึง สิ่งที่เป็นปรากฏการณ์อย่างเดียวกันในทางกายภาพหรือทางชีวภาพนั้นอาจเป็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกัน ไปในแง่ของ

วัฒนธรรม กล่าวคือของสิ่งหนึ่งอาจนำมาใช้ในความหมายที่ต่างกันออกไปในแต่ละสังคมต่างๆ ที่ก็คือสิ่งเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ลิ่น เป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของทุกคนชาวทิเบตนำมาใช้แสดงออกซึ่ง ความเคารพนับถือด้วยการแลบลิ้น ส่วนชาวไทยกลับถือเป็นการแสดงที่ไม่สุภาพ เป็นต้น

6) วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต (Way of Life) หรือแบบแผนการดำรงชีวิต (Design for Living) ของมนุษย์ (พิทยา สายหู, 2514) ได้กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกเรียนรู้การถ่ายทอดไปด้วยการสั่งสอนทั้งทางตรง และทางอ้อม

7) เป็นผลจากการช่วยกันสร้างสรรค์ของมนุษย์และได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสิ่งใดที่ไม่ดีหรือล้าสมัยก็เลิกใช้ไป สิ่งใดที่ดีก็ยังคงเอาไว้ใช้ต่อไป เช่น การเพาะปลูกเดิมใช้แรงสัตว์ต่อมาเห็นว่าเป็นวิธีที่ล่าช้า และล้าสมัยจึงประดิษฐ์หรือซื้อเครื่องมือเครื่องจักรมาใช้ในการเพาะปลูกทำให้ผลผลิตมากขึ้น

8) วัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลง (Change) และมีการปรับตัว (Adaptive) ได้

9) วัฒนธรรมมิใช่เป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่เป็นของส่วนรวมสิ่งที่จะถือว่าเป็นวัฒนธรรมได้จะต้องเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับถือปฏิบัติมิใช่เฉพาะคนใดคนหนึ่งยอมรับถือปฏิบัติเท่านั้น ประเภทของวัฒนธรรม (สุพัตรา สุภาพ , 2536) ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

1) วัฒนธรรมวัตถุ (Material Culture) ซึ่งได้แก่ สิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยีต่างๆ เช่น ตู้เย็น หม้อหุงข้าว แก้วน้ำ มีด โต๊ะ รถ เครื่องบิน โทรศัพท์โทรทัศน์จรวด บ้าน วัดหอประชุม เป็นต้น

2) วัฒนธรรมไม่เกี่ยวกับวัตถุ (Non Material Culture) หมายถึงอุดมการณ์ค่านิยม แนวคิด ในเรื่องการแข่งขันอย่างมีเหตุผล ประเพณีการปฏิบัติสืบต่อกันมาและเป็นที่ยอมรับกันในชนกลุ่ม ของคนว่าดีงาม เหมาะสม เช่น ศาสนาความเชื่อความสนใจ ทักษะความรู้ความสามารถ ซึ่งเป็น นามธรรม (Abstract) ที่มองเห็นไม่ได้

1.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยว เพื่อศึกษา และเรียนรู้ถึงวิถีทางการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ศิลปะและเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ทั้งที่มีมานานแล้ว และที่จัดขึ้นเป็นการเฉพาะหรือเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้วัฒนธรรมเป็นวัตถุประสงค์ หรือใช้วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ไว้ว่า เป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยว ที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและวิถีชีวิต ผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทาง

วัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อ การเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมาตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่างๆ ในโลกที่มี ความเกี่ยวโยงพึ่งพา ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ Suger (Suger. n.d. : unpagged) ชี้ให้เห็นว่า ส่วนประกอบทางวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในเชิงของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์งานหัตถกรรม กิจกรรมทางประเพณี ภาษา อาหาร ศิลปะ ดนตรีศาสนา สถาปัตยกรรมการศึกษา ลักษณะการแต่งกาย เทคโนโลยีของชุมชนท้องถิ่น และกิจกรรมยามว่าง

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัสการชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงาม ทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะสถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์รูปแบบวิถีชีวิตภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญกระตุ้น ให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น

การสัมผัสโดยตรงระหว่างนักท่องเที่ยวกับ กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ มีระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างน้อย 2 ประเภท (จริญญา เจริญสดใส, 2544) คือ

1) ท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างเต็มรูปแบบโดย นักท่องเที่ยว ไปพำนักอาศัยอยู่กับกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ เป็นระยะเวลาหนึ่ง และใช้ชีวิตเหมือนชนพื้นเมืองอาทิ การท่องเที่ยวพักค้างแรมแบบโฮมสเตย์

2) การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นแบบมีการจัดการโดย นักทัศนอาจรไปทัศนศึกษาเยี่ยมชมกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งๆ ในช่วงเวลาสั้นๆ ไม่พักค้างโดยพยายาม เรียนรู้เข้าใจวัฒนธรรมของชนเผ่าชนนั้น และแต่ไม่ได้ลองใช้ชีวิตในรูปแบบเดียวกับ ชนพื้นเมือง

วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่ทุกคนในชาติควรได้ร่วมมือกันทำนุบำรุงรักษา ส่งเสริม และเผยแพร่ ให้ดำเนินไปอย่างได้ผลและมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2513) เพื่อให้วัฒนธรรมของชาติได้คงอยู่สืบไปอีกนานเท่านาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้ทรงพระราชทานพระบรมราโชวาทไว้ว่า “งานด้านการศึกษา ศิลปะ และวัฒนธรรม นั้นเป็นงานสร้างสรรค์ความเจริญทางปัญญา และทางจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุและองค์ประกอบ ที่ขาดไม่ได้ของความเจริญด้านอื่นทั้งหมด และเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้เรารักษาและดำรงความเป็นไทยไว้ได้สืบไป”

(กรมศิลปากร, 2513) ในแนวทางในการศึกษาส่งเสริม และพัฒนาวัฒนธรรม พ.ศ. 2539 ตามนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติได้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมไว้ 3 ลักษณะคือ

1) วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐาน และเครื่องมือสำหรับสร้างเสริมความสามัคคี กลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำ ให้คนประพฤติดี ปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกับบนผืนแผ่นดินเดียวกันทั้งในยามสุข และยามทุกข์

2) วัฒนธรรมเป็นกรอบ และเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของสังคม ซึ่งอาจจะช่วยป้องกัน และแก้ไขปัญหา ตลอดจนตอบสนองความต้องการของสมาชิก และของสังคมได้

3) วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาติ หรือประจำหมู่คณะซึ่งมีส่วนช่วยให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน อันจะทำให้บังเกิดความรักสามัคคีกัน และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะและธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

แนวความคิดวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (อุสวดี สุขเลี้ยง, 2545) ได้ให้แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ 9 ประการ สรุปได้ดังนี้

1) ส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม

2) การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความต้องการของชุมชน ว่าต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด

3) วิธีการ และความถี่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวควรได้รับความเห็นชอบจากประชาชนในท้องถิ่นเพราะจะเป็นเครื่องวัดความต้องการประเภท และจำนวนนักท่องเที่ยวของท้องถิ่นนั้น ๆ

4) ควรมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพยายามที่จะทำให้ท้องถิ่นเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพ

5) ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ควรให้มีผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่น ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนจึงต้องมีความระมัดระวัง และต้องวางแผนรองรับในเรื่องนี้อาไว้ด้วยเพื่อที่จะรักษาวัฒนธรรม และค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่

6) เงินทุนและแรงงานรวมทั้งนักบริหารทางการท่องเที่ยวควรมาจากชุมชนเจ้าของท้องถิ่นเพื่อที่ท้องถิ่นจะสามารถควบคุมการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการได้

7) การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม และงานเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยว

8) เรื่องราวและงานเทศกาลที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์วิถีชีวิต ความเป็นอยู่และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น

9) ก่อนที่จะลงมือพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพยายามขจัดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนให้เรียบร้อย

องค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม The European Center for Traditional and Regional Cultures หรือ ECTARC (Richards, 1995) ได้กล่าวไว้ถึงองค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 8 ประการได้แก่

- 1) โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่างๆ
- 2) สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ผังเมืองรวมถึงซากปรักหักพังของสิ่งปลูกสร้างในอดีต
- 3) ศิลปหัตถกรรม ประติมากรรม ประเพณีและเทศกาลต่างๆ
- 4) ความน่าสนใจในเรื่องของดนตรี ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของดนตรีคลาสสิก ดนตรีพื้นบ้าน หรือดนตรีร่วมสมัย
- 5) การแสดงละคร ภาพยนตร์มหรสพต่างๆ
- 6) ภาษาและวรรณกรรม
- 7) ประเพณีและความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา
- 8) วัฒนธรรมเก่าแก่โบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมย่อย

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นแนวความคิด ที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่นๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกันที่สำคัญได้แก่ Nature Tourism, Bio Tourism, Green Tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นใน ปัจจุบัน โดยมีการปกป้อง และสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วยการท่องเที่ยวที่มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศ ด้วย” โดยมีลักษณะที่สำคัญ คือเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของ ธรรมชาติและต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่มี ต่อขบวน การ

ท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องขึ้นภายใต้ความปรารถนาของ ประชาชนท้องถิ่นและชุมชน ในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539) สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้มีบุคคลหรือองค์กร ต่างๆ ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์องค์ประกอบสำคัญ

1) การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติและระบบนิเวศ

2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

3) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่นในระยะยาวและขณะเดียวกันการท่องเที่ยว มีผลต่อการคงอยู่ของธรรมชาติแวดล้อม

ดังนั้นการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและ ทางอ้อมและทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีสาเหตุสำคัญจากการตื่นตัวและให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพ สิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัญหาในประเทศต่างๆ ทั่วโลก

1) เป็นพื้นที่ธรรมชาติที่มีการอนุรักษ์ไว้รวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้น ๆ

2) มุ่งเน้นที่คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

3) เน้นให้ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว

4) ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้หรือมีประสบการณ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อม ธรรมชาตินอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้วยังเป็นการสร้างเสริมประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม

5) เป็นการท่องเที่ยวที่คืนประโยชน์สู่ธรรมชาติและชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงทางอ้อม

6) เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยทั่วไปนิยมจะมีจัดแบ่ง วัฒนธรรม ออกเป็น 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมทางวัตถุหรือวัฒนธรรมที่จับต้องได้ วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ หรือ วัฒนธรรมที่ไม่อาจจับต้องได้

1. วัฒนธรรมทางวัตถุที่เห็นได้ชัดก็คือ อุปกรณ์และสิ่งของเครื่องใช้ที่เกี่ยวกับปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค

1) อาหาร :คนไทยจะกินข้าวเป็นหลักสำหรับผู้ที่อาศัยอยู่ทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กินข้าวเหนียวเป็นของขาว และใช้ข้าวเหนียวและข้าวเจ้าทำขนมหวาน คนไทยภาคกลางและภาคใต้นิยมกินข้าวเจ้าเป็นของขาว และจะใช้ข้าวเหนียวทำขนมหวานชนิดต่างๆ มากพอๆ กับข้าวเจ้า การกินข้าวเจ้าส่วนใหญ่จะใช้วิธีหุงและวิธีนี้จะกินข้าวต้มก็แต่เฉพาะเวลาป่วยไข้ เชื้อเพลิงที่ใช้หุงต้ม มีทั้งฟืน และถ่าน เวลาปิ้ง หรือย่างอาหารจะใช้ถ่านมากกว่าฟืน ทั้งนี้เพื่อไม่ให้อาหารเหม็นควนไฟมากนัก อีกทั้งการใช้ถ่านยังสามารถควบคุมอุณหภูมิความร้อนได้ดีกว่าฟืนการหุงหาอาหารด้วยฟืนจะใช้เตาก้อนเสาหรืออย่างที่เราเรียกว่า สามเสา การใช้ฟืนกับ เตาเชิงกรานก็เป็นที่แพร่หลายเช่นกัน ส่วนเชื้อเพลิงประเภทถ่านนั้น ดูเหมือนว่าจะจะเป็นของที่มีมา ภายหลังจากการใช้ฟืนกล่าวกันว่าชาวไทยได้แบบอย่างของเตาอั้งโล่เพื่อการหุงต้มด้วยถ่านมาจาก ชาวจีน เตาอั้งโล่ทำจากการใช้ดินปั้นผสมจี๊เถ้ากลบในระยะแรกๆ เตาอั้งโล่จึงเป็นของที่มีใช้กัน ในชุมชนแถบลุ่มแม่น้ำ มากกว่า หมู่บ้านตามป่าเขาในที่สูงผู้คนโดยทั่ว ไปจะกินอาหาร 3 มื้อ มื้อเช้าเริ่มราวๆ เวลา 7 นาฬิกาเมื่อกลางวัน อาจเริ่มตั้งแต่หลังเวลาเพล (11.00 น.) เป็นต้น ราวประมาณ 5 – 6 โมงเย็นเป็นเวลาของอาหารค่ำ ในครอบครัวเล็กๆ ที่มีเพียงพ่อแม่และลูกๆ จะกินอาหารพร้อมกันแต่ถ้าเป็นครอบครัวใหญ่มักจะจัด สำหรับให้เด็กๆ กินก่อนจากนั้น จึงถึงคราวของผู้ใหญ่ จะร่วมวงกัน บางครอบครัวก็ให้ตั้งวงอาหารของเด็ก และวงของผู้ใหญ่พร้อมกัน ที่เดียว

2) บ้านเรือน : บ้านเรือนที่อยู่อาศัยนอกจากจะสร้างให้สัมพันธ์กับ วิถีธรรมชาติ เช่น ให้ปลูกเรือนตามตะวัน โดยหันข้างเรือนไปทางทิศเหนือหรือทิศใต้ เพราะเหตุผลเรื่องแสง ความร้อน และการถ่ายเทของอากาศ ไม่หันหัวนอนไปทางทิศตะวันตกเพราะเชื่อว่าเป็นทิศแห่งความตกต่ำและความตายผู้คนบางท้องถิ่นจะไม่นอนขวางข้อเชื่อว่ามีผีจะเอา (เพราะผีจะโหนข้อห้อยหัวลงมารบกวนได้) จึงนอนตามยาวของตัวเรือน ปลูกบ้านยกใต้ถุนเพื่อป้องกันน้ำท่วมใช้ประโยชน์จากพื้นที่ว่างใต้ถุนเรือน และให้อากาศบนตัวเรือนถ่ายเทได้สะดวก บ้านใดบ้านให้มีจำนวนชั้น เป็นเลขคู่ ถือว่า ขึ้นคู่เป็นบันไดของภูตผีจะมีพิธีกรรมอันใดต้องเช่นไหว้เทวดาทั้ง 4 ทิศ และวงสายสิญจน์รอบตัวบ้านเพื่อความเป็นสิริมงคลของผู้อยู่อาศัย ขณะอยู่บนบ้านต้องไม่ส่งเสียงอีกทีก เพราะบ้านมีผีบ้านผีเรือนและผีปู่ย่า ตายายอยู่ด้วย การเดินลงบันไดถือว่าไม่เคารพผีบรรพบุรุษ

เชื่อว่า เงินทองโชคลาภจะอันตราย ด้านหน้าบ้านและหลังบ้านปลูกไม้ที่มีชื่อเป็นมงคล เช่น มะยม
 ขุน ขนน ใบเงิน ใบทอง ใบนาคและใบหนาด เป็นต้น

3) เครื่องนุ่งห่ม : การนุ่งห่มด้วยอาภรณ์แพรรณที่ทา จากเส้นใยธรรมชาติเช่น
 ฝ้ายและ ไหม ซึ่งมีคุณสมบัติดูดซับดีน้ำ หนักเบา และง่ายต่อการดูแลรักษานับเป็นการกระทำที่
 สอดคล้อง กับ เงื่อนไขอิทธิพลของมรสุมที่มีอากาศร้อนชื้นตลอดปีและการเปลี่ยนแปลงของ
 ฤดูกาลแต่ละฤดู ไม่แตกต่างกันมากเหมือนประเทศที่อบอุ่น สตรีในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ชื่อว่า
 เป็นผู้เข้าใจ วิถีธรรมชาติที่สุด การปลูกฝ้าย และปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เพื่อนำเส้นใยมาใช้ประโยชน์
 เป็นงานที่ละเอียดอ่อนที่ต้องได้รับการฝึกฝน และมีความวิริยะอุตสาหะเป็นอย่างมาก นอกจาก จะ
 ให้ความอบอุ่นแก่ร่างกายแล้ว เสื้อผ้ายังเป็นสิ่งที่บ่งบอกเอกลักษณ์ของเผ่าพันธุ์แต่ละกลุ่มสังคม มัก
 มีรูปแบบลวดลาย สี สัน และการใช้สอยเครื่องนุ่งห่มแตกต่างกันออกไป ในบริบทบาทสังคม แล้ว
 ความแตกต่างของเพศและวัย สังเกตได้จากรูปแบบ ลวดลาย และสี สันของอาภรณ์ที่ประดับ กาย
 ช่วงทอผ้าบางพื้นที่อาจส่งสารสื่อสัญลักษณ์ผ่านลวดลายที่ปรากฏบนพื้นผ้า เช่น ลายช้าง 25
 หมายถึง พละกำลัง ลายพญานาค หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์และลายหงส์สะท้อนถึงความดีงาม
 เสื้อผ้าอาภรณ์มีความเกี่ยวพันกับ วัฏจักรของชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย เช่น จะไม่ใช่ผ้าชิ้นทำผ้าอ้อม
 ระหว่างตั้งครรภ์จะไม่เย็บหมอน ที่นอน ฟูก หากจะต้องเตรียมของใช้เหล่านี้ก็จะให้วัยรุ่นคนอื่น
 เป็นผู้เย็บตะเข็บปิดปากหมอน ที่นอน ฟูก หากผ้าฝืนจะทำให้คลอดลูกยาก เช่นเดียวกับการเย็บ
 ผ้าขาวม้าจะไม่ปิดชายผ้าทั้งสองข้างแต่ละแฉกเย็บชายผ้าไม้เล็กน้อยเพื่อเป็นเคล็ดในการทำ มาหากิน
 งานแต่งงานต้องมีผ้าสำหรับให้ญาติผู้ใหญ่ฝ่ายชาย เสื้อผ้าที่ใช้ในโอกาสนี้จะสะท้อนความเป็น
 แม่บ้านของฝ่ายหญิงผ้าชิ้นใหม่ มัดหมี่ หรือผ้าชิ้นดินจกเป็นสิ่งที่ทำได้ยากจะนุ่งห่มเฉพาะโอกาส
 สำคัญๆ เวลานุ่งจะมีผ้าผืนเก่าซ้อนอยู่เสมือนผ้าซับในใช้เสร็จก็พลิกกลับด้านในออกและนำผืนลมน
 นานปีจึงจะนำมาซักทำความสะอาดทั้งนี้เพื่อให้มีอายุใช้งานอยู่ได้นาน และสวยงามอยู่เสมอ ขณะ
 ทำพิธีสะเดาะเคราะห์และสืบชะตาจะมีเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของผู้ป่วยอยู่ด้วย วันพระ และวันที่ มีคน
 ใกล้เคียงเสียชีวิตห้ามทอผ้าเชื่อว่าจะเป็นลางร้าย อย่างเช่น ที่ชาวอีสานอธิบายผ่านนิทาน พื้นบ้าน
 เรื่อง “ข่ากับปลิง” ผู้คนแถบลำนานจะปักตุ้ง (ธง) สีแดงหาง 2 แฉก ตรงบริเวณที่ผู้ตาย เสียชีวิตและ
 ที่เชิงตะกอน เชื่อว่าเพื่อให้วิญญาณจะได้เกาะชายตุ้งขึ้นสวรรค์ ผู้หญิงเข้าถึง พระพุทธรูปได้
 น้อยและยากกว่าผู้ชายตลอดชีวิตจึงเพียรพยายามทา บุญทา ทานในโอกาสต่างๆ โดยเฉพาะการทาน
 ตุงรูปปราสาทในเทศกาลสงกรานต์ เชื่อว่าเกิดชาติหน้าจะได้สุขสบายเหมือน เช่น ผู้ที่อยู่ปราสาท
 ราชวัง

4) ยารักษาโรค: ความรู้เกี่ยวกับยารักษาโรคเป็นภูมิปัญญาที่บอกถึงความสัมพันธ์ระหว่าง คนไทยกับความเข้าใจในธรรมชาติแวดล้อมอย่างล้าลึก สมุนไพรมี 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ ประเภท พืชวัตถุสัตว์วัตถุและธาตุวัตถุพืชวัตถุแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

(1) ลำต้น

(2) เถาหรือเครือ

(3) หัวหรือเหง้า รวมทั้งผัก และหญ้านานาชนิด ประเภทสัตว์วัตถุอาจใช้ส่วนของเขา นอ เขี้ยว งา ฟัน กราม ดีหัว กีบ กระดูก เลือด เอ็น น้ำมัน เนื่อ ฯลฯ ส่วนประกอบของธาตุวัตถุ ได้แก่ธาตุต่างๆ ที่นำมาปรุงยารักษาโรคเช่น กำมะถันแดง กำมะถันเหลือง ดินประสิณน้ำ ประสานทอง โปรท สารส้ม ดีเกลือ น้ำ ปูนใส น้ำ ส้มสายชูเกลือสินเธาว์ ทองคำหิน ฟันม้า เป็นต้น เฉพาะพืช นั้นอาจกล่าวได้ว่า หมอกลางบ้านรู้จักพืชพรรณนับร้อยชนิดที่มีคุณสมบัติเป็นยารักษา ความป่วยไข้ ได้ในบรรดาพืชพันธุ์เหล่านั้น ส่วนหนึ่งชาวบ้านจะกินเป็นอาหารเป็นปกติอยู่แล้วจึงมี ภูมิด้านทาน กับโรคภัยไข้เจ็บ ต่างๆ ได้ระดับหนึ่งความรู้เกี่ยวกับยารักษาโรคเป็นสิ่งที่เกิดจากการ ลองผิดลองถูก ใช้สมุนไพรอย่างนี้แล้วอาการป่วยไข้ยังไม่หายก็เปลี่ยนไปใช้สมุนไพรอย่างอื่น นอกจากนี้การรักษา โรคแบบพื้นบ้านยังอยู่ในลักษณะของ “นางเนื้อชอบกลางยา” คือโรคอย่าง เดียวกันรักษาด้วยยาชนิดนั้นชนิดนี้กับคนหนึ่งหายแต่รักษากับอีกคนหนึ่งไม่ได้ผลจึงต้องเลือกยา ชนิดใหม่มารักษาโรค แต่ละชนิดจึงมียาที่จะรักษาอยู่หลายขนาน

2.วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุจากพัฒนาการของสังคมวัฒนธรรมไทยที่ผ่านมามีมาจากการได้ ว่าโดยภาพรวมแล้วสังคมวัฒนธรรมไทยประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) ส่วนที่เรียกว่าประเพณีหลวง ประเพณีหลวง คือ แบบแผนความเป็นอยู่ของ ชน ชั้นผู้นำ เจ้านาย และขุนนาง ปัจจุบัน ประเพณีหลวงบางอย่างยังคงถือปฏิบัติอยู่ แต่ส่วนใหญ่ ก็ คลายความเข้มข้นลง เนื่องจากทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยว เป็น เรื่องราวประเพณีของสามัญชนจึงละเหิน ที่จะไม่กล่าวถึงรายละเอียดของประเพณีหลวงในที่นี้

2) ส่วนที่เป็นประเพณีราษฎร์ ลักษณะสังคม และวัฒนธรรมไทยเกิดจาก การ ผสมผสานระหว่างอิทธิพลของวัฒนธรรมอินเดีย จีน เขมร และลักษณะสังคมที่มีมาแต่ดั้งเดิม พิจารณาจากแง่มุมของการผลิต และรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมแล้วอาจกล่าวได้ว่าสังคม และ วัฒนธรรมไทยในอดีตเป็นวิถีชีวิตแบบขวนขวายไร้มือครั้งที่ยังไม่ค่อยได้ติดต่อกับสังคมภายนอก มากนั้นผู้คนส่วนใหญ่ประกอบการเกษตรกรรมแบบพออยู่พอกิน ไปด้วยการหาอาหารจากป่า ด้วยการล่าจับสัตว์และสิ่งของอื่นๆ ที่มีอยู่ตามธรรมชาติคนไทยจะใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรธรรมชาติเช่น ป่าไม้ที่ดิน น้ำ และแร่ธาตุ เป็นต้น เพียงเพื่อสนองความต้องการจำเป็น ของชีวิตในด้านปัจจัย 4 คืออาหารเครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค ที่กล่าวมาข้างต้นแต่ละ

ชุมชนต่างก็พอสามารถสร้างสิ่งจา เป็นในชีวิตเหล่านั้นได้เอง การค้าขายแลกเปลี่ยนจึงอยู่ในขอบเขตอันจำกัด และมักเป็นการนำเอาสิ่งที่มีมากเกินไปมาเกินความต้องการของสมาชิกในครอบครัวไป แลกเปลี่ยนกับของกินของใช้ที่ยังขาดแคลนจากคนอื่น ๆ

สรุปวัฒนธรรมคือ สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะวิถีชีวิตของหมู่คณะลักษณะที่แสดง ถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมกลืนก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน พฤติกรรม และสิ่งที่คนในหมู่คณะผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้ จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่ของพวกตน การท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยว เจริญวัฒนธรรมได้ดังนี้คือการศึกษาวรรณกรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ รวมถึงประเพณี ความเชื่อ การแต่งกาย ภาษาที่ใช้สื่อสารการกินอยู่ให้ วัฒนธรรมเหล่านี้สามารถเกิดการบริหารการท่องเที่ยว ที่ดีเพื่อที่จะสามารถใช้พื้นที่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติทั้งมนุษย์และสิ่งแวดล้อม โดยไม่ทำให้มันเสื่อมโทรมลง โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม

ความหมาย และแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมได้มีการให้ความหมายจากนักวิชาการ องค์การ หน่วยงานต่างๆ ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้ การอนุรักษ์ (Conservation) หมายถึง กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการทำให้อวัฒนธรรมนั้นเข้มแข็งคงอยู่ได้โดยไม่ต้องปฏิบัติการอย่างใด (คณะกรรมการดำเนินงานและประสานงานวันอนุรักษ์มรดกไทย, 2541-2544) การอนุรักษ์ (Conservation) หมายถึง การรักษาวรรณกรรมดั้งเดิมที่หาดูได้ยาก หรือกำลังจะสูญหายไป และไม่สามารถคลี่คลายพัฒนาได้อีก เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อคนรุ่นหลังในการที่จะติดตาม ศึกษาค้นคว้า หาร่องรอยความเจริญทางวัฒนธรรมในอดีต

นิวัติ เรืองพาณิชย์ (2533) กล่าวว่า การอนุรักษ์ และใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด ให้เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในพื้นที่มากที่สุด และสามารถที่จะมีใช้ได้เป็นเวลานานที่สุด ซึ่งต้องสูญเสียประโยชน์ให้น้อยที่สุด ทั้งนี้ต้องกระจายการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรโดยทั่วถึง มากที่สุด ดังนั้นจะต้องเข้าใจว่าการอนุรักษ์ไม่ได้หมายถึงการเก็บรักษาทรัพยากรไว้เฉยๆ ตามกาลเทศะ (Time and Space) และพยายามให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

การให้ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรม” ซึ่งแผลงมาจากคำว่า “Culture” ในภาษาอังกฤษ นั้น มีการให้ความหมาย และนำมาใช้ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นในประเทศไทยหรือต่างประเทศก็ตาม ซึ่งการให้ความหมายและนำมาใช้ดังกล่าวนี้ต่างก็มีส่วนถูกด้วยกันทั้งสิ้นขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้ความหมาย และผู้นำมาใช้จะมองวัฒนธรรมในแง่มุมใด ด้วยเหตุนี้การหาข้อสรุปให้เป็นที่ยุติเกี่ยวกับความหมายของวัฒนธรรมจึงไม่อาจจะกระทำได้นอกจากนั้นก็ยังเป็นสิ่งที่สมควรทำอีกด้วย

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงใน การดำเนินงานทางวัฒนธรรมด้านต่างๆ ก็ได้ให้ความหมาย และคำอธิบายถึงลักษณะวัฒนธรรมไว้เมื่อคราวจัดทำนโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติ และแนวทางในการรักษา ส่งเสริม และพัฒนาวัฒนธรรมพุทธศักราช 2529 ดังนี้ (กุลวิจิตร ภัทธานนท์, 2537)

1) วัฒนธรรมเป็นวิถีการดำเนินชีวิตของสังคม เป็นแบบแผนการประพฤติปฏิบัติ และการแสดงออกซึ่งความรู้สึคนึกคิดในสถานการณ์ต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจและซาบซึ้งร่วมกัน

2) วัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการประพฤติปฏิบัติร่วมกัน เป็นแนวทางเดียวกันอย่างต่อเนื่องของสมาชิกในสังคม มีการสืบทอดเป็นมรดกทางสังคมต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น หรืออาจเป็นสิ่งประดิษฐ์คิดค้นสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ หรืออาจรับเอาสิ่งที่เผยแพร่มาจากสังคมอื่น ทั้งหมดนี้หากสมาชิกยอมรับและยึดถือเป็นแบบแผนประพฤติปฏิบัติร่วมกันก็ย่อมถือเป็นวัฒนธรรมของสังคมนั้น

3) วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขและกาลเวลาเมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิธีใหม่ที่ใช้ในการแก้ปัญหา และตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่าย่อม ทำให้สมาชิกเกิดความนิยม และในที่สุดอาจเลิกวัฒนธรรมดั้งเดิม การจะรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิมจำเป็นต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาวัฒนธรรมนั้นให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามยุคสมัย

4) วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชนในสังคมใหญ่ ย่อมมีเนื้อหา รูปแบบบทบาท และหน้าที่แตกต่างกันไปหากว่าความแตกต่างนั้นไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสังคมโดยรวมแล้ว ก็สมควรให้กลุ่มชนทั้งหลายมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมของกัน และกันเพราะสภาพความแตกต่างอย่างนี้ เป็นธรรมชาติของวัฒนธรรม

5) วัฒนธรรมอาจจะจำแนกได้เป็นหลายประเภทคือ วัฒนธรรมประจำชาติวัฒนธรรมสากล วัฒนธรรมเมือง และวัฒนธรรมพื้นบ้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรอบความคิด และวัตถุประสงค์ ในการประยุกต์ใช้ของผู้จำแนกการจัดหมวดหมู่ของวัฒนธรรมเพื่อความสะดวกในการสื่อความ และประสานงานอันเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินงานวัฒนธรรม

6) วัฒนธรรมเป็นทั้งพื้นฐาน และเครื่องมือสำหรับสร้างความสามัคคีกลมเกลียว และความเป็นปึกแผ่นในหมู่ประชาชน วัฒนธรรมจะช่วยชักนำให้คนประพฤติดี ปฏิบัติธรรม และพร้อมที่จะเผชิญชีวิตร่วมกันบนผืนแผ่นดินเดียวกันทั้งในยามสุข และยามทุกข์

7) วัฒนธรรมเป็นกรอบ และเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม จึงถือได้ว่าวัฒนธรรมเป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกของสังคมซึ่งอาจจะช่วยป้องกันและแก้ไขตลอดทั้งตอบสนองความต้องการของสมาชิก และของสังคมได้

8) วัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเด่นประจำชาตินั้นๆ หรือประจำหมู่คณะ ซึ่งมีส่วนช่วยให้ชนในชาติมีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันอันจะทำให้เกิดความรักสามัคคี และจะส่งผลต่อการรวมพลังของหมู่คณะ และธำรงไว้ซึ่งความมั่นคงของชาติ

พจนานุกรม อธิคมนันท์ (2543) อธิบายความหมาย และลักษณะของวัฒนธรรมว่า วัฒนธรรม คือ สิ่งอันเป็นวิถีชีวิตของสังคม คนในสังคมมีส่วนร่วมจะคิดเห็นอย่างไร มีความเชื่ออย่างไร ก็แสดงออกให้ปรากฏเห็น เป็นรูปภาษา ประเพณี กิจกรรม การละเล่น การศาสนา เป็นต้น ตลอดจนสิ่งต่างๆ ที่คนในสังคมมีส่วนร่วมสร้างขึ้น เช่น สิ่งอันจำเป็นแก่วิถีชีวิต และการครองชีพ ได้แก่ บัณฑิต เครื่องมือ เครื่องใช้ ความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ซึ่งแสดงปรากฏให้เห็นเป็นสิ่งที่ต่างๆ ซึ่งมีการสะสมเป็นความรู้ในความทรงจำ จดไว้ในหนังสือ และสิ่งต่างๆ ที่สร้างขึ้น และถ่ายทอดไว้ให้แก่อนุชนเป็นมรดกตกทอดสืบต่อกันมาชั่วอายุคนมีการเพิ่มเติมเสริมสร้างสิ่งใหม่ และปรับปรุงสิ่งเก่าให้เข้ากันได้ และมีความเจริญก้าวหน้า โดยวัฒนธรรมจะมีลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) เป็นแบบแผนของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ การเรียนรู้เป็นเรื่องสำคัญทำให้มนุษย์สร้างสิ่งที่เราเรียกว่า วัฒนธรรมเกิดขึ้น มนุษย์จะต่างจากสัตว์เนื่องจากการกระทำต่างๆ เป็นเรื่องของการเรียนรู้ เช่น การหิวผอม การแปร่งฟัน การเย็บผ้า เขียนหนังสือ ฯลฯ ส่วนสัตว์ จะใช้สัญชาตญาณ การเรียนรู้มันจะมีลักษณะสั่งสมจากประสบการณ์ที่มนุษย์ได้เผชิญในชีวิต ไม่ได้ถูกถ่ายทอดทางชีวภาพหรือพันธุกรรมการเรียนรู้มันเกิดจากการเป็นสมาชิกของกลุ่มของสังคม

2) เป็นสิ่งที่สืบทอดจากบรรพบุรุษเป็นมรดกทางสังคมซึ่งส่งต่อๆ กันมาหลายชั่วอายุ ซึ่งคนรุ่นต่อมาได้นำมาใช้ปฏิบัติทำให้คงอยู่ไม่สูญหายแต่อาจปรับเปลี่ยนไป เช่น ภาษาการแต่งกาย ฯลฯ การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมนั้น จะขึ้นอยู่กับภาวะในสังคมในขณะนั้นๆ

3) เป็นของส่วนรวมในสังคม มิใช่เป็นของผู้หนึ่งผู้ใดโดยเฉพาะ แต่จะช่วยกันคิด สิ่งสร้างสรรค์ ร่วมกันปฏิบัติทำให้วัฒนธรรมนั้นอยู่ยงคงถาวร เช่น ภาษา การแต่งกาย วัฒนธรรม จึงเป็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนจำนวนมาก หรือของสังคมทั้งหมด

นิยามของวัฒนธรรม

นักวิชาการวัฒนธรรมหลายท่านได้ให้คำจำกัดความ คำว่า "วัฒนธรรม" ไว้ดังนี้

1) วัฒนธรรม มีความหมายครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างอันเป็นแบบแผนในความคิดและการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือสังคมใดสังคมหนึ่ง มนุษย์ได้คิดสร้างระเบียบกฎเกณฑ์วิธีการในการปฏิบัติจัดระเบียบตลอดจนความเชื่อ ความนิยม ความรู้ และเทคโนโลยีต่างๆ ในการควบคุมและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ (สุพัตรา สุภาพ, 2536)

2) วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจสังคม

และวัตถุ มีการสั่งสม และสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถเรียนรู้และก่อให้เกิดผลึกกรรม และผลิตผลทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมอันควรค่าแก่การวิจัยอนุรักษ์ พื้นฟู ถ่ายทอด เสริมสร้างอัตลักษณ์และแลกเปลี่ยนเพื่อสร้างคุณภาพแห่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอย่างมีสุข สันติสุข และอิสรภาพอันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ

แนวคิดที่เกี่ยวกับเรื่องของวัฒนธรรมกับการพัฒนา

มนุษย์สร้างวัฒนธรรมขึ้นเพราะมนุษย์มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสัตว์ และสร้างขึ้นมาเพื่อใช้เป็นกลไกในการปรับตัว รวมทั้งเพื่อสนองความต้องการที่จำเป็น 3 ระดับ คือ ความต้องการเบื้องต้นหรือความต้องการปัจจัยสี่เพื่อการอยู่รอด ความต้องการที่เกิดตามมา หรือความต้องการเพิ่มเติมเพื่อให้มนุษย์สามารถอาศัยอยู่ในสังคมได้ เช่น ความต้องการด้านการสื่อสารซึ่งทำให้เกิดระบบภาษาและสัญลักษณ์ขึ้น นอกจากนี้ยังมีเรื่องของความต้องการที่จะอยู่ร่วมกันอย่างสงบ ซึ่งทำให้เกิดวัฒนธรรมที่ใช้ในการควบคุมสังคมขึ้นและความต้องการร่วมหรือความต้องการ ให้การอยู่รอดนั้นเกิดความสมบูรณ์พูนสุข เช่น การพักผ่อน การแสดงออกทางสุนทรียภาพ ศิลปะ และดนตรี เป็นต้น (เอกชัย เครืออินตะ, 2540)

วัฒนธรรมมี 2 ลักษณะ คือ

1) ลักษณะที่หยุดนิ่งไม่เคลื่อนไหวเพราะขาดความสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่เป็นผู้ผลิตวัฒนธรรมนั้นไปแล้ว ดังนั้นวัฒนธรรมในลักษณะหยุดนิ่งจึงมักเป็นภาพของอดีต ส่วนนี้เรียกว่า ศิลปวัฒนธรรม ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ

2) ลักษณะที่เคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง ถ่ายทอด สืบทอดกันจากรุ่นสู่รุ่น วัฒนธรรมส่วนนี้มักปรากฏเป็นวัฒนธรรมของคนในสังคมปัจจุบัน จึงเรียกว่า สังคมวัฒนธรรม สำหรับความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมทั้ง 2 ลักษณะนี้มักปรากฏในลักษณะที่ว่าสังคมวัฒนธรรม ทาหน้าที่รักษาอนุรักษ์ และหล่อเลี้ยงศิลปวัฒนธรรมให้มีความสำคัญขึ้นมา (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2543)

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องเรียนรู้และถ่ายทอดเพื่อสอนให้คนรุ่นหลังรู้ถึง ระบบสัญลักษณ์ของสังคม และการถ่ายทอดวัฒนธรรมนี้ถือเป็นหนึ่งในกระบวนการสืบสานวัฒนธรรม ซึ่งการสืบสานวัฒนธรรม หมายถึง การสืบสาวเรื่องราวในอดีตที่มีการสืบทอด และปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุคสมัย เกิดผลเป็นประโยชน์แก่คนในปัจจุบัน และมีชีวิตชีวา พร้อมทั้งจะเป็นฐานของการออกมาสืบทอดไปเบื้องหน้าให้เป็นที่น่าชื่นชม และแผ่ความนิยมกว้างออกไป

การถ่ายทอดวัฒนธรรมแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) ลักษณะแนวตั้ง เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมในสังคมเดียวกันสืบทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง

2) ลักษณะแนวนอน เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปสู่สังคมหนึ่ง การถ่ายทอดวัฒนธรรมในลักษณะแนวนอนทำให้เกิดการรับวัฒนธรรมและเมื่อรับวัฒนธรรม เป็นเวลานานก็อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมขึ้น (อมรา พงศาพิชญ์, 2540)

2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1. ความหมายของการท่องเที่ยว (The meaning of Tourism)

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้องกับ โดยเป็นการท่องเที่ยวเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศและสภาพแวดล้อม และก่อให้เกิดความสุขใจ และไม่ได้มีจุดประสงค์อื่น มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำนิยามหรือความหมายของการท่องเที่ยวที่ต่างกักันดังนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก World Tourism Organization –WTO ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวว่าหมายถึง การเดินทางใดๆก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้ ประการที่

1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร ประการที่

2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของ ผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อหาสงคราม ประการที่

3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงรื่นรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวตามความหมายขององค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือต้องมี การเดินทาง ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และต้องมีจุดหมายของ การเดินทาง สำหรับจุดหมายของการเดินทางต้องมีใช่เพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่ไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างต่อไปนี้คือ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อการศึกษา เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา

ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ที่ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มี การ

เดินทางจากที่หนึ่งไปที่หนึ่ง ซึ่งมักหมายถึงเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อมโดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการใน ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้อ้างถึงคำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติ ที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่าหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ (1) ต้องมีการเดินทาง (2) ต้องมีสถานที่ปลายทาง ที่ประสงค์จะไปเยี่ยมชม (3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

Coltman (1989) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ ความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นซึ่งกัน และกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังกล่าว ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

Mill (1990) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง กับ การสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (Components of Tourism)

การท่องเที่ยวจัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมใหญ่ที่สุดที่มีองค์ประกอบเป็นอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก

พยอม ธรรมบุตร (เอกสารประกอบการสอนสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, 2549) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุด เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรือง ของอาณาจักรขอม ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบท เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐาน ที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

3. ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการต้อนรับ (Accommodation) ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท Bed&Breakfast เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรม ประเภทต่างๆจะมีสิ่งอำนวยความสะดวก

(Facilities) ในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน เช่น กัฏตาการ สรว่าย น้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ชาวน่า บิสซิเนสเซ็นเตอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ (Tourist activities and Recreational activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเช่นกัน ในยุคปัจจุบัน ซึ่งการท่องเที่ยวได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้นหากความสำคัญสำหรับผู้มาเยือน คือ การได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติระบบนิเวศเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงพญาเย็น (Rainforest) การล่องแก่งในแม่น้ำพอง การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึก ในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนชาวบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

5. ส่วนประกอบอื่นๆ บริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ได้แก่ ทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว อาทิ บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ

3. ลักษณะของการท่องเที่ยว

การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น แรงจูงใจในการเดินทาง ประเภทของการคมนาคม จำนวนนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่าย การท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 ชนิด ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว การแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการประชุมขององค์การสหประชาชาติเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในกรุงโรม ประเทศอิตาลีในปี ค.ศ.1963 ในที่ประชุมได้สรุปว่าการเดินทางท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ เมื่อมีเวลาว่าง เพื่อการพักผ่อน ท่องเที่ยวในวันหยุดเพื่อการกีฬา เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการท่องเที่ยวทางศาสนา เพื่อธุรกิจ เพื่อเยี่ยมมิตร และญาติ และเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mill,1990)

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวชนิดนี้มีลักษณะดังนี้คือ การท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัวและ การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ 3. การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวชนิดนี้มีรูปแบบดังนี้

3.1 กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourism) กับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourism)

2.2 กำหนดโดยระยะทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวระยะไกล (Long - Haul) กับ การท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short- Haul)

3.3 กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงาน กีฬา การเยี่ยมญาติ การประชุม เพื่อสุขภาพ

3.4 กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือทัศนจาร (Excursion) โดยไม่ค้างคืน กับการพักเยี่ยม (Staying visit) โดยค้างแรม ในปัจจุบันยังมี การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (Home stay) และการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) ซึ่งเป็น การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง และเป็นที่น่าสนใจของผู้จัดนาเที่ยวทั่วโลก

3.5 กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางอาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียว หรือการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

3.6 กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive travel and visits)

3.7 กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน (Mass tourism) เพราะสามารถไปครั้งละมาก ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชน (Popular tourism) เพราะเป็นที่นิยมของประชาชน และการท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social tourism)

4. ประเภทของการท่องเที่ยว

คำเกิง โถทอง และคณะ (2550) ได้กล่าวถึง การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้เป็นกิจกรรมนันทนาการ การเรียนรู้ไปในโลกกว้างตลอดจนการเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว หรือการศึกษาดูงานในหน่วยงานบูรณาการหลากหลายรูปแบบ ดังนี้ ประเภทของการท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในการจำแนกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือ แหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่ม หรือประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับออกเป็น 6 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ ที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งจะรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และเข้าร่วมพิธี ทางศาสนาต่างๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และบางกรณีก็เข้าร่วมใช้ชีวิตดั้งเดิมที่ได้สูญหายไปหมดแล้ว กลับมาสร้างสีสันดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจัดอาหารงานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การรำฟ้อนบ้าน การแสดงศิลปะ และหัตถกรรมรุ่นโบราณๆไว้บริการด้วย เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourist) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน และโบสถ์เก่าๆ ที่เน้นความรู้เรื่องในอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์โบสถ์วิหาร วังต่างๆ การแสดงแสง สี เสียง เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆในประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายคลึงกับ การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่การท่องเที่ยว เพื่อสิ่งแวดล้อม เน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพที่อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งจะรวมการถ่ายภาพการเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมใน การแข่งขันกีฬา น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการเข้าร่วมสมาคมเพื่อผ่อนคลายจิต ตามสถานที่ต่างๆ เช่น หาดทราย ชายทะเล ชายหาด ที่แนวต้นไม้ร่มรื่น สนามกอล์ฟชั้นเยี่ยม หรือสนามเทนนิส ชั้นเลิศ การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

6. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุมหรือ การพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามาไว้ด้วย เมื่อมี การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภทบางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ทั้งนี้แล้วแต่ ความต้องการของนักท่องเที่ยว

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น เพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการของหน่วยงานและบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อการดูงานประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและเพื่อสันทนาการ โดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด

สรุปจากข้างต้นที่กล่าวมาเกี่ยวกับทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ส่วน คือ แหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการต้อนรับ กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ และส่วนประกอบอื่นๆ บริการเบ็ดเตล็ด จากที่กล่าวมาข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของระบบการจัดการ การท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จอันเนื่องมาจากระบบการจัดการที่ดี แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาระบบการจัดการที่ดี เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีผู้ให้ความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ไว้ดังนี้

วิทยา ด้านดำรงกุล (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรใดองค์กรหนึ่งในการสร้างผลงานเหนือองค์กรอื่นๆ จากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือว่าพื้นฐานสำคัญของความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือความเหนือในด้านประสิทธิภาพคุณภาพนวัตกรรมและการตอบสนองต่อผู้บริโภค

ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ (2547) ได้ให้ความหมายไว้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึงความสามารถของธุรกิจที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในผลิตภัณฑ์และบริการได้ในตลาดทั่วโลก

สมยศ นาวิการ (2548) ได้ให้ความหมายว่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง การที่บริษัทมีบางสิ่งบางอย่างที่คู่แข่งไม่มีกระทำบางอย่างได้ดีกว่าบริษัทอื่นหรือกระทำบางอย่างที่บริษัทอื่นไม่สามารถทำได้ ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นส่วนประสมที่จำเป็นต่อความสำเร็จและการอยู่รอดในระยะยาวขององค์กร

จารุณ ผณินทรารักษ์ (2548) ได้ให้ความหมายไว้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถเฉพาะตัวและความถนัดที่มีอยู่ในตัวผู้จัดการผู้นำหรือทำหน้าที่ผู้บริหารมาปรับใช้ในกระบวนการบริหารองค์กรมีตัวชี้วัด 4 ตัว ได้แก่ การวางแผน การกำหนดแนวทาง ปฏิบัติการติดต่อสื่อสาร และการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ

สุรกิจ จันทรแสงศรี (2550) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรหนึ่งในการสร้างผลงานเหนือกว่าองค์กรอื่นๆ จากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือว่าพื้นฐานสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันคือความเหนือในด้านประสิทธิภาพคุณภาพ นวัตกรรมและการตอบสนองต่อผู้บริโภค

พนิตสุภา ธรรมประมวล (2550) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และของกิจการ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องและการยอมรับของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

จากการศึกษาเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องมีนักวิชาการ และนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษการสร้างความสามารถที่แตกต่างที่เหนือว่าคู่แข่ง และสร้างผลให้องค์กรมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งอื่นในตลาดซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อได้เปรียบทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา บริการ คุณภาพ ประสิทธิภาพของต้นทุน เป็นต้น โดยการเสนอสิ่งที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าอย่าง

สมัครเป็นสิ่งที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบหรือทำได้ดีเท่า และเพื่อความอยู่รอดและเพื่อเอาชนะการแข่งขัน โดยแบ่งการสร้างความสำเร็จเปรียบเทียบการแข่งขันได้ 4 ด้าน

1. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542 อ้างอิงใน Miller and Dess (1996) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) คือการแสวงหาข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้วย การสร้างความแตกต่างนั้น ธุรกิจต้องพยายามสร้างผลิตภัณฑ์หรือการบริการในลักษณะที่ไม่เหมือนใคร เพื่อให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นแก่ลูกค้า กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างถือเป็นฐานของการสร้างความสำเร็จโดยไม่รวมปัจจัยด้านราคา ดังนั้นการประสบความสำเร็จในการสร้างลักษณะโดดเด่นและลักษณะที่พึงปรารถนาให้แก่สินค้าหรือบริการ สร้างความภักดีต่อตราสินค้าให้แก่ลูกค้า ลดปริมาณผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อเลือก และลดความรู้สึกรู้สึกที่มีต่อราคา ซึ่งวิธีดังกล่าวจะมีส่วนช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างผลตอบแทนจากกำไรที่สูงกว่า โดนปราศจากการต้องลดต้นทุนให้ต่ำลงการดำเนินการตามกลยุทธ์แบบนี้อาจต้องยอมรับส่วนการตลาดที่ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากว่าการทำตลาดมวลชน อาจไม่เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีราคาค่อนข้างสูง ต่อไปนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ

- รูปร่างของผลิตภัณฑ์ (Product Features) เป็นการสร้างความแตกต่างด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Characteristics) และสมรรถภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น การพัฒนาเครื่องมือรับโทรศัพท์ที่สามารถแสดงภาพ 2 ช่องบนหน้าจอภาพได้พร้อมกัน

- บริการหลังการขาย (After – sales Service) เป็นการสร้างความแตกต่างด้านการอำนวยความสะดวก และคุณภาพของบริการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ห้างสรรพสินค้าดึงดูดความสนใจของลูกค้าด้วยการให้บริการซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ได้ทุกเครื่องทั่วประเทศ

- ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Desirable Image) เป็นรากฐานที่สำคัญของสินค้าแฟชั่นทั้งหลาย เช่น การจัดลำดับของเสื้อผ้า ทางเกวไปจนถึงเสื้อผ้าขนสัตว์โดยนักออกแบบเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สินค้า

นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี (Technological Innovation) เป็นการสร้างความก้าวหน้าเทคโนโลยีสามารถให้เป็นส่วนสำคัญของข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อสร้างขอบเขตของธุรกิจให้ขยายตัวกว้างขึ้น

- ชื่อเสียงของกิจการ (Reputation) เป็นการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักมีความสำคัญต่อการขายสินค้า

- การผลิตอย่างสม่ำเสมอ (Manufacturing Consistency) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกิจการประเภทประกอบชิ้นส่วนซึ่งต้องการประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อดำเนินการผลิตให้ได้สินค้าสำเร็จรูปออกมาและมีความจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมกระบวนการผลิตโดยใช้สถิติ (Statistical Process Control) รวมทั้งการจัดลำดับของเทคนิคการควบคุมคุณภาพเข้ามาช่วยในการผลิต

- เครื่องหมายที่แสดงสถานภาพ (Status Symbol) เช่น รถยนต์ที่มีราคาแพงมากกว่าราคาบ้านบางหลังเป็นสิ่งที่ถูกซื้อมาด้วยเหตุผลอื่นมากกว่าการซื้อมาใช้เพียงแค่เป็นพาหนะสำหรับเดินทาง

2. ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน (Cost Leadership)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) กล่าวว่า การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) กลยุทธ์นี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ธุรกิจมีประสิทธิผลด้านต้นทุนสูงสุด และเพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบด้านต้นทุน กลยุทธ์นี้มีการใช้ต้นทุนต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง แต่อาจจะไม่ใช่ต้นทุนที่ต่ำที่สุด เพื่อให้เกิดความเป็นผู้นำด้านต้นทุนผู้บริหารจะต้องรักษาลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญที่ผู้ซื้อต้องการ ผู้นำด้านต้นทุนจะได้รับประโยชน์จากกำไรที่เหนือกว่า โดยมีทางเลือก 2 ประการ คือ การใช้ต้นทุนที่ต่ำ ทำให้สามารถตั้งราคาได้ต่ำกว่าคู่แข่ง และจงใจผู้ซื้อที่อ่อนไหวต่อราคาให้ซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มกำไร และลดราคาสินค้าลงทั้งของบริษัทและคู่แข่งจะทำให้ส่วนครองตลาดเท่าเดิม แต่ทำให้กำไรต่อหน่วยสูงขึ้นเนื่องจากต้นทุนต่อหน่วยลดลง ทำให้ธุรกิจได้รับกำไรรวมจากการลงทุนสูงขึ้น ซึ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการแสดงหาต้นทุนที่ต่ำ มีดังนี้

- การประหยัดหรือไม่ประหยัดจากขนาดการผลิต เป็นการประหยัดจากขนาดการผลิต จะเกิดขึ้นเมื่อมีการผลิตในปริมาณมากขึ้น ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง เช่น ห้างสรรพสินค้าที่มีหลายสาขาจะเกิดการประหยัดมากกว่าห้างสรรพสินค้าที่มีสาขาเดียว เนื่องจากเกิดการประหยัดจากการจัดซื้อ โฆษณา เป็นต้น

- ผลกระทบจากการเรียนรู้และประสบการณ์ เป็นการกระทำกิจกรรมใดๆ ก็ตามจะลดลงเนื่องจากเกิดการประหยัดจากประสบการณ์ในการทำงานและเกิดการเรียนรู้ เช่น พนักงานทำงานมานานย่อมมีผลงานมากกว่าพนักงานที่เพิ่งเริ่มทำงานเพราะเกิดการเรียนรู้ในการทำงาน

- ต้นทุนของปัจจัยนำเข้าซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญ เป็นต้นทุนในกิจกรรมเครือข่ายการสร้างคุณค่าจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยนำเข้า ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ที่คู่แข่งแต่ละรายจะใช้ต้นทุนที่แตกต่างกัน ต้นทุนที่สำคัญ ได้แก่ แรงงาน วัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต เป็นต้น

- ความเชื่อมโยงในกิจกรรมอื่นๆ ในเครือข่ายการสร้างคุณค่าในอุตสาหกรรม เมื่อต้นทุนของกิจกรรมหนึ่งได้รับผลกระทบจากกิจกรรมอื่น ต้นทุนก็จะสามารถลดลงได้ ถ้ามีกิจกรรมที่มี

ความร่วมมือกันและประสานงานที่ดี ตัวอย่างเช่น ต้นทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับฝ่ายต่างๆ เช่น ฝ่ายวิจัยและพัฒนา การออกแบบผลิตภัณฑ์ แผนการผลิต การนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ซึ่งแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องนั้นสามารถลดต้นทุนบางส่วนที่ใช้ร่วมกันได้

- การใช้โอกาสจากหน่วยธุรกิจภายในองค์กรร่วมกัน สายผลิตภัณฑ์หรือหน่วยธุรกิจที่แตกต่างกันจะสามารถใช้ระบบกระบวนการสั่งซื้อ หน่วยงานขายตลอดจนใช้คลังสินค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดจำหน่ายร่วมกันได้ ปัจจัยเหล่านี้ถือว่าทำให้เกิดการลดต้นทุนให้ต่ำลงได้

- ผลประโยชน์จากการรวมตัวในแนวดิ่ง เป็นการร่วมกิจกรรมกับผู้ขาย ปัจจัยการผลิตและคนกลางในช่องทาง ทำให้เกิดอำนาจการต่อรอง และทำให้ประหยัดต้นทุนในการผลิตและการจัดการจำหน่ายได้

- เงื่อนไขด้านเวลาซึ่งมีความสัมพันธ์กับข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบในการเข้าสู่ตลาดก่อนคู่แข่ง ในบางครั้งสินค้าที่เป็นตราสินค้าแรกที่เข้าสู่ตลาดจะสามารถสร้างและรักษาชื่อตราสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งที่เข้ามาทีหลัง แต่อย่างไรก็ตามในกรณีที่เทคโนโลยีมีการพัฒนารวดเร็วมาก ผู้ที่ซื้อทีหลังจะได้รับประโยชน์จากการซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าผู้ซื้อในตอนแรก เช่น ผู้ซื้อโทรศัพท์มือถือหรือวิทยุติดตามตัว

- ร้อยละของการใช้ประโยชน์จากสมรรถภาพในการผลิต การใช้ประโยชน์จากสมรรถภาพในการผลิตยิ่งมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลงมากเท่านั้น

- ทางเลือกกลยุทธ์และการตัดสินใจในการดำเนินงาน ต้นทุนของบริษัทจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจในการดำเนินงาน ดังนี้

- การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนผลิตภัณฑ์หรือความหลากหลายที่น่าสนใจ
- การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของบริการที่มอบให้ผู้ซื้อ
- ลักษณะและผลประโยชน์สำหรับพนักงานที่มากขึ้นหรือลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน
- การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายที่ใช้ในการกระจายผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาในการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าสั้นหรือยาว
- การใช้สิ่งจูงใจที่มากขึ้นหรือน้อยกว่าคู่แข่ง ค่าตอบแทนที่จูงใจพนักงานมากขึ้นหรือลดลง
- คุณสมบัติของวัตถุที่สูงขึ้นหรือลดลง

3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) กล่าวว่า การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) การตอบสนองอย่างรวดเร็วจะมีหลายรูปแบบซึ่งมีความหมายมากกว่าการสร้างแตกต่าง แม้ว่า 2 สิ่งนี้จะมีความสอดคล้องกันอย่างเห็นได้ชัด การตอบสนองอย่างรวดเร็ว หมายถึง การมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า หรือแม้แต่การตัดสินใจของการบริหาร ผู้บริหารในธุรกิจปัจจุบันจำนวนมากรู้ว่าการเป็นผู้นำด้านต้นทุนหรือการนำเสนอสินค้าที่ลักษณะพิเศษเป็นสิ่งที่ไม่เพียงพอเสียแล้ว พวกเขาต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วด้วย การตอบสนองที่ช้ากว่าคู่แข่งอาจทำให้ลูกค้าหันไปใช้ทางเลือกอื่น ข้อได้เปรียบของการตอบสนองอย่างรวดเร็วมีหลายลักษณะดังนี้

- การพัฒนาสินค้าใหม่ (Developing new Products) รูปแบบที่เห็นอย่างชัดเจนของการตอบสนองอย่างรวดเร็วคือ เวลาที่บริษัทใช้ไปในการพัฒนาสินค้าใหม่ ซึ่งมีผลทำให้มีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งที่พัฒนาสินค้าได้ช้ากว่า

- สินค้าที่ผลิตตามคำสั่งของลูกค้า (Customizing Product) ความรวดเร็วที่บริษัทสามารถผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าด้วยการเพิ่มความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่

- การปรับปรุงสินค้าเดิมที่ยังจำหน่ายอยู่ (Improving Existing Product) ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บริษัทชาวญี่ปุ่นซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์จนประสบความสำเร็จนั้น คือ มีการ Upgrade สินค้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว

- การส่งมอบสินค้าตามคำสั่งซื้อ (Delivery of Ordered Products)

- การปรับความพยายามทางการตลาด (Adjusting Marketing Efforts)

- การตอบคำถามของลูกค้า (Answering Customer Questions) ความสะดวกและง่ายในการได้รับคำตอบสามารถเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้ เช่น การพิจารณาเงินกู้ให้แก่ลูกค้าของธนาคารซึ่งสามารถลดเวลาการอนุมัติสินเชื่อรถยนต์จาก 3 วัน เหลือ 3 นาที

เสนาะ ดิยาว (2549) กล่าวว่า การตอบสนองโดยรวดเร็ว (Quick Response) เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างหนึ่ง การตอบสนองโดยรวดเร็ว หมายถึงความเร็วในการทำผลิตภัณฑ์ใหม่พัฒนาผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจทางการบริหารที่รวดเร็วที่ส่งผลโดยตรงต่อลูกค้า การตอบสนองโดยรวดเร็วแต่ถ้าไม่มีความยืดหยุ่นขององค์กรแม้้องค์การจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วแต่ถ้าไม่มีความยืดหยุ่นพอการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงก็ทำได้ยาก การตอบสนองอย่างรวดเร็วส่งผลไปถึงการสร้างแตกต่างและการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนด้วยการ

ตอบสนองอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดผลดีในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้า การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ขายอยู่ให้ดีขึ้นในการทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้าและการตอบคำถามของลูกค้าได้รวดเร็ว ผลดีเหล่านี้ทำให้องค์การตั้งราคาได้สูงกว่าโดยลูกค้ายอมรับได้

4. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) หมายถึงของเขตซึ่งบริษัทเน้นการตลาดอยู่ในวงจำกัดที่แคบหรือเป็นส่วนตลาดขนาดเล็ก (Niche Segment) ซึ่งมุ่งตลาดเฉพาะส่วนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้แต่การมุ่งที่ตลาดเฉพาะส่วนจะเป็นพื้นฐานที่มีผลกระทบต่อความสามารถของบริษัทในการดำเนินการของข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ปกติจะมีความสัมพันธ์กับการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนที่เน้นการตลาดอยู่ในวงจำกัดที่แคบ (ในส่วนเล็กของตลาด) ส่วนตลาดกว้างที่เป็นตลาดมวลชน (Mass Market) มักไม่เน้นการสร้างความแตกต่างในส่วนที่เป็นหมวดหมู่ตามประเภทสินค้าโดยเฉพาะที่เป็นพื้นฐานของสถานภาพและภาพลักษณ์ของสินค้า เพราะสัญลักษณ์ของสถานภาพจะสูญเสียประสิทธิภาพไปถ้าถูกนำมาใช้กับสินค้าจำนวนมาก นอกจากนั้นบริษัทซึ่งมุ่งตลาดเฉพาะส่วนในส่วนแบ่งตลาดเฉพาะ เราจึงจากตลาดโดยรวมทั้งหมดก็จะมีสถานภาพที่ดีว่าในการนำเสนอรูปแบบสินค้าที่มีความแตกต่างที่น่าสนใจ ไปสู่ส่วนแบ่งดังกล่าวได้มากขึ้น

ศุภรัฐ ชูชินปรางกร (2546) กล่าวว่า การมุ่งตลาดเฉพาะ (Market Focus) คือการรวมศูนย์ด้วยการมุ่งเน้นไปยังเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวอาจเป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มหรือเขตพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เฉพาะเขตก็ได้ กลยุทธ์การรวมศูนย์มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม โดยไม่ได้มุ่งจับกลุ่มลูกค้าทั้งหมดที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม กลยุทธ์นี้จะอิงอยู่กับหลักการที่ว่าบริษัทจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้ดีว่า มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากกว่าการมุ่งจับกลุ่มลูกค้าทั้งหมด ดังนั้นบริษัทที่ประสบผลสำเร็จจากการใช้กลยุทธ์นี้มักจะเป็นบริษัทที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มได้ด้วยการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากคู่แข่งรายอื่นๆ หรือเป็นบริษัทที่มีต้นทุนต่ำในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะนี้ หรือเป็นบริษัทที่สามารถใช้กลยุทธ์ทั้งสองรูปแบบผสมผสานกัน สิ่งหนึ่งที่ต้องเข้าใจคือ กลยุทธ์การรวมศูนย์ไม่ใช่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นไปที่ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนหรือการสร้างแตกต่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจับกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่มีอยู่ในตลาดหรืออุตสาหกรรม หากแต่กลยุทธ์การรวมศูนย์จะมุ่งเน้นไปที่การทำให้ต่ำหรือการนำเสนอในสิ่งที่แตกต่างหรือมุ่งเน้นทั้งสองอย่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

เสนาะ ดิยาว (2549) กล่าวว่า การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างหนึ่ง การมีขอบเขตซึ่งบริษัทเน้นการตลาดอยู่ในวงจำกัดที่แคบ (Narrowly defined) หรือเป็นส่วนตลาดขนาดเล็ก (Niche segment) ซึ่งการมุ่งเน้นส่วนตลาดเฉพาะส่วนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน แต่การมุ่งที่ตลาดเฉพาะส่วนจะเป็นพื้นฐานที่มีผลกระทบต่อความสามารถของบริษัทในการดำเนินการของข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุสนีย์ โสมทัศน์ (2553) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำโดยชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนมีพัฒนาการในการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำโดยชุมชนไม่แตกต่างกัน คือ เป็นการจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน โดยมีการสร้างเครือข่ายเพื่อบริหารจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน รูปแบบการจัดการความรู้ทั้ง 6 แห่ง เมื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) รูปแบบการจัดการความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน มี 1 รูปแบบ มีขั้นตอนการจัดการความรู้ที่เหมือนกันในทุกพื้นที่ คือ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การถ่ายทอดความรู้ และการใช้ความรู้ 2) รูปแบบการจัดการความรู้ด้านการสร้างกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยว มี 1 รูปแบบ มี 2 ขั้นตอนเหมือนกันในทุกพื้นที่ คือ การสร้างความรู้ การถ่ายทอดความรู้ 3) รูปแบบการจัดการความรู้ด้านการบริหารจัดการเครือข่าย มี 1 รูปแบบ มีขั้นตอนเหมือนกันในทุกพื้นที่ 2 ขั้นตอน คือ การสร้างความรู้ และการถ่ายทอดความรู้ 4) รูปแบบการจัดการความรู้ด้านการบริหารจัดการรายได้ผลประโยชน์ มี 1 รูปแบบ มีขั้นตอนการจัดการความรู้ที่เหมือนกันในทุกพื้นที่ คือ การสร้างความรู้ และเมื่อสังเคราะห์ภาพรวมรูปแบบการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำโดยชุมชน พบว่า มี 1 รูปแบบ โดยมีขั้นตอนการจัดการความรู้ที่เหมือนกันคือ การสร้างความรู้ ส่วนปัจจัยเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ได้แก่ 1) สภาพบริบทชุมชน 2) ภาวะผู้นำ 3) การบริหารจัดการองค์กร 4) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ 5) เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการความรู้ 6) การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และ 7) การได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการภายนอก

สมเกียรติ ชัยพิบูลย์ (2550) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) ศึกษาสภาพทั่วไป บริบทชุมชนด้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร (2) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร (3) เพื่อศึกษาหาแนวทางและข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมของชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยมีกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่หนึ่ง คือ กลุ่มตัวอย่างจากครัวเรือน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ค่าสถิติที่ใช้คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนกลุ่มที่สอง คือ ผู้นำอย่างเป็นทางการ ประกอบด้วยผู้ใหญ่บ้าน 12 หมู่บ้าน เทศบาล องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผู้นำอย่างไม่เป็นทางการ คือ ผู้นำอาวุโสหรือผู้รู้ของชุมชน ตัวแทนจากกลุ่มอาชีพ เจ้าหน้าที่ของรัฐ คือ พัฒนาชุมชน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนนครชุม มีองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้ง 3 ด้าน คือด้านสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ยังมีจุดอ่อนที่สิ่งอำนวยความสะดวก ที่ต้องการการปรับปรุงและสร้างให้มีจำนวนเพิ่มขึ้น กลุ่มตัวอย่างในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน อยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการการมีส่วนร่วมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ในทุกด้าน ผลการศึกษานโยบายการจัดการที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนนั้น จากการสนทนากลุ่มหรือการจัดเวทีชาวบ้านได้ร่วมกันวางแผนการจัดการไว้ คือ การจัดการด้านโครงสร้างองค์การการท่องเที่ยว การจัดการบุคลากร การจัดระบบการดำเนินการ และการติดตามตรวจสอบการดำเนินการ

จุฑามาศ ไชยสร (2536) ได้ทำการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 49 แห่ง มีค่าศักยภาพต่างกัน โดยที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าศักยภาพสูงสุดคือ วัดจองคา - วัดจองกลาง ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองและแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าศักยภาพต่ำสุด คือ ถ้ำแม่ลาเกะ ที่ตั้งอยู่ในอำเภอขุนยวม จากการศึกษา ได้จัดลำดับศักดิ์ของแหล่งท่องเที่ยวตามค่าศักยภาพ กลุ่มที่มีค่าศักยภาพสูง เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์และศาสนสถาน เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกในการเข้าถึง ถนนที่ใช้สัญจรเป็นถนนคอนกรีตหรือถนนลาดยาง ระยะทางไม่ห่างจากชุมชนมาก ใช้เวลา ในการเดินทาง ไม่นาน ประกอบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้อยู่ในเขตชุมชนจึงได้รับการบริการทางด้านสาธารณูปโภคจากชุมชนได้หลายประการ แหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าศักยภาพปานกลาง เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เนื่องจากในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ จะมีไม่ครบถ้วน ทำให้มีศักยภาพต่ำกว่าแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มแรก แต่จะมีความพร้อมในเรื่อง ของสภาพแวดล้อมที่มีสภาพเป็นไปตามธรรมชาติ ไม่ค่อยได้รับการดัดแปลงให้เปลี่ยนไปจากเดิม มากนักส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าศักยภาพต่ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติทั้งหมด เมื่อพิจารณาตัวแปรต่างๆ พบว่าแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสะดวกในการเข้าถึงต่ำ แต่ในเรื่อง ของสภาพแวดล้อมและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวสูงเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไกล ไม่ถูกรบกวนจากนักท่องเที่ยว

สาธิต ประเสริฐ (2538) ได้ทำการศึกษาประเมินศักยภาพทางกายภาพและสังคม ในการรองรับการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง ผลจากการศึกษามีประเด็นที่น่าสนใจคือ ในช่วงของวันที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวสะสมหนาแน่นจะมีบางปัจจัยที่เพียงพอในการรองรับหรือให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น ปริมาณน้ำใช้ สถานที่พักแรมและพื้นที่ที่ใช้ในการกำจัดขยะซึ่งปัจจัยเหล่านี้ยังเพียงพอจนถึงปี พ.ศ. 2546 แต่ยังคงมีปัจจัยบางส่วนที่ต้องปรับปรุง เช่น จำนวนห้องน้ำ สุขา มีไม่เพียงพอแก่การให้บริการจึงมีความจำเป็นต้องจัดหาห้องน้ำ สุขาเพิ่มเติมอย่างไรก็ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติภูกระดึงก็มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นทุกปี ถ้าหากไม่มีการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวก็จะส่งผลกระทบในทางลบต่อสภาพธรรมชาติ รวมทั้งความสามารถในด้านการบริการต่างๆ ก็จะมีคุณภาพน้อยลง ดังนั้นมาตรการหนึ่งที่น่าสนใจคือ การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 78.5 ของ นักท่องเที่ยวทั้งหมดเห็นด้วยกับมาตรการดังกล่าวเพราะเป็นการช่วยอนุรักษ์และช่วยลดการทำลายสิ่งแวดล้อมอีกทั้ง ในปัจจุบันมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอในการให้บริการต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่ไม่เห็นด้วยประมาณร้อยละ 21.5 นั้นเห็นว่าเป็นมาตรการที่เข้มงวดเกินไปและเป็นการจำกัดเสรีภาพของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใช้ประโยชน์จากอุทยาน แห่งชาติภูกระดึง อย่างไรก็ตามมาตรการนี้เป็นเพียงทางเลือกหนึ่งที่จะนำไปพิจารณาในการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง หากจะนำไปปฏิบัติจริงจะต้องมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องก่อน เพื่อให้กระทบต่อผลประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและให้สอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของอุทยานฯ ด้วย

Xie (2004) ได้วิจัยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ไหหลำ ประเทศจีน (Authenticating Cultural Tourism: Folk Villages in Hainan, China) จากการวิจัยพบว่า การไปเที่ยวที่ไหหลำ เป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมประจำเผ่าที่สืบทอดต่อกันมา ในขณะที่เดียวกันก็มีการพิจารณาว่ามีความเหมาะสมกับการลงทุนหรือไม่ นักวิจัยได้ทำการวิจัย โดยแสดงให้เห็นว่า เกาะไหหลำเป็นสถานที่เปี่ยมไปด้วยวัฒนธรรมอันเก่าแก่ โดยมีจุดมุ่งหมายหลักคือการนำเอาวัฒนธรรมของชนเผ่าลี ในเกาะไหหลำ ประเทศจีน พัฒนาให้เป็นหมู่บ้าน การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คนที่เข้ามามีบทบาทสำคัญคือ รัฐบาล นักลงทุนนักท่องเที่ยว และกลุ่มชนพื้นเมือง โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานการพัฒนา ปี ค.ศ. 1989 เกี่ยวกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสินค้า วิวัฒนาการทางวัฒนธรรม ตัวการที่เก็บรักษาวัฒนธรรมความมีเสรีภาพของชนเผ่า และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีข้อขัดแย้งระหว่างกลุ่มต่างๆ แม้ว่าวัฒนธรรมหลายอย่างค่อนข้างจะสมบูรณ์และสวยงาม มีเอกลักษณ์แต่นักลงทุนบางคน มีความคิดเห็นขัดแย้ง ก่อความตึงเครียดในกลุ่มนักลงทุน เนื่องจากรัฐบาลสนใจเรื่องเสรีภาพของประชาชนมากกว่าการ

พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ฝ่ายนักลงทุนเข้าใจในเจตนาของชนเผ่าผิดไปว่าพวกเขาต้องการงานและเงิน แต่พวกเขาต้องการรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมของพวกเขามากกว่า งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า สิ่งที่ดีอยู่แล้วไม่ควรจะไปให้ใครประเมินค่าเพื่อทำให้เกิดความสนใจ อีกทั้งเกาะไหหลำนี้ ควรยึดความเป็นธรรมชาติและเอกลักษณ์ของตนเองไว้ไม่ควรยึดมาตรฐานพื้นฐานการพัฒนา

Howard, Paul Jason (2006) ได้ศึกษาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มชาติพันธุ์ภาคใต้ของจีน ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบอย่างมหาศาลต่อสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม หรือทางการเมือง ในชุมชนชนกลุ่มน้อย และระดับภูมิภาค ผลกระทบอาจมีมากขึ้นเนื่องจากการที่มีอยู่ก่อนของโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม แม้กระทั่ง การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ระดับโลก และได้ถูกกำหนดอยู่ในบริบทของท้องถิ่น เช่นในชุมชนของชนกลุ่มน้อยภาคใต้ของจีน การท่องเที่ยวการพัฒนาเป็นกระบวนการที่แตกต่างกันของการพัฒนาในระบบและนอกระบบ การพัฒนาอย่างเป็นทางการโดยทั่วไปต้องใช้ทุนสูง ในทางตรงกันข้าม การพัฒนาแบบนอกระบบ เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตขนาดเล็กจำนวนมาก และคนในครอบครัว หรือชุมชน การทำงานนอกระบบนี้ยังอาจนำไปใช้ได้ทั่วไป ประเภทของนักท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์ จากการให้บริการโดยทั้งสองระบบที่แตกต่างกัน เป็นสมดุลระหว่างสองระบบ มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และทั่วทั้งพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลง และขนาดของผลกระทบ ที่สร้างขึ้นโดยการท่องเที่ยวต่อชุมชนทำให้กระบวนการในภาคการผลิตเกี่ยวข้องกับบทบาท (หรือการขาดความแน่นอนของบทบาท) ของชนกลุ่มน้อยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ในท้องถิ่นของตน และชุมชน นอกจากผลกระทบทางเศรษฐกิจที่มีต่อ สังคม วัฒนธรรม และแม้แต่ผลกระทบกับชุมชน เช่นเดียวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสังคม ผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรมที่มีอิทธิพลจากการพัฒนาที่แตกต่างกันของในระบบ และนอกระบบ ในช่วงเวลา นอกจากนี้โดยเฉพาะในพื้นที่ชนกลุ่มน้อยจะเกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสังคม วัฒนธรรม มีการผสาน และขอบเขตของผลกระทบอย่างใดอย่างหนึ่งไม่สามารถเพียงพอที่จะพิจารณาในการแยก

Yang, Li (2007) ได้ศึกษาการวางแผนสำหรับการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ กรณีศึกษาจาก สิบสองปันนา ยูนนาน จีน พบว่าการพัฒนาเศรษฐกิจและวัฒนธรรมเพื่อช่วยการอนุรักษ์มรดก ทางชาติพันธุ์ อย่างไรก็ตามในการท่องเที่ยวชาติพันธุ์มีศักยภาพจะก่อให้เกิดประโยชน์ ทางเศรษฐกิจ และสังคมนอกจากนี้ยังสามารถส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมวิถีชีวิตและความรู้สึกของตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ มีการเจริญเติบโตความกังวลในหลายสถานที่เกี่ยวกับวิธีการเพื่อความสมดุลของการใช้เชื้อชาติเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการป้องกันของวัฒนธรรมชนกลุ่มน้อยและการส่งเสริมความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ วิธีการวางแผนสถานที่ท่องเที่ยวชาติพันธุ์หรือการจัดการกับผลกระทบของการท่องเที่ยวชุมชน การวิจัยครั้งนี้อยู่ที่จำเป็นสำหรับการวิจัยเพิ่มเติม

เกี่ยวกับการวางแผน สำหรับการท่องเที่ยวในกลุ่มชาติพันธุ์โดยการสำรวจสถานะและการเพิ่มประสิทธิภาพของการวางแผนกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาท่องเที่ยวชาติพันธุ์ท่องเที่ยวชาติพันธุ์ในเมืองท่องเที่ยวที่รู้จักกันดีชาติพันธุ์ในประเทศจีน สิบสองปันนา ยูนนาน ดังนั้นความสมดุลระหว่างการใช้งานของการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบของการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ของวัฒนธรรมที่ควรจะมีการวางแผนการท่องเที่ยว การวางแผนมีประสิทธิภาพมากขึ้นเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อบรรเทาผลกระทบและเพื่อเสริมสร้างด้านบวกของการท่องเที่ยวชาติพันธุ์

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน” ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาดังนี้

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเพื่อการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ได้มาตรฐานเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยผู้วิจัยกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

- 1) การพัฒนาโจทย์/การกำหนดโจทย์วิจัย
- 2) การพัฒนาโครงการ
- 3) การสร้างทีมวิจัย
- 4) การเก็บข้อมูล/เครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บข้อมูล
- 5) การวิเคราะห์ข้อมูล
- 6) การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
- 7) การวางแผนปฏิบัติการ
- 8) การปฏิบัติการ
- 9) การเผยแพร่ขยายผลและการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์
- 10) การสรุปบทเรียนและบทเรียนจากการวิจัยเพื่อท้องถิ่น

1) การพัฒนาโจทย์/การกำหนดโจทย์วิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดพื้นที่เพื่อทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลภาคสนามที่หมู่บ้านต่างๆ ตามที่แสดงในตารางที่ 3.1 เพื่อศึกษาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ ในด้านของบุคลากร ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว เพื่อที่จะหาแนวทางการวิจัยที่เหมาะสมในพื้นที่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไป และข้อมูลพื้นฐานด้านกายภาพของหน่วยงานราชการภาคเอกชน ประชาชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว และทำการสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสภาพปัญหาในเบื้องต้นเพื่อใช้ในการพัฒนาเครื่องมือต่อไป

2) การพัฒนาโครงการ

ในการพัฒนาโครงการนั้น หลังจากผ่านกระบวนการเตรียมพื้นที่ เตรียมชุมชน ชวนคิด ชวนมองทิศทาง และเป้าหมาย ตั้งคำถาม และวิเคราะห์ปัญหา พัฒนาโจทย์วิจัย และข้อเสนอโครงการวิจัย ร่วมกับชุมชน ที่สอดคล้องกับสภาพปัญหา เจือปนไขของท้องถิ่น และหลักเกณฑ์ การสนับสนุนให้มากที่สุด โดยระบุเป้าหมายในการแก้ปัญหา และกลุ่มคนที่จะแก้ปัญหา และพื้นที่ศึกษาวิจัย ตลอดจนความเป็นมา ในการดำเนินโครงการวิจัย ให้เห็นถึงสภาพชุมชน กลุ่มที่จะทำการศึกษา สภาพปัญหาในชุมชนให้ชัดเจน ชุมชนเห็นอย่างไรต่อปัญหานั้นๆ มีความสำคัญอย่างไร หากไม่แก้ไข จะส่งผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร

ตารางที่ 3.1 สถานที่ศึกษาและรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

กลุ่มชาติพันธุ์	สถานที่ศึกษาและรวบรวมข้อมูลภาคสนาม
กลุ่มชาวพื้นเมือง	บ้านสะเดียง ตำบลสะเดียง อำเภอเมือง บ้านนาตะกรุด ต.ศรีเทพ อ.ศรีเทพ จ.เพชรบูรณ์
กลุ่มชาวไทยหล่ม	บ้านนาแซง ตำบลนาแซง อำเภอหล่มสัก บ้านดั่ว ตำบลบ้านดั่ว อำเภอหล่มสัก
กลุ่มชาวเขา (เผ่าม้ง เผ่าลีซอ เผ่าเย้า และเผ่ามูเซอ)	บ้านเจ๊กน้อย ตำบลเจ๊กน้อย อำเภอเขาค้อ บ้านเพชรดำ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ
กลุ่มชาวนน	บ้านน้ำเลา ตำบลตะแบะ อำเภอเมือง
กลุ่มชาวลาว (ลาวพวน ลาวเงี้ยว ลาวครั่ง)	อำเภอหนองไผ่ อำเภอวิเชียรบุรี อำเภอบึงสามพัน

3) การสร้างทีมวิจัย

เมื่อได้โจทย์ที่ผู้วิจัยจะต้องศึกษา กันควา หาข้อมูลแล้ว หลังจากนั้นจะเป็นขั้นตอนการสร้างทีมวิจัยชาวบ้าน โดยผู้วิจัยใช้วิธีพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันและสร้างความคุ้นเคยกับชุมชนต่างๆ โดยประชุมผู้ใหญ่บ้าน ประธานชุมชน และบุคคลที่มีสนใจ โดยเลือกทีมวิจัยชาวบ้านชุมชนละ 5 ท่าน

4) การเก็บข้อมูล/เครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลบริบทชุมชน โดยการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง การสังเกต โดยศึกษา

วิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของชุมชนและร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน โดยใช้การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้

5) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) โดยใช้ข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมได้มาประมวลผลในรูปของการพรรณนาและความเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการวิจัย ผลที่ได้รับจากการวิจัย บทเรียนที่ได้รับจากการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ได้มาตรฐานเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ตลอดจนสรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

6) การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพในการวิจัยครั้งนี้ จะตรวจสอบข้อมูลนั้นตอบปัญหาและครอบคลุมวัตถุประสงค์การศึกษาเพียงพอหรือไม่ ถ้าได้ข้อมูลไม่ตรงกันจะทำการตรวจสอบว่าข้อมูลที่แท้จริงเป็นอย่างไร เพื่อให้ผู้วิจัยแน่ใจว่าข้อมูลหลักและคนอื่นๆ รวมทั้งการศึกษาหรือกับที่ปรึกษาการวิจัยและการศึกษาเอกสารงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อยืนยันในลักษณะสามเส้า (Triangulation) คือ เป็นการตรวจสอบข้อมูลในการทำวิจัยจะกระทำพร้อมๆ กับที่เก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการตรวจสอบทันที ในสนาม หรืออาจจะอยู่ในระหว่างวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสุดท้าย โดยผู้วิจัยย้อนไปตรวจสอบข้อมูลในส่วนที่เก็บมาตอนต้นได้อีก

7) การวางแผนปฏิบัติการ

ผู้วิจัยได้วางแผนปฏิบัติการ โดยยึดกรอบความคิดของการวิจัยและคำถามการวิจัยและได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปปรึกษาทีมวิจัยชาวบ้าน พบปะ พูดคุย สร้างความเข้าใจและได้มีการจัดแบ่งหน้าที่และทีมวิจัยก็ได้ดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับ สำหรับปัญหาในพื้นที่ของชุมชน พบว่า ในหมู่บ้านส่วนมากเป็นเครือญาติกันเมื่อมีกิจกรรมอะไรก็สามารถช่วยเหลือซึ่งกันและกัน แสดงให้เห็นว่าชุมชนมีความรักใคร่กลมเกลียว เอื้ออาทรซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี หากมีกิจกรรมต่างๆ ก็ประสาน ช่วยเหลือซึ่งกันและกันทั้งหมู่บ้าน ดังนั้นเมื่อผู้วิจัยได้เข้าไปทำการศึกษา ก็สามารถสร้างความเข้าใจในชุมชนได้ง่าย มีบรรยากาศอบอุ่น ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

8) การปฏิบัติการ

ผู้วิจัยได้มีการปฏิบัติในพื้นที่ มีการวางแผนก่อนลงพื้นที่ได้เข้าไปชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการต่อทีมวิจัย เพื่อสร้างความเข้าใจและมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้กระบวนการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตามแผนที่ได้กำหนดไว้

9) การเผยแพร่ขยายผลและการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้วิจัยคืนข้อมูลสู่ชุมชน ประชุมสมาชิกกลุ่ม เพื่อที่จะให้ชุมชนและสมาชิกกลุ่ม มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน และนำผลการวิจัยครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการที่จะเสริมสร้างและพัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่มให้มีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้ โดยไม่ต้องรอนงบประมาณจากหน่วยงานราชการหรือส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและสามารถสร้างรายได้ให้กับครอบครัว

10) การสรุปบทเรียนและบทเรียนจากการวิจัยเพื่อท้องถิ่น

การสรุปบทเรียนและบทเรียนจากการวิจัยเพื่อท้องถิ่นในครั้งนี้จะเป็นการถอดบทเรียน โดยการทบทวนหรือสรุปประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาในแง่มุมต่างๆ เพื่อให้เห็นถึงรายละเอียดของเหตุปัจจัยทั้งภายในและภายนอกซึ่งทำให้เกิดผลอย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบันทั้งที่สำเร็จหรือล้มเหลว และสรุปบทเรียนการสืบค้นความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติงาน โดยใช้วิธีการสกัดความรู้และประสบการณ์ที่ฝังลึกจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้ร่วมการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งบันทึกรายละเอียด ผลการปฏิบัติงาน และความรู้ใหม่ๆที่เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานทั้งที่สำเร็จหรือล้มเหลวเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย และสามารถเผยแพร่ศึกษาเรียนรู้ได้

3.2 สถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

สถานที่เก็บข้อมูลการวิจัย ได้แก่ แหล่งชุมชนตามกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชาวพื้นเมือง (บ้านสะเดียง ตำบลสะเดียง อำเภอเมือง และบ้านนาตะกรุด ต.ศรีเทพ อ.ศรีเทพ จ.เพชรบูรณ์) กลุ่มชาวไทยหล่ม (บ้านนาแซง ตำบลนาแซง อำเภอหล่มสัก และบ้านดัว ตำบลบ้านดัว อำเภอหล่มสัก) กลุ่มชาวเขาเผ่าม้ง เผ่าลีซอ เผ่าเย้า และเผ่ามูเซอ (บ้านเจ๊กน้อย ตำบลเจ๊กน้อย อำเภอเขาค้อ และบ้านเพชรดำ ตำบลเขาค้อ อำเภอเขาค้อ) กลุ่มชาวนา (บ้านน้ำเลา ตำบลตะเภา อำเภอเมือง) กลุ่มชาวลาวพวน ลาวเงี้ยว ลาวครั่ง (อำเภอหนองไผ่ อำเภอวิเชียรบุรี และอำเภอบึงสามพัน)

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านตำบลเจ๊กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน จำนวน 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน

โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง	มากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง	มาก
ระดับ 3 หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง	น้อย
ระดับ 1 หมายถึง	น้อยที่สุด

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้จากการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ เพื่อใช้ในการแปลความหมายทั้งรายข้อ รายด้าน และโดยรวม โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ระดับความพึงพอใจ
4.50 -5.00	มากที่สุด
3.50 -4.49	มาก
2.50 -3.49	ปานกลาง
1.50 -2.49	น้อย
1.00 -1.49	น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน” มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงโอกาส ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน 2) เพื่อการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน 3) เพื่อติดตามและประเมินผลการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ข้อมูลที่นำมาศึกษาได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของตัวแทนชุมชน ชุมชนละ 5 ท่านจำนวน 5 ชุมชน ซึ่งจากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

4.1 โอกาส ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์

สภาพทั่วไปของชุมชนจากการศึกษาบริบทชุมชน

จุดแข็งคือ ชุมชนมีความเข้มแข็งทางด้านสังคมค่อนข้างมาก สามารถดำรงสภาพชุมชนทางกายภาพแบบดั้งเดิมไว้ได้โดยส่วนใหญ่สภาพพื้นที่อาคารบ้านเรือน สิ่งปลูกสร้างต่างๆยังคงอยู่ในสภาพแบบดั้งเดิม แต่ถึงแม้ว่าสภาพสังคมจะทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยนไปจากเดิมบ้าง หรือความสัมพันธ์ในครอบครัวแปรเปลี่ยนไปจากเดิมบ้าง ไม่อยู่รวมกันเป็นครอบครัวใหญ่เหมือนแต่ก่อน แต่กลุ่มชาติพันธุ์ก็ยังแสดงให้เห็นถึงระบบเครือญาติที่ชัดเจน สังกัดได้จากการรวมกันอยู่ในละแวกพื้นที่เดียวกัน หรือในพื้นที่ติดๆกัน นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงาม มีศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความมีอัธยาศัยไมตรีของคนในชุมชนซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งที่สำคัญของชุมชน คนในชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถประยุกต์เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ทำให้ชุมชนและครอบครัวมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

ข้อจำกัดคือ ชุมชนยังขาดความเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ชุมชน และภาครัฐขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ดูแลในพื้นที่ กลไกของรัฐเพื่อจัดการการท่องเที่ยวยังอ่อนแอ ขาดเอกภาพ ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนขาดความรู้ด้านการจัดการภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น คนในชุมชนยังขาดความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และยังไม่สามารถแปลงเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ รวมทั้งยังขาดมาตรฐานในด้านการบริการ เช่น ราคาห้องพัก ราคาอาหาร เครื่องดื่ม บางพื้นที่ยังมีภาพลักษณ์ด้านลบในเรื่องความปลอดภัย การเอารัดเอาเปรียบ และหลอกลวงนักท่องเที่ยว สินค้าไม่มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องการขาดระบบการคมนาคมสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยว ระบบการขนส่งสาธารณะยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ทุกแห่งของจังหวัดเพชรบูรณ์ และที่สำคัญชุมชนยังขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจภาษาต่างประเทศ

โอกาสคือ จังหวัดเพชรบูรณ์มีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีภูมิอากาศที่หนาวเย็น มีความหลากหลายของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ จึงทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกหนึ่ง นอกจากนี้การเปิดเสรีการค้าบริการและการลงทุนในอาเซียนเพื่อปรับตัวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสทางด้าน การค้าการลงทุน รวมไปถึงด้านการท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคคือ การแข่งขันและการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้น การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอาจส่งผลกระทบทางอ้อมที่อาจทำให้เกิดปัญหาด้านต่างๆ ตามมาได้เช่น ปัญหาแรงงานต่างด้าว ปัญหายาเสพติด ปัญหาอาชญากรรมข้ามชาติ ซึ่งปัญหาดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวได้หากไม่มีมาตรการรองรับ ปัจจุบันการกระจายอำนาจด้านการท่องเที่ยวมาสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่การจัดทำแผนปฏิบัติการในการถ่ายโอนภารกิจด้านการท่องเที่ยวยังขาดความชัดเจนในการแบ่งอำนาจหน้าที่ นอกจากนี้ยังขาดการกระจายงบประมาณและบุคลากรมาสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วย หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบด้านโครงสร้าง ไม่มีการวางแผนร่วมกัน ขาดการบูรณาการ นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคทางด้านภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวน ไม่แน่นอน เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวอาจตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยวหรือมีการใช้จ่ายน้อยลง

4.2 การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน

จากกระแสการท่องเที่ยวที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว ทำให้จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวในหลายกลุ่ม มีคนจำนวนไม่น้อยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด

เพชรบูรณ์แห่งนี้ ชุมชนจึงต้องมีกระบวนการในการจัดการความรู้ในด้านวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อรองรับกับกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยว หลายคนเกิดการเรียนรู้เรื่องการให้บริการนักท่องเที่ยว การดูแลนักท่องเที่ยว และมีการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อที่จะนำมาใช้ในการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น โดยพื้นฐานการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนนั้น จะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ โดยการนำองค์ความรู้ อัตลักษณ์ของท้องถิ่น อันได้แก่ องค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา และความเชื่อ มาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยใช้ความรู้ด้านการตลาดมาประยุกต์ใช้ เช่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการจัดกิจกรรมทางการตลาดทางการค้าเพื่อส่งเสริมการค้า

จากการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบูรณ์มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวมทั้งหมดของจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน

- อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ
- เขาค้อมอริตน์ ต.โคกสะอาด อ.ศรีเทพ
- วัดช้างเผือก ต.วังชมภู
- จุดท่องเที่ยว 14 จุดเทศบาลในเมืองเพชรบูรณ์
- พุทธอุทยานเพชรบุระ พระพุทธมหาธรรมราชาเฉลิมพระเกียรติฯ
- เสาหลักเมืองนครบาลเพชรบูรณ์ ถ้ำสมบัติ ต.บึงน้ำเต้า
- อนุสาวรีย์ 3 พ่อขุนฯ อ.หล่มสัก
- พระธาตุผาซ่อนแก้ว พระเจดีย์กาญจนาภิเษก อ.เขาค้อ
- โบสถ์มหาพิชัย วัดห้วยสนามทราย และจารึกกองคล้อ อ.น้ำหนาว
- วัดวิเชียรบำรุง, วัดป่าเรไรทอง วัดในเรืองศรี อ.วิเชียรบุรี
- วัดบ้านโกชน์ วัดคงสมโกชน์ วัดโพธิ์เจดีย์ลอย อ.หนองไผ่
- ศูนย์วัฒนธรรมเฉลิมราช วัดโฆษาท่าช้าง ต.ห้วยไร่ อ.หล่มสัก
- วัดพระพุทธบาท ชนแดน

กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน

- งานบวงสรวงเจ้าพ่อศรีเทพ อ.ศรีเทพ
- งานบวงสรวงศาลสมเด็จพระนเรศวร อ.วิเชียรบุรี
- เทศกาลกินไข่ย่าง อ.วิเชียรบุรี

- งานลอยกระทงรอบโบสถ์ วัดบรรพตาราม อ.บึงสามพัน
- งานเทศกาลแข่งเรือบึงสามพัน
- งานประเพณีอุ้มพระดำน้ำ เทศบาลเมืองเพชรบูรณ์
- งานบวงสรวงศาลหลักเมืองนครบาลเพชรบูรณ์ ต.บึงน้ำเต้า
- งานเส็งกลองล่องโคมไฟไหว้พ่อขุนผาเมือง อ.หล่มสัก
- งานบวงสรวงอนุสรณ์สถานเมืองราด ต.บ้านหวาย อ.หล่มสัก
- งานวัฒนธรรมไทหล่ม ขนมหุ่นหล่มเก่า
- งานแข่งเรือลาพรรษาวัดทุ่งธงไชย
- งานประเพณีเผาข้าวหลามและของค้ออำเภอน้ำหนาว
- งานปีใหม่ม้ง, ลิซอ ที่ อ.เขาค้อ
- งานฤดูหนาวบนเขาค้อ
- งานมะขามหวานประกายทอง ล่องโคมไฟ ไหว้หลวงพ่อบ
- งานแห่เทียนพรรษาชนแดน-วังโป่ง
- งานบุญบั้งไฟพญายอ วิเชียรบุรี
- งานบุญบั้งไฟหนองแจ้ง
- ถนนคนเดินไทหล่ม เทศบาลเมืองหล่มสัก

ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าจังหวัดเพชรบูรณ์ ควรมีการพัฒนาให้มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีแนวทางการจัดการความรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 5 ด้าน คือ ด้านองค์ความรู้ ด้านความพร้อมของบุคลากร ด้านการฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชน ด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

4.2.1 ด้านองค์ความรู้

จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นจังหวัดที่มีความเป็นมาที่น่าสนใจทั้งทางเรื่องประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม อีกทั้งกลุ่มชาติพันธุ์ ที่มีลักษณะโดดเด่นในด้านวิถีชีวิตและมีความเชื่อที่เป็นลักษณะเฉพาะตามพื้นที่ โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าศึกษาและสามารถเพลิดเพลินไปกับกิจกรรมต่างๆของจังหวัดเพชรบูรณ์ได้หลายรูปแบบ เช่น

- ประเพณีเส็งกลองล่องโคมไฟไหว้พ่อขุนผาเมือง เป็นประเพณีท้องถิ่นของอำเภอลหล่มสัก ประกอบไปด้วยกิจกรรมการเส็งกลอง คือการแข่งขันตีกลองยาว และตีกลองสองหน้า ว่ากลองลูกไหนจะมีเสียงไพเราะกว่ากัน ซึ่งการเส็งกลอง เป็นการละเล่นที่นิยมมาตั้งแต่ในอดีตของชาวเพชรบูรณ์ สำหรับการล่องโคม หมายถึง การลอยโคมไฟ เชื่อกันว่าเป็นการบูชาเทพยดาบนสวรรค์มักนิยมล่องโคมไฟกันในช่วงวันออกพรรษา กิจกรรมนี้จัดขึ้นในช่วงระหว่างวันที่ 29

ธันวาคม- 2 มกราคมของทุกปี บริเวณลานอนุสาวรีย์พ่อขุนผาเมือง ภายในงานมีกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น การประกวดเส็งกลอง การล่องโคมไฟ การรับประทานอาหารพื้นเมือง และการละเล่นพื้นเมืองต่าง ๆ

- ประเพณีอุ้มพระดำน้ำ แต่เดิมชาวบ้านเรียกกันว่า งานสารทไทย งานอาบน้ำพระงานแข่งเรือวัดไตรภูมิ แต่ต่อมาได้ตั้งชื่ออย่างเป็นทางการว่า “อุ้มพระดำน้ำ” ดำนานเล่าว่า เมื่อสมัยกลางกรุงศรีอยุธยา ประมาณ 400 กว่าปีที่แล้ว ในวันแรม 15 ค่ำเดือน 10 กลุ่มคนหาปลาได้ออกหาปลาในแม่น้ำป่าสักตามปกติ แต่ในวันนั้น ตั้งแต่เช้าไม่มีใครหว่านแหได้ปลาแม้แต่ตัวเดียว ระหว่างนั่งพักปรับทุกข์กันอยู่ที่คู้้งน้ำวังมะขามแพ็บ ก็ปรากฏสิ่งมหัศจรรย์ขึ้น เกิดลมพัดกระชกแรง ฟ้าร้องคามมืดครึ้ม แล้วปรากฏมีพระพุทธรูปสี่เหลี่ยมอร่ามคำผุดคำว่ายอยู่ท่ามกลางลำน้ำที่หมุนวน ชาวบ้านเห็นเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์จึงร่วมกันอัญเชิญมามอบให้เจ้าเมือง แล้วประดิษฐานไว้ที่วัดไตรภูมิ แต่ครั้งปีต่อมาเมื่อวันสารทไทย องค์พระกลับหายไปอย่างไร้ร่องรอย ชาวเมืองได้ร่วมกันค้นหาทั้งเมืองก็ไม่พบ แต่กลับไปพบองค์พระคำผุดคำว่ายอยู่กลางแม่น้ำ ณ ที่เดิมคือวังมะขามแพ็บ หลังจากอัญเชิญองค์พระกลับขึ้นมาใหม่ ชาวเมืองเพชรบูรณ์จึงได้พร้อมใจตกลงร่วมกันว่า ต่อไปจะให้เจ้าเมืองอัญเชิญองค์พระกลับไปทำพิธีดำน้ำ ณ จุดดังกล่าวในวันสารทไทยแรม 15 ค่ำเดือน 10 ทุก ๆ ปีจนเป็นประเพณีคู่บ้านคู่เมืองนับแต่นั้นมา

"พระพุทธรมหาธรรมราชา" เป็นพระพุทธรูปปางสมาธิ ศิลปะสมัยลพบุรี(ขอม) หล่อด้วยเนื้อทองสัมฤทธิ์ หน้าตักกว้าง 13 นิ้ว สูง 18 นิ้ว ไม่มีฐาน มีพระพักตร์กว้าง พระโอษฐ์เบะ พระกรณยาวจรดพระอังสา พระเศียรทรงชฎาเทริดหรือมีกระบังหน้า ทรงสร้อยพระศอ พาหุรัด และประคด มีลวดลายงดงามอีกทั้งแลดูน่าเกรงขามอย่างยิ่ง ส่วนประวัติการสร้างนั้นไม่ปรากฏเด่นชัด แต่ชาวเพชรบูรณ์มีความเชื่อตามตำนานว่า พ่อขุนผาเมือง เจ้าเมืองราด (อ.หล่มสัก) ได้รับพระราชทานจาก พระเจ้าชัยวรมันที่ 7 กษัตริย์แห่งนครธม ให้นำไปประดิษฐานเป็นพระคู่บ้านคู่เมือง พร้อมทั้งให้ทรงอภิเษกสมรสกับพระธิดาคือพระนางสิงขรมาหาเทวี แต่หลังจากพ่อขุนผาเมืองร่วมกับพ่อขุนบางกลางหาว เจ้าเมืองบางยาง (อ.นครไทย) พระสหาย กอบกู้อิสรภาพให้กับคนไทย ทำให้พระนางสิงขรมาหาเทวี แค้นเคืองถึงกับเผาเมืองราดจนย่อยยับ จากนั้นตัดสินใจกระโดดแม่น้ำป่าสักฆ่าตัวตาย ทำให้ไพร่พลเสนาอำมาตย์ ต้องอัญเชิญพระพุทธรมหาธรรมราชาลงแพล่องไปตามแม่น้ำป่าสักเพื่อหลบลหนีไฟ แต่ปรากฏว่าแม่น้ำป่าสักมีความคดเคี้ยว และกระแสน้ำไหลเชี่ยวกราก ทำให้แพที่อัญเชิญองค์พระมานั้นแตก จนองค์พระจมดิ่งลงสู่ก้นแม่น้ำหายไป กระทั่งต่อมาคนหาปลาได้ไปพบ จนก่อให้เกิดตำนานมหัศจรรย์และ "ประเพณีอุ้มพระดำน้ำ" ขึ้น การจัดงานประเพณีอุ้มพระดำน้ำ ประกอบด้วยพิธีบวงสรวงเทพยดาฟ้าดินที่ปกปักษ์รักษาคุ้มครองเมืองเพชรบูรณ์ ขบวนแห่องค์พระรอบเมือง ขบวนแห่องค์พระไปดำน้ำในแม่น้ำป่าสัก

และพิธีกรรมเจ้าเมืองอุ้มองค์พระค่าน้ำโดยหันหน้าทวนน้ำ 3 ครั้งและหันหน้าตามน้ำ 3 ครั้ง พร้อมทั้งอธิฐานให้ฟ้าฝนตกต้องตามฤดูกาล ประชาชนมีความอยู่ดีกินดีและบ้านเมืองมีความสงบร่มเย็น และเจริญรุ่งเรือง หลังจากนั้นชาวบ้านก็จะมีการเฉลิมฉลองและแข่งขันพายเรือทวนน้ำกันอย่างสนุกสนาน ปัจจุบันนี้ ประเพณีอุ้มพระค่าน้ำของเพชรบูรณ์ เป็นแบบอย่างของการจัดงานประเพณีท้องถิ่นที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมล้นด้วยความศรัทธาและความร่วมแรงร่วมใจอย่างแท้จริงของชาวเพชรบูรณ์ทุกหมู่เหล่า ทั้งนี้ โดยไม่ลืมจิตวิญญาณของประเพณีฯ ที่แสดงถึงความศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาโดยพิธีกรรมผ่านองค์พระ และสร้างจิตสำนึกให้น้อมนำเอาธรรมะของพระพุทธองค์มาไว้เป็นหลักชัยในการดำเนินชีวิต สอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า “แสงศรัทธาส่ององค์พระ แสงธรรมะส่องจิตใจ”

- ประเพณีปีใหม่ม้งของชาวม้งตรงกับ ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 2 ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในระยะเวลาระหว่างเดือนธันวาคม-มกราคมของทุกปี ซึ่งเป็นงานรื่นเริงของชาวม้งของทุก ๆ ปี จะจัดขึ้นหลังจากได้เก็บเกี่ยวผลผลิตในรอบปีเรียบร้อยแล้ว และเป็นการฉลองถึงความสำเร็จในการเพาะปลูกของแต่ละปี ซึ่งจะต้องทำพิธีบูชาถึงผีฟ้า - ผีป่า - ผีบ้าน ที่ให้ความคุ้มครอง และดูแลความสุขสำราญตลอดทั้งปี รวมถึงผลผลิตที่ได้ในรอบปีด้วย ซึ่งแต่ละหมู่บ้านจะทำการฉลองกันอย่างพร้อมเพรียงกัน หรือตามวัน และเวลาที่สะดวกของแต่ละหมู่บ้าน ซึ่งโดยมากจะอยู่ในช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี ประเพณีฉลองปีใหม่ม้งนี้ชาวม้งเรียกกันว่า “น่อเป็ใจวส์” แปลตรงตัวได้ว่า “กินสามสิบ” สืบเนื่องจากชาวม้งจะนับช่วงเวลาตามจันทรคติ โดยจะเริ่มนับตั้งแต่ขึ้น 1 ค่ำ ไปจนถึง 30 ค่ำ (ซึ่งตามปฏิทินจันทรคติจะแบ่งออกเป็นข้างขึ้น 15 ค่ำ และข้างแรม 15 ค่ำ) เมื่อครบ 30 ค่ำ จึงนับเป็น 1 เดือน ดังนั้นในวันสุดท้าย (30 ค่ำ) ของเดือนสุดท้าย (เดือนที่ 12) ของปีจึงถือได้ว่าเป็นวันส่งท้ายปีเก่า ซึ่งในวันปีใหม่นี้ของชาวม้งจัดเป็นงานประเพณีที่ชาวม้งรอคอยอย่างใจจดใจจ่อ เนื่องจากจะเป็นการพบปะกันระหว่างกลุ่มญาติมีประเพณีขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์และผู้อาวุโส เป็นวันที่หนุ่มๆ สาวๆ ในหมู่บ้านจะได้เลือกคู่ มีการจัดการแข่งขันกีฬาประเพณีและการละเล่นต่างๆ เช่น ลูกข่าง ลูกช่วง และยังมีการแข่งขันลื้อเลื่อนไม้ชิงแชมป์ประเทศไทยซึ่งเป็นกีฬาที่ทำทายน่าสนใจเป็นอย่างมาก แดนนอกการละเล่นที่สร้างความสนุกสนานแล้วชาวม้งก็ไม่ลืมที่จะทำพิธีกรรมต้อนรับปีใหม่ซึ่งจัดเป็นพิธีกรรมที่ชาวม้งให้ความสำคัญกันมากโดย 4 อย่างดังนี้

วันดา หรือ แรม 12 ค่ำ เดือน 1 ชาวม้งจะมีการเตรียมต้อนรับปีใหม่โดยทุกบ้านจะทำความสะอาดบ้านโดยใช้ใบไผ่กวาดบ้านเพื่อเอาสิ่งไม่ดีไปกับปีเก่า และจะมีพิธีเรียกขวัญโดยนำไก่ต้มสุก 1 คู่ มาทำพิธีบนแท่นบูชา โดยระหว่างงานปีใหม่นี้จะจุดธูปหรือตะเกียงไว้กลางบ้านตลอด แต่ละแห่งจะสอนสิ่งดีๆ ให้กับลูกหลาน ระหว่างที่สอนจะนำเมล็ดข้าวโพดใส่ในกระดิ่งแล้วโยกไปมา ทุกวันของวันปีใหม่จะมีการจัดเลี้ยง แต่วันดาจะเป็นวันที่ดื่มเหล้ากันมากที่สุด กลางคืนของ

วันคานี้ทุกคนจะเฝ้ารอเสียงสัตว์ร้อง เพราะเสียงสัตว์ร้องเสียงแรกจะถือเป็นเวลาที่เริ่มต้นของวันปีใหม่ ถ้าเป็นเสียงไก่ร้องจะถือว่าดีที่สุด ทันทีที่ได้ยินเสียงสัตว์ร้องเสียงแรก ผู้ชายของทุกบ้านจะยิงปืนต้อนรับปีใหม่ และในเวลา 01.00 น. จะเทศกาลที่บรรจุน้ำภายในบ้านทิ้งและตวงน้ำใส่ใหม่ ผู้หญิงจะเริ่มตำข้าวหุงข้าวเพื่อเตรียมเลี้ยงงานปีใหม่

วันขึ้นปีใหม่ (ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 1) ในวันนี้จะมีการละเล่นในหมู่บ้าน เช่น การเล่นลูกข่าง ซึ่งจะแข่งขันกัน ใครตีได้แม่นหรือลูกข่างหมุนได้นานก็จะเป็นฮีโร่ของงาน นอกจากนี้วันนี้จะเป็นวันที่หนุ่มสาวจะเลือกคู่กันโดยใช้วิธีโยนลูกช่วง โดยหนุ่มๆสาวๆก็จะแต่งกายด้วยชุดสวยงาม ฝ่ายหญิงจะเป็นฝ่ายทำลูกช่วงซึ่งทำจากผ้าเป็นลูกกลมๆและวานให้เพื่อนหญิงหรือจะเป็นหญิงที่แต่งงานแล้วเป็นผู้นำลูกช่วงของตนไปมอบให้กับชายหนุ่มที่ตนพึงพอใจ และหญิงสาวที่ทำหน้าที่เป็นแม่สื่อนี้จะบอกกับชายหนุ่มว่าลูกช่วงนั้นเป็นของหญิงสาวคนใดเพื่อที่ชายหนุ่มจะได้นำลูกช่วงนี้ไปโยน หรือขว้างเล่นกับหญิงสาวผู้เป็นเจ้าของลูกช่วงต่อไปหรือหากผู้ชายหมายตาหญิงสาวคนใดไว้ก็จะไปขอโยนลูกช่วงด้วย ถ้าฝ่ายหญิงไม่พอใจก็จะไม่โยนด้วย ระหว่างที่ชายหนุ่มหญิงสาวโยนลูกช่วงก็จะพูดจาจีบกันในเวลานี้ ในส่วนใหญ่แล้วคู่โยนลูกช่วงจะมีการสู่ขอแต่งงานกันหลังงานปีใหม่ (ตามประเพณีเดิมแล้วถ้าผู้ชายพอใจก็จะจุดหญิงสาวไปด้วยเลยแล้วค่อยมาทำการสู่ขอในภายหลัง) และวันนี้ในแต่หลังคาเรือนก็จะจัดเลี้ยงแขกที่เข้าไปเยี่ยมในบ้านซึ่งจะมีการตั้งวงร่ำสุรา ตามธรรมเนียมของชาวม้งแล้วจะมีการดื่มเหล้าข้าวโพดเตรียมไว้สำหรับฉลองเทศกาลปีใหม่นี้ ใครที่มีฝีมือดีก็จะดื่มเหล้าได้ไต่เป็นดาตักแตน ผู้เขียนเคยได้ลองชิมเหล้าข้าวโพดนี้แล้วบอกได้เลยว่าทั้งหอมหวานรสชาติสู้กับเหล้าฝรั่งได้เลย ส่วนความแรงนั้นไม่ต้องพูดถึงเพราะเวลาที่ดื่มเข้าไปนั้นก็ทราบทันทีเลยว่าเหล้าได้เดินทางไปถึงส่วนไหนของทางเดินอาหาร แล้วประกอบกับความหวานของเหล้านั้นทำให้ดื่มได้เรื่อยๆ กว่าจะรู้ตัวอีกทีก็เมาไปซะแล้ว ธรรมเนียมการนั่งในวงสุราจะนั่งตามผู้อาวุโส ผู้ที่อาวุโสน้อยกว่าจะนั่งทางด้านซ้ายมือของผู้ที่อาวุโสกว่า หากเราจะไปร่วมวงการร่ำสุรานี้ก็ต้องถามจากเขาก่อนว่าเราสามารถนั่งได้ตรงไปไหน ด้านหลังของวงเหล้าจะมีผู้ทำหน้าที่รินเหล้าหนึ่งคน จอกเหล้าสองจอก โดยจะเริ่มดื่มจากผู้อาวุโสที่หัวแถวก่อนแล้ววนไปทีละ สองจอกจนครบเก้ารอบ รอบสุดท้ายจะเป็นจอกใหญ่กับจอกเล็กเรียกว่าแม่วักกับลูกวัก ทุกคนในวงต้องดื่มให้หมดเพื่อเป็นการให้เกียรติเจ้าบ้าน ถ้าใครดื่มไม่ไหวก็ต้องให้คนในครอบครัวมาขึ้นข้างหลังคอยช่วยดื่ม

วันที่สาม (ขึ้น 2 ค่ำ เดือน 1) เป็นวันที่จะไปดำหัวผู้เสียชีวิตไปแล้วที่หลุมศพ และถือเป็นวันสุดท้ายของปีใหม่ ไก่ที่ดื่มไว้วันแรกต้องกินให้หมดวันนี้และดับรูปหิ้งตะเกียงที่จุดไว้ตลอดปีใหม่

วันที่สี่ เป็นวันที่ส่งฝักกลับ ในตอนเช้าจะดัมไก่ไหม้ไว้บนโต๊ะ ผู้นำครอบครัวทำพิธีปล่อยฝักกลับและบอกว่าถ้ามีอะไรจะเรียกฝักนี้กลับมาช่วย ในหมู่บ้านชาวม้งบางหมู่บ้านจะมีต้นไม้ศักดิ์สิทธิ์ของหมู่บ้านเรียกว่า ดงเซ่ง ซึ่งต้องดูแลให้ดี หากไม่เช่นนั้นจะทำให้เกิดเหตุร้ายขึ้นได้ และในวันที่สี่นี้หมู่บ้านที่มีดงเซ่งก็จะเข้าไปทำความสะอาดและพิธีที่ดงเซ่งนี้เพื่อขอพรให้อยู่ดีมีสุขก็เป็นหลังจากที่ทำพิธีกรรมทั้งหมดที่เล่ามานี้ ก็มาถึงการละเล่นพื้นบ้านที่สนุกสนานต่างๆ ของม้งที่มีมากมาย เช่น การตีลูกข่าง การยิงหน้าไม้ การหาบน้ำ การผัดข้าว การโยนไข่ การประกวดแม่บ้านสมบูรณ์ การโยนลูกช่วงหรือประเพณีเกี่ยวสาว และที่เป็นไฮไลต์ที่สุดก็คือกีฬาแข่งขันล้อเลื่อนไม้หรือโกคาร์ทชาวเขา

ประเพณีของชาวม้งได้สะท้อนความผูกพันกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มีความสัมพันธ์กับธรรมชาติการรักษาสิ่งแวดล้อมเห็นได้จากการดูแลต้นไม้ศักดิ์สิทธิ์ และในส่วนของการเล่นนั้นก็แฝงไว้ด้วยความสัมพันธ์ของสังคม เช่น การโยนลูกช่วงซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้หนุ่มสาวพบปะเลือกคู่กันตามครรลองของวัฒนธรรม ประเพณีจึงมีความหมายและคุณค่าของการดำรงอยู่ของบุคคลและสังคม

- อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ชากเมืองโบราณนี้ถูกพบครั้งแรกในขณะที่ยสมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพเดินทางไปตรวจราชการมณฑลเพชรบูรณ์ ใน พ.ศ.2448ลักษณะของเมืองโบราณมีคูน้ำและกำแพงดินขนาดใหญ่มากล้อมรอบ เป็นรูปวงกลมซ้อนกันอยู่ 2 วง ซึ่งสันนิษฐานกันว่าแนวคูเมือง กำแพงเมืองที่ซ้อนกันนั้น จะเป็นการขยายตัวของชุมชนในภายหลัง โบราณสถานที่ยกขึ้นที่ขุดพบทั้งที่อยู่ในเมืองและนอกเมืองนั้นมีกระจายอยู่ทั่วไป แสดงให้เห็นถึงความหนาแน่นของประชากร และโบราณสถานเหล่านั้นได้ชี้ให้เห็นถึงลำดับสมัยและช่วงระยะเวลาของการก่อสร้างที่แตกต่างกันประกอบกับโบราณวัตถุจำนวนมากที่พบทั้งที่เป็นประติมากรรมเนื่องในศาสนา ซึ่งมีความงดงามยิ่งกว่าที่พบในแห่งใด ๆ และวัตถุหลักฐานอื่น ๆ ทำให้สรุปได้ว่าเมืองศรีเทพเป็นชุมชนที่มีพัฒนาการที่ติดต่อกันมาเป็นเวลายาวนาน นับตั้งแต่สมัยทวารวดี สมัยลพบุรี ตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 12 เป็นต้นมา และถูกทอดทิ้งร้างไปในที่สุดหลังพุทธศตวรรษที่ 18 ลักษณะผังเมืองประกอบไปด้วยพื้นที่ 2,889 ไร่ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ เมืองส่วนในและเมืองส่วนนอก เมืองส่วนในมีลักษณะเป็นรูปเกือบกลม ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 1.5 กม. มีช่องทางเข้าออก 8 ช่องทางพื้นที่ภายในเป็นที่ราบลอนคลื่น มีสระน้ำและหนองน้ำกระจายอยู่ทั่วไป มีโบราณสถานที่ยกแต่งแล้วและยังไม่ได้ขุดแต่งประมาณ 70 แห่ง เมืองส่วนนอกลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าต่อกับเมืองส่วนใน มีช่องทางเข้าออก 7 ช่องทาง มีโบราณสถานกระจายอยู่แบบเดียวกับเมืองส่วนใน เช่น โบราณสถานเขาค้างใน ปราสาทศรีเทพ ปราสาทสองพี่น้อง เป็นต้น

ปัจจุบันได้รับการบูรณะและตกแต่งบริเวณสวยงาม เป็นแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจยิ่ง

หลักฐานที่พบ

1. ปราสาทศรีเทพ เป็นสถาปัตยกรรมแบบศิลปะขอม หันหน้าไปทางทิศตะวันตก ลักษณะของปราสาทสร้างด้วยอิฐและศิลาแลง ส่วนฐานล่างก่อด้วยศิลาแลงเป็นฐานบัวลูกฟัก แบบเดียวกับสถาปัตยกรรมเขมรทั่ว ๆ ไป เรือนธาตุก่อด้วยอิฐ ในการขุดค้นบริเวณนี้ พบชิ้นส่วนทับหลังรูปลายสลักราวพุทธศตวรรษที่ 16-17 ซึ่งน่าจะเป็นการสร้างเพิ่มจากโบราณสถานเขาลังในต่อมาประมาณพุทธศตวรรษที่ 18 มีการพยายามจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใหม่ แต่ไม่สำเร็จโดยได้พบชิ้นส่วนทั้งกระจัดกระจาย

2. ปราสาทสองพี่น้อง ลักษณะเป็นปราสาท 2 องค์ ตั้งอยู่บนฐานศิลาแลงขนาดใหญ่ หันหน้าไปทางทิศตะวันตกเช่นเดียวกับปราสาทศรีเทพ มีประตูเข้าทางเดียว จากการขุดแต่งทางโบราณคดีพบทับหลังที่มีจำหลักเป็นรูปพระอิศวรอุ้มนางปรารถิ ประทับนั่งอยู่เหนือโคกสุกราชอายุของปราสาทอยู่ในราวพุทธศตวรรษที่ 16-17 เป็นศิลปะขอมแบบบาปวนของนครวัดและได้มีการสร้างปราสาทองค์เล็กเพิ่ม โดยพบร่องรอยการสร้างทับกำแพงแก้วล้อมรอบปราสาทองค์ใหญ่อยู่ได้ปราสาทองค์เล็ก และยังมีการก่อปิดทางนี้ โดยเสริมทางด้านหน้าให้ยื่นออกมา และก่อสร้างอาคารขนาดเล็กทางทิศเหนือเพิ่มขึ้น

3. โบราณสถานเขาลังใน ลักษณะของสถาปัตยกรรมเป็นผังพื้นสี่เหลี่ยมผืนผ้า หันหน้าไปทางทิศตะวันออก ใช้ศิลาแลงเป็นวัสดุ ที่ฐานมีรูปปูนปั้นบุคคลและสัตว์ประดับ เป็นศิลปะแบบทวารวดี จากลักษณะผังเมืองจะเห็นว่าเขาลังในตั้งอยู่เกือบกลางเมืองเช่นเดียวกับเมืองทวารวดีอื่น ๆ เช่น นครปฐมโบราณ เมืองคูบัว ราชบุรี และจากรายละเอียดปูนปั้นบุคคลหรือลวดลาย มีลักษณะแบบเดียวกับเมืองคูบัวโบราณ บ้านโคก จังหวัดนครสวรรค์ และวัดนครโกษา จังหวัดลพบุรี อายุสมัยการก่อสร้างประมาณพุทธศตวรรษที่ 11-12

4. เขามอรัตน์ เป็นเขาเล็ก ๆ ตั้งอยู่ทางด้านตะวันตกของแม่น้ำป่าสัก ที่ตำบลสระกรวด อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ห่างจากถนนลำารายณ์-เพชรบูรณ์ ประมาณ 7 กม. เกือบถึงยอดเขามีถ้ำ ปากถ้ำอยู่ทางทิศเหนือ ภายในถ้ำมีความกว้างขวางพอสมควร มีเนื้อที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้างประมาณ ๑๐ เมตร ความลึกประมาณ 21 เมตร เพดานถ้ำสูงราว 12 เมตร ตรงกลางมีหินย้อยเป็นเสาใหญ่ ตั้งอยู่ในถ้ำมีภาพจำหลัก พระพุทธรูป และพระโพธิสัตว์ สมัยทวารวดี มีพระพุทธรูปประทับยืนสูงประมาณ 2 เมตรเศษและมีรูปสลักพระพุทธรูปยืนขนาดเล็ก และพระพุทธรูปประทับนั่งสมาธิรวมทั้งหมด 11 องค์

- งานกาชาดมะขามหวานเพชรบูรณ์ การจัดงานมะขามหวานและงานกาชาด จังหวัดเพชรบูรณ์จัดขึ้นในช่วงปลายเดือนมกราคมของทุกปี ภายในงานมีการประกวดมะขามหวานพันธุ์ต่าง ๆ การประกวดธิดามะขามหวาน การแสดงทางวัฒนธรรม มหรสพ การออกร้านต่าง ๆ มากมาย

- ประเพณีบุญบั้งไฟเดือนหกและผีตาโม่ ในช่วงก่อนฤดูฝนของทุกปี อำเภอหล่มเก่า ได้จัดเทศกาลบุญบั้งไฟขอฝนและผีตาโม่ ซึ่งเป็นความเชื่อของคนสมัยโบราณที่มีประวัติมายาวนานของผู้คนในท้องถิ่นอำเภอหล่มเก่า ซึ่งเป็นผีที่คอยสิงสถิตอยู่ตามบ้านเรือน ป่าเขาลำเนาไพร ชาวบ้านที่บานนาทราย จึงได้จัดขบวนแห่ผีตาโม่ขึ้น ในเทศกาลบุญบั้งไฟเดือนหก เพื่อให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล อันจะทำให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ ของพืชพันธุ์ธัญญาหารและความอุดมสมบูรณ์ ลักษณะของผีตาโม่ จะมีลักษณะที่น่ากลัว ตาโตแดงกล้า ปากกว้างเท่ากระด้ง ฟันขาว มีลิ้นยาวห้อยลงคล้ายเปรต จมูกกลมใหญ่คล้ายกระวยดักน้ำ มีหูยาวคล้ายเขากวาง ใส่เสื้อผ้าชุดดำผ้าแดงคาดเอว มือเท้าใหญ่ถืออาวุธ พุงใหญ่อู้อยู่ยามีลักษณะความแตกต่างระหว่างผีตาโชนและผีตาโม่ คือ หวดหนึ่งข้าวเหนียวที่ใช้ทำหน้ากาก ผีตาโชนจะใส่โดยคว่ำปากหวดหนึ่งข้าวเหนียวลง

4.2.2 ด้านความพร้อมของบุคลากรในพื้นที่ จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยว มีลักษณะการอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวประกอบด้วย พ่อ แม่ และบุตร อาศัยอยู่ร่วมกัน บุตรหลานมีการศึกษาในระดับสูงขึ้น ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่นในทุกๆด้านและทุกกระบวนการพัฒนา หากคนในท้องถิ่นขาดข้อมูล ประสบการณ์ และทักษะที่เกี่ยวกับการพัฒนาหรือการจัดการชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน จะทำให้คนท้องถิ่นไม่สามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กำหนดปัญหา วางแผน ดำเนินงานและประเมินผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงต้องมีการพัฒนาคนในท้องถิ่นโดยการอบรมให้ความรู้และประสบการณ์ ซึ่งจะส่งผลให้คนในท้องถิ่นได้ตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมของตน เกิดความรัก ความหวงแหน ภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง เกิดความร่วมมือร่วมใจในการฟื้นฟูสืบทอด อนุรักษ์วัฒนธรรมและใช้มรดกทางวัฒนธรรมในทิศทางที่ยั่งยืน

4.2.3 ด้านการส่งเสริมฟื้นฟู ศิลปวัฒนธรรมชุมชน จังหวัดเพชรบูรณ์มีวัฒนธรรมเป็นของตัวเอง มีงานเทศกาล ประเพณีเก่าแก่ของชุมชน โดยมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ภาษา อาหาร การใช้ชีวิตที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมีประสบการณ์ใหม่ๆ ในการเดินทาง ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์และสามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจสามารถเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมภาษา กับกลุ่มชาติพันธุ์ม้งดำบลเจ๊กน้อยได้ตลอดปี นอกจากนี้ยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่น

ต่างๆ ที่ได้รับความสนใจ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น เกิดความตระหนัก เห็นคุณค่า ความสำคัญของภูมิปัญญาและวัฒนธรรมดั้งเดิม จึงควรส่งเสริมด้วยการเน้นให้เยาวชนเรียนรู้ สืบสาน ฝึกการเล่นแก่เยาวชนในชุมชน และสนับสนุนให้มีการจัดการแสดงมากขึ้น

4.2.4 ด้านการจัดการ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว จังหวัด เพชรบูรณ์ได้จัดทำ ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีป้ายประชาสัมพันธ์ มีเส้นทางคมนาคมทางรถยนต์หลายเส้นทาง แต่ยังไม่เห็นเส้นทางคมนาคมรถไฟ เส้นทางหลักคือทางหลวงหมายเลข 21 ส่วนเส้นทางหลักอีกเส้นทางหนึ่ง คือ ทาง หลวงหมายเลข 12 ซึ่งเป็นทางหลวงและเป็นเส้นทางคมนาคมแนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor) เชื่อมโยงประเทศพม่า-ไทย-ลาว-เวียดนาม ตามโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงหรือ GMS (Greater Mekong Sub region: GMS) ซึ่งสร้างโอกาสในการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการ พัฒนาเศรษฐกิจ โดยเชื่อมต่อกับเมืองศูนย์กลางในกลุ่มจังหวัด (พิษณุโลก) ทั้งด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ในลักษณะ Supply และ/หรือ Value Chain โดยเชื่อมต่อกับ แนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor) ไปยังประเทศจีน-พม่า/ลาว-ไทย ระยะทางประมาณ 1,280 กิโลเมตร ซึ่งผ่านสี่แยกอินโดจีนในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งสามารถรองรับการเดินมาท่องเที่ยวเพชรบูรณ์ได้หลายเส้นทาง

4.2.5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ในด้านการประชาสัมพันธ์มีหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ มีป้ายสัญลักษณ์ขนาดใหญ่แบบคร่อมถนน เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางสู่จังหวัดเพชรบูรณ์ได้แก่

- ถนนสาย 21 จำนวน 1 จุดที่ ต.คลองกระจัง อ.ศรีเทพ
- ถนนสายนครสวรรค์-ชัยภูมิ 3 จุดที่ ต.ยางสาว อ.วิเชียรบุรี ต.ศรีมงคลและ ต.วังพิกูล อ.บึงสามพัน

- ถนนสายตะพานหิน-ชนแดน 1 จุดที่ ต.คงขุย อ.ชนแดน
- ถนนสาย 12 จำนวน 1 จุดที่ ห้วยสนามทราย อ.น้ำหนาว
- ถนนสายด่านซ้าย-หล่มเก่า 1 จุด ที่บ้านหนองใหญ่ ต.นาซำ อ.หล่มเก่า

ทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านงานกิจกรรมต่างๆ นำสื่อออนไลน์ มาประชาสัมพันธ์ เช่น ถ่ายทำสารคดีการท่องเที่ยว แนะนำแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีการผลักดันให้เกิดการค้าขาย โดยการสร้างเพิงร้านค้า เพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนมาค้าขาย ซึ่งมีทั้งอาหาร และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้พิจารณาเห็นควรให้มีการจัดโครงการบริการวิชาการ เพื่อให้ชุมชนได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน การทำ

การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมมูลค่าเพิ่มในสินค้าให้มีความน่าสนใจ และสวยงาม สร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน โดยได้จัดทำโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน มีการนำองค์ความรู้มาบูรณาการกับงานวิจัย เรื่อง การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน โดยได้มีการบรรยายองค์ความรู้ดังนี้

การตลาดท่องเที่ยว (Marketing of Tourism) เป็นตลาดบริการที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีอิสระในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด ประกอบด้วย ผู้ซื้อ คือ นักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศที่มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ขาย คือ ผู้ประกอบการจัดหาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว และสินค้าและบริการ คือ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรมสังคม และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น สายการบิน ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก กิจกรรมท่องเที่ยว

การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวควบคู่กับการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้รู้จักและตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ด้วยการโฆษณา

การกำหนดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง การสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสายตาลูกค้าเพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับ เป็นการระบุถึงจุดยืนของผลิตภัณฑ์จากการประมาณการซื้อตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญต่อธุรกิจท่องเที่ยว กล่าวคือ เป็นกระบวนการรับรู้ที่ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวจำภาพลักษณ์

การท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักตัวหนึ่งของเมืองไทย ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศได้เป็นอย่างดี การทำโฆษณาการท่องเที่ยวบน Social Network นี้ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่ช่วยให้บริการของคุณได้เข้าถึงลูกค้า โรงแรมและสายการบินต่างพากันเข้ามาใช้พื้นที่บนโลกออนไลน์เพื่อการแจ้งข่าวและโปรโมทกิจกรรมต่างๆ หรือส่วนลดที่น่าสนใจ เช่น ตัวเครื่องบินและที่พักราคาพิเศษ

การกำหนดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง การสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสายตาลูกค้าเพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับ เป็นการระบุถึงจุดยืนของผลิตภัณฑ์จากการประมาณการซื้อตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญต่อธุรกิจท่องเที่ยว กล่าวคือ เป็นกระบวนการรับรู้ที่ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวจำภาพลักษณ์

ธุรกิจการท่องเที่ยว (Tourism business) หมายถึง กิจกรรมด้านการผลิตสินค้าและบริการเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวมี

จุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหากำไร ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว ประกอบด้วย ธุรกิจที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม คมนาคมขนส่ง นำเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง นันทนาการ และการจัดประชุม นิทรรศการ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

การประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวมีรูปแบบ คือการประกอบการเจ้าของคนเดียว (Sole Proprietorship) การประกอบการลักษณะหุ้นส่วน (Partnership) และการประกอบการลักษณะบริษัทจำกัด (Corporation)

กระบวนการจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดการองค์กร (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) โดยปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี กฎหมาย และการค้าเสรีด้านการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่เสนอแก่ตลาดเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ มีลักษณะจับต้องไม่ได้แต่รู้สึกได้ เก็บรักษาไม่ได้ ซื้อมาตามฤดูกาล และลอกเลียนแบบได้ง่าย

ความคาดหวังหรือประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเป็น 4 ระดับ คือ

- 1) ผลิตภัณฑ์หลัก เป็นผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์
- 2) ผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก เป็นสินค้าหรือบริการที่นำเสนอเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถอุปโภคผลิตภัณฑ์หลักได้อย่างสะดวก
- 3) ผลิตภัณฑ์สนับสนุน เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์หลักทำให้ผลิตภัณฑ์หลักต่างจากคู่แข่ง
- 4) ผลิตภัณฑ์ควบ คือ ความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการ บรรยากาศ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

1. สร้างและรวบรวมความคิด
2. คัดสรรความคิดที่เป็นไปได้
3. พัฒนาแนวคิดนั้นและทดสอบ
4. พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด
5. วิเคราะห์ธุรกิจ
6. พัฒนาด้านแบบผลิตภัณฑ์

7. ทดสอบตลาด

8. ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการเปรียบเทียบความคาดหวังและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว ถ้าผลออกมาเป็นความรู้สึกของการบรรลุความตั้งใจหมายความว่านักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองตามที่หวังเอาไว้ เช่น การให้ความสำคัญกับการรับรู้ของลูกค้า การสร้างความประทับใจครั้งแรก

บรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาด : Consumer Packaging ใช้บรรจุภัณฑ์ดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปร่างและสีสัน โดดเด่นเป็นที่สะดุดตาลูกค้าทำให้ลูกค้าหยุดดูหรือหยิบสินค้ามาดูซึ่งลูกค้าอาจตัดสินใจซื้อ ยังให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับสินค้า บริษัทจะพิมพ์ข้อมูลคุณลักษณะสินค้าไว้ที่บรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามจะสะดุดตาลูกค้า ให้ความสะดวกกับลูกค้าในการหยิบและถือ การปกป้องสินค้ามิให้เสียหายจากการเคลื่อนย้ายและหยิบถือของลูกค้า

4.3 ติดตามและประเมินผลการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน จากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ดังแสดงในตารางที่ 4.1-4.6 โดยใช้ค่าสถิติได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเลขคณิตกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ระดับความพึงพอใจ
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง
1.50 - 2.49	น้อย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด

สำหรับการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ ด้านการดำเนินการประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านหัวข้อการบรรยาย 2) ด้านสถานที่และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ 3) ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการ

ให้บริการ 4) ด้านความรู้ความเข้าใจและคุณภาพในการให้บริการ และ 5) ด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านการดำเนินการภาพรวม

ด้านการดำเนินการ	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. ด้านหัวข้อการบรรยาย	4.38	0.72	มาก	4
2. ด้านสถานที่และการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.61	0.74	มากที่สุด	1
3. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ	4.46	0.74	มาก	3
4. ด้านความรู้ความเข้าใจและคุณภาพในการให้บริการ	4.20	0.75	มาก	5
5. ด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์	4.55	0.65	มากที่สุด	2
รวม	4.44	0.72	มาก	

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนด้านการดำเนินการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.2 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านหัวข้อการบรรยาย

ด้านการดำเนินการ	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. หลักการพัฒนาสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว	4.38	0.72	มาก	2
2. ด้านหลักการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขัน	4.35	0.62	มาก	3
3. การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน	4.40	0.70	มาก	1
รวม	4.38	0.68	มาก	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านหัวข้อการบรรยาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หลักการพัฒนาสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ด้านหลักการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ข้อ

ตารางที่ 4.3 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านสถานที่และการให้บริการของเจ้าหน้าที่

ด้านการดำเนินการ	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. สถานที่จัดการอบรมมีความเหมาะสมกับรูปแบบโครงการ	4.60	0.83	มาก	3
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร กระตือรือร้น เต็ม	4.52	0.66	มากที่สุด	4

ด้านการดำเนินการ	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
ใจให้บริการ				
3. การชี้แจงและให้คำแนะนำ เกี่ยวกับการให้บริการที่ชัดเจน	4.60	0.67	มากที่สุด	3
4. ความสามารถของวิทยากรใน การถ่ายทอดความรู้	4.65	0.72	มากที่สุด	2
5. การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังซักถาม หรือมีส่วนร่วม	4.67	0.80	มากที่สุด	1
รวม	4.61	0.74	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านสถานที่และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สถานที่จัดการอบรมมีความเหมาะสมกับรูปแบบโครงการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.60$) เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) การชี้แจงและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการที่ชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) ความสามารถของวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$) การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังซักถามหรือมีส่วนร่วม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก 1 ข้อ และอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ

ตารางที่ 4.4 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ

ด้านการดำเนินการ	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน	4.68	0.72	มากที่สุด	1
2. ระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม	4.48	0.77	มาก	2
3. มีการประสานงานและการประชาสัมพันธ์	4.30	0.79	มาก	4
4. มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่าง ๆ ประกอบการอบรมให้บริการ	4.37	0.68	มาก	3
รวม	4.46	0.74	มาก	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) ระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$) มีการประสานงานและการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่าง ๆ ประกอบการอบรมให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ

ตารางที่ 4.5 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านความรู้ความเข้าใจ/คุณภาพในการให้บริการ

ด้านการดำเนินการ	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. ความรู้ที่ได้รับตรงตามวัตถุประสงค์/ความต้องการของผู้เข้าอบรม	4.57	0.79	มากที่สุด	1
2. ความรู้ความเข้าใจ ก่อน เข้าอบรม	3.48	0.72	ปานกลาง	3
3. ความรู้ความเข้าใจ หลัง เข้าอบรม	4.54	0.73	มากที่สุด	2
รวม	4.20	0.75	มาก	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านความรู้ความเข้าใจ คุณภาพในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรู้ที่ได้รับตรงตามวัตถุประสงค์/ความต้องการของผู้เข้าอบรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) ความรู้ความเข้าใจ ก่อน เข้าอบรม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) ความรู้ความเข้าใจ หลัง เข้าอบรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ

ตารางที่ 4.6 ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

ด้านการดำเนินการ	ระดับความพึงพอใจ			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. เนื้อหาที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันและการทำงานได้	4.73	0.69	มากที่สุด	1
2. เอกสาร/สื่อ/นวัตกรรมที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	4.60	0.62	มากที่สุด	2
3. ความรู้จากการอบรมสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นองค์ความรู้ใหม่ได้	4.32	0.65	มาก	3
รวม	4.55	0.65	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เนื้อหาที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันและการทำงานได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$) เอกสาร/สื่อ/นวัตกรรมที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) ความรู้จากการอบรมสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นองค์ความรู้ใหม่ได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาถึงโอกาส ข้อจำกัด ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน 2) เพื่อการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน 3) เพื่อติดตามและประเมินผลการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ข้อมูลที่นำมาศึกษาได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของตัวแทนชุมชน ชุมชนละ 5 ท่านจำนวน 5 ชุมชน ซึ่งจากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และติดตามและประเมินผลการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน จากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน โดยใช้ค่าสถิติได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

5.1 สรุปผลงานวิจัย

ผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของตัวแทนชุมชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ทั้งหน่วยงานของภาครัฐและตัวแทนของชุมชน จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรค ข้อจำกัดและโอกาส ในการพัฒนาวิชาชีพและบุคลากรท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ คือ ชุมชนมีความเข้มแข็งทางด้านสังคมค่อนข้างมาก มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงาม มีศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความมีอัธยาศัยไมตรีของคนในชุมชน คนในชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่น ข้อจำกัดคือ ชุมชนยังขาดความเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ชุมชน และภาครัฐขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ดูแลในพื้นที่ โอกาสคือ จังหวัดเพชรบูรณ์มี

ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบ มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีภูมิอากาศที่หนาวเย็น มีความหลากหลายของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ จึงทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกหนึ่ง ปัญหาและอุปสรรคคือ การแข่งขันและการแย่งชิงในตลาดการท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้น การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอาจส่งผลกระทบทางอ้อมที่อาจทำให้เกิดปัญหาด้านต่างๆ ตามมาได้ หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบด้านโครงสร้าง ไม่มีการวางแผนร่วมกัน ขาดการบูรณาการ นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคทางด้านภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวน ไม่แน่นอน เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวอาจตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยวหรือมีการใช้จ่ายน้อยลง

ในด้านของการจัดการความรู้ มีแนวทางการจัดการความรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 5 ด้าน คือ ด้านองค์ความรู้ ด้านความพร้อมของบุคลากร ด้านการฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชน ด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. ด้านองค์ความรู้ ได้มีการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีความเป็นมาที่น่าสนใจทั้งทางเรื่องประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม อีกทั้งกลุ่มชาติพันธุ์ ที่มีลักษณะโดดเด่นในด้านวิถีชีวิตและมีความเชื่อที่เป็นลักษณะเฉพาะตามพื้นที่ โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าศึกษาและสามารถผลิตผลิตไปกับกิจกรรมต่างๆ คือ 1. ประเพณีเส็งกลองล่องโคมไฟไหว้พ้อขุนผาเมือง เป็นประเพณีท้องถิ่นของอำเภอห่มสัก 2. ประเพณีอุ้มพระดำน้ำ ตรงกับวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 จัดขึ้นเพื่อความเป็นสิริมงคลแก่จังหวัดเพชรบูรณ์ 3. ประเพณีปีใหม่ม้งของชาวม้งตรงกับ ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 2 ซึ่งเป็นงานรื่นเริงของชาวม้งของทุก ๆ ปี 4. อุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ เป็นโบราณสถานสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดเพชรบูรณ์ อุทยานมีพื้นที่ครอบคลุมโบราณสถานในเมืองเก่าศรีเทพ ศรีเทพเป็นเมืองโบราณที่อยู่ในท้องที่อำเภอศรีเทพ 5. เขาค้อมอรัตน์ เป็นเขาเล็ก ๆ ตั้งอยู่ทางด้านตะวันตกของแม่น้ำป่าสัก ที่ตำบลสระกรวด อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ 6. งานกาชาดมะขามหวานเพชรบูรณ์ การจัดงานมะขามหวานและงานกาชาดจังหวัดเพชรบูรณ์จัดขึ้นในช่วงปลายเดือนมกราคมของทุกปี 7. ประเพณีบุญบั้งไฟเดือนหกและผีตาโม่ในช่วงก่อนฤดูฝนของทุกปี อำเภอห่มสัก

2. ด้านความพร้อมของบุคลากรในพื้นที่ บุคลากรมีการศึกษาสูงขึ้นถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งผลให้คนในท้องถิ่นได้ตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมของตน เกิดความรัก ความหวงแหน ภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง เกิดความร่วมมือร่วมใจในการฟื้นฟูสืบทอด อนุรักษ์วัฒนธรรมและใช้มรดกทางวัฒนธรรมในทิศทางที่ยั่งยืน

3. ด้านการส่งเสริมฟื้นฟู ศิลปวัฒนธรรมชุมชน จังหวัดเพชรบูรณ์มีวัฒนธรรม ประเพณีเก่าแก่ของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นต่างๆ ที่ได้รับความสนใจ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น

เกิดความตระหนัก เห็นคุณค่าความสำคัญของภูมิปัญญาและวัฒนธรรมดั้งเดิม จึงควรส่งเสริมด้วยการเน้นให้เยาวชนเรียนรู้ สืบสาน ฝึกการละเล่นแก่เยาวชนในชุมชน และสนับสนุนให้มีการจัดการแสดงมากขึ้น

4. ด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ได้แก่ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีป้ายประชาสัมพันธ์ มีเส้นทางคมนาคมทางรถยนต์หลายเส้นทาง ซึ่งสามารถรองรับการเดินมาท่องเที่ยวเพชรบูรณ์ได้

5. ด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ มีการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านงานกิจกรรมต่างๆ นำสื่อออนไลน์ มาประชาสัมพันธ์ เช่น ถ่ายทำสารคดีการท่องเที่ยว แนะนำแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีการผลักดันให้เกิดการค้าขาย โดยการสร้างเพิงร้านค้า เพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนมาค้าขาย ซึ่งมีทั้งอาหาร และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

จากการที่ผู้วิจัยได้จัดโครงการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวนั้น ทำให้ชุมชนมีความสนใจในเรื่องของการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวมากขึ้น สามารถพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพมากขึ้น โดยการติดตามและประเมินผลการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน จากแบบประเมินความพึงพอใจของโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) สามารถแยกพิจารณาในแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากน้อยไปมากได้ดังนี้ ด้านความรู้ความเข้าใจและคุณภาพในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.20$) ด้านหัวข้อการบรรยาย ($\bar{X} = 4.38$) ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.46$) ด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.55$) และ ด้านสถานที่และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.61$)

5.2 อภิปรายผล

ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถเกิดขึ้นได้เพราะจังหวัดเพชรบูรณ์มีภาษา มีวัฒนธรรม มีกลุ่มชาติพันธุ์ มีอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ มีพื้นที่ทางธรรมชาติ ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด นักท่องเที่ยวที่สนใจต้องการเข้ามาศึกษาหรือเข้ามาท่องเที่ยว สามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์ (พ.ศ. 2558-2561) โดยมีวิสัยทัศน์ คือ ดินแดนแห่งความสุขของคนอยู่และผู้มาเยือน “จังหวัดเพชรบูรณ์จะมุ่งส่งเสริมการเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ใช้ศักยภาพทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่น พร้อมกับการพัฒนาระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน

และสังคมอย่างยั่งยืน เพื่อให้ไปสู่การเป็นเมืองแห่งความสุขของคนอยู่และผู้มาเยือน” ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีกลยุทธ์ 5 ด้านคือ

1. พัฒนาระบบบริหารจัดการ และปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว
2. สร้าง พื้นฟู พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและหลากหลายทางวัฒนธรรม เพื่อใช้เป็นจุดขายของการท่องเที่ยว
3. พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดเชิงรุก สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศ
5. ส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP และเกษตร ให้เชื่อมโยงการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า

โดยชุมชนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบกิจการ นักท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ มีการเรียนรู้องค์ความรู้ด้านต่างของชุมชนจากการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558– 2560 ได้กำหนดไว้ 3 ยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว และ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของรศ.ดร.นันท พงศ์วิรัช และภาคภูมิ ภักดีวิลาส (2556) พบว่า ชุมชนคอยบุมีศักยภาพการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าในทุกด้าน ได้แก่ ความดึงดูดใจ ความสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางกายภาพ แนวคิดและประเพณีวัฒนธรรม การมีที่พักอาศัยหรือที่พักผ่อนหย่อนใจที่ดีพอสมควร การมีกิจกรรมที่เป็นทั้งเชิงวัฒนธรรมและเป็นไปตามธรรมชาติของท้องถิ่น และความประทับใจ ทั้งทางด้านสถานที่พักและความประทับใจทางธรรมชาติ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าอย่างยั่งยืน ควรมุ่งเน้น 1) บริหารการจักระบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพในมิติต่างๆ ให้สอดคล้องรับกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมและระบบนิเวศน์ของชุมชน 2) ต้องให้ความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อผลในมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 3) การกำหนดกฎกติกาและจัดการร่วมกันในด้านการจัดการสิ่งปฏิกูลเพื่อดำรงไว้ของวัฒนธรรมชนเผ่า 4) การตลาด ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆและสร้างผลิตภัณฑ์ต้องมี อัตลักษณ์ ความโดดเด่น และสื่อถึงการสืบสานวัฒนธรรมชนเผ่า

5.3 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้เกิดการดำเนินงานการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการจัดระบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและระบบนิเวศของชุมชนโดยการสร้างองค์ความรู้ของชุมชน การสร้างสำนึกร่วมให้ชุมชนเป็นเจ้าของ และมีส่วนร่วมในการจัดการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การปฏิบัติการ การแก้ปัญหา ทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคธุรกิจ
2. เน้นการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวประชุม/สัมมนา/เจรจาการค้า และอื่นๆเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี
3. เน้นบทบาทและความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต การศึกษา การพัฒนาบุคลากรรองรับการท่องเที่ยว
4. เน้นการพัฒนาแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว/ศูนย์การเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยว การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทาง เช่น ป้าย สัญลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
5. เน้นการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้รับทราบ
6. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรนำเอาความรู้ที่ได้จากผลการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปต่อยอดเพื่อสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างบูรณาการอย่างรอบด้าน โดยยึดเอาความยั่งยืนและความสุขของชุมชนเป็นหลัก และสอดคล้องกับวิถีชุมชน เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับความเป็นชุมชน วัฒนธรรมวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนอย่างแท้จริง โดยคนในชุมชนจะต้องร่วมกันบริหารและพัฒนาอย่างสามัคคี เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่สามารถแข่งขันได้และเป็นประโยชน์อย่างแท้จริงทั้งกับนักท่องเที่ยวและชุมชน ชุมชนก็จะสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

- กุลวิจิตร ภัทธานนท์. (2537). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ: ศึกษากรณีกลุ่มอาชีพ
จังหวัดสุรินทร์. กรุงเทพฯ:กระทรวงมหาดไทย.
- จริญญา เจริญสุกใส. (2544). แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิ
ราช.
- จารุณี ผดุงนารักษ์ (2548) ความสำเร็จเปรียบเทียบการแข่งขัน กรุงเทพฯ.
- จุฑามาศ ไชยสร. (2536). การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ในจังหวัด
แม่ฮ่องสอน. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุน
การวิจัย.
- ณรงค์ เส็งประชา . (2538). มนุษย์กับสังคม. กรุงเทพฯ :โอเดียนสโตร์.
- ณัฐพันธ์ เจริญนนท์. (2544). ขอบเขตยุทธศาสตร์การบริหารสำหรับองค์การยุคใหม่. กรุงเทพฯ : เอ็กส
เปอร์เน็ท.
- ณัฐพันธ์ เจริญนนท์. (2549) กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์การ. กรุงเทพฯ : เอ็กสเปอร์
เน็ท.
- ณัฐพันธ์ เจริญนนท์และคณะ. (2546). กลยุทธ์การสร้างองค์การคุณภาพ . กรุงเทพฯ: ธรรมกมล
การพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์ (2543) “หลักการจัดการ” กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช
- นิวัติ เรืองพานิช. 2534. นิเวศวิทยาทรัพยากรธรรมชาติ. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
กรุงเทพ.
- บุญทัน ดอกไธสง. (2535). การจัดการองค์การ. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และ
เทคโนโลยีชนบท.
- ปพฤกษ์ อุดสาหะวาณิชกิจ (2547) การแข่งขันในผลิตภัณฑ์และการบริการในตลาดโลก
กรุงเทพฯ อักษรพิทยา.

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ:บริษัทไฟว์ แอนด์โฟร์พริ้นต์จำกัด.

ผจงจิตต์ อธิคมนันตะ. (2543). การเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2550).ความสำเร็จทางการตลาดสำหรับน้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม : กรณีศึกษากลุ่มแปรรูปน้ำสมุนไพรพร้อมดื่ม ในภาคกลางของประเทศไทย.กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พรทิภา งามทวิวุฒิ. (2550). การศึกษาปัญหาและกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อเพิ่มยอดขายให้บริษัท: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

พะจิต ตามประทีป. (2549) “การวางแผนกลยุทธ์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน กรณีศึกษา จังหวัดชัยนาท”, ปรินิพนธ์วิทยาสาตร์มหาบัณฑิต (การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พัศตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์. (2550). การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภคิชา ไชยแก้ว. (2548) “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหึ่งห้อย: กรณีศึกษา บ้านแสมชาย จ. เพชรบุรี”, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. วิทยาศาสตร์ (การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ), มหาวิทยาลัยมหิดล.

ภูสวัคดี สุขเลี้ยง. (2545). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาหมู่บ้านห้วยโป่งผาลาดอำเภอเวียงป่าเป้าจังหวัดเชียงราย.การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ยุสนีย์ โสมทัศน์. (2553) “รูปแบบการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำโดยชุมชน” ปรินิพนธ์อักษรศาสตร์ดุขบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

รัฐนันท์ พงศ์วิรัชธร และภาคภูมิ ภักวิภาส. (2556) “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน” คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
กรุงเทพวิทยาเขต เชียงใหม่.

รัตติยา คีตานนท์. (2549) “การเสนอแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัด
สมุทรสงคราม ภายใต้การมีส่วนร่วมของภาครัฐและประชาชน”, ปริญญาานิพนธ์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม),
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรรณิ ศิริมานะพงษ์. (2549) “การวางแผนพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสมุทรปราการ”,
ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วันดี สีสังข์. (2549) “แนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัด
กาญจนบุรี”, ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยว
เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิทยา ดำรงราษฎร์. (2546). การบริหาร (Management). กรุงเทพฯ : เฮอร์คิวลีส เอ็ดดูเคชั่น.

วิทยาภรณ์ จรัสด้วง. (2544) “การพัฒนากมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง”, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
สถาปัตยกรรมศาสตร์ (การวางแผนผังเมือง), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2545) “การบริหารเมืองหลวงและการบริหารท้องถิ่น : สหรัฐอเมริกา อังกฤษ
ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น และไทย” กรุงเทพฯ: โฟร์เพช.

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2548) “การบริหารจัดการและการบริหารการพัฒนาขององค์กรตาม
รัฐธรรมนูญและหน่วยงานของรัฐ” กรุงเทพฯ: นิติธรรม.

วิณา ชุ่มบัณฑิต. (2549) “การวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่าง
ยั่งยืน กรณีศึกษา จังหวัดสมุทรสงคราม” ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การ
วางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศรีศักร วัลลิโภดม. (2543) สังคม – วัฒนธรรม ในวิถีการอนุรักษ์. กรุงเทพฯ : ด้านสุทธาการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) การบริหารเชิงกลยุทธ์ และกรณีศึกษา กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม
และ ไซ เท็กส์,

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.สถาบันวิจัย
วิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมแห่งประเทศไทย. (2539).การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.จาก
<http://std.kku.ac.th/4830801696/nor1/index2.htm>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2542). องค์การและการจัดการ. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- ศุภณัฐ ชูชินปราการ (2546) “กลยุทธ์การสร้างควมได้ เปรียบทางการแข่งขัน” Quality, 10(74):
32-35; ธันวาคม.
- สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2550) “การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ศักยภาพการท่องเที่ยว
ชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร”, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สมยศ นาวิการ (2548) การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สาธิต ประเสริฐ. (2538) การศึกษาประเมินศักยภาพทางกายภาพและสังคมในการรองรับ การ
ท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติภูกระดึง วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาเทคโนโลยี
การบริหารสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ลีปนันท เกตุทัต. (2545). จากอดีตและปัจจุบันสู่อนาคตของการปฏิรูปการศึกษาไทย: ผู้สังคมแห่ง
ปัญญาและการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- สิราณี สังกะพัฒน์. (2547) “ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติคลองลานจังหวัดกำแพงเพชร”, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
วิทยาศาสตร์ (การจัดการทรัพยากร), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุพัตรา สุภาพ. (2536). เทคนิคการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพยุคใหม่ “เน้นพฤติกรรมมนุษย์”.
กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์ธรรมนิมิต.
- สุรกิจ จันทร์แสงศรี. (2550). กลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ จำหน่าย
วัสดุก่อสร้าง จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- เสนาะ ดิยาว. 2549. ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน. สืบค้น เมื่อ 13 กันยายน 2560. สืบค้นจาก
<http://www.dld.go.th>.
- อมรา พงศาพิชญ์. (2540). โครงการพัฒนาชุดโครงการวิจัยเรื่อง ความหลากหลายทางวัฒนธรรม
(Cultural Diversity). กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

อวยพร วงษ์คณารักษ์. (2548). การบริหารแบบมีส่วนร่วมที่สัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ในการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.

เอกชัย เครืออินตะ. (2540). วัฒนธรรมชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

Ansoff, H. Igor. (1965). Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion. McGraw-Hill : New York.

Chandler, J.R. Alfred D. (1962). Strategy and Structure Cambridge, Mass.; The M.I.T. press.

Coltman , Michael M. (1989). Tourism Marketing. New York: Van Nostrand Reinhold.

Covin, J. G., and Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. Strategic Management Journal, 10, 75-87.

Drucker, Peter F. (1954). The Practice of Management. New York: Harper & Row.

Glueck, William F. (1980). Management. The Dryden Press. Hinsdales, U.S.A. Prentice – Hall : International, Inc.

Howard, Paul Jason. (2006). Tourism Development in Ethnic Areas of Southern China. Australia: Griffith University.

Mill, Robert Christie. (1990). Tourism the International Business. New Jersey: Prentice Hall.

Mintzberg H.(1994). The Rise and Fall of Strategic Planning. New York : Prentice.Hall.

Robbins and DeCenzo. (2004), Certo. (2003). Retrieved December 18, 2012, from <http://www.gotoknow.org/posts/447935>

Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N. & Bamford C. E. (2015). Concepts in Strategic Management and Business Policy Globalization, Innovation, and Sustainability (14th ed). Edinburgh Gate : Pearson Education Limited.

- Xie, Philip Feifan. (2004). Authenticating Cultural Tourism: Folk Villages in Hainan, China. Dissertation Abstracts International. Ontario, Canada: University of Waterloo, Faculty of Environment Theses and Dissertations Electronic Theses and Dissertations (UW).
- Yang, Li. (2007). Planning for Ethnic Tourism : Case Studies from Xishuangbanna, Yunnan, China. Ontario, Canada: University of Waterloo.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขออนุมัติจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อ
เสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน



๓๕๕
เลขที่รับ ๖๕๕ / ๖๐
วันที่ ๐๕ มิ.ย. ๒๕๖๐
เวลา ๑๓.๐๒ น.
บันทึกข้อความ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
เลขที่รับ ๓๒๐๙
วันที่ ๗ มิ.ย. ๖๐
เวลา ๑๑.๓๕ น.

ส่วนราชการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ที่..... วันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขออนุมัติดำเนินโครงการฯ และขออนุญาตไปราชการ

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ตามที่ ข้าพเจ้า นางแก้วตา ผิวพรรณ ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัยประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ เรื่อง การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ซึ่งในงานวิจัยมีวัตถุประสงค์ในการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาวิชาชีพ เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน จึงเห็นควรให้มีการจัดอบรมเพื่อถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มแม่บ้านตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เรื่อง โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยเบี่ยงงบประมาณการจัดอบรมฯ จากงบงานวิจัย เรื่อง การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน

ดังนั้น จึงขออนุมัติดำเนินโครงการดังกล่าวและขออนุญาตนำอาจารย์ ดังรายชื่อที่แจ้งเดินทางไปราชการตามกำหนดการ ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

๑.อาจารย์ ดร.แก้วตา ผิวพรรณ

๒.อาจารย์ปวีตรา โคบำรุง

๓.อาจารย์วิไลพร วงษ์อินทร์

๔.อาจารย์กริชชัย ขาวจ้อย

๕.อาจารย์ชัชกร คัชมาตย์

๖.อาจารย์ปราณีต ใจหนัก

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

เรียน อธิการบดี
เพื่อโปรดพิจารณา
๑ มิ.ย. ๖๐

Kant Phun
(นางแก้วตา ผิวพรรณ)
ผู้รับผิดชอบโครงการ

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
 ๑.ดร. แก้วตา ปัทมพร รอดคุณ
 อธิการบดี/ดร. รอดคุณ ปัทมพร
 อธิการบดี/ดร. รอดคุณ ปัทมพร
 ๒.ดร. แก้วตา ปัทมพร
 ๓.ดร. แก้วตา ปัทมพร

๓.เพื่อไปตรวจ/พิจารณา

๒๕.๖.๖๐

เรียน อธิการบดี

เรียน อธิการบดี
 ๑.ดร. แก้วตา ปัทมพร รอดคุณ
 อธิการบดี/ดร. รอดคุณ ปัทมพร
 อธิการบดี/ดร. รอดคุณ ปัทมพร
 ๒.ดร. แก้วตา ปัทมพร
 ๓.ดร. แก้วตา ปัทมพร

๒๕.๖.๖๐

เรียน อธิการบดี

๑. ...
๒. ...
๓. ...

๒๕.๖.๖๐

เรียน อธิการบดี

เรียน อธิการบดี

๒๕.๖.๖๐

๒๕.๖.๖๐

๒๕.๖.๖๐

๒๕.๖.๖๐

๒๕.๖.๖๐

๒๕.๖.๖๐

๒๕.๖.๖๐

แบบเสนอโครงการบริการวิชาการแก่สังคม ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

(โครงการทั่วไป)

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้ากลุ่มเรื่องและโครงการที่สอดคล้องกับโครงการบริการวิชาการที่เสนอขอรับงบประมาณ

[] การส่งเสริมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาชุมชน

- ☐ การส่งเสริมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน
- ☐ การเตรียมความพร้อม ICT ชุมชน
- ☐ การพัฒนาและส่งเสริมคุณภาพ การจัดการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัด

[] การส่งเสริมด้านการเกษตรและสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

- ☐ การเสริมสร้างความเข้มแข็งภาคการเกษตรและบริหารจัดการน้ำและการประหยัดพลังงาน
- ☐ การส่งเสริมเกษตรปลอดภัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและประสิทธิภาพการผลิต

[] การพัฒนาบุคลากรทางการศึกษาและการจัดการเรียนการสอน

- ☐ การพัฒนาองค์กร ครูและบุคลากรทางการศึกษา
- ☐ การพัฒนาหลักสูตรการศึกษาและส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนเพื่อการบูรณาการ

[] ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสวัสดิการทางสังคม

- ☒ การพัฒนาอาชีพและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มเศรษฐกิจชุมชน
- ☐ การบริหารจัดการองค์กรเพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพ
- ☐ การส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยสู่อาเซียน
- ☐ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมสวัสดิการสังคม
- ☐ การส่งเสริมสุขภาวะและสาธารณสุขชุมชน

[] การเตรียมความพร้อมบุคลากรและพัฒนาศักยภาพทางวิชาการ

- ☐ การพัฒนาองค์กรและชุมชนเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน
- ☐ การส่งเสริมกฎหมายสู่ชุมชน
- ☐ การนำเสนอผลงานวิชาการในระดับชาติเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

โครงการใช้เงินงบประมาณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประเภทงบประมาณ [☒]แผ่นดิน [☐]บ.กศ. [☐] กศ.ปช. [☐] อื่น ๆ

ชื่อโครงการ โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน

ผลผลิตหลัก กลุ่มอาชีพ กลุ่มผู้นำชุมชนได้รับการพัฒนาศักยภาพทางด้านการพัฒนาสินค้าและการบริการการท่องเที่ยว

ผู้รับผิดชอบโครงการ นางแก้วตา ผิวพรรณ

สาขา/ฝ่าย สาขาวิชาการจัดการ

คณะ/สำนัก/สถาบัน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ โทรศัพท์ 085-2128366

1. หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญส่วนหนึ่งของประเทศซึ่งจากตัวเลขของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้ตั้งแต่ปี พ.ศ 2542-2552 นักท่องเที่ยวขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.45 และมีจำนวนสูงที่สุด 14.58 ล้านคน รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 2.53 แสนล้านบาท ในปี 2542 เป็น 5.10 แสนล้านบาท ในปี 2552 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 10.17 โดยปี 2551 มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุดเท่ากับ 5.75 แสนล้านบาท และในปี 2549 รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวสูงสุด เท่ากับร้อยละ 31.29 ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้อันดับต้นๆ ของประเทศ และเป็นกลไกทางเศรษฐกิจสำคัญที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน การสร้างอาชีพที่หลากหลาย การหมุนเวียนของรายได้ การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น รวมถึงความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในชุมชน ท้องถิ่น และภูมิภาคอย่างสมดุล

ดังนั้น ทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 และ 11 จึงได้มุ่งเน้นบทบาทภาคเอกชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศทั้งในส่วนของการเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ การเสริมสร้างความเข้มแข็งโดยการเพิ่มพูนทักษะและองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความแตกต่างโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และนวัตกรรม (Innovation) มีส่วนสนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการปรับตัวเพื่อพร้อมรองรับความเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกบนพื้นฐานศักยภาพของแต่ละกลุ่มพื้นที่ ที่ผ่านมา ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 97 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งยังขาดโอกาสในการเข้าถึงบริการส่งเสริมศักยภาพทางธุรกิจของภาครัฐ รวมทั้งประสบปัญหาพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจทั้งด้านการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ การส่งเสริมด้านการตลาด แหล่งเงินทุน คุณภาพบุคลากร และความชัดเจนของนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการท่องเที่ยว ทำให้การดำเนินธุรกิจต้องอาศัยการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก หัวใจสำคัญของการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อให้แข่งขันได้ในระยะยาวนั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจและ

กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดทุกระดับโดยการนำนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดมูลค่าเพิ่มและสามารถเชื่อมโยงกับโอกาสทางการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงได้พิจารณาเห็นควรให้มีการจัดโครงการบริการวิชาการ “โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน” เพื่อให้ชุมชนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนหรือท้องถิ่น และก่อให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

2.2 เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปใช้ในการประกอบอาชีพเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว

3. ลักษณะโครงการ

☒ โครงการใหม่

☐ โครงการต่อเนื่อง

☐ โครงการยั่งยืน

4. ผู้ร่วมโครงการ

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง (ทางวิชาการ/บริหาร)
1.	อาจารย์ ดร.แก้วตา ผิวพรรณ	อาจารย์
2.	อาจารย์ปวีตรา โคบำรุง	อาจารย์
3.	อาจารย์วิไลพร วงษ์อินทร์	อาจารย์
4.	อาจารย์กริชชัย ขาวจ้อย	อาจารย์
5.	อาจารย์ชัชกร คัชมาตย์	อาจารย์
6.	อาจารย์ปราณิต ใจหนัก	อาจารย์

5. การบูรณาการเข้ากับ

☐ ไม่มี

☐ การเรียนการสอน

☒ การวิจัย

เรื่อง กาจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน

ทุนวิจัย ประเภท เพื่อสร้างสะสมองค์ความรู้ที่มีศักยภาพ

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

งบประมาณ 200,000 บาท

6. ลักษณะความร่วมมือกับชุมชน

☐ บันทึกตกลงความร่วมมือ (MOU) กับ.....

☐ ชุมชนร่วมเป็นคณะกรรมการโครงการ.....

☐ ความร่วมมือรูปแบบอื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. กลุ่มเป้าหมายการดำเนินโครงการ

7.1 กลุ่มแม่บ้านตำบลเข็กน้อย จังหวัดเพชรบูรณ์

จำนวน 50 คน

8. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

9. ระยะเวลาและสถานที่ดำเนินโครงการ

[] ต.ค. - ธ.ค. 59

[] ม.ค. - ก.พ. 60

[] มี.ค. - เม.ย. 60

[✓] พ.ค. - มิ.ย. 60

[] ก.ค. - ส.ค. 60

ระยะเวลาที่จัดกิจกรรมโครงการบริการวิชาการ เดือน มิถุนายน วันเริ่มต้นโครงการ 1 มิถุนายน 2560 วันสิ้นสุดโครงการ 16 มิถุนายน 2560

หมายเหตุ: (ผู้รับผิดชอบต้องดำเนินการจัดโครงการให้เสร็จสิ้นภายในวันที่ 15 สิงหาคม ของปีงบประมาณนั้น)

10 ตัวชี้วัด :

- 10.1 ซิงปริมาณ : 1.) จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด
2.) บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
3.) ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่น้อยกว่า 3.51

- 10.2 เชิงคุณภาพ : 1.) ด้านความรู้ ผู้เข้าร่วมอบรม มีความเข้าใจในการพัฒนาสินค้าและการบริการ
การท่องเที่ยว
2.) ด้านความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมโครงการในภาพรวม

11. กิจกรรมและแผนการดำเนินงาน :

ขั้นตอน/กิจกรรม	พ.ศ. 2559			พ.ศ. 2560							
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.
1. ประชุมวางแผนแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน						←→					
2. ขออนุมัติโครงการฯ									←→		
3. ดำเนินการจัดโครงการบริการวิชาการ									←→		
4. ประเมินผลการจัดโครงการบริการวิชาการ										←→	
5. สรุปผลประเมินโครงการบริการวิชาการ/ค่าใช้จ่าย											←→

12. งบประมาณ

งบประมาณทั้งสิ้น 41,000 บาท โดยเบิกจ่ายจากงานวิจัยเรื่อง “ การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน ” มีรายละเอียดค่าใช้จ่าย ดังนี้

รายการ	หน่วย	จำนวนเงิน (บาท)
งบดำเนินงาน		
1) หมวดค่าตอบแทน (1) ค่าตอบแทนวิทยากร - วิทยากรภายนอกมหาวิทยาลัย	1 คน x 7 ชม. x 1,200 x 1 วัน	8,400
2. หมวดค่าใช้จ่าย (1) ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม/ประชุม - ค่าอาหารกลางวัน - ค่าอาหารว่าง	1 ครั้ง x 50 คน x 1 มื้อ x 80 บาท 1 ครั้ง x 50 คน x 2 มื้อ x 25 บาท	4,000 2,500

รายการ	หน่วย	จำนวนเงิน (บาท)
3. หมวดค่าวัสดุ		
(1) ค่าวัสดุสำนักงาน (ระบุรายละเอียด)	แสดงรายละเอียดเป็นราคาต่อหน่วย	
- ค่าเอกสารการอบรม	50 ชุด x 80 บาท	4,000
- ค่าป้ายไว้นิล (ติดห้องประชุม	1 แผ่น (5x2 เมตร x140 บาท)	1,400
- ค่าทำรูปเล่มสรุปโครงการ	10 เล่ม x 200	2,000
- กระดาษถ่ายเอกสาร	10 รีม x 110 บาท	1,100
- กระดาษเลเซอร์	5 ห่อ x 150 บาท	750
- กระดาษไข	2 ห่อ x 174 บาท	348
- กระดาษไนต์	2 ห่อ x 166 บาท	332
- กระดาษไนต์กาวในตัว	2 ห่อ x 36 บาท	72
- หมึกพิมพ์เลเซอร์	1 ตลับ x 2,900 บาท	2,900
- สมุดฉีก	2 เล่ม x 18 บาท	36
- แฟ้มโซว์เอกสาร	2 แฟ้ม x 109 บาท	218
- ซองเอกสาร	5 ห่อ x 57 บาท	285
- ซองจดหมาย	2 ห่อ x 48 บาท	96
- ซองซีป	2 ห่อ x 37 บาท	74
- ซองพลาสติกแข็ง	2 ห่อ x 50 บาท	100
- ซองถนอมเอกสาร	2 ห่อ x 144 บาท	288
- กล่องใส่เอกสาร	1 กล่อง x 1,300 บาท	1,300
- กล่องใส่แฟ้มแขวน	2 กล่อง x 250 บาท	500
- ภาดเอกสาร	1 ภาด x 527 บาท	527
- ตะกร้าเอกสาร	2 อัน x 155 บาท	310
- แฟ้มโซว์เอกสาร	1 ชุด x 82 บาท	82
- ป้ายสติ๊กเกอร์	4 ห่อ x 33 บาท	132
- ปากกา	50 แท่ง x 10 บาท	500
- ค่าสำเนาเอกสาร	17,500 แผ่น x 0.50 บาท	8,750
รวม (สี่หมื่นหนึ่งพันบาทถ้วน)		41,000

หมายเหตุ: ขอถัวเฉลี่ยทุกรายการ

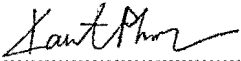
14. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

14.1 เจริญปริมาณ

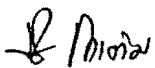
- 1) มีผู้เข้าร่วมโครงการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด

14.2 เจริญคุณภาพ

- 1) มีการบูรณาการกับงานวิจัย เรื่อง การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัด เพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน
- 2) ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้และได้รับการส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวของชุมชน

ลงชื่อ..........ผู้เสนอและรับผิดชอบโครงการ
(นางแก้วตา ผิวพรรณ)
31 พฤษภาคม 2560

ลงชื่อ..........ผู้เห็นชอบโครงการ
(อาจารย์ ดร.ปานิสรา คงปัญญา)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ลงชื่อ..........ผู้กำกับดูแลโครงการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมใจ กงเต็ม)
รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

ลงชื่อ..........ผู้อนุมัติโครงการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประยูร ลิ้มสุข)
รักษาราชการแทนอธิการบดี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

กำหนดการจัดโครงการ

โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันใน
การรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน

วันที่ 16 มิถุนายน 2560

ณ ห้องประชุม องค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2560

เวลา 07.30 – 08.30 น.	รับลงทะเบียนผู้เข้าร่วมโครงการ
เวลา 08.30 – 09.00 น.	พิธีการเปิดโครงการอบรม / ประธานกล่าวเปิดงาน
เวลา 09.00 – 12.00 น.	กิจกรรมการบรรยายเรื่อง “การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้าง ศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน” วิทยากรโดย ดร.ทวีพร ตู่พจ
เวลา 12.00 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
เวลา 13.00 – 17.00 น.	อบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การพัฒนาสินค้า วิทยากรโดย ดร.ทวีพร ตู่พจ



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ

ที่ ๑๙๙ / ๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการบริการวิชาการแก่สังคม

ตามที่ อาจารย์ ดร.แก้วตา ผิวพรรณ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ เรื่อง “โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน” ในวันศุกร์ที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๐ ณ ห้องประชุม องค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ นั้น

เพื่อให้การดำเนินงานโครงการบริการวิชาการแก่สังคม เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ คณะวิทยาการจัดการ จึงแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการบริการวิชาการแก่สังคม ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

๑. คณะกรรมการอำนวยการ

๑.๑	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ	ประธานกรรมการ
๑.๒	รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ	กรรมการ
๑.๓	รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา	กรรมการ
๑.๔	รองคณบดีฝ่ายวิชาการ	กรรมการ
๑.๕	รองคณบดีฝ่ายวางแผนและประกันคุณภาพ	กรรมการ
๑.๖	หัวหน้าสำนักงานคณบดี	กรรมการและเลขานุการ

มีหน้าที่ อำนวยการความสะดวกและให้คำปรึกษาในการดำเนินงาน

๒. คณะกรรมการดำเนินงาน

๒.๑	อาจารย์ ดร.แก้วตา ผิวพรรณ	ประธานกรรมการ
๒.๒	อาจารย์ปวีตรา โคบำรุง	กรรมการ
๒.๓	อาจารย์วิไลพร วงษ์อินทร์	กรรมการ
๒.๔	อาจารย์กริชชัย ขาวจ้อย	กรรมการ
๒.๕	อาจารย์ปราณีต ใจหนัก	กรรมการ
๒.๖	อาจารย์ชัชกร คัชมาตย์	กรรมการและเลขานุการ

มีหน้าที่ ดำเนินการและประสานงาน

๓. คณะวิทยากร

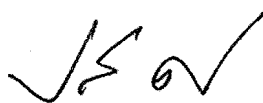
๓.๑ ดร.ทวีพร ตู้พจ

วิทยากร

มีหน้าที่ เป็นวิทยากรให้ความรู้แก่ผู้เข้าอบรม

ให้คณะกรรมการทุกคน ทำหน้าที่ ควบคุม ติดตาม และดำเนินโครงการบริการวิชาการแก่สังคม เรื่อง “โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขัน ในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน” ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สั่ง ณ วันที่ ๑๓ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๐



(อาจารย์ ดร.ปานิสรา คงปัญญา)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดี

ที่ ศธ ๐๕๓๙.๔/ ๙๔



คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์
๖๗๐๐๐

๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นวิทยากร

เรียน ดร.ทวีพร ตู่พจ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. กำหนดการ	จำนวน ๑ ฉบับ
๒. แบบตอบรับวิทยากร	จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วย อาจารย์ ดร.แก้วดา ผิพพรรณ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ เรื่อง “โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน” ในวันศุกร์ที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๐ ณ ห้องประชุม องค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ นั้น

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ทราบว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ถ่ายทอดความรู้ จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นวิทยากรให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ ตามวัน เวลาและสถานที่ ดังกล่าว หวังว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ปานิสรา คงปัญญา)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดี

สำนักงานคณะวิทยาการจัดการ

โทรศัพท์ ๐ ๕๖๗๑ ๗๑๓๔

โทรสาร ๐ ๕๖๗๑ ๗๑๕๐

แบบตอบรับการเป็นวิทยากร

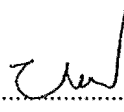
ตามที่ คณะวิทยาการจัดการ ได้มีหนังสือ ที่ ศธ ๐๕๓๙.๔/๙๔ ลงวันที่ ๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๐
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นวิทยากร ในวันศุกร์ที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๐ ณ ห้องประชุม องค์การบริหารส่วน
ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ข้าพเจ้าได้ทราบรายละเอียดดังกล่าวแล้ว จึงพิจารณาตอบรับการเป็นวิทยากร ดังนี้

☒ สามารถเป็นวิทยากรได้

☐ ไม่สามารถเป็นวิทยากรได้เนื่องจาก

.....

ลงชื่อ..... 

(ดร.ทวีพร ตู้พจ)

วันที่ 16 เดือน มิ.ย. พ.ศ. ๖๐



คำสั่งคณะวิทยาการจัดการ

ที่ ๒๐๐ / ๒๕๖๐

เรื่อง ให้พนักงานมหาวิทยาลัย ไปราชการ

.....

ตามที่ อาจารย์ ดร.แก้วตา ผิวพรรณ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพชรบูรณ์ ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ เรื่อง “โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน” ในวันศุกร์ที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๐ ณ ห้องประชุม องค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จึงให้ พนักงานมหาวิทยาลัย ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| ๑. อาจารย์ ดร.แก้วตา ผิวพรรณ | ๒. อาจารย์ปวีตรา โคบำรุง |
| ๓. อาจารย์วิไลพร วงษ์อินทร์ | ๔. อาจารย์กริชชัย ขาวจ้อย |
| ๕. อาจารย์ชัชชากร คัชมาตย์ | ๖. อาจารย์ปรมัต ใจหนัก |

เดินทางไปราชการเพื่อดำเนินโครงการ ตามวันและสถานที่ดังกล่าว ทั้งนี้ให้เบิกค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปราชการครั้งนี้จากงบประมาณงานวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและความร่วมมือในการรองรับการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน”

สั่ง ณ วันที่ ๑๓ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๐

(อาจารย์ ดร.ปานิสร่า คงปัญญา)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดี



ที่ ศธ ๐๕๓๙.๔/๙๓

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์
๖๗๐๐๐

๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขออนุมัติครุภัณฑ์ใช้สถานที่

เรียน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

ด้วย อาจารย์ ดร.แก้วตา ผิวพรรณ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ เรื่อง “โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน” ในวันศุกร์ที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๐ ณ ห้องประชุม องค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ นั้น

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ จึงขออนุมัติครุภัณฑ์ใช้สถานที่ตามวันดังกล่าว หวังว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุมัติ

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ปานิสร่า คงปัญญา)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ปฏิบัติราชการแทน

อธิการบดี

สำนักงานคณะวิทยาการจัดการ

โทรศัพท์ ๐ ๕๖๗๑ ๗๑๓๔

โทรสาร ๐ ๕๖๗๑ ๗๑๕๐

แบบตอบรับการใช้สถานที่

ตามที่ คณะวิทยาการจัดการ ได้มีหนังสือ ที่ ศธ ๐๕๓๙.๔/๙๓ ลงวันที่ ๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๐
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ใช้สถานที่ ในวันศุกร์ที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๐ ณ ห้องประชุมองค์การบริหาร
ส่วนตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

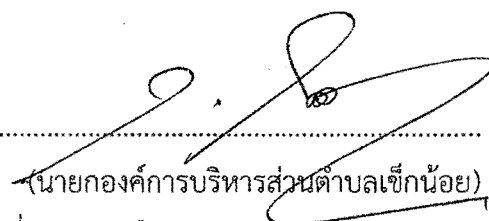
ข้าพเจ้าได้ทราบรายละเอียดดังกล่าวแล้ว จึงพิจารณาตอบรับการใช้สถานที่และเข้าร่วมโครงการ
ดังนี้

☒ สามารถใช้สถานที่และเข้าร่วมโครงการได้

☐ ไม่สามารถให้ใช้สถานที่และเข้าร่วมโครงการได้ เนื่องจาก

.....

ลงชื่อ.....


(นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

รายชื่อบุคคลผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ
 “การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการ
 แข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน”
 วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2560
 ณ อบต.เข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ลายเซ็น	เวลามา	ลายเซ็น	เวลากลับ
1	น.ส. ทานตะวัน แซ่พาน	ท.น.	7.30	ท.น.	17.00
2	น.ส. เหวอรัตน์ ตั้วสีลา	เหวอรัตน์	7.30	เหวอรัตน์	17.00
3	นาง สุรียห์ อากว	สุรียห์	7.30	สุรียห์	17.00
4	นาง นามะณี นาคะ	นามะณี	7.30	นามะณี	17.00
5	นาง สุวิภา ทวีวรรณ	สุวิภา	7.30	สุวิภา	17.00
6	นาง เสาวลักษณ์ แซ่เชย	เสาวลักษณ์	7.30	เสาวลักษณ์	17.00
7	นาง นันทา นามะณี	นันทา	7.30	นันทา	17.00
8	นาง กัญญา แซ่พาน	กัญญา	7.30	กัญญา	17.00
9	น.ส. อมรินทร์ แซ่พาน	อมรินทร์	7.30	อมรินทร์	17.00
10	นาง น้อย ทวีวรรณ	น้อย	7.30	น้อย	17.00
11	นาง อรพิน ตั้วสีลา	อรพิน	7.30	อรพิน	17.00
12	นาง พัดพร แซ่พาน	พัดพร	7.30	พัดพร	17.00
13	น.ส. อุทุมพร แซ่พาน	อุทุมพร	7.30	อุทุมพร	17.00
14	น.ส. นกัศกร นามะณี	น.ส.	7.30	น.ส.	17.00
15	นาง นามะณี นามะณี	น.	7.30	น.	17.00
16	นาง ลลิตา นามะณี	ล.	7.30	ล.	17.00
17	น.ส. ดาใจ นามะณี	ดาใจ	7.30	ดาใจ	17.00
18	น.ส. นภา นามะณี	นภา	7.30	นภา	17.00
19	นาง ประภาพร นามะณี	ประภาพร	7.30	ประภาพร	17.00
20	นาง นามะณี นามะณี	น.	7.30	น.	17.00
21	นาง ลลิตา นามะณี	ลลิตา	7.30	ลลิตา	17.00
22	นาง นามะณี นามะณี	นามะณี	7.30	นามะณี	17.00
23	นาง นามะณี นามะณี	นามะณี	7.30	นามะณี	17.00
24	นาง นามะณี นามะณี	นามะณี	7.30	นามะณี	17.00
25	นาง นามะณี นามะณี	นามะณี	7.30	นามะณี	17.00
26	นาง นามะณี นามะณี	นามะณี	7.30	นามะณี	17.00
27	นาง นามะณี นามะณี	นามะณี	7.30	นามะณี	17.00

รายชื่อบุคคลผู้เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ
“การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการ

แข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน”

วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2560

ณ อบต.เข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ลายเซ็น	เวลามา	ลายเซ็น	เวลากลับ
28	น.ส.เงาะดิษฐ์ ไข้อยู่	เงาะดิษฐ์	7.30	เงาะดิษฐ์	17.00
29	น.ส.ตาจรัตน์ มั่นแน่นทิม	ตาจรัตน์	7.30	ตาจรัตน์	17.00
30	น.ส.ศศิธร สว่างนาค		7.30		17.00
31	น.ส.สุภาวดี ฤทธิเดช		7.30		17.00
32	น.ส.สุภาวดี ฤทธิเดช		7.30		17.00
33	นางจิรภา จันทน์ทิพย์		7.30		17.00
34	นางสุพรรณี แซ่สี		7.30		17.00
35	นางสาว ธัญญา วงศ์วิเศษชาติ	ธัญญา	7.30	ธัญญา	17.00
36	นางสาว มาลลิกา แซ่สี	มาลลิกา	7.30	มาลลิกา	17.00
37	นางสาว น.ส.อัมรินทร์พรพร ทั่วชัย		7.30		17.00
38	นางนิตยา นิตอมรินทร์	นิตยา	7.30	นิตยา	17.00
39	นางสาวพินิตา นิตาภรณ์	พินิตา	7.30	พินิตา	17.00
40	นางประจักษ์ แสนนาค	ประจักษ์	7.30	ประจักษ์	17.00
41	น.ส. ภาณุ ศักดิ์ศรีนันทกุล	ภาณุ	7.30	ภาณุ	17.00
42	นาง ชลดา สุทธิ นิตาภรณ์	ชลดา	7.30	ชลดา	17.00
43	นาง ชลดา ศักดิ์ศรีนันทกุล		7.30		17.00
44	นาง พงษ์ลักษณ์ กุศลนาค		7.30		17.00
45	นาง ฟ้า อรพจน์ ธีระ	ธีระ	7.30	ธีระ	17.00
46	น.ส. อรุณรัตน์ แซ่ขาว	อรุณรัตน์	7.30	อรุณรัตน์	17.00
47	นาง นันท์ ภรณ์สวัสดิ์	นันท์	7.30	นันท์	17.00
48	น.ส. คุณภาพ แซ่ขาว	คุณภาพ	7.30	คุณภาพ	17.00
49	นาง กัญญา นามนันทน์	กัญญา	7.30	กัญญา	17.00
50	นาง กัญญา แซ่ขาว	กัญญา	7.30	กัญญา	17.00
51	นางอัมรินทร์ ธีระนันทกุล	อัมรินทร์	7.30	อัมรินทร์	17.00
52	นาง นันท์ นามนันทน์	นันท์	7.30	นันท์	17.00
53	นางอัมรินทร์ ธีระนันทกุล	อัมรินทร์	7.30	อัมรินทร์	17.00
54	นางวิภากรรณ์ นามนันทน์	วิภากรรณ์	7.30	วิภากรรณ์	17.00

[illegible]



แบบประเมินความพึงพอใจ

โครงการ การอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการ

แข่งขันในการรองรับการรวมกลุ่มอาเซียน

วันที่ 16 มิถุนายน 2560 ณ องค์การบริหารส่วนตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

คำอธิบาย แบบประเมินฉบับนี้มีทั้งหมด 3 ตอน ขอให้ผู้ตอบแบบประเมินกรอกให้ครบทั้ง 3 ตอน เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ต่อไป

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ หน้าข้อความ

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 25-30 ปี ☐ 31-40 ปี ☐ 41-50 ปี ☐ มากกว่า 50 ปี
3. อาชีพ ☐ นักศึกษา ☐ เกษตรกร ☐ ข้าราชการ ☐ ลูกจ้าง ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจ/ความรู้ความเข้าใจ/การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

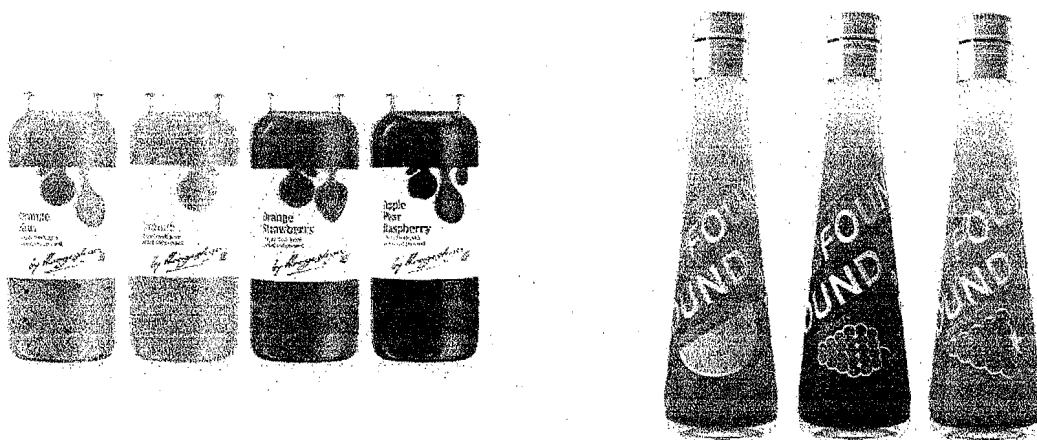
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจของท่านเกี่ยวกับโครงการนี้

ระดับ 5= มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. หัวข้อการบรรยาย					
1.1 หลักการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว					
1.2 หลักการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขัน					
1.3 การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน					
2. สถานที่/ด้านการบริการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
2.1 สถานที่จัดการอบรมมีความเหมาะสมกับรูปแบบโครงการ					
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ					
2.3 การชี้แจงและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการที่ชัดเจน					
2.4 ความสามารถของวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้					
2.5 การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังซักถามหรือมีส่วนร่วม					
3. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ					
3.1 มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน					
3.2 ระยะเวลาดำเนินการมีความเหมาะสม					
3.3 มีการประสานงานและการประชาสัมพันธ์					
3.4 มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่าง ๆ ประกอบการอบรมให้บริการ					
4. ด้านความรู้ความเข้าใจ/คุณภาพในการให้บริการ					
4.1 ความรู้ที่ได้รับตรงตามวัตถุประสงค์/ความต้องการของผู้เข้าอบรม					
4.2 ความรู้ความเข้าใจ ก่อน เข้าอบรม					
4.3 ความรู้ความเข้าใจ หลัง เข้าอบรม					
5. การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์					
5.1 เนื้อหาที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันและการทำงานได้					
5.2 เอกสาร/สื่อ/นวัตกรรมที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้					
5.3 ความรู้จากการอบรมสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นองค์ความรู้ใหม่ได้					
ความพึงพอใจในภาพรวมทั้งหมด					

ตอนที่ 3 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน



การแปรรูปผลิตภัณฑ์

การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปจะช่วยป้องกันการเน่าเสียของผลผลิตสด ซึ่งช่วยยกระดับราคาสินค้า ไม่ให้ตกต่ำ การเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นอาหารระดับอุตสาหกรรม ที่สามารถรับวัตถุดิบเพื่อผลิตเป็นอาหารจำนวนมากได้ การผลิตอาหารให้ได้มาตรฐานเพื่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภค การส่งเสริม ให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารให้เป็นที่ยอมรับ และสามารถขยายตลาดการค้าออกไปสู่ต่างประเทศ จะช่วยเพิ่มพูน รายได้ให้แก่ประเทศได้เป็นอย่างดี

การเก็บรักษาและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เป็นการนำเอาผลผลิตทางการเกษตรมาผ่านกระบวนการต่างๆ เพื่อให้เก็บรักษาผลผลิตทางเกษตรไว้ได้นานก่อนถึงตลาดและผู้ซื้อ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ สภาพของผลผลิต ความสะอาด ความชื้น อุณหภูมิ การถ่ายเทอากาศ

การเกษตร หมายถึง การปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ ต้องอาศัยปัจจัยทางธรรมชาติเป็นสำคัญ

ผลผลิตทางการเกษตร หมายถึง สิ่งที่ได้มาจากการทำเกษตรกรรม ได้แก่ การปศุสัตว์ การป่าไม้ การประมง การกลั่นกรอง และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ได้จากการแปรรูปไปเป็นอย่างอื่น เช่น อาหารกระป๋อง เครื่องหนัง ไม้อัด ผลิตภัณฑ์นม เป็นต้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่คือ

ความสำคัญของการส่งออก

การส่งออกมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยอย่างไร ?

- ❖ เพราะ เศรษฐกิจไทยต้องพึ่งพาการส่งออกสูง และมีรายได้จากการส่งออกเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ สำหรับประเทศไทยรายได้มากกว่าร้อยละ 60 มาจากการส่งออก ดังนั้นการส่งออกมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ เราจึงต้องมาทำความเข้าใจกระบวนการส่งออกเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อการก้าวเข้าสู่ธุรกิจการส่งออกได้อย่างมั่นคงและมั่นใจ

การเตรียมความพร้อมในการส่งออก

เตรียมความพร้อมเพื่อ
ให้ธุรกิจเราบินไม่สะดุด

1. ศึกษาโครงการ
2. วิเคราะห์ตลาดแล้วเลือกกลุ่มประเทศเป้าหมายให้ชัดเจน
3. ปรับเปลี่ยนสินค้า และราคาให้เหมาะสมกับแต่ละประเทศ
4. เลือกช่องทางการจัดจำหน่ายและวิธีการส่งออก
5. เตรียมกฎหมายหรือกฎบัตรเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาเรื่องภาษี
6. อย่าให้ขาดสภาพคล่องทางการเงิน

สินค้า (Product)

❖ เมื่อเลือกสินค้าได้แล้ว สิ่งที่ต้องทำต่อไปคือ

1. ศึกษารายละเอียดของสินค้าว่าอยู่ในกลุ่มพิถีพิถันการพิถีพิถันใด
2. สินค้าเป็นสินค้าที่ควบคุมหรือไม่
3. ศึกษากฎระเบียบข้อจำกัดของสินค้านั้น เช่น การกำหนดโควตา การนำเข้า หรือการคุ้มครองการนำเข้า เพื่อให้ผู้ประกอบการจะได้ส่งออกได้ตามระเบียบการนำเข้าได้อย่างถูกต้อง
4. สินค้าผลิตเอง หรือต้องซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น หรือจ้างผลิต
 - 4.1 ถ้าจ้างผลิต ต้องรู้แหล่งผลิต ราคา ต้นทุนการผลิต และศักยภาพของผู้รับจ้างผลิตมีมากน้อยเพียงใด

สินค้า (Product)

5. เพื่อลดความเสี่ยงในการผลิตสินค้าไม่ทันกำหนดส่งมอบสินค้า ผู้ประกอบการอาจจะกระจายการผลิตไปยังผู้ผลิตหลายราย
6. ผู้ประกอบการต้องรู้สภาพปัญหาการผลิต การจัดจำหน่าย และการส่งออก ต้องมีความรู้เกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย วิธีการ และเอกสารในการส่งออก เพราะสินค้าแต่ละชนิดจะมีข้อกำหนดที่แตกต่างกัน พร้อมทั้งคำนึงถึงค่าใช้จ่าย สภาพการแข่งขันในตลาด มีมาตรการในการควบคุมสินค้า ความพร้อมในการออกแบบสินค้า หรือปรับปรุงสินค้าให้เหมาะสมกับผู้ซื้อซึ่งจะทำให้ขายสินค้าได้มากขึ้น

ตลาด (Market)

คู่แข่งชั้น

พิจารณาจาก ส่วนแบ่งทางการตลาด การส่งเสริมการขายในการส่งออกสินค้า

ช่องทางการ

ตลาด

เป็นช่องทางที่จะทำให้สามารถติดต่อหรือเป็นประโยชน์ในการตั้งราคาสินค้า

กฎระเบียบ

ข้อบังคับต่างๆ

ศึกษารุ่นตอนและระเบียบต่างๆ ในการส่งออก อัตราอากรการนำเข้าสินค้า และ โควตาและ ใบอนุญาตต่างๆ

วัฒนธรรมทาง

เศรษฐกิจและ

การเมือง

ศึกษาข้อมูลทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า รวมถึงสภาพการเมืองการปกครองของแต่ละประเทศ

วิธีการเลือกตลาดทำได้ 2 วิธีคือ

- ❖ 1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เช่น จำนวนประชากร, สภาพการแข่งขัน, กฎระเบียบการนำเข้า ซึ่งข้อมูลต่างๆสามารถสืบค้นได้ที่
 - กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (www.ditp.go.th)
 - สมาหอการค้าไทย (www.thaichamber.org)
 - สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (www.fti.or.th)
 - สถาบันวิจัยด้านการค้าระหว่างประเทศ
 - สำนักงานของประเทศคู่ค้า เป็นต้น
- ❖ 2. การเดินทางไปเก็บข้อมูลด้านการตลาดด้วยตนเอง วิธีนี้อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง แต่โอกาสในการได้ข้อมูลที่แท้จริงก็มีมาก

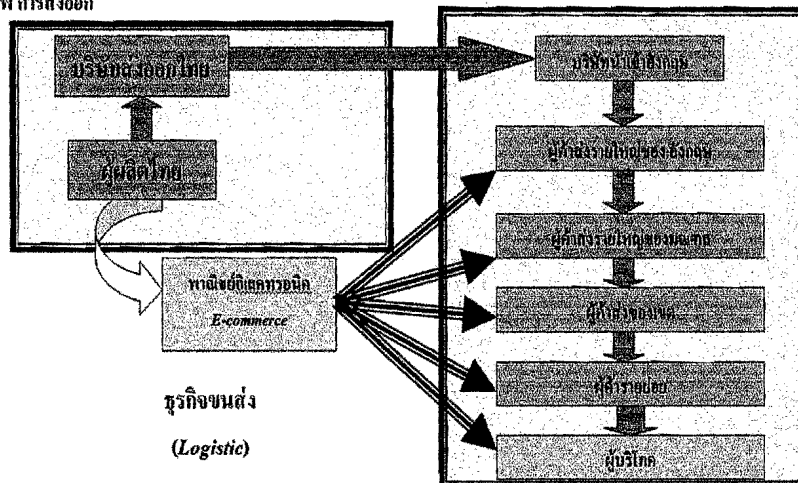
การส่งออก (Exporting)

- ❖ การส่งออกทางตรง (direct exporting)
- ❖ การส่งออกทางอ้อม (indirect exporting)

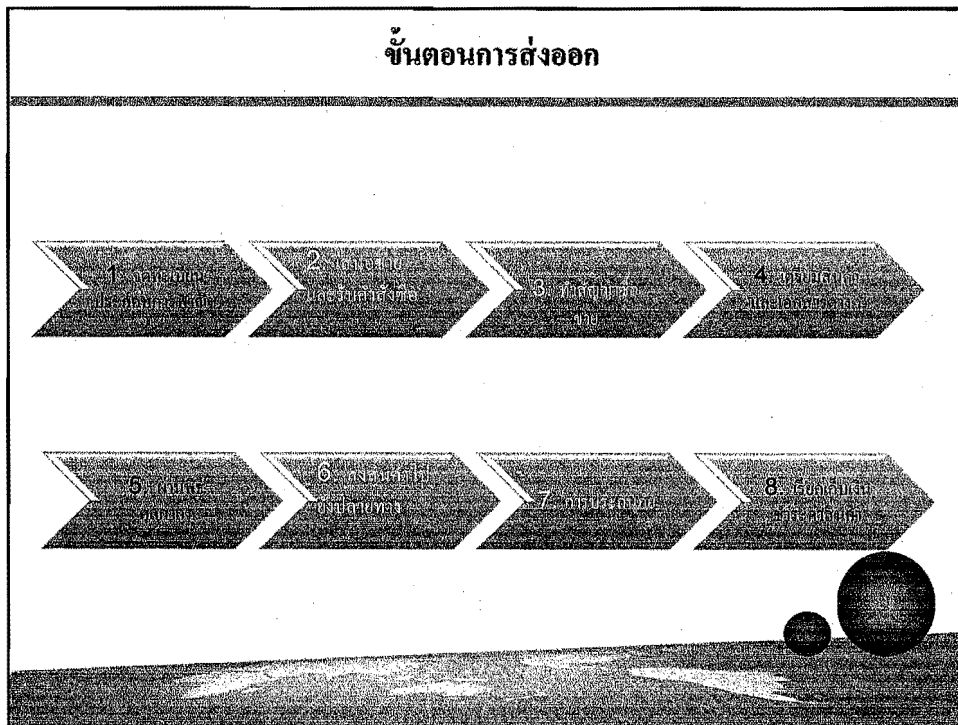


การส่งออก (Exporting)

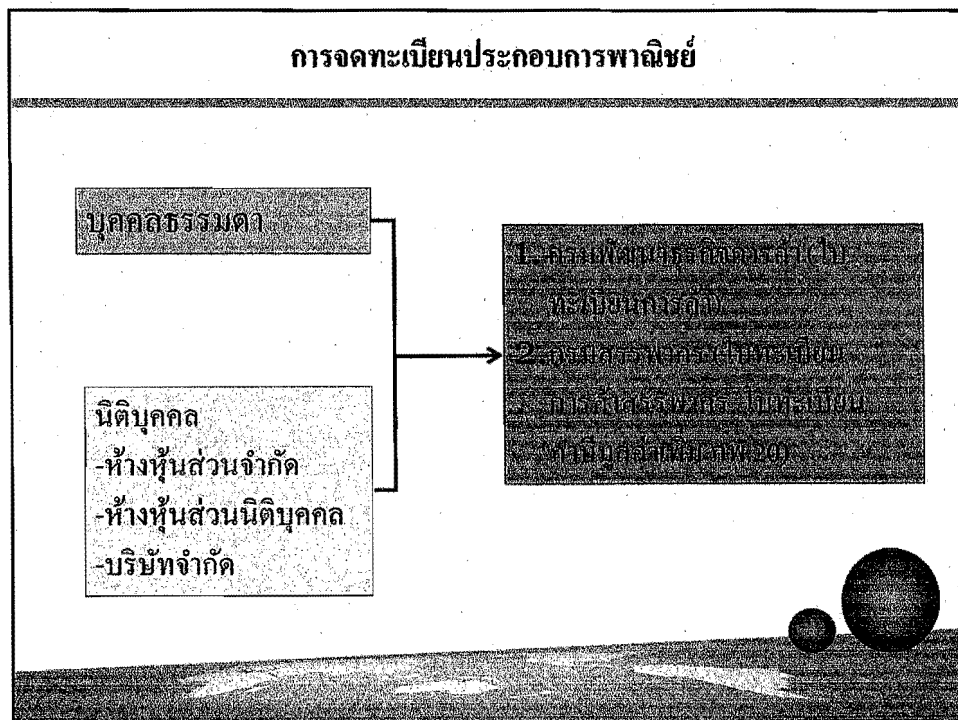
ภาพ การส่งออก



ขั้นตอนการส่งออก



การจดทะเบียนประกอบการพาณิชย์



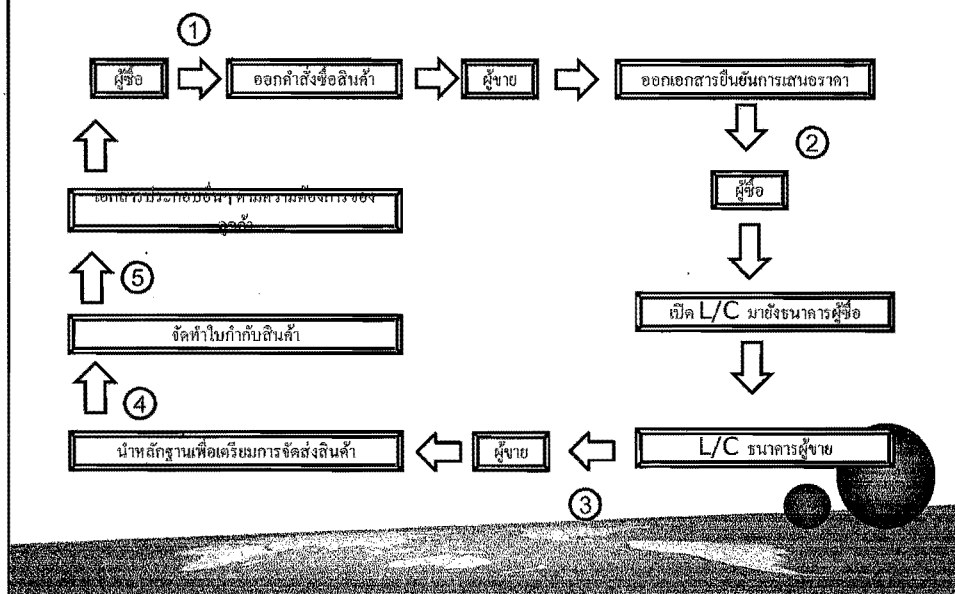
[illegible]

中華民國 30 年

國防部

中華民國 30 年

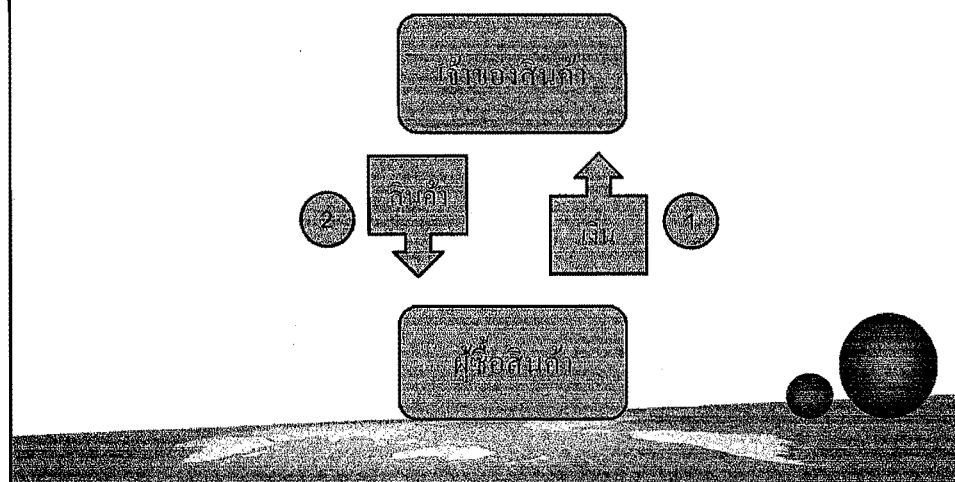
การเสนอขายและรับคำสั่งซื้อ



การชำระค่าสินค้า

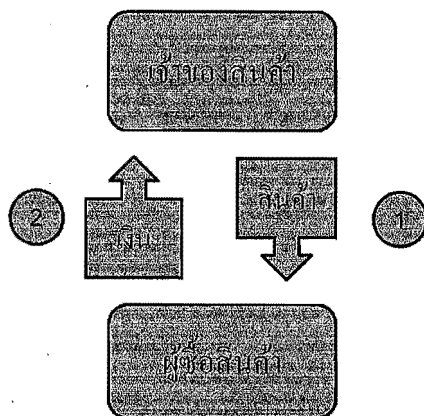
❖ มีหลายรูปแบบคือ

1. แบบการจ่ายเงินล่วงหน้า คือ



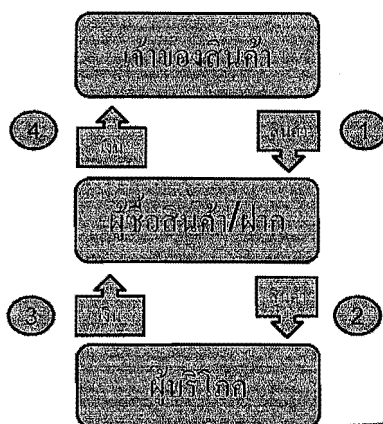
การชำระค่าสินค้า

2. แบบการจ่ายเงินเชื่อ คือ



การชำระค่าสินค้า

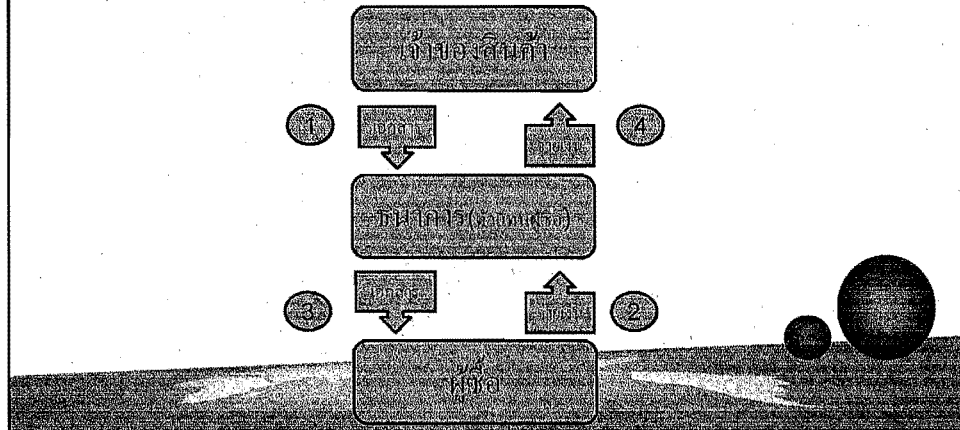
3. แบบการขายฝาก คือ จ่ายเงินเมื่อผู้ซื้อขายสินค้าได้แล้ว ถ้าผู้ซื้อเอาสินค้าไปแล้วแต่ยังขายไม่ได้ก็จะยังไม่ต้องจ่ายเงินแก่ผู้ขาย



การชำระค่าสินค้า

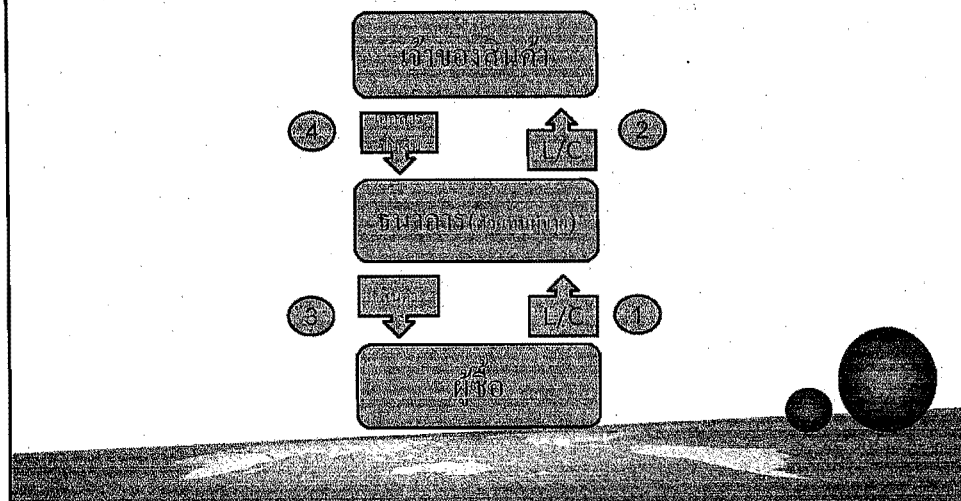
4. แบบ Document Against Payment (D/P)

คือ เป็นการจ่ายเงินก่อนนำเอกสารไปออกสินค้า ผู้ขายจะส่งเอกสารในการออกสินค้าไปยังธนาคารตัวแทนผู้ซื้อ เมื่อผู้ซื้อมาจ่ายเงินแก่ธนาคาร จึงจะสามารถเอาเอกสารไปออกสินค้าได้

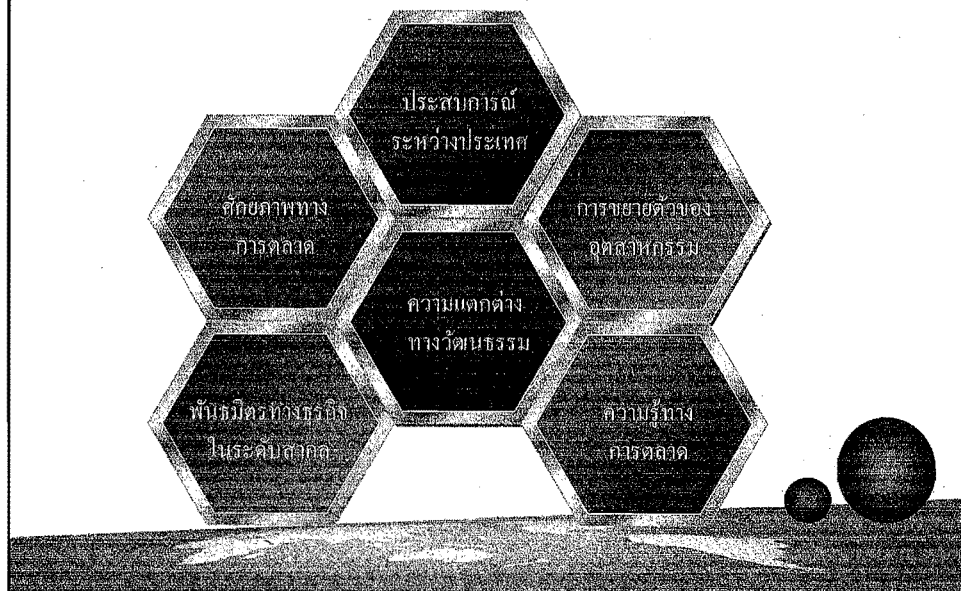


การชำระค่าสินค้า

5. แบบ Letter of credit (L/C) เป็นวิธีที่ดีและเหมาะสมมาก ไม่เสี่ยงทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย



ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการส่งออก



คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดี



1. กล้าเสี่ยงและมีวิสัยทัศน์กว้างไกล

เพราะความสำเร็จและความเสี่ยงเป็นของคู่กันผู้ประกอบการจึงต้องรู้จักใช้ ประสิทธิภาพการบริการกับเครือข่ายในทุกระดับไปจนถึงลูกค้ารายใหม่ และ เตรียมพร้อมรับมือเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง



2. กล้าลงมือทำด้วยตนเอง

เจตคติไม่ยอมแพ้ต่อการบรรลุความสำเร็จและเมื่อมองที่ไปก็กลับเห็นความ เป็นไปได้อย่างชัดเจนเพราะงานอย่างเต็มที่ก็ก่อให้เกิดผลกับปัญหาและอุปสรรค พร้อมทั้งหาทางแก้ไขจนสามารถบรรลุผลสำเร็จ



3. สามารถปรับตัวให้ดีขึ้น

ต้องมีความสามารถทั้งเชิงเทคนิคและเชิงธุรกิจเพื่อพัฒนาระบบหรือเทคโนโลยี การทำงาน ซึ่งการรู้จักปรับตัวและเรียนรู้จากผู้อื่นจะช่วยให้สามารถปรับตัว ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้โดยอัตโนมัติให้สามารถ ปรับปรุงและพัฒนาการงานและการลงทุน

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดี



4. มีความรับผิดชอบต่องานที่ทำเป็นอย่างดี

เมื่อเป็นผู้นำในกระบวนการดำเนินงานควรมีความรับผิดชอบต่องานที่ทำเอง หรือ มอบหมายให้ผู้อื่นทำ และเป็นผู้ลงมือจนสำเร็จไปจนเป็นผลสำเร็จไว้ โดยจะต้องมีการรับผิดชอบผลของการตัดสินใจ ไม่ว่าผลนั้นจะดีหรือไม่



5. ต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต

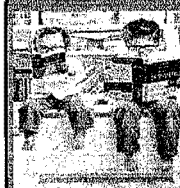
ในสำนึกคุณธรรมของผู้นำและ ต้องสร้างความเชื่อถือของตนเองในกระบวนการนำที่คิดของธนาคาร เป็นนายที่ของทุกบงก์ มีความซื่อสัตย์ต่อหุ้นส่วน ครอบครัวและต่อตนเอง

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดี



6. ต้องเป็นผู้นำที่กล้าคิด กล้าทำ กล้าเสี่ยง

หลัการแห่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานหรือผลิตภัณฑ์เก่าใหม่ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นความสำเร็จที่มีอยู่ กล่าวได้ว่า การขายที่ไม่เหมือนใคร กล้าคิด กล้าทำ กล้าเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาธุรกิจใหม่ ๆ ต้องมีความกล้าที่จะคิด กล้าทำ กล้าเสี่ยง โดยคิดเป็นประโยชน์ร่วมกัน ความกล้าคิดที่จะทำอะไรจะต้องเปิดใจใหม่และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค



7. ต้องรู้จักศึกษาหาความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง

เพราะความรู้ทางอาชีพการงานมีความก้าวหน้ามาก ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ก็มีมากขึ้น นอกเหนือจากความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่จะ ได้รับแล้ว ผู้บริโภคมีความประสงค์ให้มีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการของสินค้าหรือบริการที่ตนสนใจ ความรู้ที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์เป็นสิ่งสำคัญด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องหมั่นศึกษา และติดตามข่าวสารเกี่ยวกับกฎระเบียบ ข้อกำหนดและ มีทรัพยากรสนับสนุนของประเทศไทยที่ต้องการส่งออกยังต่างประเทศ

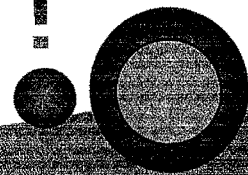
คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดี

8. ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม



เพราะฉะนั้นถ้าองค์กรใดไม่คำนึงถึงภาพลักษณ์ของสินค้าที่ได้มาผลจางแล้ว ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ CSR ก็ควรจะให้ความสำคัญและเป็นของจำเป็น เพราะทุกวันนี้ลูกค้าไม่ได้ต้องการสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่ต้องการทั้งคุณภาพสินค้าที่ดี คุณภาพการบริการที่เพิ่มเติมเพิ่มเติมตลอดคือต้องการให้เรารับประกันว่าสินค้าที่เราขายนั้นจะดี และปลอดภัยแน่นอน ไม่อย่างนั้นถ้าเราไม่รับประกันคุณภาพสินค้า การซื้อสินค้าก็มีความเสี่ยงสูงทีเดียวหรือ Green Label มักพบผลิตภัณฑ์ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติและสารอินทรีย์หรือพืชผักธรรมชาติ

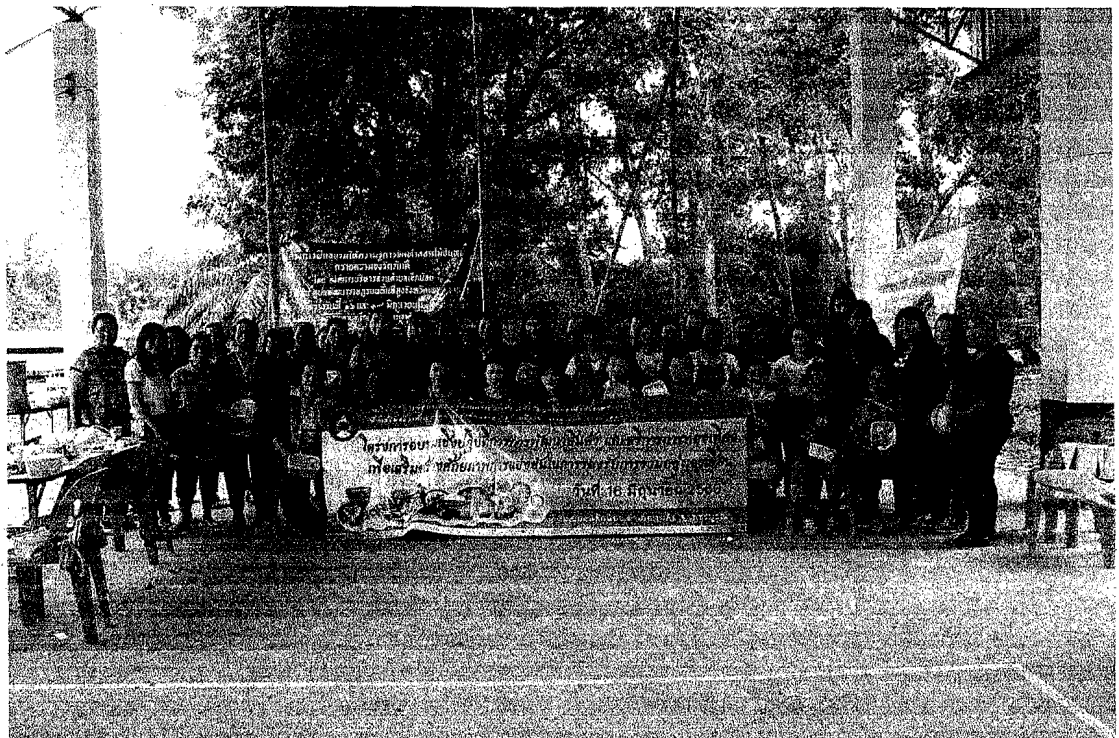
Thank You !











ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ-นามสกุล นางแก้วตา ผิวพรรณ
Mrs. Kaewta Phiwphun
2. หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน 5-6701-00079-607
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์
4. ตำแหน่งทางวิชาการ -
5. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก
โปรแกรมวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ อ.เมือง จ. เพชรบูรณ์ 76000
โทรศัพท์ 056-717134 ต่อ 1208, 085-2128366 E-mail
Kaewta.phu@pcru.ac.th
6. ประวัติการศึกษา
บธบ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ)
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
บธม. (บริหารธุรกิจ)
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
บธค. (บริหารธุรกิจ)
มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
7. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ
บริหารธุรกิจ
8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
 - 1) นางแก้วตา ผิวพรรณ : การจัดการความรู้ธุรกิจชุมชนพึ่งตนเองจังหวัดชัยภูมิ. ปีที่พิมพ์ 2558. การเผยแพร่/แหล่งทุน : การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 5 “บทบาทของมหาวิทยาลัยเพื่อรับใช้สังคม...ยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่น” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (ผู้ร่วมวิจัย)
 - 2) นางแก้วตา ผิวพรรณ แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออกในเขตอำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ ปีที่พิมพ์ 2559. การเผยแพร่/แหล่งทุน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 STCCON 2016 “นวัตกรรมการศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม (ผู้วิจัยหลัก)
 - 3) นางแก้วตา ผิวพรรณ ปัจจัยที่มีผลต่อขวัญและกำลังใจในการทำงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตตำบลท่าพล อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ปีที่พิมพ์ 2559. การเผยแพร่/

แหล่งทุน การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 STCCON 2016 “นวัตกรรมการศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม (ผู้ร่วมวิจัย)

4) นางแก้วตา ผิวพรรณ การจัดการการผลิตที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจขายตรงสินค้าสมุนไพรภายใต้ชื่อสยามเฮลท์เอนด์บิวตี้แคร์ ปีที่พิมพ์ 2560. การเผยแพร่/แหล่งทุน การประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ ครั้งที่ 3 ประเทศไทย 4.0 “วิจัยขับเคลื่อนสังคม” มหาวิทยาลัยทักษิณ (ผู้ร่วมวิจัย)